

## 6 ŞUBAT 2023 KAHRAMANMARAŞ DEPREMLERİ SONRASI KURUMSAL VATANDAŞLIK VE SOSYAL SORUMLULUK BAĞLAMINDA KRİZ YÖNETİMİ: FİRMALAR ÜZERİNE BİR İNCELEME

### CRISIS MANAGEMENT IN THE CONTEXT OF CORPORATE CITIZENSHIP AND SOCIAL RESPONSIBILITY AFTER THE FEBRUARY 6, 2023 KAHRAMANMARAŞ EARTHQUAKES: A STUDY ON COMPANIES

Dr. Öğr. Üyesi Safa ACAR<sup>1</sup>

Dr. Ahmet SARNIÇ<sup>2</sup>

#### ÖZ

6 Şubat 2023 Kahramanmaraş depremleri, Türkiye genelinde büyük bir yıkıma neden olmuş ve kriz yönetimi açısından çeşitli çalışmaların önemini ortaya koymuştur. Kurumsal vatandaşlık çerçevesinde, kurumlar kriz dönemlerinde topluma karşı sosyal sorumluluklarını yerine getirme yükümlülüğü taşırlar. Söz konusu deprem sonrasında kurumsal sosyal sorumluluk (KSS) odaklı kriz yönetimi çalışmalarının gerekliliği ortaya çıkmıştır. Bu bağlamda, yapılan bu çalışmada, 6 Şubat 2023 Kahramanmaraş depremleri sonrasında Türkiye faaliyet gösteren 10 farklı sektörden 20 işletmenin, kurumsal vatandaşlık çerçevesinden kriz yönetimi uygulamalarını incelenmiştir. Nitel araştırma yöntemlerine dayanan bu çalışma kapsamında, deprem sonrası kriz yönetimi çalışmaları yürüten işletmelerin kendi internet sitelerinde paylaştıkları kurumsal vatandaşlık davranışı ekseninde KSS faaliyetlerine ilişkin raporları ve medya taramaları incelenmiştir. İçerik analizi yöntemiyle değerlendirilen veriler, söz konusu 20 işletmenin kriz yönetim stratejileri ve KSS uygulamaları üzerine çıkarımlar yapılmasını sağlamıştır. Bulgular, birçok işletmenin deprem sonrasında hızlı bir şekilde harekete geçerek toplum güvenliği, eğitim, istihdam, çevre, temel ihtiyaçlar, toplum sağlığı, sosyal ve ekonomik ihtiyaçların karşılanması gibi alanlarda önemli katkılar sağladığını göstermektedir. İşletmelerin rehabilitasyon projelerine ve kurumsal vatandaşlık uygulamalarına katılım gösterdiği tespit edilmiştir. Çalışma, kriz yönetimi ve KSS kavramlarını bir araya getirerek, kriz dönemlerinde firmaların toplumsal sorumluluklarını nasıl yerine getirdiğini kuramsal olarak irdelemekte ve etkin KSS uygulamalarının toplumsal güvenin yeniden inşasına katkıda bulunabileceğini vurgulamaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** 6 Şubat Kahramanmaraş Depremleri, Kurumsal Vatandaşlık, Kurumsal Sosyal Sorumluluk, Kriz Yönetimi.

**JEL Sınıflandırma Kodları:** M20, M14, H12, Q01.

#### ABSTRACT

The February 6, 2023 Kahramanmaraş earthquakes caused great destruction throughout Turkey and revealed the importance of various studies in terms of crisis management. Within the framework of corporate citizenship, institutions are obliged to fulfill their social responsibilities to society during times of crisis. The necessity of crisis management studies focused on corporate social responsibility (CSR) emerged after the earthquake in question. In this context, the study examines the crisis management practices of 20 enterprises from 10 different sectors operating in Turkey within the framework of corporate citizenship after the February 6, 2023 Kahramanmaraş earthquakes. Within the scope of the study based on qualitative research methods, the reports and media scans regarding CSR activities shared by enterprises conducting post-earthquake crisis management studies on their own websites in terms of corporate citizenship behavior are examined. The data evaluated with the content analysis method allows inferences to be made on the crisis management strategies and CSR practices of the 20 enterprises in question. The findings show that many enterprises took rapid action after the earthquake and made significant contributions in areas such as public safety, education, employment, environment, basic needs, public health, and meeting social and economic needs. It is determined that businesses participate in rehabilitation projects and corporate citizenship practices. The study brings together the concepts of crisis management and CSR, theoretically examining how companies fulfill their social responsibilities during crisis periods and emphasizing that effective CSR practices can contribute to the reconstruction of social trust.

**Keywords:** February 6 Kahramanmaraş Earthquakes, Corporate Citizenship, Corporate Social Responsibility, Crisis Management.

