



## Coronavirüs Nedeniyle Türkiye’de Firmaların Yaptığı Kurumsal Sosyal Sorumluluk Uygulamaları Üzerine Bir İnceleme

### *Corporate Social Responsibility due to Covid-19: An Investigation of Firms in Turkey*

Ayşegül BABAĞLU<sup>1</sup>

#### Özet

*Dünyayı etkileyen covid-19 salgını nedeniyle devletin yasakları nedeniyle evlerinde kalmak zorunda olan insanlar için Türkiye’de faaliyette bulunan şirketlerin hangi alanlarda nasıl yardım ettiklerini tespit etmek amaçlanmaktadır. Bu çalışma ile Covid-19 pandemi sürecinden olumsuz etkilenen insanlara şirketler tarafından gerçekleştirilen gerek maddi gerekse manevi olarak yapılan yardımların ihtiyaç sahiplerine yerinde ve zamanında ulaştırılması şirketlerin gerçekleştirdiği kampanyaların önemini ve şirket imajına KSS Çalışmaları ile farkındalık yaratarak toplumun yanında olduğunu belirtmesi müşteri sadakatine vurgu yapılması noktasında önem arz etmektedir. Türkiye’de ilk vakanın tespit edildiği 11 Mart ile 11 Mayıs 2020 tarihleri arasında covid-19 salgını nedeniyle işletmelerin yaptıkları kurumsal sosyal sorumluluk kampanyaları ele alınmıştır. Araştırma da kaynak taraması yöntemi kullanılmıştır. Amaçlı örnekleme yöntemi ile seçilen farklı sektörde faaliyet gösteren 27 şirketin covid-19 pandemi sürecinde devlete ve topluma yönelik yaptıkları sosyal sorumluluk çalışmaları seçilmiştir. Covid-19 Pandemi süreci içerisinde birçok farklı sektörde faaliyet gösteren özel kuruluş sorumluluk üstlenerek toplum yararına çalışmalar yürütmüştür. Beyaz eşya, tekstil, akaryakıt, ulaştırma, konaklama, online alışveriş, içecek sektörlerinde üretim yapan şirketler ve bazı holdingler gerek nakdi veya aynı bağış olarak gerekse üretimlerini ihtiyaç olan ürünlere doğru kaydırmak suretiyle bu süreçte sosyal sorumluluk çalışmaları yapmışlardır.*

**Anahtar Kelimeler:** Sosyal Sorumluluk, Kurumsal Sosyal Sorumluluk, Corona virüs Pandemi Salgını, Kurumların Faaliyetleri

#### Abstract

*Due to the worldwide outbreak of Covid-19, this study aims to identify how businesses have helped those staying in the areas where businesses operate and where the state requested that people stay in their homes in Turkey. This study emphasizes the importance of the campaigns carried out by these companies to the people who were adversely affected by the Covid-19 pandemic, both financially and morally, to the needy, and to the sense of customer loyalty that creates awareness of the company image using Corporate Social Responsibility (CSR) studies. The CSR studies they carried out in order to provide financial and moral support to society were examined. A literature review method was used in the research. The social responsibility studies of businesses operating in different sectors were selected by a*

<sup>1</sup>Kocaeli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kocaeli, Türkiye

#### ORCID:

A.B.: 0000 0002 6999 1952

#### Corresponding Author:

Ayşegül BABAĞLU

#### Email:

aysegul33babaoglu@hotmail.com

**Citation:** Babaoğlu, A. (2021). Coronavirüs nedeniyle Türkiye’de firmaların yaptığı kurumsal sosyal sorumluluk uygulamaları üzerine bir inceleme. *Journal of Humanities and Tourism Research*, 11 (1): 118-134.

**Submitted:** 21.11.2020

**Accepted:** 11.12.2020

## Coronavirüs Nedeniyle Türkiye’de Firmaların Yaptığı Kurumsal Sosyal Sorumluluk Uygulamaları Üzerine Bir İnceleme

*purposive sampling method for the state and society during the Covid-19 pandemic process. During the Covid-19 pandemic, private organizations operating in many different sectors took responsibility and conducted studies for the benefit of society. Companies producing white goods, textiles, fuel/oil, transportation, accommodation, online shopping, beverages, and other holdings have carried out social responsibility activities in this process, either as cash, donations, or by shifting their production towards new necessities.*

**Keywords:** Social Responsibility, Corporate Social Responsibility, Corona Virus Pandemic, Activities of Institutions

### 1. GİRİŞ

Şirket ve toplum olarak birbirine yarar sunan; güven, dürüstlük gibi kavramları temel ilke edinen iletişim oluşturulması noktasında Kurumsal Sosyal Sorumluluk, üretim ve etkinliklerinin çevre ile toplumdaki pozitif ya da negatif yanlarının sorumluluğunu üstlenip, pozitif yanlarının genişletilmesi ve negatif yanların de olumluya dönmesi amacıyla şirketlerin sergiledikleri uğraşlar diye adlandırılabilir. Şirketler böylece, kendi iş etkinliklerinin neticesinde yükümlülüğünü almasıyla birlikte sosyal problemlerin çözümü için sergilediği uğraşlar hem toplumsal refahın gelişmesine hem de şirketlerin bir toplumdaki varlıklarını devam ettirebilmelerinin zeminini oluşturmaktadırlar. Kurumsal Sosyal Sorumluluğun dâhilinde hedef kitlelere, hissedarlara, iş görenlere, tedarikçilere, çevreye, devlete ve rakiplere yönelik yükümlülükler bulunmaktadır. KSS etkinliklerinde şirketlerin bu kavramlardan hangisine yöneleceği de toplum kültürü, beklenti ve ihtiyaçları ve benzeri farklı faktörlere dayandığından değişiklik sergilemektedir.

Kurumsal Sosyal Sorumluluk Sanayi devrimi öncesinde dini değerlere dayanan hayırseverlik düşüncesinden kaynaklandığı bilinmektedir. Sanayileşmenin arkasından görmezden gelinen işçi sınıfının kendileri için hak arayışları birtakım yasal düzenlemelerle şirketleri toplumun isteklerine karşı sorumluluk üstlenmeye yönlendirmiştir. Uzun bir zaman bu sorumluluk anlayışı çoğunlukla çalışanlarla sınırlı olmuş olsa da 1960’ların sonlarına doğru insanların şirketlerden isteklerinin değişmesiyle Kurumsal Sosyal Sorumluluk algısının eğitim, çevre, kültür, sanat ve sağlık ve benzeri konulara yönelik genişlemesine vesile olmuştur. Günümüzde ise kurumsal Sosyal Sorumluluk, sorumluluğu zorunlu kılan “hesap verebilirlik”, çevreyle dürüst ve açık iletişimin geliştirilmesi için “şeffaflık”, kaynakların bir sonraki kuşaklara ulaştırmak amacıyla “sürdürülebilirlik”, hak ve yükümlülüklerle ilgili “vatandaşlık” ilkeleriyle, bir kurumun iyi ve verimli olarak idare edilmesini amaçlayan “kurumsal yönetim”in zeminini var eden stratejik bir unsurdur.

Kurumsal Sosyal Sorumluluk; şirketlerin karlılık, devamlılık ve gelime hedefleri ve benzeri ekonomik yükümlülüklerden itibaren hukuki, etik ve gönüllü yükümlülüklerle doğru bir yöneliş takip etmektedir. Uyguladıkları etkinliklerle tüm bu amaçlara ulaşmaya çalışan şirketlerin, ilk olarak ekonomik yükümlülüklerini gerçekleştirmeden başka yükümlülüklerin var olması imkânsızdır. Ancak aynı süreçte hukuki, etik ve gönüllü sorumluluklar, şirketlerin ekonomik hedefleri noktasında sınır koyan bir yapıyı barındırmaktadır. Ekonomik kaynaklı olsun ya da olmasın bir şirketin uyguladığı herhangi bir faaliyet yalnızca o kurumun kendisini değil dış çevresini de etkilemektedir. Bu noktada günümüzde şirketlerin ürettikleri mal ve hizmetten çok sorumluluk davranışlarıyla ele alınmaktadır. Bu çalışmamızın amacı, Halk sağlığını tehdit eden covid-19 salgını nedeniyle evlerinde kalmak zorunda olan insanlar için büyük kuruluşların insanlara nasıl ve hangi alanlarda yardım ettiklerinin tespit edilmesidir. Çalışmanın teorik kısmında literatür taraması yöntemi kullanılarak bu bağlamda çalışmada veri toplama tekniği olarak yayımlanan kitaplar, süreli yayınlar, tez çalışmaları, dergi ve makaleler ele alınmıştır. İlk bölüm ve ikinci bölüm teori, üçüncü bölüm ise uygulama olmak üzere üç temel kısımdan oluşmaktadır. İlk aşamada Kurumsal Sosyal Sorumluluk Kavramı, ikinci bölüm de Corona Virüs Pandemi Salgını bilgilerine yer verilerek; araştırmanın bulunduğu üçüncü bölümde ise covid-19 salgını nedeniyle farklı sektörde faaliyet gösteren kurumların bu süreçte Kurumsal Sosyal

Sorumluluk etkinlikleri adı altında insanlara nasıl ve hangi alanda yardımda buldukları internet üzerinden elde edilen bilgilerin incelenmesiyle ortaya çıkarılacaktır.

