

İŞLETMELERİN COVID-19 PANDEMİSİ DÖNEMİNDEKİ KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK FAALİYETLERİNİN ÖRNEK OLAYLARLA İNCELENMESİ

Investigation of Corporate Social Responsibility Activities of Businesses During the Covid-19 Pandemic Period with Case Studies

Özet

Bu araştırmanın amacı, işletmelerin Covid-19 Pandemisi dönemindeki Kurumsal Sosyal Sorumluluk (KSS) faaliyetlerinin incelenmesidir. Araştırma nitel araştırma yöntemlerinden örnek olay analizi tekniği ile gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın evrenini Covid-19 Pandemisi döneminde KSS faaliyeti gerçekleştiren işletmeler oluşturmaktadır. Araştırmanın örneklemini ise seçilmiş olan 10 (on) işletme oluşturmaktadır. Araştırma verileri seçilmiş olan işletmelerin KSS faaliyetleri ile ilgili haber metinleri, raporlar, kurumsal blog bilgileri vb. üzerinden toplanmıştır. İşletmelerin Covid-19 Pandemisi döneminde KSS faaliyetlerini Covid-19 Pandemisinden kaynaklanan sorunların çözümüne yönelik olarak gerçekleştirdikleri görülmüştür. İşletmelerin Covid-19 Pandemisi döneminde çoğunlukla şu alanlarda KSS faaliyetleri gerçekleştirdikleri belirlenmiştir: sağlık alanında ihtiyaç duyulan malzeme ve ekipman temini, sağlık çalışanlarına yönelik faaliyetler, uzaktan eğitim, psikolojik sorunlar, beslenme ve gıda sorunları, spor, kültür vb. Ayrıca, işletmelerin çoğunlukla kendi faaliyet alanlarına göre KSS faaliyetlerini gerçekleştirdikleri veya bağışlar yaptıkları görülmüştür. Yapılan araştırma sonucunda; işletmelerin KSS faaliyetlerine Covid-19 Pandemisi döneminde de devam ettikleri, KSS faaliyetlerini kurumsal imajlarını geliştirmek için stratejik bir araç olarak gördükleri söylenebilir. Covid-19 Pandemisinden sonra da işletmelerin KSS faaliyetlerine devam etmeleri hem toplumsal açıdan hem de işletmeler açısından faydalı olacaktır.

Selma KILIÇ KIRILMAZ
skirilmaz@subu.edu.tr
0000-0002-8478-1910

Anahtar Kelimeler: Kurumsal Sosyal Sorumluluk, Covid-19, Pandemi, Vaka Analizi.

Abstract

The purpose of this research is the examination of Corporate Social Responsibility (CSR) Activities of businesses during the Covid-19 Pandemic period. The research was carried out with the case analysis technique, one of the qualitative research methods. The universe of the research consists of businesses that perform CSR activities during the Covid-19 Pandemic period. The sample of the study consists of 10 (ten) selected enterprises. Research data were collected through news texts, reports, corporate blog information, etc. related to CSR activities of selected businesses. It has been observed that businesses perform CSR activities during the Covid-19 Pandemic period to solve the problems arising from the Covid-19 Pandemic. It has been determined that businesses carry out CSR activities in the fields during the Covid-19 Pandemic: supply of materials and equipment needed in the field of health, activities for healthcare workers, distance education, psychological problems, nutrition and food problems, sports, culture, etc. In addition, it has been observed that businesses mostly carry out CSR activities or make donations according to their field of activity. It will be beneficial for businesses to continue their CSR activities after the Covid-19 Pandemic, both in terms of society and businesses.

Keywords: Corporate Social Responsibility, Covid-19, Pandemic, Case Study.

1. GİRİŞ

Covid-19 Hastalığı 2019 Yılı'nın Aralık ayında Çin'de başlayıp kısa bir süre içerisinde tüm dünyaya yayılmıştır. Dünya Sağlık Örgütü ise Mart 2020'de Covid-19 salgınını uluslararası öneme sahip acil bir halk sağlığı durumu olarak ilan etmiştir. Bundan sonra Pandemi birdenbire günlük yaşamımızı dolduran bir kelime haline gelmiştir. Covid-19 Pandemisinin günlük hayatımıza sosyal, politik ve kültürel etkileri olmuştur. Bu salgınla birlikte birçok ülke Covid-19 Pandemisinin yayılımını azaltmak için karantina ve sosyal mesafe kuralları uygulamıştır. Bu kurallar gereğince insanların evde kalması ve birçok işletmenin faaliyetlerine ara vermesi gerekmiştir (Metwally vd., 2020: 2).

Kurumsal Sosyal Sorumluluk ise işletmelerin tüm paydaşlarının ihtiyaç ve beklentileri doğrultusunda faaliyetler gerçekleştirmeleridir. Covid-19 Pandemisi ile birlikte tüm toplum oldukça önemli sorunlarla karşı karşıya kalmıştır. Özellikle sağlık alanında malzeme ve ekipman temini en önemli sorunların başında gelmiştir. Bunun dışında karantina uygulamaları ve buna bağlı olarak uzaktan eğitim, psikolojik sorunlar, beslenme ve gıda sorunları, spor, kültür vb. birçok alanda önemli sorunlar ortaya çıkmıştır. İşletmelerin Pandemi döneminde özellikle Pandemiye özgü sorunların çözümüne yönelik KSS faaliyetleri gerçekleştirdikleri görülmektedir. İşletmeler KSS faaliyetlerini çoğunlukla kendi faaliyet alanlarına paralel olarak gerçekleştirdikleri veya bağışlar yaptıkları görülmektedir.

Tüketicilerin ve tüm toplumun işletmelerin KSS faaliyetleri konusundaki farkındalıkları ve beklentileri artmaktadır. İşletmelerin Pandemi döneminde de bu beklentilerinin farkında olarak stratejik bir yaklaşım sergiledikleri ve KSS faaliyetlerini bu yönde gerçekleştirdikleri söylenebilir. İşletmeler KSS faaliyetleri ile kurumsal imaj ve algılarının olumlu yönde gelişmesi için çaba harcadıkları görülmektedir. Wildowicz-Giegiel'e göre (2014: 97), Kurumsal Sosyal Sorumluluk fikri küresel anlamda daha fazla önem kazanmaktadır. Sosyal problemler bağlamında işletmeler toplumu ve çevreyi etkileyen faaliyetlerinin sorumluluğunu almalıdırlar. Pandemi döneminde ise daha çok Pandeminin etkilerine yönelik KSS faaliyetleri gerçekleştirildiği görülmektedir.

Hemingway'e göre (2005: 233), Kurumsal Sosyal Sorumluluk sadece ekonomik gerekçelerden türemez, kişilerin ve işletmelerin değerleri paralelinde ortaya çıkar. İşletmelerin KSS faaliyetleri Pandemi döneminde Pandemiden kaynaklanan sorunların çözümüne odaklansa da pandemiden sonra da Pandeminin olumsuz etkilerinin azaltılmasına yönelik olarak devam etmelidir.

İşletmelerin Covid-19 Pandemisi dönemindeki kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin incelenmesi amacıyla gerçekleştirilen bu çalışmada *KOÇ Holding, AvivaSA, Erdemir, Siemens Türkiye, Coca-Cola Türkiye, Magnum, McDonald's, Trendyol, Yemeksepeti ve Lego* işletmeleri örnek olay olarak seçilerek bu işletmelerin KSS faaliyetleri incelenmiştir. Bu çalışmada ilk olarak Kavramsal çerçeve üzerinde durulmuştur ve bu kısımda Kurumsal Sosyal Sorumluluk, Covid 19 Pandemisi ve Kurumsal Sosyal Sorumluluk konuları ele alınmıştır. Daha sonra yöntem kısmında araştırmanın yöntemi hakkında bilgiler verilmiştir. Bulgular kısmında, araştırmadan elde edilen bulgular açıklanmıştır. Son olarak sonuç ve değerlendirme kısmında araştırmadan elde edilen bulgular değerlendirilmiştir.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1. Kurumsal Sosyal Sorumluluk

Lantos'a göre (2001: 595), Kurumsal Sosyal Sorumluluğun net olmayan sınırları olduğu için evrensel bir tanım yapmak zor olabilir. Ancak yine de farklı tanımlar yapmak mümkündür. Kurumsal Sosyal

Sorumluluk; işletme yöneticilerinin işletmeyi yönetirken toplumun sahip olduğu değer yargılarını ve sosyal gereksinimlerini dikkate alarak yönetmesi şeklinde tanımlanabilir (Solmaz, 2005: 117-118). KSS, bir firmanın amacı ne olursa olsun sürdürülebilir rekabet avantajı elde etmesini sağlayan herhangi bir “sorumlu” faaliyettir (Aguinis vd., 2020: 423).

Kurumsal Sosyal Sorumluluk, şirketlerin sosyal ve ekolojik sorumluluğunu gönüllü olarak yerine getirmesidir. Şirketler, müşterilerine, tedarikçilerine, çalışanlarına, iş ortaklarına, hissedarlarına/yatırımcılarına karşı sorumludur. Her işletmenin iş yaparak kar maksimizasyonu amacı vardır ancak yapılan bir işin uzun ömürlü olabilmesi için içinde bulunduğu halkın desteği de olmazsa olmazdır. Aynı şekilde, çalışanların katkısı olmadan işin başarılı bir şekilde yürütülmesi mümkün değildir. Bu bakış açısıyla işletmeye, çalışana ve çevreye fayda sağlanabilir (Vethirajan vd., 2020: 68).

Karademirlidağ Suher'e göre (2010: 34), Kurumsal Sosyal Sorumluluk, işletmeden etkilenen çalışanlar, tedarikçiler, toplum, çevre gibi tüm grupların doğru bir şekilde belirlenerek onların ihtiyaçları doğrultusunda hareket etmeyi gerektirir. Aynı zamanda KSS iş imkânı sağlamayı, mal ve hizmet sağlamayı, hissedarlara doğru bilgiler vermeyi ve tüm yasal düzenlemelere uymayı kapsamaktadır.

Cheah vd.'ne göre (2011: 306), sosyal sorumluluk ile Kurumsal Sosyal Sorumluluk birbirlerinin aynadaki görüntüleri gibidir. Her iki kavram da işletmelerin toplum için zenginlik üretmesi, ancak bunu belirli sosyal ve çevresel çerçeve içinde yapması gerektiğini vurgular. Sosyal sorumluluk, işletmelerin çalışma stratejilerini oluştururken ekonomik ve yasal düzenlemelere uymayı, iş ahlakına uygun hareket etmeyi ve örgüt içi ve örgüt dışındaki kişi ve grupların beklentilerini de dikkate almalarıdır (Demir ve Songür, 1999: 151).