**JEL Classification Codes:** M20, M14, H12, Q01.

<sup>1</sup>  Siirt Üniversitesi, Kurtalan Meslek Yüksekokulu, Finans-Bankacılık ve Sigortacılık Bölümü, safac.acar@hotmail.com

<sup>2</sup>  Jandarma ve Sahil Güvenlik Akademisi, ahmetsarnic@gmail.com

## EXTENDED SUMMARY

### **Purpose and Scope:**

Natural disasters that occur in Türkiye test society's solidarity and crisis management skills every time. In this context, the earthquake that occurred in Kahramanmaraş on February 6 offered important lessons not only in terms of its devastating effects, but also in terms of managerial skills and corporate social responsibilities displayed during the crisis. In this context, the business world's adoption of an approach that is not only non-profit but also focuses on social and environmental responsibilities and strengthens its ties with society in crisis situations. Disclosure of Corporate Social Responsibility (CSR), the first topic of study, has increased significantly in recent years and has attracted increasing attention from both academics and practitioners (Huang, Chen, & Nguyen, 2020; Zhang & Yang, 2021). Crisis, which is the second subject of the study, is thought to develop suddenly, except for sudden natural disasters such as floods, earthquakes and fires. Crises occur due to environmental, managerial and structural factors and they show this with some signals in advance. However, not perceiving these signals, not paying enough attention to them, or not realizing that the signals belong to a crisis leaves organizations faced with crises. In this context, the crisis process; it can be evaluated in three general dimensions: before the crisis, during the crisis and after the crisis (Akgemci, 2015, p. 473).

### **Design/methodology/approach:**

The aim of the research is to determine the crisis management practices of companies operating in Türkiye with a focus on Corporate Social Responsibility (CSR) after the February 6, 2023 earthquake, which had a great impact on Turkey and affected almost every area. For this purpose, an analysis is carried out on the practices shared by companies operating in the region on their websites after the earthquake. The analysis performed is a content analysis method with a qualitative pattern. According to the purposeful sampling selection rules, the companies included in the analysis consist only of companies that carry out activities suitable for crisis management within the scope of CSR in the earthquake region and present their activities on public platforms. In this context, a total of 20 companies from various sectors are included in the analysis. The names of the 20 companies included in the analysis are kept confidential, but an analysis is carried out according to their sectoral distribution. In the research, MAXQDA 2020 qualitative analysis program is used to code the practices of companies in the earthquake zone and determine their general distribution. The analysis process first starts with coding and lastly checked by two academicians who are experts in the field of coding. While coding, the basic issues of CSR suggested by Kotler and Lee (2006) are taken into consideration. The main issues expressed (Aktan & Börü, 2007) can be listed as: Community security, Education, Employment, Environment, Social and economic development, Basic needs, Community health. By examining the statements of 20 companies included in the analysis within the scope of the basic topics, information on which basic topics a CSR and crisis management practice is carried out. The study seeks answers to two basic problems. These basic problems are, which sectors are the companies that apply crisis management with a focus on CSR in the earthquake zone?, and which CSR issue did the companies that implemented crisis management with a focus on CSR in the earthquake zone carry out their activities in accordance with?.

### **Findings:**

According to the findings, the aid provided by the 20 businesses in which the research is conducted in the context of their corporate social responsibilities is not short-term or one-time aid. The common point of the 20 businesses is the continuity of aid until life in the earthquake zone returned to normal. In this context, in addition to temporary aid such as tents and heaters, permanent aid has also been provided, such as prioritizing employment for disaster victims and providing some of the financial aid for children in the earthquake zone to continue their education.

### **Conclusion and Discussion:**

As a result, the research is conducted over 20 businesses which are leading companies in Türkiye in the food, consumer goods, e-commerce, clothing, home textile, white goods, petroleum products, tourism, transportation, electronics and technological sectors. These 20 businesses, which are actively operating in Türkiye, voluntarily provided various assistance to the recovery process, including disaster victims, in the earthquake zone, after the February 6 Kahramanmaraş earthquake. As a result of the research, it is determined that most companies engage in activities appropriate to different basic issues. Sectors such as clothing, food and e-commerce are mostly engaged in activities to meet basic needs.

## 1. GİRİŞ

Afetler, can ve mal kaybı sebebiyle toplumun siyasi, sosyal, ekonomik, kültürel ve birçok yönden yıkımlar yaşadığı, mevcut düzenin sürdürülemediği olaylar olarak bilinmektedir. Toplumların tüm bu alanlardaki yaşadığı kayıplarla baş edebilmesi; o toplumun gelişmişlik seviyesi ile yakından ilgili olup ekonomik büyümeyi hedefleyen kalkınma süreçlerini sekteye uğratmaktadır. Afetin ortaya çıkaracağı hasar, afet sırasında ve afetten hemen sonra meydana gelmektedir. Genel olarak afette etkilenen bölgedeki fiziki mekân ve şartlar tamamen veya kısmen yok olabilmektedir. Bu durumun olağan hayatın gerektirdiği temel hizmetlerin aksamasına ve yaşam koşullarına doğrudan zarar vereceği açıktır.

Afetlerin toplumlar üzerindeki etkisi yalnızca can ve mal kaybıyla sınırlı kalmamakta, aynı zamanda bu kayıplarla başa çıkma sürecinde kurumlar ve işletmeler de kritik roller üstlenmektedir. Bu süreçte, işletmelerin kurumsal vatandaşlık yaklaşımıyla hareket etmeleri, afet sonrası iyileşme sürecine katkı sağlarken toplumsal güvenin yeniden inşasına da önemli bir destek sunmaktadır. Kriz dönemlerinde kurumların hızlı ve etkili müdahaleleri, sadece fiziksel hasarların onarılmasını değil, aynı zamanda sosyal ve ekonomik istikrarın yeniden tesis edilmesini de sağlamaktadır. Dolayısıyla, afet yönetimi sürecinde KSS'nin kurumsal vatandaşlık anlayışıyla birleştirilmesi, toplumun uzun vadeli iyileşme sürecine katkı sunmakla kalmaz, aynı zamanda kurumların toplumsal algılarını da güçlendirebilir.