## 2. KURAMSAL ÇERÇEVE

### 2.1. Kuramsal Sosyal Sorumluluk Kavramı

Sosyal sorumluluk kavramı, şirketlerin ekonomik, yasal ve etik noktasında sorumluluklarını yapması ve toplumun kendisinden beklentilerini imkânları elverdiği kadar gerçekleştirmesidir (Paşalı Taşoğlu, 2018: 80). Kurumsal sosyal sorumluluk ise; gönüllülük esasına dayanan iş faaliyetleri ve kurumsal kaynakların destekleriyle toplumun refah seviyesini yükseltmek amacıyla alınan sorumluluktur. Kotler'in ifadesi ile kurumsal sosyal faaliyetler, sosyal amaçlara destek sunmak ve kurumsal sosyal sorumluluk yükümlülüklerini gerçekleştirmek amacıyla kurum tarafından kabul edilen geniş ölçekli etkinliklerdir. Genellikle desteklenen sosyal hedefler şu şekildedir; eğitim, güvenlik, sağlık, çevre, istihdam, toplumsal ve ekonomik gelişme olarak belirtilmektedir (Kotler ve Lee, 2017: 3-4). İnsanların toplumsal düzende hayatlarını devam ettirme uğraşları ile paralellik gösteren hayırseverlik ya da yardımseverlik düşüncesi bu kavramın zeminini oluşturmaktadır. Bireysel menfaatlerini koruma haricinde diğer bireylere karşılık beklemeden el uzatma düşüncesi kiler arasında duygusal ilişkilerin var olmasına aracı olmuştur. Farklı dinler açısından da desteklenen hatta emredilen bu düşünce iyi insan olmanın bir gerekliliği olarak algılanmıştır. Kurumlar boyutundan da toplumda "iyi" olarak görülen bir kurum, maddi kazanç haricinde topluma iyiliksever yardımlarda bulunan, toplumda pozitif duygusal ilişkiler var eden bir özellik göstermektedir (Ölçer, 2015: 26).

Sosyal sorumluluk kavramının kurumlarda artan oranda önem arz etmesinde birtakım nedenler mevcuttur. Bunlar, profesyonel idareciliğin gelişmesi, şirketlerin birden çok ortaklığa dönüşmesi, çevre kirliliğini azaltma, şirketlerin hedef kitle gözünde iyi bir izlenim bırakma gerekliliği, sendikaların güçlenmesi, doğal kaynakların giderek azalmaya başlaması, çalışanların morallerinin yüksek tutulması, tüketicilerin tercih ve istekleriyle uyumlu ürün ve hizmet ortaya çıkarma, dünyada gerçekleşen hızlı globalleşme ve demokratikleşme süreci (Torlak, 2007:88) ile işletmelerin iyi bir vergi yükümlüsü olması, işletmelerin; okul, yurt, spor tesisi, başarılı öğrencilere burs gibi yöntemlerle toplumun sanat, eğitim, kültür ve sportif gelişimine katkı da bulunulması, en önemlisi de yeni yatırımlar gerçekleştirerek işsizliğin giderilmesi noktasında katkı sunabilme olarak sıralanmaktadır (Ayhan, 2015: 53). Ayrıca, işletme maliyetlerini azaltma, yatırımcılar ve mali analiz uzmanlarına karşı cazibeyi arttırmak da kurumlarda sosyal sorumluluk kavramının değer kazanmasında önem arz etmektedir (Şahin, 2019: 320).

Kurumsal sosyal sorumluluk iş hayatı ve politika açısından giderek değer kazanan bir kavramdır. Birçok şirket günümüzde bu konuya dikkat çekmekte ve kurumsal sosyal sorumluluğu yerine getirmek, şirketlerin değerlendirilmelerinde de artı yönde bir imaj oluşturmaktadır. Günümüzde kurumsal sosyal sorumluluğun geldiği nokta şirketlerin yalnızca paydaşlarına yönelik yükümlülük almasıyla değil, bunun ötesinde üstlendiği sorumlulukları şirket içindeki süreçlere serpmek, böylelikle oluşturduğu etkileri tartmak, denetlemek ve raporlamak açılarını da kapsamaktadır. Bunların hepsi doğru ve ahlaki metotlarla yaşama uygulanmasının şirkete sunduğu yararlar ise, birtakım olaylarda ekonomik yarar noktasına da gelebilmektedir (Balabanis vd., 1998: 26). Örgütlerin kuruluş amaçları mal ve hizmet üreterek kazanç sağlamaktır, fakat ticaretin sınırları aşması ve tüketicilerin tüketim alışkanlıklarının değişmesiyle birlikte, kuruluşların kazanç sağlayabilmek amacıyla yalnızca ürün ve hizmet sunmaları yetersiz gözükmektedir. Hedef kitlenin 1960'lı dönemlerde var olanı mal ya da hizmeti ücret karşılığında sahiplenme davranışı, 1970'li dönemlerin sonlarında yerini kaliteli mal ve hizmet araştırmasına yönlendirmiştir. 1980'lerde doğa yanlısı mal ve hizmetler istenmeye ve 1990'lı senelerin sonlarında ise tüketicilerin kendileri üreticilerin sosyal sorumluluklarını araştırmaya yönelmiştir

(Rohitratana, 2002: 60). Bir şirket güçlü de olsa bulunduğu ülkede toplumsal problemler fazlaysa, şirketin varlığını devam ettirmesi güçtür. Şirketler benzeri toplumsal sorunlara maddi destek sunarak ileri dönük süreçte varlığını devam ettirmeyi sürdüreceklendir. Kısa bir süreç için de Kurumsal Sosyal Sorumluluk modern işletmelerde büyük ya da küçük fark etmeksizin zamanla artış gösteren düzeyde şirketlerin kalbi konumuna ulaşmaktadır. Müşteriler ve müşteri adaylarının Kurumsal Sosyal Sorumluluğun yararlarını en üst seviyede, zararlarını en alt seviyede yapacak kurallarını uygulamaya dökerek ilgilenmek istemektedirler. Kurumsal sosyal sorumluluk özel ve kamusal mecrada olmazsa olmaz bir seviyeye ulaşacağı ortadadır, genel olarak; KSS stratejileri, KSS kurallarını takip eden tedarikçiler noktasında faydalı bir hedef olma yönelimindedir. KSS’yi yaşantısına alamamış şirketlerin ilerde varlıklarını devam ettirmeleri mümkün olmayacaktır ve bu şirketler kaybolmaya mahkûm olacaklardır (İbişoğlu, 2007:5).

## 2.2. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Girişimleri

Stratejik olarak kurumsal sosyal sorumluluk, şirketlerin stratejik amaçlarına ulaşması amacıyla yapacakları tüm etkinliğin, mal, hizmet ve yardımların şirkete olduğu kadar topluma da fayda sunan anlayışı özümsemektedir (Yönet, 2005:248). Durum böyleyken, günümüzde şirketlere üstünlük sağlayan stratejik karar ve uygulamaların, yalnızca şirketlerin zorunlu etkinlikleriyle kısıtlı olmadığına altını çizmektedir. Strateji, küreselleşmenin etkisiyle sosyal anlamda bir ivme elde etmiş ve toplumsal etkinliklerde de stratejik hareket etme düşüncesini var etmiştir.

KSS etkinlikleri aracılığıyla şirketler topluma yarar sunarken, kendi kurumsal değerlerini de arttırmayı düşünmelerine karşın her zaman başarıya ulaşamamaktadırlar. Şirketlerin KSS etkinliklerin de başarılı olmasındaki en önemli faktör, kurumların stratejik hedefleriyle örtüşen kurumsal sosyal etkinliklerinde yer almasıdır. Bu noktada Kotler ve Lee KSS’un devam ettirebileceği metotları kurumsal sosyal teşvikler başlığında altı gruba ayırmıştır (Kotler ve Lee, 2006: 26):

*Sosyal Amaç Teşvikleri:* Şirketlerin, toplumsal hedeflerle alakalı farkındalığı ve enformasyonu çoğaltmak amacıyla fon, mal, hizmet ve benzeri gelirleri yardım adıyla toplanmasını dile getiren kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetidir. Teşvik sponsorlukları vasıtasıyla toplumsal hedeflere destek sunmaktadır (Kotler ve Lee, 2006: 27).

*Sosyal Amaç Bazlı Pazarlama (Nedene Bağlı Pazarlama):* Belirli olan toplumsal bir problemin giderilmesi amacıyla şirketlerin satış kazançlarının bir kısmının toplumsal problemle alakalı etkinlikde kullanılmasını kapsayan girişimdir. Ürün ve sosyal gaye örtüştürülerek, satış gelirlerinin bir kısmı ya da satışın belirli bir oranının sosyal sorumluluk alanına devredilmesiyle yürütülmektedir (Kotler ve Lee, 2006: 29).

