



Kurumsal Sosyal Sorumluluk Kapsamında TFF, FIFA ve UEFA Projelerinin İncelenmesi

Hacı Şükrü TAŞTAN¹

¹Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi, Spor Bilimleri Fakültesi. <https://orcid.org/0000-0001-5082-4698>

To cite this article/ Atf için:

Taştan, H. Ş. (2021). Kurumsal sosyal sorumluluk kapsamında TFF, FIFA ve UEFA projelerinin incelenmesi. *Uluslararası Bozok Spor Bilimleri Dergisi*, 2(3), 25-40.

Özet

Bu araştırmanın amacı kurumsal yönetimin bir alt boyutu olan sosyal sorumluluk kapsamında ulusal ve uluslararası spor örgütleri TFF, FIFA ve UEFA'nın yaptıkları projelerin incelenmesidir. Araştırma yöntemi bakımından keşfedici bir araştırmadır. Keşfedici araştırmalarda yoğunlukla kullanılan nitel araştırma yöntemi olarak doküman incelemesi ve içerik analizi yapılmıştır. Elde edilen tüm veriler tümevarım yaklaşımıyla analiz edilerek betimsel olarak raporlanmıştır. Bu çerçevede, amaçlı örneklem seçim yöntemiyle UEFA, FIFA ve TFF'nin resmi internet siteleri taranmıştır. Sosyal sorumluluk ile ilgili yapılan projeleri belirlenerek incelenmiştir. Araştırmada elde edilen veriler gruplandırılarak sınıflandırılmıştır. Araştırma sonucunda UEFA, FIFA gibi üyelerinin çeşitliliği ve fazlalığı uluslararası ya da kıtasal kapsayıcılığı değerlendirildiğinde daha geniş kitleleri hedef alan ve kapsayıcılığı bakımından daha kitlesel ve geniş yelpazede sosyal sorumluluk projeleri gerçekleştirdikleri değerlendirilirken, TFF'nin sosyal sorumluluk projelerinin kurumun kapsayıcılığı bakış açısından daha bölgesel ya da dar alan ve konularda gerçekleştirdiği görülmektedir. Bu kuruluşların sosyal sorumluluk projelerinin çocukların korunması ve yararına hareket edilmesi, ırkçılığı ve ayrımcılığı engelleme, çevrenin korunması, barış ve uzlaşma, insan hakları, çocuk güvenliği, eğitime destek, sağlıklı yaşam için sporu yaygınlaştırma gibi alanlarda yoğunlaştığı görülmektedir.

Anahtar kelimeler: Kurumsal Yönetim, Sosyal Sorumluluk, Futbol

Examination of TFF, FIFA and UEFA Approaches Within the Scope of Corporate Social Responsibility

Abstract

The aim of this research is to examine the projects of national and international sports organizations TFF, FIFA and UEFA within the scope of social responsibility, which is a sub-dimension of corporate governance. It is an exploratory research in terms of research method. Document analysis and content analysis were used as qualitative research methods, which are widely used in exploratory research. The data obtained were analyzed with the inductive approach and reported descriptively. In this context, the official websites of UEFA, FIFA and TFF were scanned with the purposeful sampling method. Projects related to social responsibility were determined and examined. The data obtained in the study were grouped and classified. As a result of the research, UEFA, FIFA members' diversity and abundance, international or continental inclusiveness is evaluated, and it is evaluated that they carry out more massive and wide-ranging social responsibility projects targeting wider audiences, while TFF's social responsibility projects are more regional or narrow in terms of the inclusiveness of the institution and issues are observed. It is seen that the social responsibility projects of these organizations focus on areas such as acting for the protection and benefit of children, preventing racism and discrimination, protecting the environment, peace and reconciliation, human rights, child safety, supporting education, and promoting sports for a healthy life.

Keywords: Corporate Governance, Social Responsibility, Football

GİRİŞ

Ekonomik, hizmet, düzen ve kültürel amaçlarla ortaya çıkan işletmeler, kendi amaçlarını gerçekleştirirken aynı zamanda toplumun ihtiyaçlarını da karşılamaktadır. Bu ihtiyaçları karşılayabilmek için işletmeler kurulduğu çevrenin hammaddesini, işgücünü ve tüm doğal kaynaklarını kullanır. Bu nedenle toplumun ve işletmelerin birbirleriyle karşılıklı etkileşim içerisinde oldukları, işletmelerin faaliyet gösterdiği bu çevrelere karşı bazı sorumluluklarının olduğu düşünülmektedir. Bu sorumluluklar işletmelerin faaliyet gösterdiği çevrede toplumun kültürel gelişimine, çevrenin doğasının korunmasına, işgücünün eğitime ve sağlığına, toplumsal düzenin sağlanmasına yönelik katkılar olarak görülmektedir.

Teknolojik gelişmelerle birlikte iletişim ve veri ulaşımının kolaylaşması sayesinde müşteriler işletmelerin iç ve dış çevreleri ile ilgili faaliyetleri hakkında daha fazla bilgi sahibi olmaya başlamıştır. İşletmelerde hem müşteri memnuniyetini elde etme arzusu hem de marka olarak toplumda olumlu bir etkiye sahip olma arzusu bulunmaktadır. Bu sebepten işletmelerin sadece kar odaklı faaliyet göstermelerinin rekabet ortamında yeterli olmadığı görülerek işletmelerin müşterilerde olumlu etki bırakmak ve marka etkinliğini arttırmak için toplum yararına önem vermesi gerektiği vurgulanmaktadır. Bu durum sonuç olarak stratejik bir yaklaşımla kurumsal sosyal sorumluluk kültürünü ortaya çıkarmıştır. Bu kültürün işletmelerin finansal performansına da olumlu katkılarının olduğu düşünülmektedir (Çivi Dişlioğlu ve Aslantaş Ateş, 2021).

21. yüzyılda işletmelerin topluma karşı sorumlulukları önemli tartışma konularından biri haline gelmiştir. Ekonomik ve sosyal gelişmelerin paralelinde işletmelerin toplum hayatında öneminin artmaktadır. İşletme yöneticilerinin toplumsal kaynakların kullanım tarzlarının belirlenmesinde etkinliği de bilinmektedir. İşletme yöneticilerinin verdiği kararlar küreselleşme nedeniyle bazen uluslararası boyutlarda etki yaratabilmektedir. Bu kapsamda yöneticilerin Birleşmiş Milletler tarafından “Global Bütünlük Programı” kapsamında yöneticilere ve yönetim okullarına “Sorumluluk Yönetim İlkeleri Eğitimi” verilmeye başlanmıştır. Ayrıca yöneticilik okullarında geleceğin işletme yöneticilerine sosyal sorumluluk değerlerinin ders içeriklerine eklenerek verilmesinin önemi belirtilmiştir. Sonuç olarak işletmeler kişilerin ve toplumun refahının ana unsuru olduğu, bu sebeple yöneticilik mesleğinin bireylere ve topluma karşı sorumluluğu bulunduğu vurgulanmaktadır (Koçer, 2014).

İşletmelerin örgütsel davranış yaklaşımında kurum içerisinde yer alan çalışanlarına karşı sorumlulukları olduğu gibi kurum dışı müşterilerine, kamuoyuna ve çevresine karşı da sorumlulukları bulunmaktadır. Günümüzde büyük ölçekli işletmelerde yaşanan krizler kamyonunun güveninin zedelemektedir. Bu durumun bilincinde olan (ISO - International Organization for Standardization) Uluslararası Standardizasyon Organizasyonu ISO 9000 çevre yönetimi ile ISO 14000 kurumsal sosyal sorumluluk kapsamında tanımlamalar getirmiştir. Bu tanımlamalar insan hakları, çevresel yönetimi, sosyal gelişim, kamunun yararı ve katkısı gibi sosyal sorumluluk konularını içermektedir (Goetsch ve Davis, 2013). Toplam Kalite Yönetimi kapsamında işletmelerin kalite güvence standartların belirlenmesinde sosyal sorumluluk standartlarının oluşturulduğu, bu sayede işletmelerin üretim, çevre ve personel

uygulamalarının belirlenen standartlara göre yürütüldüğünün belgelendirildiği görülmektedir (Koçer, 2014).