Yılmaz'a göre (2011: 68), Kurumsal Sosyal Sorumluluk tanımlarının ortak noktasında, işletmelerin paydaşlarına yönelik sadece zararlı işlerden uzak durması değil aynı zamanda onlar için faydalı işler de yapması bulunmaktadır. İşletmeler kar elde etmek kadar çevreyi, ülkeyi, toplumu, dünyayı ve hatta tüm insanlığı düşünmelidir.

Hem uygulamada hem de akademik yayınlarda gittikçe artan sayıda çalışma göstermektedir ki firmalar sosyal sorumluluk davranışlarının etkisi konusunda daha fazla bilinçli hale gelmektedirler (Smith, 2007: 193). Aktan ve Börü'ye göre (2007: 19), işletmeler ve paydaşlarına faydaları açısından Günümüzde Kurumsal Sosyal Sorumluluk kavramının önemi ve gerekliliği tartışılmamaktadır. Ancak, KSS faaliyetlerinin işletme, sivil toplum kuruluşları, toplum ve diğer tüm paydaşlar açısından ne oranda samimiyetle gerçekleştirildiği tartışılmaktadır.

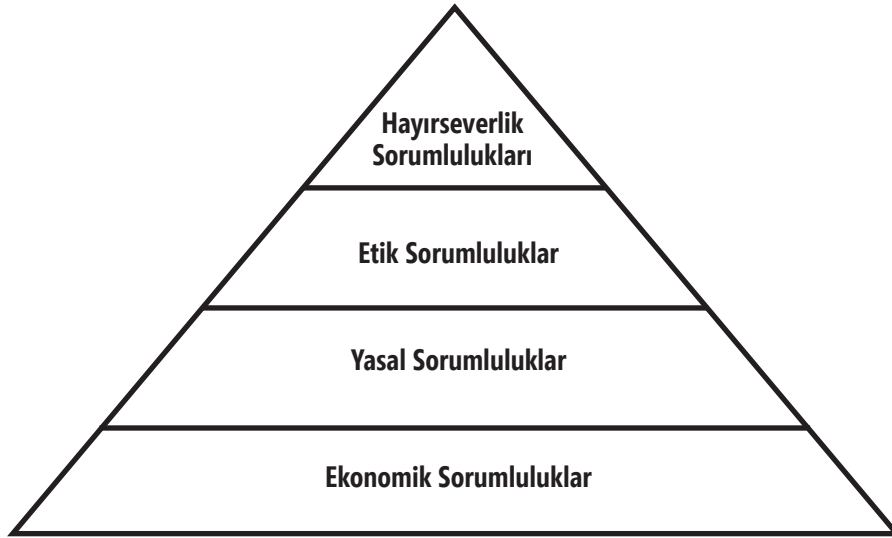
Kurumsal Sosyal Sorumluluğun evrimi ile ilgili etkileyici bir tarih vardır. 1950'ler, KSS'nin modern dönemi olarak belirlenir. Tanımların 1960'larda genişlediği ve 1970'lerde zenginleştiği görülür. 1980'lerde daha fazla ampirik araştırma olmakla birlikte daha az yeni tanıma rastlanır ve alternatif temalar olgunlaşmaya başlamıştır. Bu alternatif temalar, kurumsal sosyal performans, paydaş teorisi ve işletme etiği teorisini kapsamaktadır. 1990'larda KSS çekirdek konu olarak ele alınmaya devam etmiştir ancak alternatif tematik çerçevelere dönüşme eğilimi göstermiştir (Carroll, 1999: 268).

Sosyal sorumluluk kavramı uzun yıllardır tartışılmakla birlikte 1950'li yıllardan önce işletme sahiplerinin sorumluluğu olarak değerlendirilmekteydi. Ancak işletmelerin kurumsallaşması, etki alanlarının genişlemesi ve topluma karşı sorumlu olduklarının kabul edilmesiyle Kurumsal Sosyal Sorumluluk Anlayışı kabul görmeye başlamıştır (Özalp vd., 2008: 72). 1980'li yılların başlarında, Kurumsal Sosyal Sorumluluk işletmelerin faaliyetlerini yürütürken sadece çalışanlar, tüketiciler,

hissedarlar ve tüm toplum gibi ekonomik faaliyetleri ile ilgili taraflara zarar vermeden faaliyetlerini yürütmesi olarak değerlendirilirken günümüzde çevre bilincinin artmasıyla birlikte ekolojik sorumluluk da sosyal sorumluluk anlayışının bir parçası haline gelmiştir (İlic, 2010: 305).

Carroll (1999) tarafından önerilen dört parçalı hiyerarşik sorumluluk piramidi önemli ölçüde kabul görmüştür. KSS'nin ekonomik, yasal, etik ve hayırsever boyutlardan oluştuğunu öne sürmüştür. Ekonomik boyut, kârlılık ve işletme verimliliği gibi paydaşlara yönelik ekonomik sorumlulukları temsil eder; yasal boyut, kural ve düzenlemelere uyma yükümlülükleri ile ilgilidir. Ekonomik ve yasal boyutlar, KSS piramidinin temellerini oluşturur. Etik boyut, yasal zorunlulukların ötesine geçerek, normal işlemlerde ve karar vermede adil olma sorumluluğudur. Hayırseverlik boyutu, piramidin en üst seviyesinde yer alır ve insan refahını ve iyi niyetini teşvik eden faaliyetlerde bulunma sorumluluklarını ele alır. Kurumsal hayırseverlik, kuruluşların gerçekten gönüllü eylemlerini kapsadığından, yalnızca sosyal refahı ve kalkınmayı desteklemekle kalmaz, aynı zamanda kurumsal itibarı, marka değerini, müşteri satın alma niyetlerini de geliştirir (Zhang vd., 2021: 234). Carroll'un KSS Piramidi Şekil 1'de yer almaktadır.

Şekil 1: Carroll'un KSS Piramidi



Kaynak: Carroll, 2016.

Huang vd.'ne göre (2020: 3), KSS konusu tartışılmaya başlandığından beri büyük ilgi görmüş ve son otuz yılda hem akademik hem de pratik bağlamda sayısız tartışmaya konu olmuştur. KSS ile ilgili meta-analizleri içeren çalışmalar, KSS faaliyetlerinin işletme düzeyinde performans artışı yönünde fayda sağlayabilmesi için çeşitli teorik bakış açıları önermiştir. KSS ile ilgili konuların araştırılmasında kullanılan en eski ve en yaygın teorilerden birisi *paydaş teorisi*'dir. Paydaş teorisi, KSS faaliyetlerinin hissedarlara ek olarak farklı paydaş gruplarının çıkarlarını da dikkate aldığını ve bunun firmalara önemli ölçüde fayda sağlayacağını öne sürmektedir. Paydaş teorisine göre, KSS faaliyetlerinde paydaş olarak çalışanları, tedarikçileri, müşterileri, çevreyi ve toplumu dikkate alır. Bir firmanın kritik paydaşlarla iyi ilişkiler kurması ve sürdürmesi, onlardan destek alması için KSS faaliyetlerinden faydalanması bir işletmenin sürdürülebilir gelişimi için oldukça önemlidir. Paydaş teorisi, ilk olarak 1984 yılında ortaya atıldığından beri, bir işletmenin sorumluluklarını ve bu sorumlulukların yerine getirilmesiyle elde edilen faydaları düşünmek için yeni bir yaklaşım önermiştir.

Zhang vd.'ne göre (2021: 234), KSS, şirketler tarafından paydaşlara ve topluma etik davranılmasıdır

ve kurumsal sosyal olarak sorumlu davranışlar, paydaşların beklentilerini karşılamaya odaklanmalıdır. Dört paydaş kategorisi, organizasyonel (ör; çalışanlar, müşteriler ve tedarikçiler), topluluk (ör; sakinler), düzenleyici (ör; Devlet daireleri) ve medya paydaşlarını (ör; haber medyası) içerir.

Engin ve Eker Akgöz'e göre (2013; 90), Kurumsal Sosyal Sorumluluk, kurumun faaliyetlerine yön verirken çalışanların, müşterilerin ve diğer tüm paydaşların istek ve çıkarlarını dikkate alarak hareket edilmesidir. Kurumsal Sosyal Sorumluluk etik ve ilkeli davranmayı, çevreyi korumayı, işletmenin ve toplumun çıkarlarını korumayı gerektirir. Hem küçük ölçekli firmalar hem de uluslararası büyük kuruluşlar sosyal sorumluluk projelerinde yer alarak KSS faaliyetlerini yürütmektedirler.

Saran vd.'ne göre (2011: 3735), iletişim teknolojilerinin gelişmesi ile birlikte tüketicinin özellikle insan ve çevre sağlığına ve güvenliğine karşı geliştirdiği bilinç şirketlerin sosyal sorumluluk alanına ağırlık vermelerinin itici gücü olmaktadır. Aktan ve Börü (2007: 1), Kurumsal Sosyal Sorumluluğu kar amacıyla kurulmuş bir şirketin ya da kamu kuruluşunun iç ve dış paydaşlarına karşı etik ve sorumlu bir şekilde davranmasını, karar almada ve uygulamalarında paydaşlarını dikkate alması şeklinde açıklamaktadır.

Çelik (2007: 44), işletmelerin faaliyetlerini yürütürken toplumunda menfaatlerini göz önünde bulundurarak hareket etmesi gerektiğini belirtmiştir. Akatay (2008: 98), hem işletmelerin hem de toplumun kazan-kazan ilişkisi oluşturarak karşılıklı fayda sağlayabileceğini belirtmiştir. Akatay'a göre, işletmeler ve toplumlar birbirlerinden bağımsız olarak düşünülemezler ve işletmeler varlıklarını sürdürülebilmek, rekabet avantajı elde edebilmek için toplumla kaliteli bir ilişki içinde olmalıdır.

Moir'e göre (2001: 17), Kurumsal Sosyal Sorumluluğun savunucuları tarafından tanımlanan alan gittikçe genişlemektedir. Örneğin, iş yeri kapatma, çalışan ilişkileri, insan hakları, kurumsal etik, toplum ilişkileri ve çevre gibi. Qiu vd. (2021: 2) ise KSS faaliyetlerine örnek olarak personel yararının iyileştirilmesi; enerji kullanımının azaltılması; doğal çevrenin korunması; bağış ve gönüllü hizmetler gibi hayırsever faaliyetler vb. saymaktadırlar.