*Kurumsal Sosyal Pazarlama:* şirketlerin halk sağlığını ve güvenliğini, çevrenin, toplumun refahını iyileştirmeyi amaçlayan tutum değişikliği kampanyasının gelişimini ve gerçekleşmesini savunduğu girişimdir. Hedef kitlelerdeki olumsuz davranışların olumlu tarafa çevrilmesini kolaylaştıracak başarılı kampanyaların gerçekleştirilmesiyle oluşturulmaktadır (Kotler ve Lee, 2006: 29-31).

*Kurumsal Hayırseverlik:* Şirketlerin, yardım kurumu ya da toplumsal hedefe genellikle nakit bağış, mal ve hizmet biçiminde sundukları desteklerdir (Kotler ve Lee, 2006: 32).

*Toplum Gönüllülüğü:* İyi bir birey olarak şirketlerin ülkelerine, topluma ve tüm dünyaya faydalı etkinliklerde yer almalarıdır. Bu gönüllülüğün temel unsurları şu şekildedir (Carroll, 1991: 42-43):

- Toplumun şirketlerden beklediği gönüllülük esasına göre etkinlikte bulunmaları önem arz etmektedir.

- Eğitim ve sanat alanlarının desteklenmesi gerekmektedir.
- Çalışan ve idarecilerin isteyerek ve toplumsal etkinliklerde bulunmaları önemlidir.
- Toplumun refah seviyesinin arttırılmasında gönüllü sorumluluk düşüncesi temel gaye olmalıdır.

*Sosyal Açıdan Sorumluluk Taşıyan İş Uygulamaları:* şirketlerin faaliyet sunduğu çevrede hizmet verecek, hedefe destek sunacak şekilde düzenlemeler veya iyileştirmeler uygulaması, bireyin arzusuna dayalı iş faaliyetlerini ve yatırımlarını özümseyerek uygulamasıdır (Kotler ve Lee, 2006: 33-34).

### 2.3. Kurumsal Sosyal Sorumluluğun Faydaları ve Önemi

Kurumsal Sosyal Sorumluluk etkinliklerinin şirketlerin var ettiği ürünlerin doğa yanlısı olması, sivil toplum kuruluşlarıyla işbirliği içerisinde bulunma ya da yardım kuruluşlarına bağlı da bulunma gibi alan noktasında geniş kapsamlılığı dikkat çekmektedir. Bu noktada KSS etkinliklerinin şirketleri ve insanları etkisi altına alabileceği anlamında yorumlanmaktadır. Tüketiciler bir mağazaya gittiğinde ürün tercihinde ürünün sadece kalitesi ve maddi değeri değil, şirketin topluma sunduğu yararların da bulunduğu dile getirilebilir (Gedük, 2017: 137). KSS etkinliğinde olan şirketlerin yalnızca tüketiciler tarafından tercih edilmemekte, ayrıca kalifiyeli çalışanlar için de tercih edilen kurumlar arasında buldukları dikkat çekmektedir. Bu durum da çalışanların KSS etkinliğinde bulunan şirkete bağlılığının arttığı da belirtilebilir (Gedük, 2017: 137). İlaveten, kalifiyeli iş görenler KSS etkinliğindeki şirketleri kendi itibarlarını çoğaltmakta bir araç olarak gördüklerinden dolayı da tercih etmektedirler. Bununla birlikte şirketlerin uyguladığı KSS etkinlikleri iş görenlerin şirkete olan güvenini de artan düzeyde çoğaltmaktadır. KSS faaliyetlerinin yararları şu şekildedir (Ateş ve Senal, 2012: 74):

- Şirketin hedef kitle gözünde benimsenmesini çoğaltabilir.
- Maliyet gibi görülen birtakım düzenlemeler, uzun vadede karlılık olarak dönüş sağlayabilir.
- Toplumsal problemlerin çözümü için etkinlikte bulunması neticesinde şirket, toplumun bir kolu haline gelebilir.
- Çevre dostu ve ekolojik dengeye duyarlı kurumlar meydana gelir.
- Yeni arena da etkinlik gösterecek şirketler için kolaylık sunulabilmektedir, bununla birlikte tüketici bağlılığı oluşturmada da olumlu katkıları mevcuttur.
- Kalifiyeli iş görenlerin şirkete dâhil edilmesine ve örgütsel bağlılığa destek sunar.
- Şirket noktasında yeni ve değişik maddi gelirlere erişilmesini kolaylaştırır.
- Tüketiciler ile çalışanlar, şirkete çok fazla güven hissetmeye ve değer göstermeye yönelir.
- İş görenlerde kurumun bir üyesi olma ve sadakat düşüncesi artarken; tüketicilerde tüketme aralığı çoğalır ve maddi kazanç oranı artar.
- İş görenlerde güven, iletişim, dayanışma kısacası takım ruhu gelişir.
- Şirketin toplumla, yerel ve merkezi devlet organlarıyla iletişimi kuvvetlenir.
- Sosyal yükümlülük çalışmalarında yer bulan şirket iş görenlerin tecrübelerini artırarak, özgüvenleri yerinde, yaratıcı ve problem giderme becerileri gelişmiş bireylere dönüştürür.
- Toplumun ve kural koyucuların şirketin düşüncelerine değer vermesi gerektiği düşüncesi oluşturulabilir.

### 2.4. Covid-19 Pandemi Salgını

Çalışmamızın ikinci bölümü olan bu bölümde Covid-19 Salgınının ne olduğu, Türkiye'nin bu salgınla alakalı olarak nasıl önlemler aldığına dair bilgiler paylaşılacaktır.

Salgın hastalıklar herhangi bir yerleşim yerinde veya dünyanın her yerinde az bir zamanda yayılması ile birçok kişinin rahatsızlanmasına ve ölümüne sebep verebilmektedir. Bu hastalıklar

## Coronavirüs Nedeniyle Türkiye’de Firmaların Yaptığı Kurumsal Sosyal Sorumluluk Uygulamaları Üzerine Bir İnceleme

kişiden kişiye geçebildiği gibi hayvan, toprak ve sudaki mikro organizmalardan da geçebilmektedir. Dünden bugüne veba, tifo, kolera ve benzeri pek çok salgın hastalık yaşanmış ve birçok insanın ölümüne sebep vermiştir. Tarihteki en önemli hastalıklardan biri İspanyol Gribi 1918-1920 dönemleri arasına da 18 ay gibi bir süre zarfında 100 milyon civarında kişinin (dünyadaki insan sayısının %15’inin) vefatına neden olan en ciddi salgınlardan biri olarak tarihe geçmiştir. Hong Kong veya Çin Gribi diye adlandırılan salgın hastalık öncelikle Hong Kong’ta kendini göstermiş ve 1968-1969 senelerinde ortalama 1 milyon kişinin vefatına sebebiyet vermiştir (Aslan, 2020: 37). Diğer bir önemli salgın hastalık olan veba, 1300’lü yıllarda Çin’de var olmuş hastalık Avrupa’ya da ulaşmış ve 75 milyon kişinin ölümüyle sonuçlanmıştır (Kılıçdere, 2017: 45).

Covid-19 olarak adlandırılan yeni koronavirüs, 2019 yılı sonunda ilk defa Çin’in Vuhan kentinde, nefes darlığı ve öksürük gibi solunum yolu belirtileriyle gün yüzüne çıkan bir vürüştür (covid-19bilgi.saglik.gov.tr). İlk olarak 2020 Ocak ayı başlarında betimlenen Covid-19 virüsün, Vuhan kentindeki hayvan ve deniz mahsulleri satış yerinden türediği, ilk Çin’de devamında Avrupa ve Amerika kıtaları olarak dünyanın her yerinde etkisini gösterdiği bir salgına evrildiği bilinmektedir. Korona virüsünü pandemi olarak belirten Dünya Sağlık Örgütü’nün (WHO) son bilgilerine göre pandemi 212 ülkede ortalama 2 milyon kişiye bulaşmış ve 254.199 den fazla insanında ölümüne sebep olmuştur (covid-19.who.int). Korona virüsünün etkisinin net olarak nasıl şekilleneceğiyle alakalı karmaşanın bir müddet daha süreceği tahmin edilmektedir. Globalleşmenin üst seviyede bulunduğu günümüzde ne yazık ki pandeminin yayılması çok hızlı gerçekleşmektedir. Koronavirüs salgınının tüm dünyayı etkisi altına alması ile birlikte virüse karşı devletler farklı önlemler uygulamışlardır; sosyal izolasyon ilk sırada yer alırken, gerek ulusal gerekse uluslar arası seyahat yasakları olmakta, uçuşlar yapılamamakta, kısmen ya da tamamen bazı şehirlerde sokağa çıkma yasağı uygulanmakta iken bazı yerleşim yerlerinde de karantina ilan edilmiştir. Ayrıca, spor organizasyonları, kongreler, fuarlar ertelenmekte veya iptal edilmektedir. Tüm bu uğraşlar virüsün yayılma hızını düşürüp ülkelerin sağlık sistemlerinin çökmesini engellemek amacıyla uygulanmaktadır. Virüsün bulaştığı pek çok kişi iyileşirken, ne yazık ki kronik rahatsızlığı olan ve ileri yaşlarda olan kişilerin ölümüne neden olduğu görülmektedir (Atay, 2020:168).