İşletmeler faaliyet gösterdiği çevrenin doğal ve insan kaynaklarını kullanmaktadır. Dolayısıyla artık bulunduğu çevrenin, toplumun bir parçası haline gelmiştir. Toplumda yer alan her bir parçanın birbirlerine karşı sorumlulukları vardır. Birlikte yaşamamanın getirdiği uyulması gereken bazı kurallar ve yapılması gereken bazı görevler bulunmaktadır. İşletme yönetiminde de bu kural ve görevlere kurumsal sosyal sorumluluk denilmektedir.

Sosyal sorumluluk kapsamında toplum yararına toplumun ihtiyaç duyduğu alanlarda bilinçlendirme, eğitim ve sağlık konularında tesis yapma, doğa yararına faaliyetler gerçekleştirme, çevreye destek olma gibi uygulamalar gerçekleştirilmektedir.

İşletmelerin performans artışı, etkin ve verimli faaliyet göstermesi örgüt iklimine, çalışan davranışlarına, insan kaynaklarının faaliyetlerine, kurumsal yönetime, kurumsallaşmaya, inovasyona, rekabet ettiği piyasadaki teknolojik gelişmelerin takibine yenileşmeye bağlı olduğu düşünülmektedir. Bu durumu kurumsal sosyal sorumluluk ile işletmelerin çalışanlarına, çevresine, topluma karşı, onların yararına projeler, eğitimler, sağlık uygulamaları ile kültürel etkinlikler gerçekleştirilmesini zorunlu hale getirmektedir.

Bu yüzden işletmelerin, iç paydaşlarına (çalışanlar, hissedarlar ve yöneticiler) ve dış paydaşlarına (rakipler, müşteriler, tedarikçiler, toplum ve devlet), kurumsal olarak faaliyet gösterdiği çevrelere karşı ekonomik, yasal, etik ve gönüllü olarak sosyal sorumlulukları vardır. İşletmeler faaliyet gösterdiği çevrede yararlı oldukları zaman toplum tarafından daha fazla kabul görürler. Nitekim Japonya, “Toplum 5.0” yaklaşımı ile ekonomi ve kalkınmanın yanısıra toplumun sosyal sorunları ile ilgilenerek ultra akıllı bir toplum yaratmaya odaklanmıştır (Koçak, 2019).

Yeni yönetim yaklaşımlarından biri olan kurumsallaşmada da işletmelerin çevrelere karşı sosyal sorumluluklarının bulunduğunu ortaya koymaktadır. Kurumsallaşma, örgütün amaçlarını gerçekleştirebilmesi için yerine getirmesi gereken faaliyetleri, çevreye uyum sürecini veya değişimi ifade etmektedir. Kurumsallaşmayı sağlamak için gerekli duyulan bazı temel ilkeler mevcuttur. Örgütsel kurumsallaşmanın, ana çatısını oluşturan bu ilkeler profesyonelleşme, formalleşme, otonomi, kültürel güç, saydamlık, sosyal sorumluluk ve tutarlılıktır (Apaydın, 2007). Kurumsallaşmanın faydaları profesyonel yöneticilere ve çalışanlara sahip olma, sosyal sorumluluk, iş ahlakı, şeffaflık, formel bir örgüt yapısı, kaynakları etkin ve verimli kullanma, gelişmiş yönetim faaliyetleri ve teknolojiden yararlanma olarak sayılmaktadır (Abdioğlu, 2007).

Kurumsallaşmanın sosyal sorumluluk ilkesi kapsamında işletmenin pay sahiplerine, çalışanlarına ve topluma karşı sorumlulukları bulunmaktadır. Ayrıca müşterilerin ihtiyaç ve isteklerine karşı sorumlulukları, devlete, topluma karşı sorumlulukları ve işletmenin tüm çevresine karşı ekonomik yasal, ahlaki ve gönüllü sorumlulukları vardır (Torlak, 2012). İşletmelerin paydaşlarına, çalışanlarına, devlete, çevreye ve topluma karşı güvenilir olmak, hiçbir şekilde çalışanların, toplumun, devletin ve çevrenin zararına neden olacak faaliyet gerçekleştirmemek gibi bazı görevleri de bulunmaktadır. İşletmeler ve yöneticiler buldukları iç ve dış çevrelerdeki toplumsal ve çevresel sorunlara karşı sorumluluklarını

sosyal sorumluluk yaklaşımında çözmeye yönelik çalışmalar yapar. Bu görevleri kapsamında gerçekleştirdikleri sosyal sorumluluk projeleri dikkat çekmektedir. OPET' in "Temiz tuvalet" projesi, Koç grubunun "Ülkem İçin" projeleri, Akbank'ın "Akbanklı Gönüllüler" projeleri, iş bankasının TEMA Vakfı ve Orman Bakanlığı ile "81 ilde orman projeleri" bu kapsamda verilecek örneklerden sayılabilir (Koçak, 2019).

Kurumsal yönetim ilkelerinin ortaya çıkış amacında, işletmelerin çevreye ve topluma karşı verdiği hasar ve zararları karşılamaları gerektiği düşüncesiyle sosyal sorumluluk yaklaşımıyla bu zararların telafi edilmesi için, çevre bilinci geliştirme ve çevreye yapılan yatırımların, sosyal sorumluluk projeleri ile bilime, eğitime ve sanata destek vermeleri beklenmektedir. "Baba beni okula gönder" projesi, "Kardelenler projesi" ile Turkcell ve Türkiye İş Bankası'nın, eğitim, kültür sanat ve çevre alanındaki sosyal sorumluluk projelere örnek olarak verilebilir (Coşkun, 2014). Kurumsallaşmanın sosyal sorumluluk ilkesi kapsamında spor kulüplerinin düzenlemiş oldukları sosyal kampanyalar dikkat çekmektedir. Sporcuların, sosyal projelere spor müsabakalarından önce ellerinde tutukları pankartlarla ya da sporcuların sosyal sorumluluk projeleri kapsamında katıldıkları sosyal etkinliklerle destek verdikleri görülmektedir.

Spor kulüpleri toplumun bir parçasını oluşturmaktadır. Toplumun en küçük birimi ailedir. Spor kulüpleri de taraftarları ile birlikte büyük bir aile görünümü vermektedir. Böyle geniş ve büyük bir ailenin karşılıklı olarak birbirlerinden pozitif beklentileri olabilmektedir. Taraftar, takımına maddi ve manevi destek verirken takımı da taraftarına ve bütün topluma, sosyal sorumluluk bilinci içerisinde manevi tatmin sağlayarak destek vermektedir. Ayrıca sporun gelişmesine spora katılan bireylerin gelişmesine destek olmaktadır. Spor kulüpleri topluma iş imkanı sağlamaktadır. Bu da ülkede insan istihdamına, ülke ekonomisine bir katkıdır. Sosyal sorumluluk kapsamında yürütülen faaliyetlerin işletmenin karlılığına etki ettiği de bilinmektedir (Apaydın, 2008).