Yapılan bu çalışmada temel amaç, kriz dönemlerinde işletmelerin toplumsal sorumluluklarını nasıl yerine getirdiğini kuramsal olarak irdelemek ve etkin KSS uygulamalarının toplumsal güvenin yeniden inşasına katkıda bulunabileceğini vurgulamaktır. Bu bağlamda, kriz yönetimi ve kurumsal sosyal sorumluluk kavramlarının entegre edilmesinin, sadece afet sonrası iyileşme süreçlerinde değil, aynı zamanda toplumun genel refahında da önemli bir rol oynadığı ortaya konmaktadır. Çalışma, işletmelerin kriz anında sergiledikleri sosyal sorumluluk yaklaşımlarının, uzun vadeli toplumsal iyileşme süreçlerine olan katkısını anlamak ve bu alandaki boşlukları doldurmak için önemli bir adım olarak değerlendirilebilir.

Araştırmada kullanılan nitel yöntemler, deprem sonrası kriz yönetimi çalışmaları yürüten işletmelerin kendi internet sitelerinde paylaştıkları KSS faaliyetlerine ilişkin raporların ve medya taramalarının incelenmesini içermektedir. Bu veri toplama süreci, özellikle KSS odaklı kriz yönetimi uygulamalarının detaylarına ulaşmak ve bu uygulamaların etkinliğini değerlendirmek için zengin ve çeşitli kaynaklara dayandırılmıştır. Elde edilen veriler, içerik analizi yöntemiyle değerlendirilmiş ve işletmelerin kriz yönetim stratejileri ile KSS uygulamaları üzerine çıkarımlar yapılmıştır. Bu analiz süreci, her bir işletmenin kriz anında nasıl bir tutum sergilediğini, hangi alanlarda aktif rol aldığını ve uzun vadeli projeler geliştirme konusundaki yaklaşımlarını anlamayı mümkün kılmıştır.

Kahramanmaraş Pazarcık merkezli meydana gelen 6 Şubat 2023 depremlerinin "Asrın Felaketi" olarak nitelendirilmesinin en temel sebebi ise 11 farklı ili ciddi şekilde etkilemesi olmuştur. Söz konusu depremler sonrasında, Türkiye'de faaliyet gösteren 10 farklı sektörden 20 işletmenin incelendiği bu çalışmada, kurumsal vatandaşlık bakış açısıyla kurumsal sosyal sorumluluk (KSS) odaklı kriz yönetimi uygulamaları üzerinde durulmuştur. Çalışmanın ilk aşamasında, doğal afetler ve kriz yönetimi ile kurumsal sosyal sorumluluk kavramları teorik olarak ele alınmış, bu kavramların birbiriyle ilişkisi derinlemesine irdelenmiştir. Doğal afetlerin toplumlar üzerinde yarattığı yıkıcı etkiler ve bu etkilerle başa çıkmak için kriz yönetimi stratejilerinin önemi vurgulanmıştır. Ayrıca, kurumların bu süreçte üstlendiği sosyal sorumlulukların, toplumsal dayanışmanın güçlendirilmesi ve iyileşme süreçlerinin hızlandırılmasındaki rolü tartışılmıştır. Teorik çerçeve, kriz yönetimi ve KSS kavramlarının birbirini nasıl tamamladığını ve bu kavramların etkili bir şekilde bir araya getirilmesinin toplum üzerindeki olumlu etkilerini anlamayı amaçlamaktadır.

## 2. KURAMSAL ÇERÇEVE

### 2.1. Kurumsal Vatandaşlık Davranışı

Politik, ekonomik ve teknolojik gelişmeler dünyada herkesin birbiriyle olan bağıını güçlendirirken; bağlılığını artırmaktadır. Yaşam seviyesinin artması ve sürdürülebilir olması adına bireylere yönelik olduğu gibi örgütlere de önemli sorumluluklar düşmektedir. Başta Birleşmiş Milletler olmak üzere Avrupa Birliği, Dünya Bankası gibi büyük ölçekli kuruluşlar günümüzde kurumsal sosyal sorumluluk kavramına fazlasıyla önem verir bir hale gelmişlerdir. Aslında bunun temel sebebi; sürdürülebilir ekonomik gelişme için örgütlerin içinde yaşadıkları ve etkin oldukları topluma ilişkin bilgi ve ilgilerini geliştirme istekleridir.