Koronavirüs, soğuk algınlığı gibi toplumda sık yaşanan, kendini sınırlayabilen hafif enfeksiyon tablolarından Orta Doğu Solunum Sendromu (Middle East Respiratory Syndrome, Mers) ve Ağır Akut Solunum Sendromu (Severe Acute Respiratory Syndrome, Sars ) gibi ciddi enfeksiyon tablolarına sebep olabilen büyük bir virüs çeşitliliğini bünyesinde barındırmaktadır (T.C. Sağlık Bakanlığı, 2020). Zarflı RNA virüsleri olan Koronavirüsler, pek çok alt tipi mevcut ve sebep olduğu hastalıklar ciddi olmayan solunumsal belirtilerden daha önemli klinik bulgulara dek yol alabilmektedir. Dünya Sağlık Örgütü tarafından Koronavirüs –Covid-19 diye isimlendirilen hastalığın etkeni Sars-Cov-2 olarak isimlendirilen alt tipidir. Covid-19 kısaltması; Korona, Virüs, Hastalık, 2019 (yıl) sözcüklerinin tamamını içermektedir (Jianhua, 2020: 92). Covid-19’un vücuda girmesiyle hastalığın kendini göstermesi ile arasında geçen sesiz dönem 2 ile 14 gün arasındadır (Şahan, vd. 2020: 4). Pandemi, dünyada birçok ülkede ya da kıtada, geniş bir alanı kapsayan ve etkisini gösteren salgın hastalıklara atfedilen addır (T.C. Sağlık Bakanlığı, 2020). Tüm dünyada hızla yayılan covid-19 için Dünya Sağlık Örgütü 11 Mart 2020 tarihi itibarıyla küresel salgın olarak adlandırılan pandemi ilan etmiştir (www.bbc.com, 2020). Covid-19 ile alakalı güncel bilgiler, Dünya Sağlık Örgütü tarafından resmi web sayfası üzerinden düzenli olarak bilgi akışı sunulmaktadır. 10 Aralık 2020 tarihli durum raporuna göre dünyadaki vaka sayısı 68.165.877 iken, ölüm sayısı 1.557.385’e ulaşmıştır (covid19.who.int).

Covid-19 virüsünün Türkiye’de ilk kez görülmesinden itibaren hastalığı yaşasın yahut yaşamasın hemen hemen her bireyin hayatı ciddi ölçüde etkilenmiştir. Hastalığın yayılımının

engellenmesi için alınan en etkili önlem olan evde kalma, devlet erkânı ve bireyler tarafından benimsenerek uygulanmıştır. Gündelik hayatın koşuşturmacası içerisinde kendine, ailesine, evine vakit ayırmakta zorlanan insanlara, evde kalınan ilk günler iyi gelmiş olsa da zamanın uzaması ile birlikte iyi hal yerini sağlık ve gelecek kaygısına, strese ve ekonomik zorluklara bırakmıştır. Yediden yetmişe toplumun olumsuz anlamda etkilendiği bu zorlu süreci bir nebze olsun hafifletmek, oluşan yeni ihtiyaçlara çözüm sunmak, ve insanların daha iyi hissetmesine vesile olmak amacıyla hem bireyler hem de kurumlar inisiyatif almıştır. Topluma dokunma anlayışı altında kamu güçlü kurumları ve kampanyalar ile, bireyler sivil toplum kuruluşlarında yahut bireysel olarak, özel sektördeki kurumlar ise kurumsal sosyal sorumluluk projeleri ile inisiyatif almışlardır.

### 3. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

#### 3.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Bu çalışmada dünyayı etkileyen covid-19 salgını sebebiyle devletin yasakları nedeniyle evlerinde kalmak zorunda olan insanlar için Türkiye’de faaliyette bulunan işletmelerin hangi alanlarda nasıl yardım ettiklerini tespit etmek amaçlanmaktadır. Bu çalışma ile Covid-19 pandemi sürecinden olumsuz etkilenen insanlara şirketler tarafından gerçekleştirilen maddi ve manevi olarak yapılan yardımların ihtiyaç sahiplerine yerinde ve zamanında ulaştırılması, şirketlerin gerçekleştirdiği kampanyaların önemini ve şirket imajına KSS Çalışmaları ile farkındalık yaratarak toplumun yanında olduğunu belirtmesi müşteri sadakatine vurgu yapılması noktasında önem arz etmektedir.

#### 3.2. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Türkiye’de ilk vakanın tespit edildiği 11 Mart ile 11 Mayıs 2020 tarihleri arasında covid-19 salgını nedeniyle işletmelerin yaptıkları kurumsal sosyal sorumluluk kampanyaları ele alınmıştır. Konaklama sektöründe Divan Grup, Tekstil sektöründe LC Waikiki, DeFacto, Vakko, Akaryakıt sektöründe BP Türkiye, Shell, Aygaz, Opet ve Tüpraş, Online Alışveriş sektöründe Hepsiburada, N11.com, sahibinden.com, Trendyol, Getir, Finans sektöründe Yapı Kredi Bankası, İş Bankası, Ziraat Bankası, İçecek sektöründe Pepsico, Anadolu Efes, Holding sektöründe Yıldız Holding ve Sabancı Topluluğu, Ulaştırma sektöründe Türk Hava Yolları, GSM sektöründe Vodafone, Türk Telekom ve Turkcell, Diğer sektörde faaliyet gösteren kuruluşlar olarak da Otokoç ve Tofaş’ın Devlet’e ve topluma maddi-manevi destek sunmak adına yaptıkları Kurumsal Sosyal Sorumluluk çalışmaları incelenmiştir.

Araştırmada kaynak taraması yöntemi kullanılmıştır. Amaçlı örnekleme yöntemi ile seçilen farklı sektörde faaliyet gösteren işletmelerin covid-19 pandemi sürecinde devlete ve topluma yönelik yaptıkları sosyal sorumluluk çalışmaları seçilmiştir.

### 4. ARAŞTIRMANIN BULGULARI

Covid-19 Pandemi süreci içerisinde birçok farklı sektörde faaliyet gösteren özel kuruluş sorumluluk üstlenerek toplum yararına çalışmalar yürütmüştür. Beyaz eşya, tekstil, akaryakıt, ulaştırma, konaklama, online alışveriş, içecek sektörlerinde üretim yapan şirketler ve bazı holdingler gerek nakdi veya aynı bağış olarak gerekse üretimlerini ihtiyaç olan ürünlere kaydırmak suretiyle bu süreçte sosyal sorumluluk çalışmaları yapmışlardır. Aşağıda bu şirketler ve yaptıkları bağışlara yönelik bilgiler paylaşılmaktadır.

#### 4.1. Tekstil Sektöründe Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri

## Coronavirüs Nedeniyle Türkiye’de Firmaların Yaptığı Kurumsal Sosyal Sorumluluk Uygulamaları Üzerine Bir İnceleme

Bu alanda LC Waikiki, De Factor ve Vakko’nun Kurumsal Sosyal Sorumluluk faaliyetleri incelenmiştir. Tablo 1’de bu faaliyetler görülmektedir.

**Tablo 1.** Tekstil Sektörünün Kurumsal Sosyal Sorumluluk Çalışması

	Nakit	Sağlık Ekipmanı	Hizmet	Diğer	Taraf
LC Waikiki		2,5 Milyon maske üretimi			Sağlık Bakanlığı
DeFacto		2 milyon anti bakteriyel maske	Sağlık çalışanlarına giyim seti		Sağlık Bakanlığı
Vakko		3 Milyon maske başlığı			Sağlık Bakanlığı

**Kaynak:** www.aa.com.tr, blog.defacto.com.tr, pazarlamasyon.com

Tablo 1’de LC Waikiki’nin 2,5 Milyon maske üretimi yaptığı, ayrıca kar amacı taşımadan haftada 40 Milyon maske üretmeye devam ederek Sağlık Bakanlığı’na hibe ettiklerini, De Factor şirketinde “Biz Bize Yeteriz Türkiye’ m” kampanyasına 2 milyon anti bakteriyel maskeyi maddi karşılık beklemeden Sağlık Bakanlığı’na vererek destek olduklarını, ilaveten sağlık çalışanlarının günlük ihtiyaçlarının giderilmesi noktasında hastanelere giyim seti verdiklerini ve bu noktada şirket hastanelere 10 Bin giyim seti vererek destek sağlamıştır. LC Waikiki ve De Factor maske üretimi konusunda Sağlık Bakanlığı’na destek sunarken Vakko’da üretim tesislerinde yaptığı değişiklik sonucunda salgınla mücadele noktasında maske üretimi yapacağını duyurmuştur.

### 4.2. Akaryakıt Sektöründe Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri

Bu alanda Tüpraş, Aygaz, Opet, BP Türkiye ve Shell’in Kurumsal Sosyal Sorumluluk faaliyetleri incelenmiştir. Tablo 2’de bu faaliyetler görülmektedir.