Kulüp sahibinin, kulüp yöneticisinin veya tepe yöneticilerin; algıları, davranışları, tutumları işletmelerin büyümesine, kar etmesine veya tam tersi küçülmesine ve zarar etmesine yol açabilir. İşletme yöneticilerinin, faaliyet alanında değişimi takip etmesi ve yakalaması, bu durumun oluşmasında oldukça önemlidir. Değişim ile birlikte gerçekleştirilecek kurumsallaşma çalışmaları, işletmelerin sürdürülebilirliği, sağlıklı bir yapıda ilerlemesi ve değişimin kalıcı olması konularında olumlu katkılar sağlayabilecektir (Aydın, 2018). Spor kulüp yöneticileri, kurumsallaşmaya daha fazla önem verdiklerini ve işletme performansını iyileştirmeye yönelik geliştirme çabalarını vurgulamaktadır. Bu anlamda özellikle üst liglerde spor kulüplerinin sportif ve finansal başarısızlığında yaşanan düzensizlik ve karmaşa, kurumsallaşma uygulamalarını ortaya çıkarmaktadır. Spor kulüplerinin sistemlerinde kurumsallaşma çabaları, yeniden yapılanma ve ticarileşmeye yönelik değişim gerçekleştirmeye çalışırken; 2000'den itibaren değişimlerin olumlu olarak gerçekleştirildiği görülmektedir (Açıkgöz ve Edin, 2018). İşletmelerin kurumsal yönetim yaklaşımının sosyal sorumluluk faaliyetlerine etkisinin analiz sonuçlarına göre Türkiye'deki işletmelerde halka açıklık oranı arttıkça, kurumsal sosyal sorumluluk uygulamaları da arttığı görülmüştür. Bu durumun, sosyal sorumluluk anlayışı için mevcut hissedarların yöneticiler üzerinde etkisinin olabileceği düşünülmektedir. Türkiye'de de kurumsal yönetim ile ilgili çok sayıda araştırma yapılmasına rağmen, işletmelerde kurumsal yönetim endeksinde yer alan işletmelerin

sayısının azlığından, iyi bir kurumsal yönetim yapısının olmadığından yakınlardan, işletmelerin kurumsal yönetim yapılarının güçlendirilmesini sağlayacak yasal düzenlemelerin yapılması önerilmektedir (Önder ve Kaya, 2018).

FC Barcelona futbol kulübünde uygulanan yönetim modeli ile üye demokrasisi, ticari strateji, kurumsal sosyal sorumluluk ve sportif başarı birbiriyle simbiyotik bir ilişkinin varlığını gösteriyor. Her unsurun başarısı diğer unsurların başarısı üzerine kısmen etkisi vardır ve bu sebepten bu ilişkinin varlığı mantıksız değildir. Bu stratejik faaliyet alanlarının birbirini beslediğini ve birlikte futbol kulübünü ilerletmeye yardım ettiği görülmektedir (Hamil, Walter ve Watson, 2010).

YÖNTEM

Araştırma Modeli

Araştırmada nitel araştırma yönteminde keşfedici araştırma olarak kullanılan doküman incelemesi ve içerik analizi yöntemi kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Nitel araştırma yönteminde genellikle veri toplama tekniği; gözlem, mülakat, dokümanlar ve anketler ile elde edilen veriler, tümevarım yaklaşımıyla analiz edilerek betimsel olarak raporlanmaktadır (Gürbüz ve Şahin, 2018). Nitel araştırmalar, doküman analizi gibi nitel veri toplama tekniklerinin kullanılarak olayların ve algıların doğal ortamında gerçekçi ve bütüncül bir şekilde ortaya konmasına yönelik yapılan araştırmadır (Yıldırım ve Şimşek, 2006). Araştırma, amacı bakımından keşfedici bir araştırmadır. Keşfedici araştırmalarda genellikle nitel araştırma teknikleri kullanılır. Keşfedici araştırma, bir yazın taraması, konuyla ilgili uzmanlarla görüşme gibi farklı yollarla yapılabilmektedir (Gürbüz ve Şahin, 2018).

Çalışma Grubu

Araştırmanın evrenini 2021 yılı itibari ile TFF, FIFA ve UEFA resmi internet siteleri oluşturmaktadır. TFF, FIFA ve UEFA resmi internet sitelerinde sosyal sorumluluk kapsamında yapılan faaliyetler raporlar ve alınan kararlar karşılaştırılarak analiz edilmiştir.

Veri Toplama Aracı

Araştırmada veri toplama tekniği olarak belge (doküman) incelemesi, yazın taraması yapılmıştır. Doküman incelemesi, araştırılması hedeflenen olgu ve olgular hakkında bilgi içeren yazılı materyallerin analizini kapsamaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2006). Araştırmada veriler FIFA, UEFA ve TFF resmi internet sitelerinden elde edilmiştir. Bu kapsamda FIFA, UEFA ve TFF resmi internet sitelerinde sosyal sorumluluk projeleri ile ilgili yayınlanmış bilgiler taranarak veriler elde edilmiştir.

Veriler resmi internet sayfalarından alınarak toplanmıştır. Nitel araştırmalarda veri elde etmek için çoğunlukla gözlem, görüşme ve doküman incelemesi yöntemleri kullanılmaktadır. Doküman incelemesi araştırma sorunu hakkında sıklıkla kullanılan veri toplama tekniğidir. Veri kaynakları insanlarla yüz yüze yapılan görüşmelerden elde edilebileceği gibi internet ortamında halka açık olarak sunulan dokümanlardan da elde edilebilir. Araştırmacı, araştırmaya katılan bireylerle doğrudan görüşmeler dışında bu kaynakları takip ederek de verilere ulaşabilir (Gürbüz ve Şahin, 2018). Bu araştırma sosyal bilimler alanında yaygın olarak kullanılan doküman analizi yöntemi ile gerçekleştirilmiştir. Doküman analizi, araştırma konusu hakkındaki sorulara cevap aramak için kullanılan veri toplama yöntemini ifade

etmektedir (Büyüköztürk, 2010). Günümüzde teknolojinin gelişmesi ile birlikte araştırmacıya zaman ve emek tasarrufu sağlaması, bu araştırmada veriler, internet ortamında yayınlanmış kayıtlardan yararlanılarak elde edilmiştir. Bu kapsamda FIFA, UEFA ve TFF resmi internet sitelerinde sosyal sorumluluk projeleri ile ilgili yayınlanmış bilgiler taranmıştır. Yabancı kaynaklardan elde edilen verilerde çeviriler yapılmıştır.

Verilerin Analizi

Toplanan veriler gruplandırıp sınıflandırılarak karşılaştırmaları yapılmıştır. Elde edilen verilerin analizinde resmi internet sayfalarında yayınlanan dokümanların kıymetlendirilerek karşılaştırılmıştır (Altunışık ve ark., 2012). Bu analiz yönteminde, önceden belirlenen kavramlara ilişkin veriler tespit edilmeye çalışılmıştır (Nakip ve Yaraş, 2017). Bu şekilde amaç, toplanan verileri anlamlandırılması, birbirine benzeyen verilerin gruplandırılması ve belirli kavramlarla ilişkilerine ve sıklıklarına ulaşılarak yorumlanmasıdır (Yıldırım ve Şimşek, 2006).

Yukarıda belirtilen hususlar kapsamında FIFA, UEFA ve TFF resmi internet sitelerinde sosyal sorumluluk projeleri, araştırmacı tarafından resmi internet sitelerinden elde edilen dokümanlardan, herhangi bir program kullanmadan el notasyon tekniği ile toplanmıştır. Toplanan veriler tablolaştırılarak gruplandırılmıştır.

Bu araştırma insan ve hayvanlar üzerinde klinik ve deneysel bir çalışma olmadığından etik kurul kararı alınmamıştır. Ancak makalenin hazırlanmasında Araştırma ve Yayın Etiği 'ne riayet edilmiştir.

BULGULAR

Bu makalede 2021 yılı itibari ile FIFA, UEFA ve TFF resmi internet sitelerinde sosyal sorumluluk projelerine ilişkin bulgular ortaya koymak amaçlanmıştır. Bu kapsamda araştırmaya ilişkin veriler aşağıda verilmiştir.