Toplumsal gelişim ile örgütsel gelişimler paralellik göstermektedir. Sürdürülebilir kalkınma kavramının önem kazandığı günümüzde örgütlerin kalkınmadaki rolleri de önem kazanarak artmaktadır. Örgütlerin sürdürülebilir kalkınmaya yönelik faaliyetleri yalnızca toplumsal düzene yönelik katkılardan dolayı değil aynı zamanda örgütlerin devamlılığı içinde gerekmektedir. Bu noktada kurumsal vatandaşlık kavramı ortaya çıkarak, sürdürülebilir kalkınmanın yanı sıra sürdürülebilir bir örgüt için örgütlerin bir vatandaş olarak sorumluluklarını tanımlamaktadır. 90'lı yılların başında ortaya çıkan kavram, sürdürülebilir kalkınma ve kurumsal sürdürülebilirlik için örgütün bir bireyin vatanda olarak sorumlulukları gibi sorumluluk taşıması gerektiğini vurgulamaktadır (Sarıkaya ve Kara, 2007: 228). Diğer taraftan kurumsal vatandaşlık yaklaşımı, yönetim literatüründe örgütlerin sosyal sorumluluk rolleri gereği ortaya çıkan bir kavramdır. Kurumsal vatandaşlık işletmelerin faaliyetleri esnasında tüm yasal, etik ve sosyal kurallara uyması ve toplumla arasındaki kontratın gereği olarak kendisinden beklenenleri yerine getirmesini ifade etmektedir. Nasıl bir bireyin toplum içinde “vatandaşlık” (yurttaşlık) ödevleri var ise işletmelerin de (geniş anlamda tüm organizasyonların) paydaşlara karşı ödev ve sorumlulukları bulunmaktadır (Aktan ve Börü, 2007: 15). Bu bağlamda literatürde örgütlerin yerine getirmesi gereken dört temel sorumluluk, aynı zamanda kurumsal vatandaşlık anlayışının boyutlarını da oluşturmaktadır (Okumuş, 2013: 16).

- *Ahlaki (Etik) Boyutu*; örgütler ekonomik olarak katlandıkları risk haricinde ahlaki normlara uyum sağlama karşı karşıya kalmaktadır. Yöneticilerin kendilerinin benimsedikleri ve örgütlerine yansıttıkları bu normlar, kişisel değer sistemlerinin, ahlaki olarak yerinde olup olmadığının ortaya konmasıdır (Karalar, 2010: 44-45). Kurumların karşı karşıya kaldıkları bu riski iyi yönetebilmeleri, iş dünyasındaki varlıklarını sürdürebilmelerinde önemli rol oynamaktadır.
- *Ekonomik Boyutu*; temel varlık sebeplerinden birisi de karlılık olan örgütler dolaylı veya dolaysız yollarla hizmet etmektedirler. Yaptıkları yatırımlar ve oluşturdukları katma değerler ekseninde toplumlara hizmet etmeleri aslında örgütlerin birer sorumluluğudur. Önemli sorumluluklarından biriside, çalışanlarına daha iyi bir ücret ya da kârdan hisse vererek ekonomik olarak katkıda bulunmuş olmaktadır. Çalışanlar emeklerini kuruma belirli bir ücret karşılığında kiraya veren kimselerdir ve amaçları da kurumda rahat ve huzur içinde belirli bir iş doyumuyla çalışıp adil bir ücret almaktır (Kumkale, 2011, s. 25-27). Bu nedenle de kurumların çalışan hakları konusunda hassas ve adil davranmaları, kurumun topluma katkı boyutunda ekonomik açıdan hizmetidir.
- *Hukuki (Yasal) Boyutu*; örgütlerin topluma ve çevreye karşı hukuki sorumlulukları da vardır. Bu yasal çerçeve bir bakıma örgütler için ahlaki normları da oluşturmuş ve örgütsel faaliyetlerin tamamının yasal ve kanuni düzenlemeler ekseninde devam ettirilmesi anlamını taşımaktadır. Toplum ve kurum yasal çerçevede bir anlaşmaya girerek kurumların ekonomik amaçlarını takip edebileceği konusunda anlaşmıştır. İşletmelerin ekonomik faaliyetlerini gerçekleştirirken uyması gereken ilke ve değerler yasa koyucular tarafından oluşturulmuş olmaktadır (Çam, 2010, s. 20). Diğer taraftan tüketiciyi, çevreyi, rekabeti ve hissedarları koruyan yasaların varlıkların yanı sıra eşitliği ve güvenliği sağlayan yasaların olması bizlere sosyal sorumluktaki hukuki boyutun önemini göstermektedir.
- *Sosyal Sorumluluk Boyutu*; özellikle kurumların yaptıkları işlerin sosyal etkilerini de dikkate almasını ifade eden sosyal sorumluluk kavramı endüstri devriminden sonra önem kazanmaya başlamıştır. Bu dönemde ekonomik faaliyetler bireyden kurumlara doğru bir geçiş gösterirken, toplumların refah seviyesinin en önemli ölçütlerinden biri de kurumların başarısı olarak görülmektedir. Bu durum kurumlarla toplumu ayrılmaz bir bütün haline getirirken, kurumların toplumun yararını gözetmeleri kaçınılmaz bir ihtiyaç olarak ortaya çıkmaktadır. Toplumun gerek ekonomik ve gerekse insan kaynaklarına karşı bir kamusal duruş sergileyerek, bu kaynaklarını sadece özel kişi ve firmaların dar alanda belirlediği menfaatleri için değil, geniş sosyal sonuçları için kullanıldığını görme istekliliği sosyal sorumluluk olarak ifade edilmektedir (Atlığ, 2006, s. 26).

