

KURUMSAL OTELLER VE SOSYAL SORUMLULUK PROJELERİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ

CORPORATE HOTELS AND EVALUATION OF SOCIAL RESPONSIBILITY PROJECTS

*Doç. Dr. Ahmet BÜYÜKŞALVARCI¹, Arş. Gör. Mustafa Cüneyt ŞAPCILAR¹, Ahmet
UYAROĞLU²*

¹ Necmettin Erbakan Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü

² Necmettin Erbakan Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı

mustafcuneyt@gmail.com

ÖZET

Bireyler, toplum ve çevre, turizm sektörü ve sektörde faaliyet gösteren işletmeler için en önemli unsurları oluşturmaktadır. İşletmeler tarafından bu unsurlara belirli ölçüde ve kriterlerde yatırım yapılmaktadır. Yapılan yatırımlar sosyal sorumluluk adı altında gerçekleştirilmektedir. Bu çalışmada turizm sektöründe faaliyet gösteren Dedeman Konya Hotel & Convention Center temel alınmıştır. Araştırmada görüşme tekniği kullanılarak, Dedeman Konya Hotel tarafından eğitim, sağlık ve kültür kapsamında yapılan sosyal sorumluluk projeleri değerlendirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Sosyal Sorumluluk, Dedeman Konya Hotel & Convention Center

ABSTRACT

Individuals, society and the environment are the most important factors for tourism sector and businesses active in the tourism sector. Businesses invest to these factors in certain extent and criteria. The investments are carried out under the name of social responsibility. In this study, Dedeman Konya Hotel & Convention Center is based which is active in the tourism sector. Social responsibility projects were evaluated by using interview techniques in research which were made within the scope of education, health and culture by Dedeman Konya Hotel & Convention Center.

Keywords: Social Responsibility, Dedeman Konya Hotel & Convention Center

1. GİRİŞ

Teknolojinin gelişmesi ve günden güne bu gelişmenin devam etmesi ile birlikte bilgiye ve bilgi kaynaklarına ulaşımın kolaylığı, bireylerin çevrelerinde ve dünyada meydana gelen olumlu veya olumsuz bütün gelişmeleri takip etmelerine ve bu olaylara daha hızlı bir reaksiyon gösterebilmelerine olanak sağlamaktadır. Aynı zamanda bireyler mal ve hizmet satın aldıkları tedarikçilerden kendilerine ve içerisinde yaşadıkları toplumlara katkı ve değer sağlamalarını beklemektedirler. Bu tür farkındalığın oluşması ile işletmeler elde ettikleri karlarının bir kısmını insana, topluma ve ülke/ülkelere yatırım yapmaktadır. Yapılan bu yatırımlar işletmelerin başarısını ve bilinirliğini artırıcı bir etmen olarak ortaya çıkmaktadır. Yapılan bu faaliyetler “sosyal sorumluluk” adı altında yapılmaktadır. Sosyal sorumluluk, işletmenin kendi amaçlarını gerçekleştirirken, ahlaki değerlere sadık kalması ve kaynaklarını içinde bulunduğu toplumu geliştirmede kullanması olarak ifade edilmektedir (Çelik, 2007: 62). Bir başka ifade ile sosyal sorumluluk, işletmenin işgörenleri ve tüketicileri/müşterileri başta olmak üzere faaliyetlerinden etkilenen tüm çevre unsurlarına karşı sorumlu üstlenmesi ve toplumdaki temel sosyal sorunlara çözüm üretilmesine katkıda bulunması olarak tanımlanabilmektedir (Eren, 1997: 99). Yapılan tanımlar ele alındığında sosyal sorumluluk, işletmelerin sosyo-ekonomik, hukuki, ahlaki ve gönüllü sorumluluklar üstlenmeleri gerekliliğini ifade eden detaylı bir kavramdır. Sosyal sorumluluk kavramını, üretimden tüketime kadar olan bütün aşamalarda yapılan faaliyetler nedeniyle, topluma zararlı etkileri açısından işletmeyi sınırlayan, toplum gönencine katkıda bulunmaya zorlayan ve bunu öngören politikalar, yöntemler ve eylemlerin benimsemesi şeklinde birleştirmek mümkündür (Pelit, Keleş ve Çakır, 2009: 20).