FIFA'nın Resmi İnternet Sitelerinde Yer Alan Sosyal Sorumluluk Projeleri

FIFA'nın resmi internet sitesi incelendiğinde sosyal sorumluluk ile ilgili bir bölümünün yer aldığı görülmektedir. Sosyal sorumluluk yaklaşımı çok geniş bir şekilde ele alınmaktadır. Sosyal sorumluluk kapsamında 5 prensibinin bulunmaktadır (FIFA, 2021).

FIFA için çocukların korunmasının en önemli öncelik konu olduğu ve bu konuda üye derneklerini önleyici tedbirlerin uygulanmasında destekledikleri vurgulanmaktadır. Bu yaklaşımla çocukların ve gençlerin geleceğimizi temsil ettiği FIFA'nın en yüksek koruma standartlarını uygulanmasını sağlamak için çalıştığı görülmektedir. FIFA sosyal sorumluluk uygulamaları kapsamında 5 prensibinin bulunduğu görülmektedir. Bunlar;

Prensip 1. Çocukların yararına hareket edilecek, çocukların korunmasını sağlanacak, futbolun zevklerini ve performanslarını artırma taahhüdünün bir parçası olarak görülecektir.

Prensip 2. Çocuk haklarına futbol maçı boyunca saygı duyulacak ve teşvik edilecektir.

Prensip 3. Bu araç setindeki ilkeler ve uygulamalar, ırk, ten rengi, etnik, ulusal veya sosyal köken, cinsiyet, engellilik, dil, din, politik görüş veya başka herhangi bir görüş, servet, doğum veya başka herhangi bir durum, cinsel yönelim veya başka herhangi bir sebep engel teşkil etmeyecektir.

Prensip 4. Hangi ülkede olursak olalım, futbolda sahip olduğumuz rolden bağımsız olarak çocukları korumak herkesin sorumluluğudur. Bu, çocuklar bizim gözetimimizdeyken onları istisnasız koruma görevimiz olduğu anlamına gelir.

Prensip 5. MA'larda belirli roller ve sorumluluklar tanımlanmalı ve tüm endişeler bildirilecek ve belirtilen prosedürlere uygun olarak, ulusal mevzuata uygun olarak ve birincil endişe olarak çocuğun yüksek yararı doğrultusunda derhal ele alınacaktır.

Tablo 1. FIFA'nın sosyal sorumluluk projeleri

Sıra Nu.	Sosyal Sorumluluk Proje Konusu
1	Çocukların korunması
2	Çocuk hakları
3	Çocukların yararına hareket edilecek
4	Her türlü ayrımcılık ve ırkçılığa engel olmak
5	Ulusal mevzuata uygun olarak ve birincil endişe olarak çocuğun yüksek yararı

UEFA'nın Resmi İnternet Sitelerinde Yer Alan Sosyal Sorumluluk Projeleri

UEFA resmi internet sitesi incelendiğinde sosyal sorumluluk diye detaylı bir bölümünün yer aldığı görülmektedir. Sosyal sorumluluk yaklaşımı çok geniş bir şekilde ele alınmaktadır. Sosyal sorumluluk kapsamında öncelikle kendi içyapısında uygulamalara yer verirken kendisine bağlı üye milletlerinde sosyal sorumluluk kapsamında neler yaptığını detaylı bir şekilde açıkladığı görülmektedir (UEFA, 2021).

UEFA Başkanı tarafından Mart 2020'de düzenlenen UEFA Kongresi'nde verilen en önemli mesajlardan biri "Kârdan ziyade amaç" olduğu görülmektedir. Bu mesaj ile en son Futbol ve Sosyal Sorumluluk (FSR) raporunda vurgulanan, çok çeşitli etik girişimlere yardımcı olmak için futbolun gücünden yararlanma taahhüdü yer almaktadır. UEFA, 2018/19 UEFA futbol ve sosyal sorumluluk raporu, UEFA'nın çeşitlilik ve kapsayıcılık, çevre, sağlık ve esenlik, barış ve uzlaşma, dayanışma, çocukların korunması, insan hakları ve taraftar ilişkileri gibi çeşitli konulara odaklanan çalışmalarını kapsamaktadır. Bu şekilde futbol yoluyla olumlu sosyal etki yaratmak istemekte olduğu görülmektedir.

UEFA'nın sosyal sorumluluk stratejik yaklaşımında, kuruluşun amacının toplumda sürdürülebilir kalkınmaya katkıda bulunmak ve sosyal sorumluluk faaliyetlerinin kâr pahasına gelmesi gerekmediği fikrine dayandığı belirtilmektedir. UEFA, futbolun tüm yönlerinde ve tüm seviyelerinde sosyal sorumluluğu teşvik etmek için kuruluşun içindeki ve dışındaki kilit ekonomik, sosyal, finansal ve çevresel paydaşlarla işbirliği içinde çalışan bir sistem yaklaşımı içerisinde olduğu ve bunu sürekli olarak UEFA ve ulusal dernekler tarafından geliştirilmekte ve genişletilmekte olduğu anlaşılmaktadır. Bu kapsamda stratejileri uzman kuruluşlarla yakın ortaklık içinde futbol aracılığıyla temel sosyal sorumluluk konularını "stratejik temalar" ile ele aldıkları, bu temalar kapsamlı bir paydaş istişaresine dayanan düzenli bir bağımsız inceleme ile belirlendiği, UEFA'nın Fair-Play ve Sosyal Sorumluluk Komitesi tarafından onaylandığı görülmektedir.

UEFA'nın çeşitlilik ve kapsayıcılık yaklaşımı ile etnik köken, yaş, cinsiyet, din, cinsel yönelim, kültür, ulusal köken, gelir, yetenek gibi farklılıkları hoş karşılar, her bireyin adil muameleyi ve anlamlı katılımını desteklediğini, ancak halen ırkçılık ve diğer ayrımcılığın

Avrupa'da yaygın ve yerleşik bir olgu olmaya devam ettiği, bu tür hoşgörüsüzlüklerle karşılaşan azınlık grupları, sürekli olarak sözlü ve fiziksel şiddete ve dışlanmaya maruz kaldığını belirtmektedir. Futbolun çeşitliliği ve katılımı teşvik etmek için kapsayıcı bir kültürü ve uygulamaları teşvik eden iyi bir araç olarak görülmektedir.

UEFA çevre bilinci ile iklim değişikliğinin günümüzün en önemli sorunlarından biri olduğunu, dünya ve canlılar için tehlike yarattığı düşüncesiyle iklim değişikliklerine vurgu yapmaktadır. Bununla birlikte paydaşlarını, futbol faaliyetleri ile bağlantılı çevresel sürdürülebilirlik konularına gereken önemi vermeye teşvik etmeye çalışmaktadır. Bunun için UEFA, BM iklim eylemi için spor eylem çerçevesinin katılımcılarından. UEFA Paris Anlaşması uyarınca iklim değişikliğinin oluşturduğu tehdidi en aza indirmek için çalışmaktadır.

UEFA toplumun sağlık ve refahı için bulaşıcı olmayan hastalıklarla ilişkili temel yaşam tarzı risk faktörlerini ele alarak, aktif ve sağlıklı yaşam tarzlarının teşvik edilmesine ve sağlığı teşvik eden futbol ortamlarının geliştirilmesine çaba harcamaktadır. Sağlıklı yaşam, futbol oynamak gibi düzenli fiziksel aktivitenin yanı sıra daha sağlıklı beslenme, dumanlı yaşam tarzları ve orta düzeyde alkol tüketimi ile gerçekleşeceğini vurgulamaktadır. Avrupa bölgesindeki erken ölümlerin üçte ikisi, kardiyovasküler hastalıklar, kanserler ve kronik solunum yolu hastalıkları dâhil olmak üzere dört ana bulaşıcı olmayan hastalıktan kaynaklandığı belirtilmektedir. Sağlıklı yaşam ve refah için yaşam tarzı risk faktörlerini değiştirerek tüm kalp hastalığı, felç, diyabet ve kanserlerin en az %40'ı önlenebileceğine dikkat çekmektedir.