## 2.2. Kurumsal Sosyal Sorumluluk

Kavramsal olarak KSS, sorumluluk odaklı olarak ortaya çıkmaktadır. Sorumluluk kavramı, “kişinin kendi davranışlarını veya yetki alanına giren herhangi bir olayın sonuçlarını üstlenmesi; sorum, mesuliyet, uhde” olarak tanımlanabilir (TDK, 2023). KSS'nin açıklanması son yıllarda önemli ölçüde artmış ve hem akademisyenlerin hem de uygulayıcıların artan ilgisini çekmiştir (Huang vd., 2020; Zhang ve Yang, 2021). KSS kavramı, bir şirketin sahip olduğu ekonomik sorumluluğunun ötesine geçmesini ve sosyal sorumluluğa da sahip olmasını öne süren bir yaklaşımdır (Ahn ve Park, 2018, s. 119). KSS ile diğer terimler arasında oluşan ilişkinin tam olarak netleştirilebilmesi için fikrin tarihsel olarak ilk ortaya çıktığı yer ifade edilmelidir. Kavramın ilk kökenleri Büyük Buhran (Great Depression) dönemine kadar gitmektedir. Bahsi geçen dönemde Berle (1954) tarafından “güvene

dayalı güçler olarak kurumsal güçler” olarak kurumsal sorumluluktan bahsedilmektedir. Ancak KSS kavramını ilk kez kullanan kişi H.R. Bowen'dir. Bowen, 1953 yılında yazdığı “Social Responsibilities of the Businessman-İş Adamlarının Sosyal Sorumlulukları” kitabında ilk kez sosyal sorumluluk terimini kullanmıştır. Bu kapsamda kavramı, iş adamlarının KSS politikalarını izleme, bu konuda kararlar alma ve toplumun amaç ve değerleriyle örtüşen faaliyetleri yapma yükümlülüğü olarak tanımlamıştır (Sheehy ve Farneti, 2021, s. 4). KSS ile ilgili olarak ilk yayın olan Bowen'in kitabı, KSS'nin iş sektörünün topluluklara ve genel olarak bütün topluma karşı taşıdığı yükümlülüklerinden birisi olması gerektiğini vurgulamaktadır (Himmetoğlu, 2023, s. 892).

KSS kavramı Avrupa Komitesi Komisyonu tarafından (2006) “şirketlerin sosyal ve çevresel kaygıları ticari faaliyetlerine ve paydaşlarıyla olan etkileşimlerine gönüllü olarak entegre ettiği bir kavram” olarak tanımlanmaktadır. Bu tanım çerçevesinde, işletmeler toplumun ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla asgari düzeydeki yasal gerekliliklerin ve toplu sözleşmelerden kaynaklı olan yükümlülüklerinin ötesine geçmeye karar vermektedirler. Bunu sağlamak amacıyla her büyüklükteki işletme, KSS aracılığıyla ekonomik, sosyal ve çevresel hedeflerin yerine getirilmesi için katkıda bulunabilmektedir (Commission of the European Communities, 2006).

Bu konudaki en önemli ve ilk tanımlardan biri Bowen (1953) tarafından yapılmıştır. Bu tanıma göre KSS, “İşadamlarının, toplumumuzun hedefleri ve değerleri açısından arzu edilen politikaları izleme, kararları alma veya eylem çizgilerini takip etme yükümlülüklerini ifade eder.” şeklinde ifade edilmiştir (Carroll, 1999, s. 270). Bu yönüyle KSS, toplumun beklentilerini karşılama amacıyla bazı faaliyetlerin yapılması vurgulanmaktadır.

KSS tanımlarını genel odak noktaları yönüyle değerlendiren Mackey ve arkadaşları'na (2007, s. 818) göre KSS, “sosyal ve çevresel şartları iyileştirmek için tasarlanmış gönüllü firma eylemlerine odaklanmaktadır.” ifade edilmiştir. Bu yönüyle KSS, “işletmelerin topluma karşı kar elde etmenin çok ötesinde sorumlulukları olduğunun kabul edilmesiyle birlikte gelişmiştir” (Grosbois, 2016, s. 245).