2. TEORİK BİLGİ

2.1. Kurumsal Sosyal Sorumluluk

En temel amaçları karlılık ve pazar paylarını artırmak olan işletmelerin, toplumda oluşan beklentilere karşı duyarlı olması bir işletme politikası haline gelmiştir. İşletmelerin sadece üretim aşamasında değil, bir ürünün son müşteriye/tüketicie ulaşmasından ve kullanımdan sonra oluşabilecek zararlı faaliyetleri kısıtlayan, işletmelerin faaliyete bulunduğu çevreyi koruma ve geliştirme konusunda yükümlülükleri bulunmaktadır (Aydemir, 1999). Bu yükümlülükler işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluğu çerçevesinde süreklilik arz eden kalkınmaya yardım eden niteliktedir. Kurumsal sosyal sorumluluk, işletmelerin üretim odaklı olduğu, faaliyetlere verimlilik ve ekonomiklik açısından bakıldığı, Adam Smith’in maksimum kar anlayışının yerini topluma sorumlu davranılması anlayışına bırakmasının bir sonucu olarak ortaya çıkan bir kavramdır (İlic, 2010: 305).

Kurumsal Sosyal Sorumluluk (Minareci, 2007: 62);

- Sadece bir hayırseverlik çeşidi değildir. Uzun vadeli amaçları destekleyen tutarlı bir politikadır.
- Sadece bir proje değildir. Sosyal ihtiyaç ve konuları saptamayı amaçlayan bir yönetim yaklaşımıdır.
- İyi niyetten ibaret değildir. Sosyal liderlik gerektirir.
- Sahte bağlılık değildir. İcraat gerektirir.
- Bir çeşit harcama değildir. Geri dönüşümü olan bir yatırımdır.
- Kar getirmesi beklenen bir yatırım değildir. Sadece karlılığı sağlayacak ve koruyacak bir yatırımdır.

Konaklama işletmelerinin sosyal sorumluluk alanları işletme içi ve işletme dışı olarak ayrılabilmesi gibi teknolojik, doğal, politik, ekonomik, sosyal, kültürel, psikolojik, yasal başlıklarda da ele alınabilmektedir. Konaklama işletmelerinin sosyal sorumluluğu zaman içinde toplum tarafından işletmelere yüklenen ekonomik, yasal, ahlaki ve isteğe bağlı görevleri kapsamaktadır. Bu sorumlulukları aşağıdaki şekilde sınıflandırmak mümkündür (Türker ve Uçar, 2013: 158; Karatepe, 2008: 88-89):

- Hissedarlara karşı sorumluluklar,
- Müşterilere karşı sorumluluklar,
- İşgörenlere karşı sorumluluklar,
- Devlete karşı sorumluluklar,
- Rakiplere karşı sorumluluklar,
- Tedarikçilere karşı sorumluluklar,
- Doğal çevreye karşı sorumluluklar,
- Topluma/halka karşı sorumlulukları.

Carroll'a (1991: 40) göre, dört farklı sosyal sorumluluk türü kurumsal sosyal sorumluluğu oluşturmaktadır. Bunlar; ekonomik, yasal, ahlak ve hayırseverlik (gönüllü) yönlü sosyal sorumluluklar olarak sıralanabilir (Balı ve Cinel, 2011: 50-52):

Ekonomik yönlü sosyal sorumluluk yüklenen işletmeler, ekonomiye katkıda bulunarak sosyal sorumluluklarını yerine getirdiklerini düşünmektedirler. Ekonomik sorumluluklara göre bu işletmeler karlı olmak zorundadır ve bu yön en önemli aşamayı oluşturmaktadır.

Yasal yönlü sosyal sorumluluk yüklenen işletmeler, ekonomiye katkıda bulunmanın yanı sıra yasaların gerektirdiği sosyal sorumlulukları da yerine getirmektedirler. Yasal sorumluluk ilkelerine göre işletme karlı olmakla birlikte kanunlara uymak zorundadır.