**Tablo 2.** Akaryakıt Sektörünün Kurumsal Sosyal Sorumluluk Çalışması

	Nakit	Sağlık Ekipmanı	Hizmet	Diğer	Taraf
Tüpraş	5 milyon TL Başlık	siperli maske üretimi; maske ve tulum temini	Derince Devlet Hastanesi’ne bir laboratuvar kurma kararı		Tüpraş’ın bulunduğu illerdeki Hastane ve Belediyelere
Aygaz	2 milyon TL Başlık				
Opet	3 Milyon TL Başlık			Yakıt puanı imkânı	Sağlık çalışanlarına
BP Türkiye				Akaryakıt teminini	İstanbul’daki Sağlık Bakanlığı ambulanslarına
Shell				Akaryakıt desteği	Sağlık çalışanlarının, ambulansların ve diğer araçlar

**Kaynak:** www.haberturk.com ,www.bp.com, www.shell.com.tr

Tablo 2’de Tüpraş’ın aynı ve de maddi yardımlarda bulunduğu görülmektedir. Milli Dayanışma Kampanyası’na 5 Milyon TL destekte bulunmuştur. Rafinerilerinin bulunduğu Batman, İzmir, İzmit ve Kırıkkale’de 30 ortaokulda açtığı “Robotik Kodlama, Üç Boyutlu Modelleme, Üretim Beceri” sınıflarında sağlık çalışanları için gönüllü öğretmenin desteğiyle koruyucu siperli maske üretmiştir. İlaveten, pandemi boyunca Derince Devlet Hastanesi’ne bir laboratuvar kurma kararı almış ve Tüpraş tesislerinin bulunduğu illerdeki hastane ve belediyelere maske ve tulum temini sağlamıştır. Aygaz da Milli Dayanışma Kampanyasına 2 Milyon TL katkı sağlarken, Opet de Milli Dayanışma Kampanyasına 3 Milyon TL katkı sağlamış ve sağlık



çalışanlarına akaryakıt alımlarında yakıt puanı imkânı sunulmuştur. Shell’de Sağlık Bakanlığı bünyesindeki sağlık çalışanlarına, ambulanslara ve diğer araçların kullanımı için Bakanlığa 5 Milyon TL değerinde akaryakıt imkânı sunmuştur. BP Türkiye ise, İstanbul’daki Sağlık Bakanlığı ambulanslarına Nisan ayı süresince 1 Milyon TL değerinde akaryakıt temini sağlayacağını duyurmuştur.

#### 4.3. Online Alışveriş Sektöründe Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri

Bu alanda Hepsiburada, N11.com, sahibinden.com, Trendyol, Getir’in Kurumsal Sosyal Sorumluluk faaliyetleri incelenmiştir. Tablo 3’de bu faaliyetler görülmektedir.

**Tablo 3.** Online Alışveriş Sektörünün Kurumsal Sosyal Sorumluluk Çalışması

	Nakit	Sağlık Ekipmanı	Hizmet	Diğer	Taraf
Hepsiburada		500 bin adet cerrahi maske ve 500 bin adet muayene eldiveni temini			Sağlık Bakanlığı
N11.com	1 milyon TL Bağış				Sağlık Bakanlığı
sahibinden.com	2 milyon TL Bağış				Devlet üniversitesi hastanelerine
Trendyol	1 milyon TL Bağış	Malzeme ve ekipman bağışı			Sağlık Bakanlığı
Getir			Uzmanlaştıkları alana yakın malzeme, araç, gereç, makine üretimi	300 bin gıda kolisini dağıtımı	Vatandaşlara

**Kaynak:** egirisim.com, www.milliyet.com.tr, www.aa.com.tr, pazarlamasyon.com

E- ticaret şirketi olan N11.com ve Trendyol Milli Dayanışma Kampanyası’na 1’er Milyon TL Maddi destek sağlamıştır. Bununla birlikte Trendyol sağlık ekipmanı noktasında 5 Milyon TL değerinde malzeme desteğiyle Sağlık Bakanlığı’na destekte bulunmuştur. Benzer şekilde sahibinden.com şirketi 2 Milyon TL bağış ile teçhizat ve tıbbi malzeme konularında Devlet Üniversite Hastaneleri’ne destek vermiştir. Hepsiburada şirketi de maske ve muayene eldiveni gibi malzemelerde Sağlık Bakanlığı’nın çağrısına cevap vermiştir. Diğer bir e-ticaret şirketi olan Getir’de uzmanlaştıkları alana yakın malzeme, araç, gereç ve makine üretimi yapmakta ve İstanbul Valiliği ile iş birliğinde bulunarak 50 Bin yoksul 65 yaş üstü İstanbullu aileye 6 hafta boyunca 300 bin gıda kolisi dağıtımını yapacaklarını açıklamıştır. İlaveten, şirket kendi bünyesinde 1.5 TL değerinde 10 Bin koliyi ihtiyaç sahiplerine dağıtacağını beyan etmiştir.

#### 4.4. Finans Sektöründe Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri

Bu alanda Yapı Kredi Bankası, İş Bankası ve Ziraat Bankası’nın Kurumsal Sosyal Sorumluluk faaliyetleri incelenmiştir. Tablo 4’de bu faaliyetler görülmektedir.

**Tablo 4.** Finans Sektörünün Kurumsal Sosyal Sorumluluk Çalışması

Nakit	Sağlık Ekipmanı	Hizmet	Diğer	Taraf
-------	-----------------	--------	-------	-------

**Coronavirüs Nedeniyle Türkiye’de Firmaların Yaptığı Kurumsal Sosyal Sorumluluk Uygulamaları Üzerine Bir İnceleme**

Yapı Kredi Bankası	10 milyon TL Bağış				Sağlık Bakanlığı
İş Bankası				Anapara/faiz/taksit ödemelerini öteleme, EFT/havale ücretlerini almama, kredi kartı limit artırımı, POS ve ÖKC ücretlerinde öteleme ve tüketici kredisi, kredi kartı ödemelerinde öteleme imkânları	Vatandaşlar
Ziraat Bankası	60 milyon TL Bağış				Sağlık Bakanlığı

**Kaynak:** www.haberturk.com, www.isbank.com.tr

Bankacılık sektöründe faaliyet gösteren Yapı Kredi 10 Milyon TL ve Ziraat Bankası 60 Milyon TL devlet hastanelerinin ihtiyaçlarına cevap verebilmek adına Milli Dayanışma Kampanyası’na maddi destekte bulunmuştur. Yapı Kredi ve Ziraat Bankası maddi olarak destek sunarken İş Bankası da belirli şartlar altında anapara/faiz/taksit/ ödemelerini öteleme, EFT/havale ücretlerini almama, kredi kartı limit artırımı, Pos ve ÖKC ücretlerinde öteleme ve tüketici kredisi, kredi kartı ödemelerinde öteleme imkânlarını müşterilerine sunmuştur.

#### 4.5. İçecek Sektöründe Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri

Bu alanda Anadolu Efes, Pepsico’nun Kurumsal Sosyal Sorumluluk faaliyetleri incelenmiştir. Tablo 5’de bu faaliyetler görülmektedir.

**Tablo 5. İçecek Sektörünün Kurumsal Sosyal Sorumluluk Çalışması**

	Nakit	Sağlık Ekipmanı	Hizmet	Diğer	Taraf
Anadolu Efes	1 Milyon TL Bağış				Devlet’e
Pepsico			Çalışanlarına yardım, 13 milyon TL destek	Temel gıda ve temizlik malzemesi yardımında	Vatandaşlara

**Kaynak:** pazarlamasyon.com

İçecek sektöründe faaliyet gösteren Anadolu Efes, bu süreçte etkilenen gıda ve eğlence sektörü çalışanlarına destek olmak amacıyla Ahabap Derneği’ne 1 Milyon TL bağışlamış olup; üretim, pazarlama ve dağıtım hizmetleri sunan gıda ve içecek şirketi olan Pepsico, pandemi sürecinde 3 Milyondan fazla kişiye 12 Milyon TL civarında temel gıda ve temizlik malzemesi yardımında bulunacağını beyan etmiştir. Ek olarak şirket, kendi bünyesindeki çalışanlarının belirlenen dört hafta boyunca pandemi ile mücadele eden Sivil Toplum Kuruluşlarına yapacakları yardımın iki katını Pepsico Vakfı tarafından yapılacağını duyurdu. Bu kapsamda 13 Milyon TL’den fazla destek sağlanacağı öngörülmektedir.

#### 4.6. Holding Olarak Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri

Bu alanda Yıldız Holding ve Sabancı Grup’un Kurumsal Sosyal Sorumluluk faaliyetleri incelenmiştir. Tablo 6’de bu faaliyetler görülmektedir.