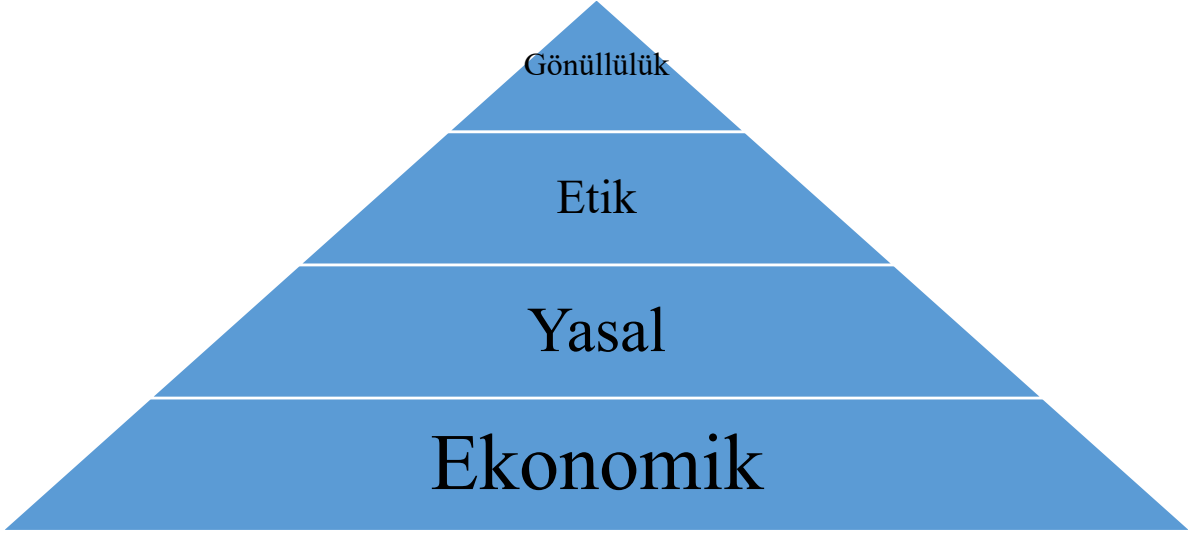
Eren (2002, s. 99) ise KSS kavramını geniş bir perspektiften değerlendirerek; “bir kurumun ekonomik ve yasal koşullara, iş ahlakına, kurum içi ve çevresindeki kişi ve kurumların beklentilerine uygun bir çalışma stratejisi ve politikası gütmesidir” olarak tanımlamıştır. Bu yönüyle işletmenin toplumun çeşitli ihtiyaçlarına odaklanarak faaliyetlerini sürdürmesinin önemi vurgulanmaktadır. KSS; işletmelerin zorunlu olarak yapmakla yükümlü oldukları faaliyetlerinin yanında çeşitli girişim ve projelerle bu ihtiyacı gidermeleri için oluşturulmuş bir mekanizmadır (Mamo vd., 2023, s. 2).

Bu dört KSS tanımı, ortak bir çerçevede şirketlerin sosyal sorumluluklarının önemini vurgulamakta, ancak farklı boyutlara odaklanmaktadır. Avrupa Komisyonu'nun (2006) tanımı, şirketlerin sosyal ve çevresel kaygıları ticari faaliyetlerine gönüllü olarak entegre etmelerini ön plana çıkarırken, Bowen'in (1953) tanımı ise iş adamlarının toplumsal değerlere uygun politikalar izleme yükümlülüğüne odaklanır. Mackey ve arkadaşlarının (2007) tanımı, KSS'yi sosyal ve çevresel şartları iyileştirmek amacıyla gerçekleştirilen gönüllü firma eylemleri olarak tanımlar. Buna karşılık Eren (2002), KSS'yi hem ekonomik hem de yasal sorumluluklara uygun, geniş kapsamlı bir strateji olarak görür. Ortak noktaları, her bir tanımın şirketlerin ekonomik çıkarlarının ötesine geçerek toplumsal beklentilere cevap vermesidir. Ancak farklılıkları, bazı tanımların daha gönüllü ve sosyal odaklı olmasına karşılık, diğerlerinin daha geniş ve yasal çerçeveye vurgu yapmasıdır. Bu çalışmada ise belirtilen tanımlardan farklı olarak Carroll (1979) tarafından oluşturulan KSS piramidi çerçevesinde bir bakış açısı benimsenmiştir.

Carroll (1979, s. 500), KSS kavramını, “belli bir zamanda toplumun işletmeden ekonomik, yasal, etik ve gönüllü beklentileri” şeklinde tanımlayarak işletmelerin topluma karşı sorumluluklarını dört farklı odak noktasında karşılayabileceklerini ifade etmiştir. Carroll'a göre işletmelerin sorumlulukları ekonomik sorumlulukların ötesindedir. KSS kavramı bu yönden değerlendirilmiş ve ekonomik, yasal etik ve gönüllülük olmak üzere dört alt başlıkta toplanmıştır. Bu kapsamda Kurumsal sosyal sorumluluk piramidi Şekil 1'de yer almaktadır (Üner ve Baş, 2018, s.308).



Şekil 1. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Piramidi



Kaynak: (Üner ve Baş, 2018, s. 309).

Şekil 1'de yer alan Carroll'un Kurumsal Sosyal Sorumluluk (KSS) Piramidi, işletmelerin dört temel sorumluluğunu sıralayan bir modeldir. Bu piramit, en alttan başlayarak ekonomik, yasal, etik ve gönüllü (hayırseverlik) sorumlulukları içerir. Ekonomik sorumluluk, işletmelerin varlıklarını sürdürebilmeleri için kârlı olmalarını ifade eder. Yasal sorumluluk, işletmelerin kâr ederken yasalara ve düzenlemelere uygun hareket etme zorunluluğunu vurgular. Etik sorumluluk, yasal yükümlülüklerin ötesine geçerek toplumun doğru ve adil olarak kabul ettiği değerlere uygun davranmayı gerektirir. Son olarak, gönüllü sorumluluk ise topluma katkı sağlamak amacıyla hayırseverlik ve toplumsal projelere katılımı kapsar. Carroll'un piramidi, KSS'nin çok katmanlı yapısını ve işletmelerin hem ekonomik hem de toplumsal beklentileri dengeleyerek sorumluluk alması gerektiğini ortaya koyar.