2.2. Covid 19 Pandemisi ve Kurumsal Sosyal Sorumluluk

Covid-19 Pandemisi, 31 Aralık 2019'da Çin'in Dünya Sağlık Örgütü'nü Hubei Eyaleti'ndeki Wuhan Şehrinde bilinmeyen bir nedenden kaynaklanan bir dizi pnömoni vakası hakkında bilgilendirmesiyle ortaya çıktı. Daha sonra hastalık Çin'deki diğer Eyaletlere ve dünyanın geri kalanına yayıldı (Vethirajan vd., 2020: 68). Covid-19 Pandemisi, Çin'de başladıktan kısa bir süre sonra tüm dünya yayıldı ve Dünya Sağlık Örgütü 11 Mart 2020'de bu salgını Pandemi olarak ilan etti (WHO, 2020). Bu salgın son yıllarda tüm insanların sağlığını tehdit eden en büyük salgın olmuştur. Covid-19 Pandemisinin artan tehdidi, seyahat planlarının bozulmasına, sosyal izolasyona, zorunlu ihtiyaçların panik halinde satın alınmasına, küresel bir endişeye ve depresyon atmosferine yol açmıştır (Potcovaru, 2020: 89).

Covid-19 Pandemisi hem insanlara hem de endüstrilere ciddi zararlar verdi (Vethirajan vd., 2020: 68) ve ekonomileri alt üst etti (Popkova vd., 2021: 1). Covid-19 Krizi, sadece mal ve hizmetlerin üretimini değil, aynı zamanda tüketim ve yatırım tüketimini de etkileyen bir ekonomik ve işgücü piyasası şokuna dönüşmüştür. Covid-19 Pandemisi'nin işgücü piyasası üzerinde geniş kapsamlı etkileri olmuştur. Çalışanların ve ailelerinin sağlığı ile ilgili acil endişelerin ötesinde, virüs ve devamındaki ekonomik şoklar çalışma dünyasını üç temel boyutta etkilemektedir: 1) İşlerin miktarı (hem işsizlik hem de eksik istihdam); 2) İşin kalitesi (örneğin ücretler ve sosyal korumaya erişim) ve 3) Olumsuz işgücü piyasası sonuçlarına karşı daha savunmasız olan belirli gruplar üzerindeki etkiler (ILO, 2020: 2-3).

Covid-19 Pandemisinin etkisini azaltmak için çeşitli ülkelerde hareketlilik kısıtlamaları, fiziksel mesafe, hijyenik önlemler, sosyoekonomik kısıtlamalar gibi çeşitli önlemler hayata geçirilmiştir (Severo vd., 2021: 4). Covid-19 pandemisinin işletmeler ve çalışanlar üzerinde çok önemli etkileri olmuştur. Papagiannidis vd.'ne göre (2020: 4), Covid-19, dijital çağdaki ilk önemli salgındır, ancak sonuncusu olması pek olası değildir. İşletmelerin bu salgınla baş edebilmek için yeni ve yaratıcı çözümler bulması gerekmiştir.

Kurumsal Sosyal Sorumluluk, şirketlerin etik uygulamalara, ekonomik kalkınmaya ve çalışanların ve bir bütün olarak toplumun yaşam kalitesinin iyileştirilmesine tutarlı bir şekilde bağlılığı olarak tanımlanabilir. KSS, esas olarak, toplumdaki piyasa ve yasal özneler olarak şirketlerin rollerini ve işlevlerini, toplumla ilişkilerini ve topluma katkılarını ve toplum üzerindeki etkilerini yansıtır (Zhang vd., 2021: 234).

Covid-19 Pandemisi, modern zamanda Kurumsal Sosyal Sorumluluk faaliyetleri üzerinde potansiyel olarak derin bir etkisi olabilecek en önemli çevresel değişikliklerden birini temsil etmektedir (He ve Harris, 2020: 176-177). KSS, politikayı şekillendirme, çalışanlara ve topluma fayda sağlama ve dünya çapında ortak değere sahip ürünler geliştirme gibi önemli bir güce sahiptir. (Popkova vd., 2021: 2). Dolayısıyla Pandemi döneminde bu önemli gücün toplumsal projelerle, kampanyalarla pandemiden kaynaklı sorunların çözümünde önemli bir rol oynaması beklenmiştir.

KSS, kriz durumlarında şirketler tarafından benimsenen ortak bir stratejik araç ve yönetim uygulamasıdır (Zhang vd., 2021: 233). Covid-19 Pandemisi de önemli bir krizdir ve şirketler için kendi değerleri ile örtüşen sosyal sorumluluk projeleri üreterek topluma katkı sunma ve kendini tanıtmaya fırsatları sunmaktadır. Bu nedenle Covid-19 Pandemisi döneminde toplumda ve özellikle 65 yaş ve üstü vatandaşlarda olduğu gibi bazı özellikli gruplarda ihtiyaç duyulan gıda, giyim, kişisel koruyucu ekipman ve ilaç dağıtımını gibi çeşitli alanlarda sosyal kampanyaların gerçekleştirilmesi insanların davranışlarını ve sosyal farkındalığını yükseltmiştir (Severo vd., 2021: 5).

KSS, rekabet avantajını sürdürmek, marka itibarını artırmak ve çalışanların kurumsal vatandaşlık davranışını teşvik etmek için stratejik bir araç haline gelmiştir (Zhang vd., 2021: 233). Bu nedenle, Pandemi döneminde, işletmelerin sosyal medya aracılığıyla Kurumsal Sosyal Sorumluluk faaliyetleri hakkında bilgiler vermeleri kurumsal imaj ve performanslarının iyileşmesine katkı sağlayabilir (Liu vd., 2020: 1).

Covid-19 Pandemisi şirketler için büyük fırsatlar sunuyor. Ancak, Pandemi birçok firmanın faaliyetlerine ara vermesine neden oldu ve hatta bazı işletmeleri çöküşün eşiğine getirdi. Özellikle kaynaklar kısıtlıyken ve hayatta kalma tehdit altındayken bazı firmaların KSS faaliyetlerini yerine getirmeleri çok kolay olmamıştır (He ve Harris, 2020: 177). Bu nedenle Covid-19 Pandemisi döneminde bazı işletmelerin yaşamış oldukları yaşamsal sorunlar onların rekabet avantajı, hayatta kalması ve devamlılığı için çok önemli olarak kabul edilen KSS kavramıyla çatışmıştır (Hejase, 2020: 1).

Covid-19 Pandemisi döneminde KSS ile ilgili bazı zorluklar da yaşanmıştır. Bazı firmaların/ perakendecilerin bu krizden çıkar sağlamaya çalıştığı görülmüştür. Örneğin İngiltere'de fiyatları şişirerek veya yanıltıcı iddialarda bulunarak pandemiden kâr etmeye çalışan bazı şirketlerin KSS çalışmalarını olumsuz etkilediği bildirilmiştir (He ve Harris, 2020: 177).

Covid-19 Pandemisi döneminde KSS faaliyetlerini etkileyen en önemli unsurlardan birisinin de üst düzey liderlik olduğu ortaya çıkmıştır. Örneğin Alibaba'nın kurucu ortağı Jack Ma, Jack Ma Vakfı ve

Alibaba Vakfı olmasına rağmen dünyanın birçok ülkesine korona virüs test kitleri ve diğer tıbbi malzeme bağışlamıştır. Benzer şekilde Twitter'ın kurucusu ve patronu Jack Dorsey de Covid-19 Pandemisi ile mücadele çabalarına 1 milyar ABD doları bağışlamıştır. Bill Gates ise Covid-19 Pandemisi ile mücadele için küresel işbirliğini teşvik etmiştir. Bu nedenle Covid-19 Pandemisi döneminde KSS faaliyetlerini işletmelerin üst düzey liderleri önemli ölçüde etkilemiş ve yönlendirmiştir (He ve Harris, 2020: 177).

3. YÖNTEM

Araştırma nitel araştırma yöntemi ve örnek olay analizi (case studies) tekniği ile gerçekleştirilmiştir. Örnek olay analizi, bir vakanın kapsamlı bir açıklaması ve analizidir. Vaka çalışması, gerçek hayattaki belirli bir proje, politika, kurum, program veya sistemin çoklu bakış açısı ile derinlemesine bir araştırılmasıdır (Starman, 2013: 31).

3.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Yapılan araştırmanın amacı, işletmelerin Covid-19 Pandemisi döneminde gerçekleştirmiş oldukları KSS faaliyetlerinin incelenmesidir. Araştırma kapsamında, işletmelerin Covid-19 Pandemisi döneminde en çok hangi alanda ne tür KSS faaliyetleri gerçekleştirdikleri örnek olaylarla incelenmektedir.

Covid-19 Pandemisi 2019 yılının sonlarında Çin'de başlayıp çok kısa bir süre içerisinde tüm dünyaya yayılmıştır. Bu pandemiden hem insanlar hem de işletmeler oldukça fazla etkilenmişlerdir. KSS faaliyetleri işletmelerin topluma karşı olan sorumluluklarını yerine getirebilmek için oldukça önemli bir alandır. Covid-19 Pandemisi gibi tüm toplumları derinden etkileyen bir durumda işletmelerin gerçekleştirdiği KSS faaliyetleri oldukça büyük önem taşımaktadır. Bu nedenle bu çalışmada Pandemi döneminde işletmelerin gerçekleştirmiş oldukları KSS faaliyetlerini örnek olaylarla inceleyerek literatüre katkı sağlanması amaçlanmıştır.

3.2. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Araştırmanın evrenini Pandemi döneminde KSS alanında faaliyet gösteren işletmeler oluşturmaktadır. Araştırmada, amaçlı örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Pandemi döneminde ve Pandemiye yönelik KSS faaliyeti gerçekleştiren işletmeler örnekleme dâhil edilmiştir. Bu işletmeler arasından on (10) tanesi örnek olay olarak seçilerek analiz edilmiştir. Araştırma örneklemi belirlenirken hem ulusal hem de uluslararası işletmeler seçilerek örnekleme çeşitliliği sağlanmaya çalışılmıştır.

Örnek Olay olarak şu işletmelerin Pandemi dönemi KSS faaliyetleri seçilmiştir: *KOÇ Holding işletmeleri* (Arçelik-Beko, Ford Otosan, Tofaş, Divan Grubu, Vehbi Koç Vakfı Sağlık Kuruluşları, Tüpraş, Yapı Kredi, Aygaz, Opet, Opet Fuchs, Otokoç Otomotiv, KoçAkademi, Koç Topluluğu Spor Kulübü, Koçfinans, Tat Gıda, Türk Traktör, Zer ve Vehbi Koç Vakfı Kültür Kurumları ve Rahmi Koç Müzesi), *AvivaSA, Erdemir, Siemens Türkiye, Coca-Cola Türkiye, Magnum, McDonald's, Trendyol, Yemeksepeti ve Lego.*

3.3. Verilerin Toplanması

Araştırmada örnekleme belirlenirken arama platformlarına "Kurumsal Sosyal Sorumluluk, Pandemi, Covid-19 Pandemisi" anahtar kelimeleri yazılarak aramalar gerçekleştirilmiştir. Bu şekilde elde edilen işletmelerin kurumsal web sitesi bilgileri, haber metinleri, raporlar, kurumsal blog bilgileri vb. araştırmaya dâhil edilmiştir. Bu sayede elde edilen örnekler Ek'te yer alan Tablo 1'de gösterilmiştir. Söz

konusu listeden en çok bilgi elde edilebilen 10 (on) işletme örnek olay olarak seçilerek analiz edilmiştir.