**Tablo 6.** Holding Sektörünün Kurumsal Sosyal Sorumluluk Çalışması

	Nakit	Sağlık Ekipmanı	Hizmet	Diğer	Taraf
Yıldız Holding		Yoğun bakım monitörü, ultrasonografi cihazı, EKG cihazı, defibrilatör, laringoskop, videolaringoskop, steteskop dezenfektan el antiseptiği, Yer yüzey dezenfektanı desteği		Türk Kızılayı ve Deniz Feneri Derneği Gıda ürünlerini ulaştırma desteği	Kamu kurumlarına, Sağlık çalışanlarına, Vatandaşlara
Sabancı Topluluğu		150 bin adet tanı kiti ve 1.7 Milyon TL Bağış	Medikal ürünlerin tasarım ve üretim aşamalarına destek	10 ton kadar dezenfektan bağışı	Sağlık Bakanlığı

**Kaynak:** www.iha.com.tr, www.sabancı.com/tr

Gıda sektöründe şirketleri bünyesinde barındıran Yıldız Holding, Korona sürecinde hem kamu kurumlarına hem sağlık çalışanlarına hem de vatandaşlara yardımlar ulaştırmıştır. Türk Kızılay'ı ve Deniz Feneri Derneği giriştiği iş birliği ile binlerce insana ve sağlık çalışanlarına gıda ürünlerini ulaştırmıştır. Bunun yanında bir hastane ile yaptığı iş birliği ile hastaneye yoğun bakım monitörü, ultrasonografi cihazı, EKG cihazı, defibrilatör, laringoskop, videolaringoskop, steteskop gibi tıbbi cihazların yanı sıra hijyen uygulamaları için dezenfektan el antiseptiği, yer yüzey dezenfektanı gibi toplam 3 bin adetlik medikal ürün ve malzeme desteğinde bulunmuştur.

Bünyesinde gıda, perakende, finans vb. birçok alanda faaliyet gösteren kurumları olan Sabancı Topluluğu Covid-19 Salgını ile mücadeleye destek olmak için Sağlık Bakanlığı'na 150 bin adet tanı kiti ve bu hastalığa aşı ve serumunun geliştirilmesi için yapılan çalışmalarda kullanılmak amacıyla 1.7 Milyon TL yardım edeceğini duyurmuştur.

Topluluk bünyesinde yer alan Kordsa ve Sabancı Üniversitesi iş birliğinde faaliyet gösteren Kompozit Teknolojileri Mükemmeliyet Merkezi'nin altyapısı Covid-19 korunma ve tedavi süreçlerinde destek olacak medikal ürünlerin tasarım ve üretim aşamalarına destek olmak babında Sağlık Bakanlığı'nın kullanımına açılmıştır. Ek olarak Sabancı Üniversitesi'nin geliştirdiği dezenfektandan 10 ton kadar Sağlık Bakanlığı'na bağışlanmıştır.

#### 4.7. Ulaştırma Sektöründe Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri

Bu alanda Türk Hava Yolları'nın Kurumsal Sosyal Sorumluluk faaliyetleri incelenmiştir. Tablo 7'de bu faaliyetler görülmektedir.

**Tablo 7.** Ulaştırma Sektörünün Kurumsal Sosyal Sorumluluk Çalışması

	Nakit	Sağlık Ekipmanı	Hizmet	Diğer	Taraf
Türk Hava Yolları			T.C. vatandaşlarını	25 kargo uçağı	Devlet

## Coronavirüs Nedeniyle Türkiye’de Firmaların Yaptığı Kurumsal Sosyal Sorumluluk Uygulamaları Üzerine Bir İnceleme

			kurtarma uçuşları ve 167 ilave kargo seferi düzenle desteği	ve THY yolcu uçakları kargo hizmet desteği	
--	--	--	---	--	--

**Kaynak:** www.aa.com.tr

Havacılık alanında faaliyet gösteren Türk Hava Yolları bu süreçte kritik bir rol üstlenmiştir. Pandemi sürecinde yolcu taşımacılığı önemli oranda düşen şirket bu süreçte yurtdışında yaşayan Türkiye Cumhuriyeti vatandaşlarını ülkeye getirmek için kurtarma uçuşlarını organize etmiştir. Tedarik zincirinin aksamaması ve gerekli sağlık ekipmanlarının ülkeye getirilmesi için şirket bu süreçte şirket kargo taşımacılığına önem vermiştir. Turkish Cargo’nun 25 yüksek kapasiteli kargo uçağının yanında THY yolcu uçaklarını da kargo hizmetinde kullanmıştır. Yolcusuz uçan yolcu uçaklarında malzeme taşınmıştır. İhtiyaç olan ilaç ve tıbbi ekipmanları dünyanın farklı bölgelerinden Türkiye’ye getiren ve Türkiye’den de dünyaya götüren THY, bu süreçte 167 ilave kargo seferi düzenlemiştir.

### 4.8. GSM Sektöründe Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri

Bu alanda Türk Telekom, Turkcell, Vodafone’nun Kurumsal Sosyal Sorumluluk faaliyetleri incelenmiştir. Tablo 8’de bu faaliyetler görülmektedir.

**Tablo 8.** GSM Sektörünün Kurumsal Sosyal Sorumluluk Çalışması

	Nakit	Sağlık Ekipmanı	Hizmet	Diğer	Taraf
Türk Telekom, Turkcell, Vodafone				8 GB internet hizmeti ve konuşma dakikaları	Vatandaşlara

**Kaynak:** www.yenicaggazetesi.com.tr

Türk Telekom, Turkcell ve Vodafone gibi GSM operatörleri Eğitim Bilişim Ağı (EBA) kapsamında öğrencilere 8 GB kadar internet hizmeti ücretsiz olarak tanımlanmıştır.

### 4.9. Diğer Sektörde Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri

Bu alanda Tofaş, Otokoç ve Divan Grup’un Kurumsal Sosyal Sorumluluk faaliyetleri incelenmiştir. Tablo 9’de bu faaliyetler görülmektedir.

**Tablo 9.** Diğer Sektörün Kurumsal Sosyal Sorumluluk Çalışması

	Nakit	Sağlık Ekipmanı	Hizmet	Diğer	Taraf
Tofaş		Siperlikli maske, entubasyon ve	Üretilen sağlık ekipmanlarının		Sağlık Müdürlükleri

## A. Babaoğlu

		biyolojik numune alma kabini üretimi	temini		
Otokoç		Araç desteği ve yüzüperliği desteği	Sağlık çalışanlarının iş yerlerine ulaşması desteği	Araç tahsis edilme desteği	Sağlık çalışanlarına
Divan Grup			3 Otel		Sağlık çalışanlarına

**Kaynak:**www.haberturk.com

Bir araba markası olan Tofaş bu süreçte 50 bin adet siperlikli maske, 971 adet entübasyon ve 300 adet biyolojik numune alma kabini üretmiştir. 69 ildeki Sağlık Müdürlükleri koordinasyonunda kullanılmak üzere üretilen bu ürünlerin temini sağlanmıştır.

Otomotiv perakendecisi ve araç kiralama şirketi olan OTOKOÇ salgın sürecinin tedavisinde önemli rol üstlenen sağlık çalışanlarının işlerine ulaşmalarını kolaylaştırmak için araç desteği vermiştir. İstanbul, İzmir, Ankara, Bursa, Antalya, Adana, Konya, Trabzon, Balıkesir, Samsun gibi illerde toplamda 347 araç sağlık çalışanlarının iş yerlerine sağlıklı bir şekilde ulaşması için destek vermiştir.

Ayrıca Koç Üniversitesi Hastanesi ve Amerikan Hastanesi'ne 100 araç tahsis edilmiştir. Araç desteğinin yanı sıra sağlık çalışanlarına 15 bin adet yüz siperliği verilmiştir (www.haberturk.com).

Konaklama ve yeme-içme alanında birden fazla markayı bünyesinde barındıran Divan Grup ise üç otelini ücretsiz olarak sağlık çalışanlarına açarak bu sürece katkı sağlamıştır.

## SONUÇ

Yüzyılımızın en önemli kavramlarından biri olan Kurumsal Sosyal Sorumluluk gerek iş dünyası gerekse toplum açısından fayda sunan bir yaklaşımı içermesinden dolayı büyük önem arz etmektedir. Şirketler yalnızca kendi menfaatleri düşünmekle kalmamalı ayrıca, toplumun menfaatlerini de dikkate alarak faaliyetlerini devam ettirmelidirler. Toplumla karşı sorumluluklarını yerine getirirken de sosyal değerlere gereken önemi göstermeli, dürüstlük ilkesinden yola çıkarak etkinliklerini gerçekleştirmeli, iş görenlerine eşit muamelede bulunmalı, insan haklarına saygılı davranarak ve etkinlikte bulunduğu çevreyi koruyarak yeni nesillere faaliyetlerini taşıyabilmelidir. Şirketlerin gerçekleştirdikleri faaliyetler tüm dünyada ve Türkiye'de 2019 sonu itibarıyla özellikle 2020 Baharın da ne kadar önemli olduğunu bir kez daha göstermiştir.