Genel bir değerlendirme ile KSS, işletmelerin sadece ekonomik hedeflerle değil, aynı zamanda toplumun sosyal ve çevresel ihtiyaçlarına da cevap vermesi gerektiğini ifade eder. Ortak bir tanımlama ile KSS, şirketlerin ekonomik hedeflerinin yanında sosyal ve çevresel hedefler de belirleyerek toplumun ihtiyaçlarına yönelik faydalı faaliyetlerde bulunması için önemli bir taahhüdüdür. Özellikle sadece ekonomik hedeflerle hayatını devam ettirmeyi düşünen şirketlerin yeni dönemde çok geride kalacağı düşüncesi çok doğru bir yaklaşım olacaktır. KSS ile sadece şirketin yatırımcıları ve müşterileri değil aynı zamanda çalışanlar, tedarikçiler ve toplum da paydaş olarak kabul edilmelidir. Şirketin her paydaşa olan çevresel ve sosyal etkisi dikkatle incelenmelidir.

### 2.3. Kriz Kavramı ve Krizin Özellikleri

Kriz kelimesi etimolojik olarak Yunanca kökenli olup Eski Yunanca'da "krinein" yani karar vermek, ayırmak; Türkçe'de aniden ortaya çıkan bozukluk, buhran, bunalım (TDK, 2022); Oxford sözlüğünde ise mevcut durumun daha iyiye ya da daha kötüye doğru gitmesine yol açan bir dönüm noktası (Oxford English Dictionary, 2022) olarak açıklanmıştır. Kriz, bir örgütün vizyonuna ulaşmasında başarısını, örgütün devamlılığını engelleyen, acil müdahale gerektiren olağandışı ve beklenmeyen olaylar olarak tanımlanabilir.

İşletme yönetimi yönüyle krizin herkes tarafından kabul gören bir tanım yapmak oldukça zordur. Yönetim ile ilgili literatürde kriz kelimesinin yerine; endişe, panik, stres ve felaket odaklı kavramların kullanılması, kriz ile ilgili geniş çaplı bir tanımlamanın yapılmasını olduğundan daha fazla zor hale getirmektedir. Bu açıklamalardan hareketle, kriz kavramının çok geniş çaplı bir kullanım alanına sahip olduğunu söylemek yerinde olacaktır. Kriz, krize neden olan faktörler karşısında kuruluşların yönetim ve organizasyon süreçlerinde işlevsizliğe neden olan sorunlara yönelik çözümlerin yetersiz kalması sonucu ortaya çıkan ve plansız bir şekilde oluşan gerilim durumudur (Tutar, 2000, s. 16).

Kriz genel olarak hızlı bir biçimde ortaya çıkan, örgütlerin finansal durumunu, varlığını, örgüt içerisindeki işgörenlerin psikolojisini olumsuz yönde etkileyen, sistematik bir şekilde tedbir alınmasını gerektiren olaylardır.

Örgütlerdeki yöneticiler ve işgörenler arasında karmaşaya, şok edici etkilere, beklenmedik gelişmelere, korkuya, panik durumunun oluşmasına, zamanın sıkışmasına, şaşkınlığa, gelecek konusunda endişelerin artmasına neden olur (Okumuş, 2003, s. 204).

Bu tanımlar ışığında, bir olayın kriz olduğunun söylenebilmesi için yerine getirilmesi gereken bir dizi koşul vardır. İlk olarak, önemli bir değişim riski olmalı; ikinci olarak, söz konusu olayın yönetilemeyeceğine dair bir algı olmalı ve son olarak, olay kurumun varlığını tehdit etmelidir. Dolayısıyla rutin gelişmeleri ve sorunları kriz olarak değerlendirmek doğru değildir (Balaban, 2018, s. 6). Ayrıca krizleri olağan durumlardan ayıran bazı özellikleri vardır. Bunlar; (Topaloğlu, 2019, s. 9-10).

- Örgütlerde kriz öncesinde, krize ilişkin bazı belirtiler ortaya çıkmaktadır. Ancak, fark edilemeyen ve beklenmeyen bu kriz için, örgütün ve paydaşlarının krizin belirti ve semptomlarını öngörememiş olması lazımdır.
- Acil cevap verme zorunluluğu da krizi olağan durumlardan ayıran en önemli özellik olarak ifade edilmektedir. Krize karşı hızlı yanıt vermenin yanı sıra hızlı tepki göstermek de bir zorunluluktur. Kriz durumu, acil bir şekilde adapte olmayı gerektiren değişiklikler olarak tanımlanabilmektedir.
- Kriz anında örgütün yönetim ekibi, sınırlı kaynaklar nedeniyle ulaşılabilecek planları ve yürütülecek faaliyetleri tanımlayamayabilir.
- Krize neden olan olaya tepki vermek için çok az zamanın olması ve mevcut kısıtlı zamanda gerekli cevapların verilmemesi, krizin derinleşmesi ve ilerlemesine sebebiyet verebilmektedir.
- Krizin kaynağı olan durumla ilgili eldeki bilgiler güvenilemeyecek kadar belirsiz ise dürüst ve net kararlar alabilmek ve kurumu bu kararların arkasında sağlam bir şekilde tutabilmek gerekir.
- Kriz, örgüt içerisindeki iş gücüne ve sahip olduğu tüm kaynaklara karşı tehlikeler barındırır.