Barış ve uzlaşma yaklaşımı ile Avrupa'da son zamanlarda meydana gelen çeşitli çatışmaların azaltılması ve çatışma sonrası bölgelerde çözülmesi nesiller sürebilen düşmanlıkların önlenmesi için barış ve uzlaşmanın sağlanmasının teşvik edilmesini, çatışmadan etkilenen toplulukların kültürel, sosyal, ekonomik ve politik bağlamında projeler uygulanmalıdır. UEFA, futbola özgü sosyal iletişimi ve paylaşılan etkinlikleri teşvik eden etkinlikleri desteklemektedir.

Dayanışma sayesinde futbol bir araç olarak kullanılarak toplumsal sorunlar tanımlanarak "dışarıdan içe" bir yaklaşımla çözüme kavuşturulabileceği değerlendirilerek, UEFA, topluma fayda sağlamak için kaynaklarını kullanabileceği alanları belirlemek için Birleşmiş Milletlerin (BM) 2030 sürdürülebilir kalkınma gündemi gibi yerleşik çerçeveleri kullanarak sivil toplum kuruluşları gibi kilit paydaşlarla işbirliği içinde çalışabileceği vurgulanmaktadır.

Futbolun ve sporun, olumlu ve olumsuz sosyal etkilerinin olabileceği, futbolun insan haklarına saygıyı teşvik edebildiği gibi, aynı zamanda taciz ve ayrımcılığı da artırabileceği düşünülerek Avrupa futbolunun uluslararası insan hakları standartları ve ilgili araç ve ilkelerle tam uyumlu olmasını sağlamanın çok önemli olduğunu değerlendirmektedir. UEFA, insan hakları standartlarının, yarışmalar da dâhil olmak üzere tüm operasyon seviyelerinde, BM İş ve İnsan Hakları Kılavuz İlkeleri ile tam uyumlu olarak uygulanmasını sağlamak için adımlar atmaktadır. UEFA bu şekilde büyük müsabakalarının potansiyel etkisine özel olarak odaklanarak insan haklarını desteklemeye ve korumaya çalışmaktadır. UEFA, insan hakları kriterlerini sosyal sorumluluğun bir parçası olarak değerlendirerek ve insan hakları standartlarına, standart taşıyıcı olarak Almanya'daki EURO 2024'e özellikle odaklanarak

gelecekteki UEFA yarışmalarında uyulmasını sağlamaya çalışmaktadır. UEFA, insan haklarına saygı gösterme taahhüdünde örnek olarak liderlik ederek, ulusal futbol federasyonlarına sızacak ve insan haklarının oyunun her seviyesinde korunmasını sağlayacak bir standart belirlemeyi umuyor. Bunun için 2018 yılında UEFA, UEFA'nın İnsan Hakları için Mega Spor Etkinlikleri Platformundaki rolünün bir sonucu olarak ortaya çıkan Spor ve İnsan Hakları Merkezi'ni kurmuştur. UEFA, tanınmış insan hakları ve sürdürülebilirlik standartlarına bağlı kalarak yarışmalarının tüm insanlar için erişilebilir olmasını sağlamayı amaçlamaktadır.

Taraftar ilişkilerinde taraftarlarının müsabakalara anlamlı katılımı, futbolun sürdürülebilir gelişiminde önemli bir rol oynadığı bilinmektedir. UEFA, bu kilit paydaş grubunun ihtiyaçlarının ve görüşlerinin oyun boyunca dikkate alınmasını sağlamayı önemsemektedir. Yönetişimi ve tüm paydaşlar için maç günü deneyimlerini iyileştirmek için destekçilerle proaktif ve yapılandırılmış işbirliği çalışmaları yapmaktadır.

Her gün milyonlarca çocuk ve genç Avrupa çapında spor faaliyetlerine katılmaktadır. Futbolda küçüklere (18 yaş altı) karşı artan sayıda cinsel istismar skandalının ardından UEFA, Oyunun her seviyesinde kızların ve erkeklerin güvenli katılımını sağlamayı desteklemektedir. Vizyonu, Avrupa'da futbolun tüm çocuklar ve gençler için güvenli, olumlu ve keyifli bir deneyim olmasıdır. Etkili politikaların, uygulamaların ve prosedürlerin uygulanması yoluyla, UEFA, meydana gelen herhangi bir olayın uygun şekilde ele alınmasını sağlamak için, zarar görme olasılığını azaltmak için önleyici eylemleri ve sorumlu eylemleri savunmaktadır. UEFA sağlık, eğitim ve entegrasyon gibi alanlarda çocuk haklarıyla bağlantılı insani yardım projelerini desteklemek için UEFA Çocuk Vakfı'nı kurduğu görülmektedir. UEFA Çocuk Vakfı, UEFA'nın çocukların refahına özel önem verme arzusunun yansıtıcı bağımsız bir vakıftır.

UEFA, futbolun hem oyunun hayranları hem de katılımcılar olarak tüm yeteneklere sahip kişiler için kapsayıcı ve erişilebilir olmasını sağlamaya çalışmaktadır. UEFA, yetenekleri ne olursa olsun tüm insanların sevdiği oyuna erişebilmelerini garanti etmek için ortaklarıyla birlikte faaliyetler yürütmektedir. UEFA, ev sahibi salonların yüksek erişilebilirlik standartlarına uymasını sağlamak için kurallar koymaktadır ve UEFA müsabakalarına ev sahipliği yapmak için teklif vermeyi seçen stadyumlar bu standartları karşılama gerekmektedir. Büyük finallerinin ve turnuvalarının engelli taraftarlar için erişilebilir, kapsayıcı ve misafirperver olmasını sağlamak için UEFA destek vermektedir. Bu kapsamda Kiev'deki UEFA Şampiyonlar Festivali ve Lyon'daki Europa League Final Fan Festivali'nde taraftarlar, kullanılan sesli anlatımlı yorumları örnek verilebilir. UEFA, futbol topluluğunun farklı ihtiyaçlarına ulaşma ve bunlara uyum sağlama çabalarına devam ederken, 2017/18 sezonunda ortak olarak Color Blind Awareness katıldığı görülmektedir.

UEFA, Nyon'daki UEFA genel merkezinden Avrupa'daki yarışmalara kadar operasyonel faaliyetlerinde çevresel sürdürülebilirliğin değerini kabul etmekte ve bunu taahhüt etmektedir. UEFA, faaliyetlerinin ve yarışmalarının olumsuz etkisini en aza indirme ve olumlu potansiyeli en üst düzeye çıkarma sorumluluğunu üstlenmektedir. 2018'de WWF ve Green Sports Alliance ile UEFA, tüm spor paydaşları ve önemli spor etkinlikleri için giderek daha önemli hale gelen çevresel liderlik konusuna odaklanan bir rapor olan 'Gezegeneğimiz için

Oynamak' raporunu yayınlamıştır. Sosyal sorumluluk ve sürdürülebilirlik stratejisinin bir parçası olarak UEFA, tüm etkinliklerinde ve yarışmalarında sosyal açıdan sorumlu ve sürdürülebilir operasyonel uygulama ilkesini sağlamak için liderlik konumunu güçlendirmeye kararlıdır.