2019 yılı sonunda tüm dünyaya hızla yayılan ve Covid- 19 olarak adlandırılan salgın, Dünya Sağlık Örgütü'nün 11 Mart 2020 tarihi itibarı ile küresel salgın olarak adlandırılan pandemi ilan edilmiştir. İlk olarak Çin'de kendini gösteren ve oradan Amerika ve Avrupa kıtalarına ulaşan, Ülkemizi de etkisi altına alan kısacası dünyanın her yerinde etkisini gösterdiği bir salgına dönüştüğü bilinmektedir. Pandeminin çok hızlı yayılması nedeniyle tüm dünya ülkeleri kendi çapında pek çok önlem almış ve pandeminin çok ciddi boyutlara ulaşıp sağlık sistemini çökertmesinin önüne geçilmesi için çaba sarf edilmiştir. Pandeminin yaygınlaşması ile kamuya açık yerlerin kısa süreliğine de olsa kapatılmasına, organizasyonların ertelenmesine, eğitime ara verilmesine, yurt dışı uçuşların iptal edilmesine ve hatta şehirlerarası seyahatlerin yasaklanmasına, belli tarih aralıklarında sokağa çıkma yasaklarının uygulanmasına, farklı birçok sektörde çalışan kişilerin işlerinden çıkarılmasına ya da evden çalışma sistemine geçişe neden olacak bir durum ortaya çıkmıştır. Süreç içerisinde beklenmeyen gelişmeler yaşanması birçok alanda aksaklıklar meydana gelmesine neden olarak insanların maddi ve manevi olarak hayatlarını devam ettirebilmelerini zorlaştırmıştır. Bu noktada birçok sektörde faaliyet gösteren

## Coronavirüs Nedeniyle Türkiye’de Firmaların Yaptığı Kurumsal Sosyal Sorumluluk Uygulamaları Üzerine Bir İnceleme

şirketler, devlete ve topluma karşı olan sorumluluklarının gereği olarak yaşanan bu olumsuzlukları veya aksaklıkları gidermek üzere sosyal sorumluluk faaliyetlerine ağırlık vermiştir.

Pandemi sürecinde şirketlerin devlete ve insanlara hem nakdi hem de aynı yardımları dokunmuştur. Aynı yardımlara bakıldığında şirketlerin hâlihazırda ürettikleri ürünleri bağışladıkları yahut kar amaçsız sattıkları görülmüştür. Ek olarak bu şirketler uzmanlaştıkları alana yakın olan malzeme, araç, gereç, makine ürettikleri gözlemlenmiştir.

Pandemi sürecinde önemli sayıda insan iş hayatından uzakta kalmış ve ekonomik gelirlerde ciddi azalma olmuştur. Anadolu Efes ihtiyaç sahiplerine maddi anlam da destek sunarken, Pepsico temel gıda ve temizlik alanında vatandaşlara destekte bulunmuştur. Ayrıca, Ramazan Ayı ile pandeminin belirli aşamasının kesişmesi sebebiyle yardımların bir kısmının niteliğinin yardım kolisi şeklinde gerçekleştiği görülmüştür.

Her sektörde olduğu gibi ulaştırma sektöründeki şirketlerde kendi üzerine düşeni yapmıştır. Covid-19 sürecinde toplumda ihtiyaç duyulan ürün ya da hizmetlerin sunulması noktasında birden çok şirket elini taşın altına koymuş, hem maddi hem de manevi olarak destek sundukları görülmüştür.

GSM Operatörleri olarak Türk Telekom, Turkcell ve Vodafone gibi operatörlerin bu süreçte insanların biraz da olsun psikolojik açıdan rahatlayabilmesi adına belirli hediye konuşma dakikaları ve internet paketleriyle bireylerin günlük hayatlarını kolaylaştırmayı amaçladıkları dikkat çekmektedir.

Ülke genelinde önemli boyutlarda üretim yapan istihdam oluşturan holdinglerin ve bu yapıların içerisindeki şirketlerin pandemi sürecinde aynı yardımlarının yanında Milli Dayanışma Kampanyası’na da nakdi olarak destekte buldukları anlaşılmıştır.

Finans sektöründe de diğer sektörlerde olduğu gibi toplumu rahatlatmak amacıyla maddi ve manevi yardımlarla destekler sunulmuştur. Yapı Kredi Bankası ve Ziraat Bankası gibi Gerek Milli Dayanışma Kampanyası’na maddi destek sağlamak gerekse İş Bankası gibi insanların kredi kartı ödemelerinde öteleme, kredi kartı limit arttırma, havale ücretlerinin alınmaması gibi faaliyetlerde bulunarak bir nebze olsa insanların rahatlamalarına yardımcı olunmak istenmiştir. Diğer Sektör olarak adlandırdığımız bölümdeki şirketleri ele aldığımızda ihtiyaç sahipleri için yardımda buldukları görülmektedir. Kendi alanlarında vatandaşlara ellerinden gelen yardımı esirgemedikleri dikkat çekmektedir. Bir araç kiralama şirketi olan Otokoç’un sağlık çalışanlarına sunduğu araç desteği ile ulaşım kolaylığı sağlanması buna örnek teşkil etmektedir. Şirketler yaptığı faaliyetlere genel olarak bakıldığında esasında kısmi olarak doğrudan vatandaşlara yapılan yardımlardan ziyade Sağlık Bakanlığı’na dolayısıyla devlete yapılan faaliyetlerin daha geniş yer kapladığı görülmektedir. Şirketler aslında devlete yaptıkları yardımlarla kendi imajlarını tazelemektedirler. Sağlık çalışanlarının yoğun çalışma saatleri ve hastalarla yakın temasta oldukları göz önüne alındığında sosyal mesafeyi korumak için ailelerinden uzakta olmaları hem de hastaneye yakın olmak adına bazı otellerin sağlık çalışanlarına konaklama noktasında yardım elini uzattıkları bilinmektedir.

Süreçteki kurumsal sosyal sorumluluk projeleri incelendiğinde kurumsal hayırseverliğin daha öne çıktığı anlaşılmıştır. Bu süreçte şirketler toplum yararına çalışan bir etkinliğe destek olmak, davranış değişikliğine vesile olmak, farkındalık artırmak, satış gelirlerinin bir kısmını bağışlamak gibi yöntemlerden ziyade kurumsal hayırseverlik anlayışının benimsendiği görülmüştür. Şirketler bireylere, kampanyalara, kamu kurumlarına, sivil toplum kuruluşlarına nakit bağış, mal ve hizmet olarak destek olmayı daha çok tercih etmişlerdir.

Şirketler bu süreçte desteklerini daha çok kamu kurumlarına destek olarak ve özellikle sağlık alanında çalışanlara belirli imkânlar sunarak daha çok gerçekleştirmişlerdir. Bunların yanında kar amacı gütmeyen gönüllülük esasıyla çalışan STK'lara da destek olunmuştur ancak bu destek sağlık alanına yapılan kadar olmadığı tespit edilmiştir. Şirketlerin yardımlarda sağlık kurumlarının ve çalışanlarının daha sıklıkla tercih edilmesinde Covid-19 pandemi sürecinin bir sağlık sorunu olmasının etkisi olduğu görülmektedir.

Salgının ekonomik ve sosyal yaşamdaki olumsuz etkisinin azaltılması amacıyla şirketlere ciddi sorumluluklar düşmektedir. Şirketler, kurumsal sosyal sorumluluk projelerinde toplum yararına çalışan bir etkinliğe destek olmak, davranış değişikliğine vesile olmak, farkındalık arttırmak, satış gelirlerinin bir kısmını bağışlamak gibi yöntemler benimseyerek, kurumsal hayırseverlik bilincinin daha çok benimsenmesine diğer şirketlere örnek teşkil etmelidir.

### KAYNAKÇA

- Akkoyunlu, G., Ş. ve Kalyoncuoğlu, S. (2014). İşletmelerin Kurumsal Sosyal Sorumluluk Çalışmalarının Marka Algısı Üzerine Etkisinin Değerlendirilmesi. *Niğde Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 7(3).
- Aslantaş Ateş, B. ve Senal, S. (2012). Kurumsal Sosyal Sorumluluk Kapsamında Muhasebenin Sosyal Sorumluluğu: Süleyman Demirel Üniversitesi'nde Bir Araştırma, *Çukurova Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 16(1).
- Aslan, R. (2020). Tarihten Günümüze Epidemiler, Pandemiler ve Covid-19, *Aylık Ekonomi ve Kültür Dergisi*, 8(85).
- Atay, L. (2020). Covid-19 Salgını ve Turizme Etkileri. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 17(1).
- Aydede, C. (2007). Yükselen Trend Kurumsal Sosyal Sorumluluk, İstanbul: MediaCat Yayınları
- Aydemir Gedük, E. (2017). Hastanelerde Kurumsal Sosyal Sorumluluğun Önemi, *HSP-Dergisi*, 4(2).
- Ayhan, A. (2015). Halkla İlişkiler Tarihçe, Kavram ve Medya İlişkileri, İstanbul: Literatür Yayınları.
- Balabanis, G., Philips, H., C., ve Lyall, J. (1998). Corporate Social Responsibility and Economic Performance in the Top British Companies: Are They Linked? *European Business Review*, 98(1), 25-44.
- Carroll, A., B., (1991). "The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders", *Business Horizons*, July-August, 39-48.
- Çil Koçyiğit, S. ve Gök, G. (2019). Kurumsal Sosyal Sorumluluk ( KSS) Çalışanlar, Yöneticiler, Müşteriler, Hissedarlar, Çevre, Toplum, Hükümet, Rakipler, Tedarikçiler. Ankara: İksad Yayınevi.
- Gong, J. (2020). Yeni Koronavirüs Zatürresine Karşı Savaşı: Mücadeleler, Sonuçlar ve Yansımalar, *Briq (Belt & Road Initiative Quarterly) Dergisi*, 2.
- İbişoğlu, A. (2007). Kurumsal Sosyal Sorumluluk: Vestel Örneği, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi Başkent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Kılıçdere, S. (2017). Seyahat Acentalarında Kriz Yönetimi Kapsamında 2016 Turizm Sezonunun Değerlendirilmesi, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Aydın.
- Kotler, P. ve Lee N. (2017). Kurumsal Sosyal Sorumluluk, İstanbul: MediaCat Yayınları.
- Ölçer, N. (2015). "Kurumsal İtibar Aracı Olarak Kurumsal Sosyal Sorumlulukta Eğitim Projeleri: Garanti Bankası, Akbank, İş Bankası Örneği", İçinde:25-48, Editör: Sevim Koçer. Halkla İlişkiler'de Uzmanlaşma 1, İstanbul: Derin Yayınları.
- Paşalı Taşoğlu, N. (2018). Pazarlama İletişimi ( Bütünleşik Bir Yaklaşım ). Ankara: Detay Yayıncılık ( 3.bs).
- Rohitratana, Kaewta. (2002). SA 8000: A Tool to Improve Quality, *Managerial Auditing Journal*, 17(1), 60-64.