Ahlak yönlü sosyal sorumluluk yüklenen işletmeler, yasal sorumluluklarını yerine getirmekle yetinmezler, kendilerini ahlaki anlamda sorumlu olarak görmektedirler. Sosyal sorumlulukları yasal bir zorunluluk olarak değil bir ahlak göstergesi olarak ifade edilmektedir. Ahlaki sorumluluklara göre işletme kar edip yasalara uyarken aynı zamanda ahlaki kurallara uymakta, zarar vermekten kaçınmaktadır.

Hayırseverlik yönlü sosyal sorumluluk yüklenen işletmeler gönüllü olarak sosyal sorumluluk projelerinin içinde yer almaktadırlar. Kendilerini bağlayan ekonomik, yasal ya da ahlaki değerlerin ötesinde gönüllü olarak kaynaklarını ayırmaktadırlar. Bu işletmeler iyi birer kurumsal vatandaşdır ve toplumun yaşam kalitesini arttırmak için çaba göstermektedirler.

Kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin, kuruluşlara sağladığı kazanımlar ve avantajlar incelendiğinde; sosyal kimlik oluşturma, rekabet üstünlüğü elde etme, şirket bağlılığı yaratma, itibar sağlama ve markalaşma konularının daha çok ön plana çıktığı görülmektedir. Kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin öne çıkan bu avantajlarının yanı sıra kurumun hisse senetlerinde değer artışı, marka değeri oluşturma, etkin risk yönetimi, hassas yatırımcı ve finansman kaynaklarına ulaşma, nitelikli çalışanı cezp etme, kurumsal öğrenme ve yaratıcılık, kurumsal imajın olumlu anlamda değer kazanması, karlılıkta artış, toplumsal saygınlık kazanma, müşteri sadakati, yeni pazarlara girme kolaylığı, verimlilik ve kalite artışı, işbirliklerinin gelişimi ile rekabet üstünlüğünü elde etmesine olanak sağlamaktadır (Aktan ve Börü, 2007: 29-30; Özkol, Çelik ve Gönen, 2005: 137-138).

Kurumsal sosyal sorumluluğun avantajlarının bulunmasının yanında; sosyal faaliyetlerin ürün maliyetlerine yansıtılmasıyla fiyatlar artmakta böylece pazar kaybına neden olabilmesi, sosyal faaliyetler için yeni insan kaynağına ihtiyaç duyulabilmesi, kuruluş sahip, ortak veya yöneticilerinin, sosyal konulara gereğinden fazla duyarlı davranmaları örgütsel amaçlardan uzaklaşmasına neden olabilmesi gibi riskleri ve dezavantajları da bulunmaktadır (Çelik, 2007: 79).

Sosyal sorumluluk alanında yapılan çalışmalar incelendiğinde, Öztürk ve Ayman (2008) tarafından kurumsal sosyal sorumluluk kapsamında Türkiye'deki özel işletmelerin gerçekleştirdiği sosyal girişimleri araştırmak amacıyla web siteleri analiz edilmiştir. Çalışmada öncelikle kurumsal sosyal sorumluluk ve sosyal girişim kavramlarının açıklamasına yer verilmiştir. Daha sonra Türkiye'deki özel işletmeler içerisinden örneklem alınarak bu işletmelerin kurumsal web sayfalarında yer alan kurumsal sosyal sorumluluk kapsamındaki sosyal girişimler araştırılmıştır. Araştırma sonucunda elde edilen verilerle Türkiye'deki sosyal girişim uygulamalarının gelişimini göstermekte ve tercih edilen tür ve alanları öne çıkarmakta, özellikle sivil toplum kuruluşları ile yapılan ortaklıkları ortaya koymaktadır. Ayrıca işletmelerin bu tür uygulamalara yer vermesi, itibar kazanma ve toplum tarafından beğenilme eğiliminde olduklarını göstermektedir. Uygulamaların türleri açısından değerlendirildiğinde büyük bir çoğunluğunun sponsorluk ve hayırseverlik çalışmalarından oluştuğu tespit edilmiştir.

Özalp, Tonus ve Sarıkaya (2008), iktisadı ve idari bilimler fakültesi öğrencilerinin kurumsal sosyal sorumluluk algılamalarını belirlemek amacıyla bir araştırma yapmıştır. öğrencilerin sosyal sorumluluğun önemini algılamalarının demografik özelliklerden özellikle cinsiyete göre farklılaşma gösterdiğine, ayrıca iktisadı ve idari bilimler fakültesinde farklı bölümlerde okuyan öğrencilerin algılama farklılıklarının olduğu tespit edilmiştir.