UEFA'nın eşit oyunda amacı kim olursa olsun, nereden gelirse gelsin veya oyunu nasıl oynarsa oynasın herkesin futboldan keyif alabilmesi gerektiği vizyonunu yaymaktır. Bu yaklaşımın UEFA'nın saygı girişimi için oluşturulduğu, dâhil olma ruhunu yaymak, futbolun topluma getirdiği faydalar hakkında net ve canlandırıcı bir mesaj vermek; oyunun daha fazla çeşitlilikle nasıl zenginleştirilebileceğini göstermek ve Avrupa futbol ailesinin sporu herkese açık ve erişilebilir kılma rolünü açıklamaktır. Avrupa'daki benzersiz ve ilham verici futbol hikâyelerini göstererek ve destekleyerek UEFA'nın çeşitliliği, kapsayıcılığı ve erişilebilirliği teşvik etmesine yepyeni bir boyut getirme amacı oyuna olan ortak sevgisiyle tüm futbol topluluğunu birleştirmektir.

Tablo 2. UEFA'nın Sosyal Sorumluluk Projeleri

Sıra Nu.	Sosyal Sorumluluk Proje Konusu
1	Çevre (Environment)
2	Sağlık ve Refah (Health & well-being)
3	Bariş ve uzlaşma (Peace & reconciliation)
4	Dayanışma (Solidarity)
5	İnsan hakları (Human rights)
6	Çocuk güvenliği (Child safeguarding)
7	Taraftar ilişkileri (Supporter relations)

TFF'nin Resmi İnternet Sitelerinde Yer Alan Sosyal Sorumluluk Projeleri

Türkiye Futbol Federasyonu (TFF) resmi internet sitesinde sosyal sorumluluk başlığı altında ayrı bir bölümün olmadığı, ancak TFF sosyal sorumluluk yaklaşımını ve projelerini ilgili basın bültenleri kısmında haber olarak yer aldığı görülmektedir. Bu sebepten veriler TFF'nin sosyal sorumluluk uygulamaları TFF'nin ve diğer internet sitelerinin haber bölümlerinin taranmasıyla elde edilmiştir.

TFF Sosyal Sorumluluk Uygulamaları

Mini futbol sahaları projesi ile TFF'nin sosyal sorumluluk projeleri içerisinde suni çimleri ile tel örgülerin finansmanını sağlayarak, Türkiye Futbol Federasyonu ile Sosyal Hizmetler ve Çocuk Esirgeme Kurumu (SHÇEK) işbirliği ile Çocuk Esirgeme Kurumu Yurtlarına mini futbol sahalarının inşa edilmesi, ülkedeki çocuklara futbol oynama fırsatı ve eşitliği vermesi bakımından önemli görülmektedir. Bu proje ile Türk futbolunun kalıcı başarı elde edebilmesinin yolunun kurumsal yapıya kavuşmasından geçtiğini ve Türkiye'de futbol bilincinin gelişmesi için çalışan sosyal bir merkez olacağı düşünülmektedir. UEFA tarafından

da ödüllendirilen Hat-Trick sosyal sorumluluk projesi, TFF'nin belirleyeceği program çerçevesinde antrenör desteğiyle eğitim boyutunu da içermektedir (TFF, 2008).

Türkiye futbol oynuyor projesi ile Milli Eğitim Bakanlığı ve TFF tarafından gerçekleştirilen projede 7-15 yaşlarındaki 16 milyon gence futbol oynama olanağı sağlanması ve okul futbolunun geliştirilip yaygınlaştırılmasını amaçlamaktadır. Spor altyapısının yeterli olmadığı düşüncesiyle başlatılan proje "*Tek bir amacımız var, istikbalimizi emanet edeceğimiz gençleri nitelikli yetiştirmek*" ifade edildiği görülmektedir. Çocukları donanımlı, sağlam ve hayata karşı dirençli hale getirmek gerektiğini vurgulanmaktadır (TFF, 2009).

Herkes için futbol projesi ile bayanlarda futbolun yaygınlığı ve gelişimi arttırmak istenmektedir. Ayrıca TFF'nu, kız çocuklarının futbola katılımını sağlamak için futbol okulları, küçük saha ligleri ve ilköğretim okulları etkinlikleri düzenlemeyi hedeflemektedir. UEFA tarafından 2004 yılında oluşturulan Grassroots Charter yıldız sisteminde, ülkelerin Grassroots faaliyetleri değerlendirildiği, bu sisteme üye olan ülkeler, bir yıldızlık temel seviyeden başlayarak bayan futbolu gelişimi, engelliler başta olmak üzere sosyal sorumluluk projeleri ile bu faaliyetlerinin teşvik edilmesi konularındaki çalışmalarıyla birer yıldız almaya hak kazandığı sistemde ülke olarak da yer alındığı görülmektedir (Beinsport, 2021).

Çocuklar için futbol projeleri ile TFF ve Ülker birlikte düzenledikleri sosyal sorumluluk projesi kapsamında çocuklara futbol okulları kurarak buralardan profesyonel futbolcu yetiştirmeyi, çocukları futbol platformunda birleştirerek sosyal, kültürel ve kişisel gelişimlerine önemli katkılar sağlamayı hedefleyen bu projede çocuklar, uzmanlar eşliğinde düzenlenen eğitim programıyla futbol eğitiminin yanı sıra futbolun özünde var olan kardeşlik, centilmenlik, paylaşma ve dayanışma gibi temel konularda da eğitim alması amaçlanmaktadır. Burada futbol yeteneklerini geliştirmekle birlikte kardeşlik, centilmenlik, paylaşma ve dayanışma ruhu, oyun sevgisi ve fair-play ruhu geliştirilerek kişilik gelişimlerine destek olunmaktadır. Bu proje ile iyi bir futbolcu olmak ile birlikte, iyi bir taraftar ve sporsever olma da öğretilmektedir (Ülker, 2021).

TFF'den Süper Lig'e kadın hakem projesi ile TFF'nin cinsiyette pozitif ayrımcılık ile kadın futbolu desteklenmektedir. Kadın milli takımımızın maçlarının da artık canlı olarak yayınlandığı, artık kadın hakemlerin de sahalarda yerini alması için Süper Lig'e kadın hakem projesi başlatılmıştır.

TFF'den eğitime destek projesi ile TFF, Toplumsal Gelişim Merkezi Eğitim ve Sosyal Dayanışma Derneği (TOGEMDER)'in iki özel eğitim anaokulu ve mini futbol sahalarının yapılarak TFF ile TOGEMDER arasında hafif zihinsel engelli çocukların erken yaşta eğitim ile hayata adapte edilmesinin amaçlandığı projenin protokolü ile iki özel eğitim anaokulunun ve futbol sahasının yapılmıştır. Bu okullara gidecek engelli çocukların, erken yaşta alacakları özel eğitim sayesinde, hayata dezavantajlı başlamaktan büyük ölçüde kurtulacağı düşünülmektedir (Milliyet, 2015).