## Coronavirüs Nedeniyle Türkiye’de Firmaların Yaptığı Kurumsal Sosyal Sorumluluk Uygulamaları Üzerine Bir İnceleme

- Sağır, M. ve Türkeri, İ. (2015). Turizm İşletmelerinde Stratejik Boyutları İle Kurumsal Sosyal Sorumluluk Uygulamaları: Örnek İncelemeler. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2, (22).
- Şahan, C., Aydın Özgür, E., Arkan, G., Alagüney, E. ve Demiral, Y. (2020). Covid-19 Pandemisi’nde Meslek Hastalığı Tanı Kılavuzu  
<https://www.winally.com/2020/04/covid-19-pandemisinde-meslek-hastaligi-tani-kilavuzu/> Erişim Tarihi:10.06.2020
- Şahin, E. (2019). “İmaj Kavramına ve Kurumsal İmaj Oluşturma Uygulamalarına Genel Bir Bakış”, İçinde:307-332, Editör: Özgür Selvi ve Zülfiye Acar Şentürk. *Halkla İlişkiler ve Uygulama Alanları Yeni Eğilimler*, Konya: Eğitim Yayınevi.
- T.C. Sağlık Bakanlığı, (2020). Covid-19 ( Sars-Cov-2 Enfeksiyonu ) Rehberi Bilim Kurulu Çalışması. T.C. Sağlık Bakanlığı Halk Sağlığı Genel Müdürlüğü, Ankara.
- Torlak, Ö. (2007). Kurumsal Sosyal Sorumluluk, içinde: 85-97, Editör: Çoşkun Can Aktan. “Tüketicilerin Kurumsal Sosyal Sorumluluk Çabalarını Algulamaları”, İstanbul: İgiad Yayınları
- Türkiye Bilimler Akademisi (2020). Covid-19 Pandemi Değerlendirme Raporu, <http://www.tuba.gov.tr/files/images/2020/kovidraporu/Covid-19%20Raporu-Final+.pdf> Erişim Tarihi: 08.05.2020
- Yılmaz, N. (2012). Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve Aktivizm İlişkisinin Araştırılması: Türkiye’de Özel Sektör, Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve Aktivizm İltisi, Yayınlanmamış Doktora Tezi İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Yönet, E. (2005). Kurumsal Sosyal Sorumluluk Anlayışında Son Dönemeç: Stratejik Sorumluluk, *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(13).  
<https://covid19bilgi.saglik.gov.tr/tr/covid-19-yeni-koronavirus-hastaligi-nedir> [Erişim Tarihi: 08.05.2020].  
<https://covid19.who.int/> [Erişim Tarihi: 08.05.2020].  
<https://www.bbc.com/turkce/haberler-dunya-51614548pandemi-ne-demek> [Erişim Tarihi: 08.05.2020].  
<https://www.haberturk.com/koc-sirketlerinden-koronavirus-seferberligi-2680744-ekonomi> [Erişim Tarihi: 25.05.2020].  
<https://www.yenicaggazetesi.com.tr/bakan-acikladi-81-milyon-aboneye-ucretsiz-internet-276298h.htm> [Erişim Tarihi: 25.05.2020].  
<https://www.haberturk.com/koc-sirketlerinden-koronavirus-seferberligi-2680744-ekonomi> [Erişim Tarihi: 25.05.2020].  
<https://www.haberturk.com/koc-sirketlerinden-koronavirus-seferberligi-2680744-ekonomi> [Erişim Tarihi: 25.05.2020].  
<https://www.aa.com.tr/tr/ekonomi/turkish-cargo-thynin-yolcu-ucaklari-ile-de-kargo-tasimasi-yapiyor/1778601> [Erişim Tarihi: 25.05.2020].  
<https://www.sabanci.com.tr/haber-detay/sabanci-toplulugundan-150-bin-tani-kiti-ve-covid-19-asisi-icin-17-milyon-lira-bagis> [Erişim Tarihi: 25.05.2020].  
<https://www.iha.com.tr/haber-yildiz-holding-salgin-suresince-10-bin-aileye-gida-kolisi-dagitacak-837101/> [Erişim Tarihi: 25.05.2020].  
<https://pazarlamasyon.com/pepsico-turkiye-covid-19-mucadelesine-12-milyon-tlnin-uzerinde-katkida-bulunacak/> [Erişim Tarihi: 25.05.2020].  
<https://pazarlamasyon.com/anadolu-efes-ahbap-dernegine-1-milyon-tl-bagisladi/> [Erişim Tarihi: 25.05.2020].  
<https://www.isbank.com.tr/bankamizi-taniyin/is-bankasindan-koronavirus-salgini-nedeniyle-ekonomiye-destek-paketi> [Erişim Tarihi: 25.05.2020].



- <https://www.haberturk.com/koc-sirketlerinden-koronavirus-seferberligi-2680744-ekonomi> [Erişim Tarihi: 25.05.2020].
- <https://pazarlamasyon.com/getir-50-000-ihhtiyac-sahibine-gida-kolisi-dagitacak/> [Erişim Tarihi: 25.05.2020].
- <https://www.aa.com.tr/tr/ekonomi/trendyoldan-koronavirusle-mucadeleye-6-milyon-liralik-destek/1786538> [Erişim Tarihi: 25.05.2020].
- <https://www.milliyet.com.tr/ekonomi/corona-virus-sonrasi-dev-sirketler-destek-paketlerini-acikladi-6178179> [Erişim Tarihi: 25.05.2020].
- <https://www.milliyet.com.tr/ekonomi/corona-virus-sonrasi-dev-sirketler-destek-paketlerini-acikladi-6178179> [Erişim Tarihi: 25.05.2020].
- <https://egirisim.com/2020/03/31/hepsiburada-saglik-bakanligina-toplamda-1-milyon-adet-cerrahi-maske-ve-muayene-eldiveni-verdi/> [Erişim Tarihi: 25.05.2020].
- <https://www.shell.com.tr/suruculer/covid19/birlikte-covid-19-dan-daha-gucluyuz.html>. [Erişim Tarihi: 25.05.2020].
- [https://www.bp.com/content/dam/bp/country-sites/tr\\_tr/turkey/home/bas%C4%B1n-merkezi/bas%C4%B1n-b%C3%BCltenleri/2020/bp-turkiyeden-istanbuldaki-saglik-bakanligi-ambulanslarina-akaryakit-destegi.pdf](https://www.bp.com/content/dam/bp/country-sites/tr_tr/turkey/home/bas%C4%B1n-merkezi/bas%C4%B1n-b%C3%BCltenleri/2020/bp-turkiyeden-istanbuldaki-saglik-bakanligi-ambulanslarina-akaryakit-destegi.pdf) [Erişim Tarihi: 25.05.2020].
- <https://www.haberturk.com/koc-sirketlerinden-koronavirus-seferberligi-2680744-ekonomi> Erişim Tarihi: 25.05.2020
- <https://www.haberturk.com/koc-sirketlerinden-koronavirus-seferberligi-2680744-ekonomi> [Erişim Tarihi: 25.05.2020].
- <https://www.haberturk.com/koc-sirketlerinden-koronavirus-seferberligi-2680744-ekonomi> [Erişim Tarihi: 25.05.2020].
- <https://pazarlamasyon.com/vakko-saglik-bakanligina-3-milyon-maske-bagislayacak/> [Erişim Tarihi: 25.05.2020].
- <https://blog.defacto.com.tr/24-04-biz-bize-yeteriz-turkiyem-11765>. [Erişim Tarihi: 25.05.2020].
- <https://www.aa.com.tr/tr/ekonomi/lc-waikiki-haftada-40-milyon-maske-uretiyor/1809543> [Erişim Tarihi: 25.05.2020].
- <https://www.haberturk.com/koc-sirketlerinden-koronavirus-seferberligi-2680744-ekonomi> [Erişim Tarihi: 25.05.2020].
- <https://www.aa.com.tr/tr/bilim-teknoloji/selcuk-bayraktar-yerli-solunum-cihazlarinin-uretimi-tam-bir-seferberlik-ruhuy-la-gerceklesti/1811602> [Erişim Tarihi: 25.05.2020].