Atesoğlu ve Türker (2010) Muğla ilinde faaliyet gösteren konaklama işletmelerinin sosyal sorumluluk faaliyetlerine bakış açılarını, ne tür sosyal sorumluluk faaliyetleri gerçekleştirdiklerini, gerçekleştirilen bu faaliyetlerin işletmelere ne tür katkıları olduğunu belirlemek amacıyla bir çalışma gerçekleştirmişlerdir. Araştırma sonuçlarına göre sosyal sorumluluk faaliyetlerine birçok işletme tarafından katılım gösterdiği tespit edilmiştir. Konaklama işletmelerinin özellikle çevrede oluşan olumsuzluğu ortadan kaldırmak amacıyla çevre sorunlarına yönelik sosyal sorumluluk faaliyetlerine öncelik verdiği belirlenmiştir. Bununla birlikte Konaklama işletmelerinin, yerel halkın sorunlarına, toplumsal olaylara, kültürel gelişime yönelik sosyal sorumluluk faaliyetlerine yeterince önem vermedikleri gözlemlenmiştir.

3. YÖNTEM

Kamuoyunda işletmelerin yapmış oldukları faaliyetlere karşı farkındalık oluşturmak amacı ile yapılan araştırma, Konya ilinde faaliyet gösteren Dedeman Konya Hotel & Convention Center uygulama alanı olarak seçilmiştir.

Konya ili merkezinde yer alan Dedeman Konya Oteli 2006 yılından beri 206 odası ve müşteri memnuniyeti odaklı personeliyle misafirlerine hizmet vermektedir. Ayrıca 12 toplantı salonu ve 2 restoranı, Roof restoran, Türk hamamı, fitness merkezi, 2 yüzme havuzu ve squash bulunmaktadır. Çalışmada nitel araştırma yöntemleri arasında değerlendirilen görüşme tekniği kullanılmıştır. Konya Dedeman Oteli İnsan Kaynakları departmanında faaliyet gösteren yöneticilere yapmış oldukları sosyal sorumluluk faaliyetleri ile ilgili açık uçlu sorular yöneltilmiş ve cevaplamaları istenilmiştir. Elde edilen bulgulara sonuç kısmında değinilmiştir.

4. BULGULAR VE TARTIŞMA

Dedeman Konya Otel'in bulunduğu şehre ve ülkeye karşı sorumluluk bilinciyle birçok sosyal sorumluluk projesine imza attığı tespit edilmiştir.

Konya Karatay ilçesinde faaliyet gösteren Zübeyde Hanım Ana Okulu yenileme projesi bunlardan bir tanesidir. Bu okul gelir düzeyi düşük ailelerin çocuklarının okuduğu ve binadan kaynaklı sorunları olan bir okuldur. Yardım sever işadamlarının iş birliği ile yeni bir binaya kavuşan okulda 110 civarı öğrenci öğrenimine devam etmektedir. Dedeman Konya Oteli binanın alçı ve boya işleri üstlenilmiştir, yenilenen boya çalışması sonucu okul öğretime sağlıklı ve temiz bir şekilde devam etmektedir.

Bir başka sosyal sorumluluk projesi ise; Sevgi Evleri Projesidir. Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığının Çocuk Esirgeme Kurumlarında hayatlarını devam eden çocukların toplumla birlikte yaşamasına öncülük edecek olan Sevgi Evleri Projesinde Dedeman Konya Otel yönetimi ve çalışanları gönüllü olarak görev almışlardır. Çocuk Esirgeme Kurumu tarafından Konya/Meram bölgesinde bir ev kiralanmıştır. Evde öncelikli olarak banyo, tuvalet ve su tesisatında yenileme çalışması yapılmıştır. Otel teknik servis personeli gönüllü olarak çalışmalarını gerçekleştirmiştir. Fayans, su tesisatları vb. malzemeler tedarikçiler tarafından ücretsiz temin edilmiştir. Banyo dolapları, mutfak dolapları, oturma takımı, beyaz eşyalar, perde, halı gibi malzemelerde Konya Dedeman Otelin organize ettiği firmalar tarafından ücretsiz olarak Sevgi Evine bağışlanmıştır. Çocukların bir aile ortamında yaşamasını sağlayacak, sıcak bir ev ortamı oluşturulmuştur. Tedarikçilerinden alınan bağışlar ve çalışanların gönüllü olarak görev aldığı proje kapsamında 6 öğrenci kiralanen evlerinde yaşamlarına devam etmektedir.