4. BULGULAR

Bu bölümde Covid 19 Pandemisi döneminde Kurumsal Sosyal Sorumluluk faaliyeti gerçekleştiren ve araştırma örnekleminde yer alan işletmelerin KSS faaliyetleri açıklanmıştır.

KOÇ HOLDİNG¹

Koç Topluluğu Şirketleri Pandemi ile mücadele edebilmek için birçok Kurumsal Sosyal Sorumluluk faaliyeti gerçekleştirmişlerdir. Bunlardan bazıları şu şekilde özetlenebilir:

Arçelik-Beko: Arçelik solunum cihazı üreterek sağlık sektörüne destek sağladı. Ayrıca Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı'nın liderliğinde Aselsan ve Baykar firması ile Biosys'in birlikte geliştirdiği mekanik ventilatörün seri üretimini gerçekleştirdi. Ayrıca, Tüm Türkiye'de 200'den fazla hastaneye, sağlık personeli tarafından kullanılması için 3.5 milyon TL değerinde tost, kahve, çay, kurutucu, çamaşır makinesi, fırın vb. ürünlerinden bağışladı. Beko ise benzer hizmetleri operasyonlarının olduğu İtalya, Tayland ve Vietnam gibi ülkelerde de gerçekleştirdi.

Ford Otosan: Sağlık sistemi için sağlık ekipmanları üretmeye başladı. Sağlık bakanlığı tarafından kullanılan Ford ambulanslara ücretsiz servis hizmeti verdi. Virüslere karşı % 99.9 oranında koruyucu etkisi olan bir maske tasarımı ve ventilatör tasarımı yaparak seri üretime hazır hale getirdi.

Tofaş: 50 bin siperlikli maske, 971 adet entübasyon ve 300 adet biyolojik numune kabininin üretimini gerçekleştirerek bunları sağlık kuruluşlarına gönderdi. Ayrıca üretilen bu ekipmanların tasarımını web sayfası üzerinden paylaşarak diğer firmalar tarafından da üretilmesini destekledi, bu sayede 10 farklı firma da üretim yapmaya başladı.

Divan Grubu: sağlık çalışanlarının kullanması için 3 adet otelini açarak hem konaklama hem de yeme-içme desteği sağladı.

Vehbi Koç Vakfı Sağlık Kuruluşları: Amerikan Hastanesi ile Koç Üniversitesi Hastanesi Pandemi hastanesine dönüştürüldü. Ayrıca, online sağlık hizmeti olan Koç e-Sağlık geliştirildi ve uygulandı.

Tüpraş: Milli Dayanışma Kampanyası'na 5 milyon TL bağışladı. Rafinerilerinin olduğu illerde, 30 ortaokulda, "Üretim Beceri, Üç Boyutlu Modelleme, Robotik Kodlama" sınıfları açtı. Açılan bu sınıflarda koruyucu siperlikli maske üretimi için gönüllü öğretmenler destek oldular. Tesislerinin bulunduğu Kocaeli, İzmir, Kırıkkale ve Batman'daki hastanelerin ve belediyelerin ihtiyaç duyduğu maske ve tulumları temin etti.

Yapı Kredi: Devlet hastanelerinin acil durumdaki ihtiyaçlarının karşılanması için Milli Dayanışma Kampanyası'na 10 milyon TL bağışladı. Hazine destekli ve Kredi Garanti Fonu teminatıyla hayata geçirilen "Çek Ödeme Destek Paketi" ve "Ekonomik İstikrar kalkanı Kredi Desteği"ne dâhil oldu. Niğde Ömer Halisdemir Eğitim ve Araştırma Hastanesi'ne 10 adet hasta takip monitörü ve 1 adet merkezi izlem monitörü bağışladı.

Aygaz: Milli Dayanışma Kampanyası'na 2 milyon TL bağış yaptı. 2 milyon şişe suyu, Pürsu ile tüm Türkiye'de 20'den fazla devlet hastanesine ulaştırdı.

Opet: Milli Dayanışma Kampanyası'na 3 milyon TL bağış yaptı.

1 <https://www.koc.com.tr/medya-merkezi/haberler/2020/koc-toplulugunda-koronavirus-seferberligi>

Opet Fuchs: Ege Üniversitesi Hastanesi'ne 12 bin adet cerrahi maske ve 3 bin adet FFP2 maske sağladı. Ford ambulanslarının servis hizmetlerinde ücretsiz motor yağı desteği sağladı.

Otokoç Otomotiv: 347 adet aracını, sağlık çalışanlarının işlerine gidip gelebilmeleri için tahsis etti. Pandemi Hastanesine çevrilen Koç Üniversitesi Hastanesi ve Amerikan Hastanesi'ne 100 aracını tahsis etti. Sağlık çalışanları için 15 bin adet yüz siperliğinin teminini sağladı.

KoçAkademi: tüm Türkiye'nin ücretsiz olarak faydalanması için Online Eğitim Platformu Koç Akademi'nin 12 binden fazla eğitim ve içeriğini erişimine açtı. Platformdan 1.2 milyondan fazla kişi eğitim aldı.

Koç Topluluğu Spor Kulübü: Yoga, pilates, kick boks, jimnastik gibi tüm antrenmanlarını online platforma taşıyarak Instagram, IGTV ve YouTube üzerinden canlı olarak yayınlamaya tüm Türkiye'ye ulaştırdı.

Koçfinans: 100 bin TL değerinde tıbbi malzemeyi Marmara Üniversitesi Pendik Başıbüyük Eğitim ve Araştırma Hastanesi'ne temin etti. Ayrıca çeşitli sağlık ekipmanı bağışında bulundu. Aynı hastanede kullanılmak üzere Koçtaş tarafından da 12 adet aspiratör cihazı temin edildi.

Tat Gıda: Çiftçi için verdikleri destek paketini arttırdı. Sürdürülebilir tarım için verilen çiftçi destek paketinde: tarımsal gübre, tohum, diğer sulama materyalleri, fide ve nakit avans bulunmaktadır. Ayrıca, çiftçilerin sağlığını korumak ve üretimin devamlılığını sağlamak için içinde ateş ölçer, eldiven, maske, sabun, şampuan gibi hijyen ürünlerinin bulunduğu bir paketi çiftçilere gönderdi.

Türk Traktör: Çeşitli sağlık ekipmanlarını Ankara, Sakarya ve Kocaeli'nde bulunan 25 farklı hastaneye gönderdi. "Tarlam Cepte" uygulamasını tüm çiftçiler için 1 yıl boyunca ücretsiz erişime açtı.

Zer: hastanelere çeşitli ekipman desteği sağladı.

Vehbi Koç Vakfı Kültür Kurumları ve Rahmi Koç Müzesi: Rahmi Koç Müzesi sanal olarak ziyarete açıldı.

Koç Topluluğu'nun Pandemi ile mücadele için gerçekleştirmiş olduğu Kurumsal Sosyal Sorumluluk faaliyetlerine baktığımızda ihtiyaç duyulan hemen hemen her konuda maddi, ayni ve kültürel destek sağlamak üzere gerçekleştirildiği görülmektedir. Pandeminin hemen başında en çok sağlık alanında ihtiyaç duyulan malzeme ve ekipman üretimine ağırlık verilmiş, aynı şekilde sağlık çalışanlarının ihtiyaç duyacağı malzeme ve ekipman temini yapılmış, onlara konaklama imkanı sunulmuştur. Bunun yanında maddi bağışlarla birçok kurum desteklenmiştir. Bütün bunlarla birlikte Pandemiden dolayı evde kalmak zorunda olan birçok kişinin psikolojisi olumsuz etkilendiği için bu sorunun çözümüne yönelik kültürel ve sportif etkinlikler düzenlenmiştir. Ayrıca, Pandemi ile birlikte uzaktan eğitime geçildiği için eğitimle ilgili içeriklerini ücretsiz olarak herkesin kullanımına açmıştır.

AVIVASA²

AvivaSA, "Pandemi Yardım Projesi"ni hayata geçirdi. Bu projenin amacı Pandeminin 60 yaş ve üstü kişiler üzerindeki olumsuz etkilerini azaltmaktır. Bu proje kapsamında, İzmir, Ankara, İstanbul ve Bursa'da toplam 7 belediye ile işbirliği yaparak 2 bin 300 kişiye sağlıklı gıda kolisi ve sağlık, hijyen paketi ulaştırdı. Bunun dışında, Kızılay'ın Korona Dayanışma Projesi kapsamında 65 yaş üstü yaşlılara

2 <https://www.capital.com.tr/is-dunyasi/arastirmalar/zor-yilin-danisma-projeleri>; <https://www.avivasa.com.tr/web/51-2588-1-1/avivasa-tr/hakkimizda/iletisim-faaliyetleri-basin-odasi/avivasadan-pandemi-yardim-projesi>

gıda yardım paketi bağışında bulundu. AvivaSA, ayrıca yaşlıların Pandemi döneminde artan endişe ve yalnızlık duygularını azaltmak için onları uzman psikolog ve gerontologlardan oluşan Psikososyal Destek Ekibi ile telefonda görüştürmeyi hedefliyor.

AvivaSA, Pandemi ile mücadele edebilmek için pandemiden en çok etkilenen 60 yaş ve üstü kişilerin ihtiyaçlarını giderecek ve moral ve motivasyonlarını destekleyecek faaliyetlere yönelmiştir. AvivaSA, *Pandemi Yardım Projesi* ile sokağa çıkması sakıncalı olan 60 yaş ve üzeri kişilerin ihtiyaçlarını karşılamak için belediyelerle işbirliği yapmıştır ayrıca bu yaş grubundaki kişilerin Pandemi ile birlikte artan endişe ve yalnızlık gibi duygularının azaltılması için uzman kişilerden oluşan bir ekip kurarak telefonla iletişim desteği sağlamıştır.