Tablo 3. TFF'nin Sosyal Sorumluluk Projeleri

Sıra Nu.	Sosyal Sorumluluk Proje Konusu
1	Mini futbol sahaları projesi
2	Türkiye Futbol Oynuyor projesi
3	TFF'den Eğitime Destek Projesi
4	TFF'den Süper Lig'e kadın hakem projesi
5	Çocuklar İçin Futbol Projeleri
6	Herkes İçin Futbol Projesi

Tablo 4. FIFA, UEFA ve TFF'nin Sosyal Sorumluluk Projeleri

Sıra Nu.	Sosyal Sorumluluk Proje Konusu	Proje Makamı
1	Çocukların korunması	
2	Çocuk hakları	
3	Çocukların yararına hareket edilecek	FIFA
4	Her türlü ayrımcılık ve ırkçılığa engel olmak	
5	Ulusal mevzuata uygun olarak ve birincil endişe olarak çocuğun yüksek yararı	
6	Çevre (Environment)	
7	Sağlık ve refah (Health & well-being)	
8	Barış ve uzlaşma (Peace & reconciliation)	
9	Dayanışma (Solidarity)	UEFA
10	İnsan hakları (Human rights)	
11	Çocuk güvenliği (Child safeguarding)	
12	Taraftar ilişkileri (Supporter relations)	
13	Mini futbol sahaları projesi	
14	Türkiye futbol oynuyor projesi	
15	TFF'den eğitime destek projesi	
16	TFF'den Süper Lig'e kadın hakem projesi	TFF
17	Çocuklar için futbol projeleri	
18	Herkes için futbol projesi	
19	Engellilerin korunması	

TARTIŞMA VE SONUÇ

UEFA, FIFA ve TFF gibi spor örgütlerinin faaliyet gösterdikleri ekonomik ve sosyal çevrede gerek ulusal gerekse de uluslararası izledikleri politika ve aldıkları kararlar farklı şekillerde toplumları etkilemektedir. Bu sebeple bu örgütlerin alacağı “*sosyal sorumluluk*” “*iş ahlakı*” “*doğal çevreye duyarlılık*” gibi kararlar bireyleri ve toplumlar için önemli etkiler sonuçlar meydana getirebilmektedir (Koçer, 2014).

Günümüzde teknolojinin gelişmesi, pandemi süreci insanları internete yönlendirmiştir. İnternette alışveriş, internetten yemek siparişi, internetten haberlerin izlenmesi, çevrimiçi olarak oyunlar, film, dizi, eğlence sektörü hep internet üzerinden gerçekleştirilmektedir. Araştırmalar bilgi edinme başvurular hep internet üzerinden yapılmaktadır. Bununla birlikte bilgi paylaşımı da internet üzerinden yapılmaktadır. Dijital çağ olarak yaşadığımız bu günlerde resmi internet siteleri insanlar için bilgi edindiği, öğrendiği ve farkındalık oluşturulduğu önemli adresler haline gelmiştir. Bu sebepten de bu paylaşımın bir anda

milyonlarca insana ulaşması ve sürekli olarak yayında kalması anlamında önem arz etmektedir. Böyle ulusal ve uluslararası kurumların internet sitelerini güncel ve görsel olarak insanların algısına hitap eden bir yapıda olması gerekmektedir.

İşletmelerin faaliyet gösterdikleri alanda amacı mal/hizmet üretmek ve müşterileri beklentilerini karşılamanın yanı sıra, işletme çevrelerinin sorunlarına çözüm üretmek gibi yükümlülükleri de bulunmaktadır. İşletmenin çevresine karşı yükümlülükleri kurumsal sosyal sorumluluk olarak tanımlanmaktadır. İşletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk kapsamında iç ve dış çevreleri olan hissedarlar, yöneticiler, çalışanlar, toplum, devlet, müşteriler, tedarikçiler, rakiplerdir (Koçak, 2019). Yöneticilerin kurumsal sosyal sorumlulukları kapsamında tüm bu paydaşların beklentilerini karşılayacak projeler üretmesi beklenir.

Sosyal sorumluluk kapsamında Türkiye altyapı futbolcu yetiştiriciliğine önem veren Altınordu Futbol Kulübünün sosyal sorumluluk yaklaşımları da örnek olarak gösterilebilir. *“İyi Birey, İyi Vatandaş, İyi Futbolcu”* sloganı ana başlıkları altında değerleri ortaya koyarak birçok sosyal sorumluluk projeleri gerçekleştirdikleri görülmektedir. Bunlardan bazıları, *“Çocuklar İçin Futbola Şans Ver”* 8 Avrupa kentinde eş zamanlı olarak başlayan sosyal yönden dezavantajlı çocukları topluma kazandırmak amacıyla hazırladıkları uluslararası proje, *“Koşamayanlar İçin Koştuk”* dünyanın en büyük sosyal sorumluluk hareketlerinden biri olan Wings For Life'teki katılımı, LÖSEV'in farkındalık yaratma amaçlı kampanyasına verdiği destek, Sosyal yardımlaşma projeleri, Görme engelliler gününde ziyaret ile farkındalık yaratma çabalarıdır (Altınordu Haberler, 2021). Ayrıca Türkiye Futbol Federasyonu'nun üyesi olduğu Grassroots Charter tarafından gerçekleştirdiği *“Kardeşlik Engel Tanımaz”, “Engel Tanımayanlar”, “Sosyal Hizmetler ve Çocuk Esirgeme Kurumu Şenliği”, “Özel Olimpiyatlar Karma Futbol Turnuvası”* ve *“Haydi kızlar futbola”* gibi sosyal sorumluluk projeleri nedeniyle ödüllendirildiği görülmüştür (Beinsport, 2021).

Bu gibi projelerle kurumsal sosyal sorumluluk yaklaşımı ile hareket eden, çevreye duyarlı işletmeler, müşteri memnuniyeti ve sadakatinin oluşması, toplum nezdinde itibar kazanmak, kurumsal değer ve güvenin artması gibi faydalar sağlamak istemektedir (Koçak, 2019). Doğan'ın (2014) de yaptığı araştırmada işletmelerin maksimum kar yaklaşımının ötesinde kurumsal sosyal sorumluluk yaklaşımının işletme ve toplumun geleceği için önemli olduğu gerçeği esas alınmaktadır. Bu kapsamda uluslararası organizasyonlarda özel ve sivil toplum kuruluşları tarafından gerçekleştirilen ve sürdürülen sosyal sorumluluk girişimleri toplum yaşantısının sosyo-ekonomik yapılanmasında önemli bir yerinin olduğu değerlendirilmektedir (Doğan, 2014).

Ayrıca işletmelerinin gerçekleştirdikleri sosyal sorumluluk faaliyetlerinin tüketicilerinin marka tercihlerine etkisinin olduğu belirlenmiştir (Sucu, 2020). Buda sosyal sorumluluk faaliyetlerinin işletmelerin toplum nezdinde olumlu karşılanmasına, işletmenin marka değerine de katkı yapmasına neden olarak her iki taraf içinde kazanç anlamını taşımaktadır.

Yapılan başka bir araştırmada işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyet ve uygulamalarının toplumsal olarak daha iyi bir sosyal çevre sağlamalarının, imajlarına ve kurum değerlerine katkı yapacağı görülmüştür. İşletmelerin toplumsal olaylara duyarlı davranması ve toplumun sorunlarına çözümler üretmesi kurum imajına ve çalışan tatminine fayda sağlayarak işletmeye olumlu katkı yapacağı ortaya konulmuştur (Bakan ve ark., 2018).

Araştırma kapsamında FIFA, UEFA ve TFF resmi internet sitelerinde sosyal sorumluluk uygulamaları karşılaştırılmıştır. Karşılaştırma sonucunda FIFA ve UEFA'nın resmi internet sitesinde sosyal sorumluluk olarak ayrı bir bölüm varken, TFF resmi internet sitesinde ayrı bir bölümün olmadığı sosyal sorumluluk ile ilgili basın bültenleri kısmında haber olarak yer aldığı görülmektedir. TFF'nin internet sitesinin FIFA ve UEFA internet sitelerine göre görsellik ve işlevsellik bakımından karşılaştırıldığında FIFA ve UEFA'nın internet sitesinin sosyal sorumluluk paylaşımlarının daha etkili olduğu söylenebilir. Bu açıdan TFF internet sitesinin görsellik ve işlevsellik açısından geliştirilmesinin faydalı olacağı, sosyal sorumluluk uygulamaları içinde ayrı bir sekme açılarak sosyal sorumluluk uygulamalarının anlatılması gerektiği değerlendirilmiştir. Ayrıca TFF tarafından yapılan projelerin sürekliliği ve devamlılığının sağlanması gerekmektedir. Popülist yaklaşımlardan uzak gerçekçi ve uygulanabilir, sürdürülebilir sosyal sorumluluk projeleri ile genel ve her zaman olması gereken sosyal sorumluluk yaklaşımlarının belirlenerek ortaya konulmasının gerekli olduğu düşünülmektedir.