Dedeman Grubu, Cumhuriyetin 90. Yılında 90 öğrenciyle Ankara'ya ziyaret gerçekleştirilmiştir. Dedeman Grubu Otelleri faaliyet gösterdiği illerde bulunan ilköğretim okullarından belirlenen öğrencilerle Ankara gezisine katılmıştır. İlgili illerin İl Milli Eğitim Müdürlüklerinin belirlediği okullardan öğrenciler seçilmiştir. Dedeman Grubunun faaliyet gösterdiği İstanbul, Konya, Zonguldak, Denizli, Şanlıurfa, Gaziantep, Erzurum, Rize, Diyarbakır, Nevşehir illerinden seçilen öğrenciler geziye katılmıştır. Gezi başlamadan önce tüm öğrencilerin elbise ve ayakkabı ihtiyacı karşılanmıştır. Ankara faaliyet gösteren Dedeman Ankara otelinde konaklama yapılmıştır. Çankaya Köşkünde bulunan Atatürk Müzesi, Anıtkabir, 1. Meclis ve 2. Meclis gezisi gerçekleştirilmiştir. Dedeman Ankara Oteline öğrencilere eğlence düzenlenmiştir. Bir gece konaklama yapıldıktan sonra tüm öğrencilerin buldukları illere geri dönüşü sağlanmıştır. Bu gezi organizasyonu ile öğrenciler ilk kez Ankara'yı görme şansını elde etmişler ve ailelerine hoş anılarla teslim edilmişlerdir.

Dedeman Konya Otelde evlenen çiftlere, nesilleri kaybolmakta olan dünyaca ünlü Karetta Karetta Kaplumbağalarına dikkat çekmek amacıyla bir organizasyon düzenlenmiştir. Bu organizasyon kapsamında Otelde düğün yapan çiftlere Otel yönetiminin ücreti daha önceden ödenen Sertifikalar verilmiştir. Bu vesileyle tabiat varlıklarının kaybolmasına veya yok olmasına yönelik bir sosyal sorumluluk projesi daha gerçekleştirilmiştir.

Dedeman Konya Otel ve İzmir Eczacılar Odası tarafından gerçekleştirilen tarihi geçmiş ilaçların toplanıp bertaraf edilmesi projesinde de otel çalışanlarının bire bir katılımları sağlanmıştır. Doğaya zarar vermemesi için tarihi geçmiş ilaçlar İnsan Kaynakları tarafından yapılan organizasyonla toplanmış ve İzmir Eczacılar Odasına gönderilmiştir.

2010 yılından beri gerçekleştirilen "Atık Pillerin Toplanması" projesi ile doğaya karşı sorumluluk gereği atık piller Teknik Servis ofisinde toplanarak ilgili derneğe gönderilerek tekrar kullanılabilir pil olarak piyasaya sunulmaktadır.

5. SONUÇ

İnsan faktörünün en önemli unsur olduğu emek-yoğun turizm işletmelerinde sosyal sorumluluk faaliyetlerine yer verilmesi bir takım maddi ve manevi yükümlülükleri beraberinde getirmektedir. Bu tür faaliyetleri işletmelerin giderleri artırıcı bir kalem olarak ortaya çıkmaktadır. Bu gider artımıyla beraber işletmeler sosyal bir kimlik oluşmaktadır.