ERDEMİR³

OYAK'ın maden metalürji alanında faaliyet gösteren şirketlerinden Erdemir, "Güvenli Üretim Birlikte Mümkün" Projesi'ni dört ana başlıkta hayata geçirdi. Çalışanları, aileleri ve tedarikçileri kapsayan projede Gözlem ve Alt İşveren Yönetimi Uygulamaları, Medikal Maske Solunabilirlik Test Cihazı ve Yapay Zekâ Tabanlı Maske Tanıma çalışmalarıyla desteklenerek Hijyen Gözlemleri de yapıldı. Önlemlerin içselleştirilmesi için çalışanların da yaratıcı ve aktif katılım sağladığı projede, saha ve ofis çalışanlarının bir araya gelerek kurduğu "Koronaya İnat Çal" müzik grubu, söz ve bestesi kendilerine ait olan "Haydi Önce Maske Mesafe, Çare Sende Dikkat Et Hijyene" şarkısıyla, koronayla mücadelede müziğin gücünden yararlandı. Ayrıca, Erdemir, TİSK tarafından düzenlenen ve tamamı Covid-19 kategorisinde fikir ve projelerin yarıştığı Ortak Yarınlar Ödül Programı'nda, İş Sağlığı ve Güvenliği alanında "Güvenli Üretim Birlikte Mümkün" projesi ile ödüle layık görüldü.

Erdemir, Pandemi ile mücadele için geliştirdiği "Güvenli Üretim Birlikte Mümkün" Projesi ile bu mücadeleye hem çalışanların, hem de ailelerin aktif katılımını sağlamıştır. Ayrıca çalışanlar tarafından kurulan müzik grubu ile Pandemi ile mücadelede müziğin gücünden faydalanmıştır. Erdemir'in, Pandemi ile mücadelede sağlık ve müzik alanına odaklandığı görülmektedir.

SIEMENS TÜRKİYE⁴

Siemens Türkiye, Covid-19 Pandemisinde yaşamını yitirenlerin çocuklarına eğitim desteği sağlamak için #BeraberceGeleceğe Projesi'ni başlattı. Siemens Türkiye bu projesi ile Türk Eğitim Vakfı'nın (TEV) Korona Kahramanlarına Destek, Çocuklarına Gelecek adlı yardım atağına katıldı. Proje kapsamında şirket çalışanlarından toplanacak bağış kadar Siemens Caring Hands Vakfı da bağış yaparak bağış miktarını ikiye katlayacak. Proje kapsamında toplanan tüm bağışlar TEV Korona Kahramanlarına Vefa Fonu'na aktaracak. Kampanyadan elde edilen tüm gelir Pandemi nedeniyle yaşamını yitiren kişilerin çocuklarının tüm okul hayatları boyunca destek olunmasında kullanılacak. Ayrıca, Siemens Türkiye Gebze Fabrikasında 3D yazıcılar ile sağlık çalışanları için siperlik üretti ve bunları 14 kuruma bağışladı. Bunun dışında, 20 bin adet maskeyi çeşitli sağlık kuruluşlarına bağışladı.

Siemens Türkiye'nin Pandemi ile mücadele için daha çok eğitim alanına odaklandığını görmekteyiz. *Beraberce Geleceğe Projesi* ile Koronadan dolayı yaşamını yitiren kişilerin çocuklarına eğitim hayatları boyunca destek olmak için Türk Eğitim Vakfı'na maddi destek sağlamıştır. Ayrıca sağlık çalışanları için medikal malzeme desteği sağlamıştır.

3 <https://www.erdemir.com.tr/kurumsal/medya/basin-bultenleri/erdemir-covid19-ile-mucadelede-guvenli-uretim-birlikte-mumkun-projesiyle-odule-layik-goruldu/>

4 https://www.siemens.com.tr/web/1199-19197-1-1/siemens_turkiye_-_tr/siemens_turkiye/basin_bultenleri/berabercegelecege_sahip_cikiyoruz

COCA-COLA TÜRKİYE⁵

Sağlık Bakanlığı'na medikal malzeme yardımı yaptı. 65 yaş üstü ihtiyaç sahiplerine yiyecek ve içecek yardımı yaptı. Temel İhtiyaç Derneği (TİDER) aracılığıyla 7 Bölgede bulunan 29 şehirde, 150 bin haneye ulaşan gıda bankalarına gıda ve temizlik malzemesi ulaştırdı. 15 binden fazla yeme-içme hizmet sektör çalışanına temel gıda ihtiyaçlarını karşılayabilmeleri için Ahbap Derneği aracılığıyla alışveriş kartı dağıttı. "Aç Kendini Hayata" kampanyası kapsamında yeme-içme sektöründe hizmet veren Türkiye genelinde 500'ü aşkın işletmeye tanıtım desteği vererek yeniden müşterileriyle buluşmalarında köprü olmaya çalıştı. Küçük yerel işletmelere dağıtılmak üzere toplam 17 bin hijyen kiti hazırladı. Hijyen kitlerini Türkiye genelinde toplam 12 bin noktaya ulaştırdı. Mekânların tekrar kapanmasıyla Tüm Restoranlar ve Turizmciiler Derneği (TÜRES) ve Kızılay işbirliğiyle pandemiden en çok etkilenen 3 bin yeme içme sektörü çalışanına kişi başı 400 TL'lik alışveriş çeki dağıtılmasını sağladı.

Coca-Cola Türkiye'nin Pandeminin olumsuz etkilerini azaltmak için birçok alanda faaliyet göstererek destek olmaya çalıştığı görülmektedir. İhtiyaç sahiplerine gıda yardımı yaptığı, pandemiden olumsuz etkilenen işletmelere tanıtım desteği verdiği, hijyen malzemesi dağıtımını yaptığı görülmektedir.

MAGNUM⁶

Magnum, "Hazzı Hayal Et" isimli dijital bir sergi düzenleyerek pandemi döneminde tekrar dışarı çıkılabilecek günlerin hayal edilmesini sağladı. Bu sergide dünya çapında 13 farklı sanatçının resmi yer aldı. Magnum, bu sergisi ile Fildişi Sahili'nde kakao yetiştirmekte olan kakao çiftçisi kadınlara destek sağlamayı hedeflemiştir.

Magnum'un Pandemi ile mücadele etmek için seçtiği KSS alanının sanat olduğu görülmektedir. Magnum, açmış olduğu dijital resim sergisi ile hem Pandemiden dolayı eve kapanmak zorunda kalan kişilere güzel vakit geçirme hem de kakao çiftçisi kadınlara destek sağlama fırsatı sunmuştur.

MCDONALD'S⁷

İspanya'da, "The Big Good" adlı yeni bir hamburgeri piyasaya sürdü. Bu hamburger ile pandemiden etkilenen çiftçilere yardım etmeyi amaçlıyor. "The Big Good", İspanya'nın çeşitli bölgelerinde tarım ve hayvancılıkla uğraşan ve corona virüs krizinden etkilenen üreticilerden sağlanan yedi yerel kaynaklı ürün kullanılarak oluşturuldu. McDonald's, hamburgerlerin satışından 2000'den fazla üreticinin yararlanacağını açıkladı ve The Big Good, McDonald's'ın İspanya'daki tüm şubelerinde satışa sunuldu.

McDonald's, Pandemi döneminde KSS alanı olarak yerel üreticiyi desteklemeyi seçmiştir. McDonald's *The Big Good* adlı yeni bir hamburger çeşidini İspanya'daki tüm şubelerinde hizmete sunmuştur. Bu yeni hamburger çeşidinde tamamen yerel üreticilerin ürünlerini kullanarak onların pandemiden daha az etkilenmelerine katkı sağlamayı hedeflemiştir.

TRENDYOL⁸

Trendyol, iş ortağı KOBİ'lerin Pandemi döneminde işlerinin devamlılığına destek olmak amacıyla "Trendyol KOBİ Destek" programını hayata geçirdi. Program kapsamında Trendyol, iş ortağı KOBİ'lere toplam 100 milyon TL değerinde finansman, pazarlama ve eğitim desteği sunuyor. Trendyol pazar

5 <https://www.capital.com.tr/is-dunyasi/arastirmalar/zor-yilin-danisma-projeleri>

6 <https://www.magnumicecream.com/tr/kampanyalar/pleasureimagined.html>

7 <https://pazarlamasyon.com/mcdonalds-ciftcilere-destek-icin-bir-hamburger-cikardi/>

8 <https://pazarlamasyon.com/trendyoldan-kobilere-100-milyon-tllik-2-destek-paketi/>

yerindeki on binlerce KOBİ bu destekten faydalanacak.

Trendyol, Pandemi döneminde KSS alanı olarak birlikte çalıştığı tedarikçilerine destek olmayı seçmiştir. Onlara finansman, pazarlama ve eğitim desteği sağlayarak Pandemi döneminde işlerini devam ettirmelerine katkı sağlamaya çalışmıştır.

YEMEKSEPETİ⁹

Corona Virüse karşı mücadele için 1 Milyon TL bağışladı. Restoranlar için 20 Milyon TL'lik destek paketini açıkladı. Yemeksepeti, milyonlarca kullanıcısı tarafından yemek siparişi verirken bağış yapabilmelerine imkânı sağlayan bir projeyi hayata geçirdi. Bu projede Kızılay, TEV ve UNICEF ile iş birliği yaptı. Proje ile ihtiyaç sahibi birçok aileye ve öğrenciye destek sağlanması hedeflenmektedir. Yemeksepeti ayrıca, Domino's Pizza ile işbirliği yaparak Pandemi hastanelerinde çalışan sağlıkçılara 3 Milyon TL değerinde, 150 bin adet pizza gönderdi.

Yemeksepeti, Pandemi dönemindeki KSS faaliyetlerini çeşitli alanlarda gerçekleştirmişti. Hem maddi bağış yaparak hem ihtiyacı olan ailelere ve öğrencilere bağış yapılmasını sağlayacak bir ortam sunarak KSS faaliyetlerini gerçekleştirmiştir. Ayrıca sağlık çalışanlarına yemek ihtiyaçlarını karşılamak için destek olmuştur.

LEGO¹⁰

Covid-19 Pandemisinden en çok etkilenen bölgelerdeki çocuklara destek amaçlı Education Cannot Wait Kuruluşuna 50 milyon \$ bağışladı. Ayrıca, hem çocukların evden eğitiminin aksamadan devam edebilmesi hem de evde kalan ebeveynlerin üzerindeki yükü hafifletmek amacıyla ücretsiz bir web sitesi oluşturdu.

Lego, Pandemi döneminde KSS faaliyetlerini eğitim alanında gerçekleştirmiştir. Lego hem maddi bağış yaparak hem de ailelerin ücretsiz kullanabileceği web sitesi kurarak eğitime destek sağlamıştır.

5. SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

İşletmelerin Covid-19 Pandemisi dönemindeki Kurumsal Sosyal Sorumluluk faaliyetlerinin incelenmesi amacıyla gerçekleştirilen bu çalışmada, işletmelerin bu dönemde Pandemiye özgü sorunların çözümüne yönelik KSS faaliyetleri yürüttükleri görülmüştür. İşletmeler, toplumu, ekonomiyi, çalışanları derinden etkileyen bu büyük felaketin zararlarını azaltmak için birçok projeyi hayata geçirmişlerdir.

Araştırma kapsamında ele alınan *KOÇ Holding işletmelerinin* (Arçelik-Beko, Ford Otosan, Tofaş, Divan Grubu, Vehbi Koç Vakfı Sağlık Kuruluşları, Tüpraş, Yapı Kredi, Aygaz, Opet, Opet Fuchs, Otokoç Otomotiv, KoçAkademi, Koç Topluluğu Spor Kulübü, Koçfinans, Tat Gıda, Türk Traktör, Zer ve Vehbi Koç Vakfı Kültür Kurumları ve Rahmi Koç Müzesi) çok çeşitli KSS faaliyetleri gerçekleştirdikleri görülmüştür. Bunlar arasında; sağlık kuruluşlarına maddi bağış yapılmış, yine sağlık alanında Pandemi ile mücadele için ihtiyaç duyulan ve Pandeminin ilk dönemlerinde oldukça eksik olan solunum cihazı, maske gibi tıbbi malzeme ve ekipman üretimi ve bağışı yapılmış, sağlık çalışanlarına konaklama imkanı sağlanmış, tüm topluma yönelik kültürel, psikolojik ve uzaktan eğitim desteği sağlanmış vb. sayılabilir.

9 <https://pazarlamasyon.com/yemeksepeti-corona-viruse-karsi-mucadele-icin-1-milyon-tl-bagisladi/>; <https://pazarlamasyon.com/dominos-ve-yemeksepetinden-saglik-calisanlarina-destek/>

10 <https://pazarlamasyon.com/lego-cocuklar-icin-50-milyon-dolar-bagislayacak/> http://www.tuhid.org/pdf/Covid-19-Surecinde-KSS_1590136304.PDF

KOÇ Holding'in "Ülkem varsa ben de varım" mottosu ile Pandemi ile mücadele için toplumun ihtiyaç duyduğu tüm alanlarda KSS faaliyetleri düzenleyerek destek olduğu görülmüştür.

AvivaSA, Pandemi ile mücadele için Covid 19'un en tehlikeli olduğu 60 yaş ve üstü kişilerin ihtiyaçlarını giderecek ve moral ve motivasyonlarını destekleyecek faaliyetlere yönelmiştir. *AvivaSA*, Pandemi döneminde sağlık, hijyen, gıda ve psikolojik destek alanlarında KSS gerçekleştirmiştir. *Erdemir*, Pandemi dönemindeki KSS faaliyetlerini gerçekleştirirken iç paydaşları olan çalışanlarını ve dış paydaşları olan tedarikçilerini projelerine ve faaliyetlerine dâhil ederek daha fazla kişinin aktif katılımını sağlamıştır. *Erdemir*, Pandemi döneminde sağlık, hijyen ve kültür alanlarında KSS faaliyetleri gerçekleştirmiştir.

Siemens Türkiye'nin Covid-19 Pandemisinde yaşamını yitirenlerin çocuklarına eğitim desteği sağlayarak ve sağlık çalışanları için medikal malzeme üreterek sağlık ve eğitim alanında KSS faaliyetleri gerçekleştirdiği görülmektedir. *Coca-Cola Türkiye'nin* İhtiyaç sahiplerine gıda yardımı yaparak, işletmelere tanıtım desteği vererek, hijyen malzemesi dağıtımı yaparak Pandemi döneminde gıda, hijyen ve tanıtım desteği alanında KSS faaliyetleri gerçekleştirdiği görülmektedir.

Magnum, sanat alanında KSS faaliyeti gerçekleştirerek hem toplumun Pandemiden daha az etkilenmesine destek olmayı hem de kakao üreten çiftçi kadınlara maddi destek sunmayı hedeflemiştir. *McDonald's*, Pandemi döneminde KSS alanı olarak tarımı seçmiştir. *McDonald's* paydaşlarından olan yerel üreticileri destekleyerek onların pandemiden daha az etkilenmesini sağlamaya çalışmıştır.

Trendyol, paydaşlarından olan tedarikçilerinin pandemiden daha az etkilenmesine katkı sağlamak için onlara finansman, pazarlama ve eğitim desteği sağlamıştır. *Yemeksepeti*, Pandemi dönemindeki KSS faaliyetlerini gıda, eğitim ve bağış alanlarında gerçekleştirmiştir. *Legonun*, Pandemi döneminde eğitim alanında KSS faaliyetleri gerçekleştirerek Pandeminin hem öğrenciler hem de aileler üzerindeki etkisini azaltmaya yönelmiştir.

Yapılan araştırma kapsamında incelenen işletmelerin Pandemi döneminde KSS faaliyetlerini hızla gözden geçirerek Pandeminin tüm toplum ve paydaşlar üzerindeki etkilerini azaltmaya yönelik projelere ve faaliyetlere dönüştürdükleri görülmüştür. Bu dönemde en çok sağlık alanında KSS faaliyeti ve projelerinin yapıldığı görülmektedir. Pandeminin oldukça önemli bir sağlık sorunu olduğu düşünüldüğünde KSS faaliyetlerinin bu alanda yoğunlaşması beklenen bir durumdur. Sağlık alanında gerçekleştirilen KSS faaliyetlerine baktığımızda her şeyden önce sağlık sisteminin ihtiyaç duyduğu ve eksikliğinin hissedildiği medikal ve tıbbi malzemenin üretimine ve teminine odaklanıldığı görülmektedir. Ayrıca Pandemi döneminde sağlık çalışanlarının iş yükü çok fazla arttığı ve zor koşullarda çalıştıkları için onlara yönelik konaklama, gıda, tekstil, araç-gereç desteği vb. KSS faaliyetleri gerçekleştirilmiştir. Pandemi döneminde ayrıca işletmeler tarafından sağlık kuruluşlarının acil ihtiyaçlarının temini için bağışlar yapıldığı görülmektedir.

Pandemi döneminde uygulanan karantina tedbirleri nedeniyle insanlar evden çıkmadıkları için bazı sorunlar ortaya çıkmıştır. Örneğin 60 yaş ve üstü kişilerin gıda vb. ihtiyaçlarının karşılanması, psikolojik olarak izolasyon duygusunun olumsuz etkileri vb. bazı işletmeler KSS faaliyetlerini bu alanlarda gerçekleştirmişlerdir. Bunun dışında Pandemi ile birlikte tüm eğitim kademelerinde uzaktan eğitime geçilmiş olması hem aileler hem de öğrenciler üzerinde önemli sorunlara yol açmıştır. Bazı işletmelerin (ör. Lego) KSS faaliyetlerini bu sorunların azaltılması için araç olarak kullandıkları görülmüştür. İşletmelerin ayrıca kültür-sanat, spor, tarım, bağış vb. birçok alanda KSS faaliyeti gerçekleştirdikleri görülmektedir.

Garcia-Sanchez ve Garcia-Sanchez de (2020: 4) İspanya şirketlerine yönelik yaptıkları araştırmada Pandemi döneminde şirketlerin sahipleri ve yatırımcıları için değer yaratmanın yanı sıra, sürdürülebilir performansını garanti eden KSS stratejilerini teşvik ederek çevreye ve topluma karşı sorumlu davrandıklarını belirtmişlerdir. Ayrıca Garcia-Sanchez ve Garcia-Sanchez (2020: 3), işletmelerin KSS'yi iş stratejilerine entegre ederek Covid-19 pandemisinin farklı paydaşlar üzerindeki etkisi değerlendirilerek etkili bir KSS planlaması yapılabileceğini belirtmişlerdir. Yapılan araştırmada işletmelerin bu yönde faaliyetler gerçekleştirdikleri görülmüştür.

Delbard (2020: 259) Pandemiye karşı mevcut KSS yanıtlarına bakıldığında, geleneksel hayırseverlik temelli KSS formunun büyük ölçüde hâkim olduğunu görmenin şaşırtıcı olmadığını, bu yaklaşımın Evrensel "topluma geri ver" ilkesine dayandığını, bu KSS türünün işletmeler için hızlı ve etkili bir çözüm sunmanın kolay yolu olduğunu ve Şirketin itibarını ve imajını geliştirirken topluma doğrudan somut bir fayda sağladığını belirtmiştir. Birçok şirketin sağlamış olduğu maske, tıbbi ekipman ve bağış gibi KSS faaliyetinin bu kapsamda değerlendirilebileceğini belirtmiştir. Yapılan araştırmada işletmelerin benzer bir durum sergiledikleri görülmüştür.

Sonuç olarak, Pandemi döneminde işletmelerin KSS faaliyetlerini özellikle pandemiden kaynaklanan sorunların çözümü için ve çoğunlukla kendi faaliyet alanlarına paralel olarak gerçekleştirdikleri görülmüştür. İşletmeler KSS faaliyetlerine stratejik olarak yaklaşarak tüm paydaşların ihtiyaç ve beklentilerine yönelik faaliyetler gerçekleştirdikleri ve dolayısıyla kurumsal imajlarının gelişmesine olumlu katkı sağladıkları görülmektedir. İşletmeler pandemiden sonra da KSS faaliyetlerini sürdürerek tüm paydaşlarına katkı sunmaya devam etmelidirler.