Araştırma sonucunda UEFA, FIFA gibi üyelerinin çeşitliliği ve fazlalığı uluslararası ya da kıtasal kapsayıcılığı değerlendirildiğinde daha geniş kitleleri hedef alan ve kapsayıcılığı bakımından daha kitlesel ve geniş yelpazede sosyal sorumluluk projeleri gerçekleştirdikleri değerlendirilirken, TFF'nin sosyal sorumluluk projelerinin kurumun kapsayıcılığı bakış açısından daha bölgesel ya da dar alan ve konularda gerçekleştirdiği görülmektedir. Bu kuruluşların sosyal sorumluluk projelerinin çocukların korunması ve yararına hareket edilmesi, ırkçılığı ve ayrımcılığı engelleme, çevrenin korunması, barış ve uzlaşma, insan hakları, çocuk güvenliği, eğitime destek, sağlıklı yaşam için sporu yaygınlaştırma gibi alanlarda yoğunlaştığı tespit edilmiştir.

KAYNAKLAR

- Abdioğlu, H. (2007). İşletmelerde Kurumsal Yönetim Anlayışı Kapsamında İç Denetimin Rolü ve İMKB-100 Örneği. (Doktora tezi). İstanbul: Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Açıkgöz, S., ve Edin, İ. (2018). Kaosun Örgütsel Değişim Üzerindeki Etkisi: Profesyonel Kulüpler Üzerine Bir Araştırma. *Spor ve Performans Araştırmaları Dergisi*, 9(1), 1-17.
- Altınordu haberler, (2021). Sosyal Sorumluluk kapsamında yapılan haberler. <https://www.altinordu.org.tr/Haber>. Erişim tarihi: 06.07.2021.
- Altunışık, R., Coşkun, R., Bayraktaroğlu, S. ve Yıldırım, E. (2012). Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri SPSS Uygulamalı (7. Baskı). Sakarya: Sakarya Yayıncılık
- Apaydın, F. (2007). Örgütlerde Kurumsallaşma ve Adaptif Yeteneklerin Pazarlama Eylemlerine ve Örgütsel Performansına Etkileri. Gebze: Gebze Yüksek Teknoloji Enstitüsü Sosyal Bilimleri Enstitüsü.
- Apaydın, F. (2008). Kurumsallaşmanın Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerin Performansına Etkisi. *ZKÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, 121-145.
- Aydın, A. (2018). Aile Şirketlerinde Değişim ve Kurumsallaşma. İstanbul: Ceres yayınları.

- Bakan, İ., Doğan, İ. F., Koçdemir, M. & Oğuz, M. (2018). Kurumsal Sosyal Sorumluluk, Kurumsal İmaj ve İş Tatmini İlişkisi. *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 5(12), 205-226. Retrieved from <https://dergipark.org.tr/tr>
- Beingsports. (2021). TFF'ye 3. Yıldız. <https://tr.beingsports.com/haber/tffye-3-yildiz>. Erişim tarihi: 08.08.2021.
- Büyüköztürk, Ş. (2010). Bilimsel Araştırma Yöntemleri. Ankara: Pegem.
- Coşkun, O. (2014). Pazarlamasyon. Pazarlamasyon: <http://www.pazarlamasyon.com/is-dunyasi/kurumsal-sosyal-sorumluluk/turkiyenin-markalasmis-sosyal-sorumluluk-projeleri/> Erişim tarihi: 29.09.2018 adresinden alınmıştır
- Çivi Dişlioğlu, G. ve Aslantaş Ateş, B. (2021). Kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri ve finansal performans arasındaki ilişki: Büyük mağazacılık sektöründe uygulama. *Afyon Kocatepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 23(1), 74-93. DOI: 10.33707/akuiibfd.735622
- Doğan, N. (2014). Kurumsal sosyal sorumluluk girişimleri. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 10(1-2), 517-538. Retrieved from <https://dergipark.org.tr/tr/pub/selcuksbmyd/issue/11299/135128>
- FIFA, (2021). FIFA Guardians Toolkit. <https://www.fifa.com/what-we-do/fifa-guardians/#web-07>. Erişim Tarihi: 28.04.2021.
- Goetsch, D.L. ve Davis S. (2013). Quality Mnagement for Organizational Excellence Toplam Kalite Yönetimi (Çeviri Ed. Doğan İpekligil Ö. ve Topoyan M.2016) (7. Basım). Nobel Yayıncılık. Ankara.
- Gürbüz S, Şahin F. (2018). Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri (5. Baskı). Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Hamil, S., Walter, G., ve Watson, L. (2010). The model of governance at FC Barcelona: balancing member democracy, commercial strategy, corporate social responsibility and sporting performance. *Soccer ve Society*, 475-504.
- Koçak R. D. (2019). Yönetim ve Organizasyon (Editör: Bingöl D.). Atatürk Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayını, ISBN: 978-605-7638-32-8, Erzurum.
- Koçer, T. (2014). İşletme Yöneticiliği. Beta Yayınları. İstanbul.
- Milliyet, (2015). TFF, Eskişehir ve Aksaray'da TOGEMDER'in açacağı 2 okul ve mini futbol sahalarının yapımını üstlendi. <https://www.milliyet.com.tr/gundem/tff-den-egitime-destek-projesi-2069502> Erişim tarihi: 08.08.2021.
- Nakip, M. ve Yaraş, E. (2017). Pazarlamada Araştırma Teknikleri ve SPSS Uygulamalar (4. Baskı). Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Önder, Ş., ve Kaya, E. (2018). İşletmelerin Kurumsal Sosyal Sorumluluk Uygulamalarında Kurumsal Yönetim Yapılarının Etkisi: BİST 100 Üzerine Bir Uygulama. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, 155-170.
- Sucu, İ. (2020). Kurumsal Sosyal Sorumluluk Kampanyalarının Marka İmajına Etkisi: Türkcell Markası Örneği. *Yalova Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(21), 1-8. Retrieved from <https://dergipark.org.tr/tr/pub/yalovasosbil/issue/57136/725893>.
- TFF, (2008). Yurdumuzda Güzel Şeyler Oluyor" projesinde üçüncü saha açıldı. (<https://www.tff.org/default.aspx?pageID=228&ftxtID=3850>). Erişim Tarihi: 28.04.2021.

- TFF, (2009). Dev proje hayata geçti: 16 milyon genç futbolla buluşuyor. <https://www.tff.org/default.aspx?pageID=285&ftxtID=5925>. Erişim tarihi: 08.06.2021.
- Torlak, Ö. (2012). Sorumluluk Kavramları ve İşletmelerin Sosyal Sorumlulukları. F. D. Ömer Torlak içinde, İşletmelerde Sosyal Sorumluluk ve Etik (s. 2-25). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi.
- UEFA, (2021). Football and Social Responsibility. <https://www.uefa.com/insideuefa/social-responsibility>. Erişim Tarihi: 28.04.2021.
- Ülker, (2021). Toplumsal sorumluluk, Sosyal Sorumluluk, Çocuk ve Spor Platformu. <http://www.ulkerbiskuvinvestorrelations.com/surdurulebilirlik/toplumsal-sorumluluk/sosyal-sorumluluk.aspx>. Erişim tarihi: 08.08.2021.
- Yıldırım A, Şimşek, H. (2006). Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri (6. Baskı). Ankara: Seçkin Yayıncılık.