Kurumsallaşmış işletmeler; paydaşlarına karşı sorumluluklarına önem veren bir işletme olarak yani pay sahipleri dışında tedarikçilerine, müşterilerine, çalışanlarına, resmi makamlara ve elbette topluma karşı sorumluluk ve görevlerini yerine getiren bir işletme olarak ortaya çıkmaktadır. Karşılıklı faydaya dayalı ilişkilerden oluşan toplumsal düzen içinde sorumluluk, hem bireysel hem kurumsal anlamda toplum halinde yaşamının bir gereği olarak görülmektedir. Şehir ve imkânlar düşünüldüğünde 2006 ve 2015 yıl aralığındaki projelerin sayısı altı ile sınırlı kalmıştır. Bu sayısında Dedeman Konya Oteli açısından yeterli olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Genellikle bu tür projelerin gerçekleşmesine işletmelerin üst yönetim karar vermektedir. Üst yönetimin görevlendirdiği bir ya da iki personel sosyal sorumluluk projesini sahiplenerek yürütmektedir. Gönüllülük esasına dayalı olarak yürütülen bu projede, işletme organizasyon ve finansal destek sağlama noktasında destek verebilmektedir. Kurumun marka değeri ve güvenilirliği diğer işletmelerinde (tedarikçilerin) desteğini almasına neden olmaktadır.

Kalitesinin belirlenmesi soyut bir sektör olan (Güzel ve Kotan, 2013: 14) hizmet sektöründe faaliyet gösteren Dedeman Konya Hotel & Convention Center gibi kurumsal otel işletmeleri, imaj ve itibar yönetiminde etkili bir yol olan sosyal sorumluluk faaliyetlerinde doğru adımlar atarak kurum rekabet gücünü dolayısıyla varlığını sürdürmede kendilerini güçlü kılacaktır.

6. KAYNAKÇA

- Aktan, Ç. ve Börü, D. (2007). *Kurumsal Sosyal Sorumluluk, Kurumsal Sosyal Sorumluluk: İşletmeler ve Sosyal Sorumluluk*, İgiad Yayınları, İstanbul.
- Aydemir, M. (1999). “Sosyal Sorumluluk 8000 (Social Accountability 8000) Standardı”, *İzmir Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1(3), 1-11.
- Balı, S. ve Cinel, M. O. (2011). “Bir Rekabet Aracı Olarak Kurumsal Sosyal Sorumluluk”, *Odü Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 2(4), 45-60.
- Çelik, A. (2007). *Şirketlerin Sosyal Sorumlulukları, Kurumsal Sosyal Sorumluluk: İşletmeler ve Sosyal Sorumluluk*, İgiad Yayınları, İstanbul.
- Eren, E. (1997). *Stratejik Yönetim ve İşletme Politikası*, Der Yayınları, İstanbul.
- Güzel, D. ve Kotan, G. (2013). “Kütüphanelerde Hizmet Kalitesi Ölçümü, Atatürk Üniversitesi Merkezi Kütüphanesi’nde Bir Uygulama”. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İİBF Dergisi*, 2, 11-24.
- İlic, D. K. (2010). “İşletmelerin Kurumsal Sosyal Sorumluluk Düzeylerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Literatür Taraması”, *Ege Akademik Bakış*, 10(1), 303-318.
- Karatepe, S. (2008). “İtibar Yönetimi: Halkla İlişkilerde Güven Yaratma”, *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(23), 77-97.
- Minareci, Y. (2007). “Turizm İşletmelerinde Kurumsallaşma ve Sosyal Sorumluluk: Otel İşletmelerinde Bir Uygulama”, *Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir*.
- Özalp İ., Tonus, H. Z. ve Sarıkaya, M. (2008). “İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Öğrencilerinin Kurumsal Sosyal Sorumluluk Algılamaları Üzerine Bir Araştırma”, *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(1), 69-84.
- Özkoç, E., Çelik, M. ve Gönen, S. (2005). Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve Muhasebenin Sosyal Sorumluluğu, *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, Sayı:27, 134-145.

Kurumsal Oteller ve Sosyal Sorumluluk Projelerinin Değerlendirilmesi

- Öztürk, M. C. ve Ayman, M. (2008). “Türkiye’de Özel Sektör ve Sosyal Sorumluluk Projeleri”, *İLETİ-ŞİM: Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi*, Sayı: 9, 145-163.
- Pelit, E., Keleş, Y. ve Çakır, M. (2009). “Otel İşletmelerinde Sosyal Sorumluluk Uygulamalarının Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma”, *Yönetim ve Ekonomi*, 16(2), 19-30.
- Türker, N. ve Uçar, M. (2013). Konaklama İşletmelerinin Sosyal Sorumlulukları, *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 5(3), 155-183