KAYNAKÇA

- AGUINIS, H., VILLAMOR, I. ve GABRIEL, K. P. (2020). "Understanding employee responses to COVID-19: a behavioral corporate social responsibility perspective", *Management Research: Journal of the Iberoamerican Academy of Management*, 18(4): 421-438.
- AKATAY, A. (2008). "Kurumsal Sosyal Sorumluluk Anlayışındaki Değişimlerin Yönetel İşleyiş Etkileri", *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 6(2): 97-112.
- AKTAN, C. C. ve BÖRÜ, D. (2007). "Kurumsal Sosyal Sorumluluk", C. C. Aktan (Ed.), *Kurumsal Sosyal Sorumluluk, İşletmeler ve Sosyal Sorumluluk, İGİAD Yayınları*, İstanbul.
- CARROLL, A. B. (2016). "Carroll's pyramid of CSR: taking another look", *International Journal of Corporate Social Responsibility*, 1(3): 1-8.
- CARROLL, A. B. (1999). "Corporate Social Responsibility", *Business & Society*, 38(3): 268-295.
- CHEAH, E. T., JAMALI, D., JOHNSON, J. E. V. ve SUNG, M. C. (2011). "Drivers of Corporate Social Responsibility Attitudes: The Demography of Socially Responsible Investors", *British Journal of Management*, 22: 305-323.
- ÇELİK, A. (2007). "Şirketlerin Sosyal Sorumlulukları", C. C. Aktan (Ed.), *Kurumsal Sosyal Sorumluluk, İşletmeler ve Sosyal Sorumluluk, İGİAD Yayınları*, İstanbul.
- DELBARD, O. (2020). "Corporate social responsibility beyond philanthropy? Sustainable and responsible business in times of Covid-19", P. Bunkanwanicha, R. Coeurderoy, S. Ben Slimane (Eds.), *Managing a Post-Covid19 Era*, ESCP Publishing, Berlin.
- DEMİR, H. ve SONGÜR, N. (1999). "Sosyal Sorumluluk ve İş Ahlakı", *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2(3): 150-168.
- ENGİN, E. ve EKER AKGÖZ, B. (2013). "Sürdürülebilir Kalkınma ve Kurumsal Sürdürülebilirlik Çerçevesinde Kurumsal Sosyal Sorumluluk Kavramının Değerlendirilmesi", *Selçuk İletişim*, 8(1): 85-94.
- GARCIA-SANCHEZ, I. M. ve GARCIA-SANCHEZ, A. (2020). "Corporate Social Responsibility during COVID-19 Pandemic", *J. Open Innov. Technol. Mark. Complex*, 6: 1-21.
- HE, H. ve HARRIS, L. (2020). "The impact of Covid-19 pandemic on corporate social responsibility and marketing philosophy", *Journal of Business Research*, 116: 176-182.

- HEJASE, H. J. (2020). "Corporate Social Responsibility Amid Covid-19", *Journal of Economics and Economic Education Research*, 21(1): 1-3.
- HEMINGWAY, C. A. (2005). "Personal Values as A Catalyst for Corporate Social Entrepreneurship", *Journal of Business Ethics*, 60: 233-249.
- HUANG, W., CHEN, S. ve NGUYEN, L. T. (2020). "Corporate Social Responsibility and Organizational Resilience to COVID-19 Crisis: An Empirical Study of Chinese Firms", *Sustainability*, 12: 1-19.
- ILO (2020). *COVID-19 and The World of Work: Impact and Policy Responses*, International Labour Organization Publishing, Geneva.
- İLİC, D. K. (2010). "İşletmelerin Kurumsal Sosyal Sorumluluk Düzeylerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Literatür Taraması", *Ege Akademik Bakış*, 10(1): 303-318.
- KARADEMİRLİDAĞ SUHER, İ. (2010). "Zirvedeki Türk İşletmelerinin Kurumsal Sosyal Sorumluluk İletişimi: Web Sitelerine Yönelik Bir İnceleme", *Selçuk İletişim*, 6(2): ss. 33-48.
- LANTOS, G. P. (2001). "The Boundaries of Strategic Corporate Social Responsibility", *Journal of Consumer Marketing*, 18(7): 595-632.
- LIU, F., MENG, L., ZHAO, Y. ve DUAN, S. (2020). "The influence of the corporate social responsibility disclosures on consumer brand attitudes under the impact of COVID-19", *Frontiers of Business Research in China*, 14(28): 1-22.
- METWALLY, A. B. M., DIAB, A. ve MOHAMED, M. K. (2020). "Telework operationalization through internal CSR, governmentality and accountability during the Covid-19: evidence from a developing country", *International Journal of Organizational Analysis*, 13(1): 1-24.
- MOIR, L. (2001). "What Do We Mean By Corporate Social Responsibility?", *Corporate Governance: The International Journal of Business in Society*, 1(2): 16-22.
- ÖZALP, İ., TONUS, H. Z. ve SARIKAYA, M. (2008). "İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Öğrencilerinin Kurumsal Sosyal Sorumluluk Algılamaları Üzerine Bir Araştırma", *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(1): 69-84.
- PAPAGIANNIDIS, S., HARRIS, J. ve MORTON, D. (2020). "WHO Led the Digital Transformation of Your Company? A Reflection of IT Related Challenges During the Pandemic", *International Journal of Information Management*, 55: 1-5.
- POPKOVA, E., DELO, P. ve SERGI, B. S. (2021). "Corporate Social Responsibility Amid Social Distancing During the COVID-19 Crisis: BRICS vs. OECD Countries", *Research in International Business and Finance*, 55: 1-12.
- POTCOVARU, A. (2020). "The Impact of Organizational Stress On the Human Resources from The Health System During Covid-19 Pandemic", *Business Excellence and Management*, 10(Special Issue 1): 88-97.
- QIU, S. C., JIANG, J., LIU, X., CHEN, M. H. ve YUAN, X. (2021). "Can corporate social responsibility protect firm value during the COVID-19 pandemic?", *International Journal of Hospitality Management*, 93: 1-12.
- SARAN, M., COŞKUN, G., İNAL ZOREL, F. ve AKSOY, Z. (2011). "Üniversitelerde Sosyal Sorumluluk Bilincinin Geliştirilmesi: Ege Üniversitesi Topluma Hizmet Uygulamaları Dersi Üzerine Bir Araştırma", *Journal of Yasar University*, 22(6): 3732-3747.
- SEVERO, E. A., DE GUIMARAES, J. C. F. ve DELLARMELIN, M. L. (2021). "Impact of the COVID-19 pandemic on environmental awareness, sustainable consumption and social responsibility: Evidence from generations in Brazil and Portugal", *Journal of Cleaner Production*, 286: 1-14.
- SMITH, A. D. (2007). "Making the Case for the Competitive Advantage of Corporate Social Responsibility", *Business Strategy Series*, 8(3): 186-195.
- SOLMAZ, B. (2005). "İşletmelerin Değişen Konumuyla Gelişen Kurumsal Sosyal Sorumluluk Bilinci ve Turkcell'in Desteklediği 'Çağdaş Türkiye'nin Çağdaş Kızları' Projesinin Genel Bir Değerlendirmesi", *Selçuk İletişim*, 4(1): 116-125.
- STARMAN, A. B. (2013). "The case study as a type of qualitative research", *Journal of Contemporary Educational Studies*, 1: 28-43.
- VETHIRAJAN, C., MAHALINGAM, A., SHUNMUGAM, M., ARIYADEVI, N., NANCY, A. ve JEYACHITRA, S. (2020). "Corporate Social Responsibility Practices by Indian Industries during Covid-19", *Journal Of Composition Theory*, 13(5): 67-77.
- WHO (2020). "WHO Director-General's opening remarks at the media briefing on COVID-19-11 March 2020", <https://www.who.int/director-general/speeches/detail/who-director-general-s-opening-remarks-at-the-media-briefing-on-covid-19---11-march-2020>, 12.12.2020.
- WILDOWICZ-GIEGIEL, A. (2014). "The Evolution and the New Frontiers of Social Responsibility Accounting", *Problems of*

Management in the 21st Century, 9(1): 95-102.

YILMAZ, K. (2011). "Eğitim Fakültelerinin Sosyal Sorumluluğu ve Topluma Hizmet Uygulamaları Dersi: Nitel Bir Araştırma", Kuramsal Eğitimbilim, 4(2): 86-108.

ZHANG, J., XIE, C. ve MORRISON, A. M. (2021). "The effect of corporate social responsibility on hotel employee safety behavior during COVID-19: The moderation of belief restoration and negative emotions", Journal of Hospitality and Tourism Management, 46: 233-243.

EK: İŞLETMELERİN COVID 19 DÖNEMİ KSS FAALİYETLERİ LİSTESİ

İŞletme Adı	KSS Konusu	KSS Alanı	Kaynak
Amgen-Türkiye	KAÇUV Umutlu Kutular Projesi ile Kanserli Çocukları Covid-19'a karşı korumayı hedeflemektedir.	Sağlık	https://www.medrvizyon.com.tr/amgen-kacuv-umutlu-kutular-projesi-ile-kanserli-cocuklari-covid-19a-karsi-korumayi-hedefliyor/
Arzum	Sağlık çalışanları için sperlik maske üretimi yaptı.	Sağlık	https://www.taider.org.tr/uyelerimizden-covid19-sosyal-sorumluluk-projeleri.aspx
Atelier Rebul	<ul style="list-style-type: none">•100.000 adet kolonyayı 65 yaş üstü kişilere hediye etti.•4.000 litre sıvı sabunu Corona Virüs ile mücadele eden hastanelere gönderdi.	Sağlık-Hijyen	http://www.tuhid.org/pdf/Covid-19-Surecinde-KSS1590136304.PDF
AXA Sigorta Türkiye Şub.	<ul style="list-style-type: none">•Biz Bize Yeteriz Kampanyasına 7 Milyon TL Bağışta bulundu.•Sağlık çalışanları için motivasyon paketi gönderdi.	Sağlık-Bağış	https://www.sigortadunyasi.com.tr/wp-content/uplo/ads/2020/05/1588851137YavuzOlken.jpg
BP Türkiye	Covid-19 ile mücadeleye destek amacıyla İstanbul İl Sağlık Müdürlüğü'ne ait ambulanslara ücretsiz akaryakıt temini sağladı.	Sağlık-Ulaşım	http://www.tuhid.org/pdf/Covid-19-Surecinde-KSS_1590136304.PDF
Doğan GRUBU	9 milyon TL Bağışta bulundu.	Bağış	http://www.tuhid.org/pdf/Covid-19-Surecinde-KSS_1590136304.PDF
Doğuş	Sağlık çalışanlarına ücretsiz konaklama imkanı sağladı	Sağlık-Konaklama	http://www.tuhid.org/pdf/Covid-19-Surecinde-KSS_1590136304.PDF
Garanti BBVA	Devlet Üniversitesi Hastanelerine 10 Milyon TL bağış yaptı.	Sağlık-Bağış	https://pazarlamasyon.com/garanti-bbva-devlet-universitesi-hastanelerine-10-milyon-tl-bagisyapti/
Getir	Sokaktaki Patili Dostlara Mama Yardımı yaptı: Sokak hayvanları için tasarlanan 'Mama Yardım' projesi ile kullanıcılarının aldığı her bir 5 TL değerindeki 'Yardım Maması'nı HAYTAP aracılığı ile sokak hayvanlarına ulaştırdı. Toplam 23 ton mamayı Türkiye'nin çeşitli şehirlerindeki sokak hayvanlarına ulaştırdı.	Hayvanları Koruma	https://getir.com/sosyal-sorumluluk-projeleri/
Güneş Plastik	81 İldeki Pandemi Hastanelerine şeffaf yüz sperliği üretip dağıttı.	Sağlık	https://pagev.org/gunes-plastik-ten-hastanelere-28-bin-seffaf-yuz-siperligi

İşletme Adı	KSS Konusu	KSS Alanı	Kaynak
Hayat Kimya	Koronavirüs salgınıyla mücadele eden hastanelere destek amacıyla 5 tır Bingo Oxjyen Çamaşır Suyu, 5 tır Papia, Familia, Focus tuvalet kağıdı, kağıt havlu, kutu mendil ve cep mendilden oluşan ürünleri bağışladı.	Sağlık-Hijyen	http://www.tuhid.org/pdf/Covid-19-Surecinde-KSS_1590136304.PDF
Hitay Holding	Milli Piyango işbirliğiyle 1 milyon TL değerinde iki adet otomobil bağışlayarak Milli Dayanışma Kampanyası için çekiliş düzenledi.	Bağış	http://www.tuhid.org/pdf/Covid-19-Surecinde-KSS_1590136304.PDF
Hunca	50.000 TL değerinde, toplamda 1250 litre antibakteriyel jel bağışladı.	Hijyen	http://www.tuhid.org/pdf/Covid-19-Surecinde-KSS_1590136304.PDF
ISM Minibar	Yüz sperlikleri üretimi yaptı.	Sağlık	https://www.taider.org.tr/uyelerimizden-covid19-sosyal-sorumluluk-projeleri.aspx
İş Bankası	Kamu Hastanelerine 10 Milyon TL Bağış yaptı.	Sağlık-Finans	https://pazarlamasyon.com/is-bankasindan-kamu-hastanelerine-10-milyon-tl-bagis/
KoçSistem	"Pandemide Her Güne Bir Oyun, Her Güne Bir Masal" projesini hayata geçirdi. Bu proje ile bilinçli teknoloji kullanımına dikkat çekmeyi ve aile içerisinde ebeveyn-çocuk iletişimine katkı sağlamayı amaçlamıştır.	Bilişim-Kültür Sanat	https://www.dunya.com/yasam-keyfi/pandemide-her-gune-bir-oyun-her-gune-bir-masal-haberi-603470
Koton	Devlet hastanelerinde görev yapan sağlık personeli için çamaşır ve günlük kullanıma yönelik toplam 4.500 parça giysi bağışladı.	Sağlık-Tekstil	http://www.tuhid.org/pdf/Covid-19-Surecinde-KSS1590136304.PDF
DFDS-Türkiye	•Öğrencilere "Uzaktan Eğitime Destek" kampanyası başlattı. İhtiyaç sahibi olan öğrencilere eğitimlerinin devamlılığı adına destek verdi. •7/24 çalışan Tuzla Devlet Hastanesi sağlık çalışanlarına yakın mesafede bir otelle anlaşma sağlayarak konaklama desteği sağladı.	Sağlık-Eğitim-Konakl	https://www.capital.com.tr/is-dunyasi/arastirmalar/zor-yilin-danisma-projeleri
LC Waikiki	Maske üretip hibe etti.	Sağlık	https://www.marketingturkiye.com.tr/haberler/salgin-doneminde-sosyal-sorumluluk-calismalariyla-encok-akilda-kalan-markalar/
Lila Grup	TEGV Aysel Öğücü Lila Öğrenim Birimi Yılda 3 bin 500 çocuğu nitelikli eğitimle buluşturmayı hedefliyor. Kamu Hastanelerine 100.000 Rulo Muayene masası örtüdü bağışında bulundu.	Eğitim-Hijyen	https://www.capital.com.tr/is-dunyasi/arastirmalar/zor-yilin-danisma-projeleri https://www.taider.org.tr/uyelerimizden-covid19-sosyal-sorumluluk-projeleri.aspx
Microsoft-Türkiye	Türkiye'nin birçok farklı ilinde toplam 150.000 lise ve üniversite öğrencisine Teams üzerinden online eğitime geçme fırsatı sağladı.	Eğitim	http://www.tuhid.org/pdf/Covid-19-Surecinde-KSS1590136304.PDF

İşletme Adı	KSS Konusu	KSS Alanı	Kaynak
Migros	<ul style="list-style-type: none"> •İyi Gelecek Planı çerçevesinde Sağlıklı Yaşam Yolculuğu programıyla dengeli beslenme, fiziksel aktivitenin önemi ve yeterli su tüketimi konularında kişiye özel mesaj ve ürün önerileri sunmaya devam etti. •2020 yılında 5 bin 676 litre sütü Koruncuk Vakfı'na bağışladı. 	Sağlık-Gıda	https://www.capital.com.tr/is-dunyasi/arastirmalar/zor-yilin-danisma-projeleri
P>ürkiye	Yurtlarda kalan vatandaşlara ev ortamı sağlamak amacıyla ürünlerinden gönderdi, Toplamda 26 ilde, 43 KYK yurdunda konaklayan 17 binden fazla insana ulaştı.	Sağlık-Hijyen	https://www.capital.com.tr/is-dunyasi/arastirmalar/zor-yilin-danisma-projeleri
Penti	<ul style="list-style-type: none"> •"Hep Benimle mottosunu", "Hep Birlikte" olarak değiştirerek, 14 Kamu Hastanesinin tüm kadın sağlık çalışanlarına 50 bin adet çamaşır, çorap ve pijama desteği verdi. •Ayrıca cadde mağazalarının önündeki sokak hayvanlarını gerekli önlemler dahilinde beslemeye devam ederek sosyal medya üzerinden farkındalık mesajı verdi. 	Sağlık-Tekstil-Hayva	http://www.tuhid.org/pdf/Covid-19-Surecinde-KSS1590136304.PDF n
Sabancı Holding	150 bin tani kiti, 10 ton dezenfektan ve 1,7 Milyon TL bağışladı.	Sağlık-Hijyen-Bağış	https://pazarlamasyon.com/sabancı-holding-150-bin-tani-kiti-10-ton-dezenfektan-ve-17-milyon-tl-bagisladi/
TAB Gıda	Burger King markası ile sağlık çalışanlarına destek oluyor. Şirket, sağlık çalışanları yemesi için hastanelere paket servis gönderdi.	Sağlık-Gıda	http://www.tuhid.org/pdf/Covid-19-Surecinde-KSS1590136304.PDF
Turkcell	TEGV'e pandemi nedeniyle vefat eden sağlık çalışanlarının çocuklarına eğitim bursu verilmesi için bağışta bulundu.	Eğitim	http://portal.responsibleimpact.org/harita/egitime-donustur
Vodafone, Türkcell, Türk Telekom	Sağlık çalışanları ve ihtiyaç sahipleri için maddi destek, istihdam olanağı ve sağlık malzemesi bağışı yapıldı.	Sağlık-İnsan Kaynakları-Bağış	http://www.tuhid.org/pdf/Covid-19-Surecinde-KSS1590136304.PDF
Airbus	Airbus şirketinin İspanya'da bulunan tesislerinde sağlık çalışanları için maske üretimi gerçekleştirdi.	Sağlık	https://www.iienstitu.com/blog/pandemi-surecinde-sosyal-sorumluluk-projeleri
Alibaba	<ul style="list-style-type: none"> •Alibaba kurucu ortağı Covid-19 aşısı geliştirilmesine yardımcı olmak için 14 milyon \$ bağış yaptı. •Dünya çapındaki doktorların Pandemi sırasında en iyi uygulamaları paylaşmasına yardımcı olmak üzere COVID-19 ile Mücadele için Global MediXchange'i kurdu. •Ayrıca, pandemiden en çok etkilenen sektörlerde çalışan ve bu süreçte işini kaybedenler için bir yetenek paylaşım planı başlattı. 	Sağlık-Bağış-Bilişim-I	http://www.tuhid.org/pdf/Covid-19-Surecinde-KSS1590136304.PDF
Amazon-Jeff BEZOS	100 milyon \$ Bağış yaptı.	Bağış	http://www.tuhid.org/pdf/Covid-19-Surecinde-KSS1590136304.PDF
Apple	20 Milyondan fazla maske tedarik etti.	Sağlık	https://pazarlamasyon.com/apple-20-milyondan-fazla-maske-tedarik-etti/

İşletme Adı	KSS Konusu	KSS Alanı	Kaynak
Audi, Coca-Cola, DHL, McDon	Sosyal mesafenin önemini vurgulamak için logolarını değiştirdiler.	Medya	https://pazarlamasyon.com/sosyal-mesafenin-onemini-vurgulamak-icin-logosunu-degistiren-5-marka/
AXA Sigorta-Fransa	Pastör Enstitüsü'ne 5 milyon Euro yardım yaptı.	Sağlık-Bağış	https://www.sigortadunyasi.com.tr/wp-content/uploads/2020/05/1588851137YavuzOlken.jpg
Bank of America	Salgından etkilenen toplulukları desteklemek için 100 milyon dolar bağışta bulundu.	Sağlık-Bağış	http://www.tuhid.org/pdf/Covid-19-Surecinde-KSS1590136304.PDF
Bill & Melinda GATES^	125 milyon \$ bağışta bulundular.	Bağış	http://www.tuhid.org/pdf/Covid-19-Surecinde-KSS1590136304.PDF
Burger King	Pandemiden etkilenen küçük işletmelere sosyal medya yöneticisi desteği sağladı.	Bilişim	https://pazarlamasyon.com/burger-kingten-kucuk-isletmelere-sosyal-medya-yoneticisi-destegi/
Chan Zuckerberg Initiative	100 milyon \$ bağışta bulundu.	Bağış	http://www.tuhid.org/pdf/Covid-19-Surecinde-KSS1590136304.PDF
Cisco Systems	225 milyon \$ bağışta bulundu.	Bağış	http://www.tuhid.org/pdf/Covid-19-Surecinde-KSS1590136304.PDF
Google	Pandemi dolayısıyla 800 milyon \$ yatırım yaptı, Video konferans hizmetlerini, Hangouts Meet'i tüm G-suite müşterileri için kullanılabilir hale getirdi.	Bilişim	http://www.tuhid.org/pdf/Covid-19-Surecinde-KSS1590136304.PDF
IKEA	<ul style="list-style-type: none"> •Pandemiden etkilenen bölgelerdeki hastanelerin yerleştirilmesine yardımcı oldu. •Maske ve dezenfektan üretmeye başladı. 	Sağlık-Mobilya	http://www.tuhid.org/pdf/Covid-19-Surecinde-KSS1590136304.PDF https://pazarlamasyon.com/ikea-da-maske-ve-dezenfektan-uretmeye-basladi/
Marco Polo Otelleri	Marco Polo şirketi el yapımı maskeler üretti. Şirketin ürettiği maskelerin çoğunluğu Children's Cancer Foundation'daki (Çocuk Kanser Vakfı) çocuklara verildi. Ayrıca maskelerle birlikte çocukların güzel vakit geçirebilmesi için boyama kitapları dağıtıldı.	Sağlık-Eğitim	https://www.iienstitu.com/blog/pandemi-surecinde-sosyal-sorumluluk-projeleri