#### 2.4. Doğal Afetlerde KSS Odağında Kriz Yönetimi

Kriz durumlarını olağan dönemlerden ayıran temel özellik, ortaya çıkan problemlere hızla reaksiyon gösterebilme gerekliliğidir. Kriz döneminde ortaya çıkan belirsizlik ortamı, yönetimleri az zamanda ve sınırlı imkânlar içerisinde kalmaya zorlamasının yanı sıra, yöneticilerin yetersiz kalmalarına da neden olmaktadır. Ayrıca kriz, yönetsel örgütlenmelerin, değerlerini, amaçlarını, iş görme yöntemlerini de değişime uğratmaktadır. Bu durum, iyi değerlendirildiğinde, örgütsel değişim ve yeniden yapılanma için fırsatlar sunabilmektedir (Aktel ve Çağlar, 2007, s. 149).

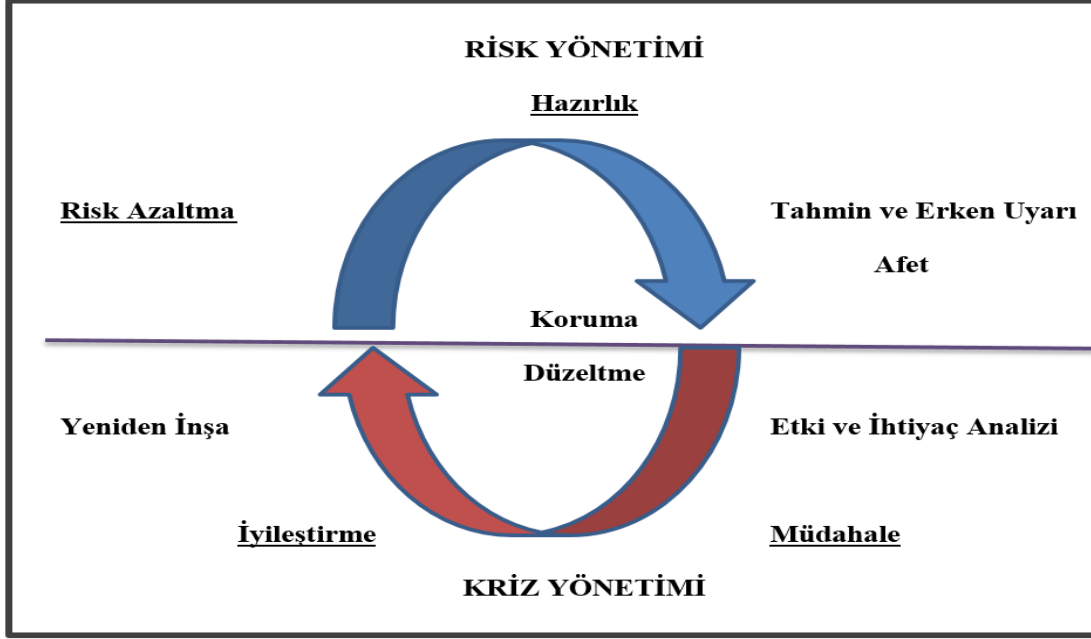
Doğal afetlerin neden olduğu krizleri diğer krizlerden ayıran temel unsur, bu tür krizlerin belirli bir sürece göre yavaş yavaş gelişmeyip aniden ortaya çıkması ve kurumların erken uyarı ve önleme sistemlerini etkisiz hale getirmesidir. Doğal afetlerin neden olduğu krizler ise çoğunlukla olumsuz unsurlar içeren, sosyal, siyasal, ekonomik ve doğal yaşam üzerinde uzun süreli etkileri olan, aniden ortaya çıkan, kolayca önlenemeyen, insanları ve belli bir bölgeyi etkileyen olaylar sonucunda ortaya çıkan bir durumdur (Yavaş, 2001, s. 120).

Aslında krizin ana nedenleri yetersiz yönetim yapıları ve uygulamaları ya da çevredeki değişimlere ayak uyduramamaktır. Bu sorunlar ilgili kuruluş tarafından çözülebilsede, ani ve beklenmedik doğal afetler yalnızca en iyi hazırlanmış kurumları yok etmekle kalmaz. Aynı zamanda hizmet sektörünün elektrik, iletişim ve diğer altyapı yatırımlarını da olumsuz etkiler ve kuruluşlar bu kontrol edilemeyen afetlere karşı korumasız kalır (Pekcan, 2007, s. 8). Bu nedenle kuruluşların faaliyetlerini doğa ve insan üzerine odaklamaları hem kuruluşlar hem de insanlık için uygun olacaktır (Karacan, 2001, s. 20).

Afetlerin krize yol açma koşulları, afetlerin büyüklüğüne ve etkisine bağlı olarak değişmektedir (Bilici, 2021, s. 2119). Bu alandaki genel görüşlerin keşiştiği nokta, bir afetin kriz olarak değerlendirilebilmesi için yerleşim alanlarında meydana gelmesi ve can ve mal kaybına ya da bunlardan en az birine neden olması gerektiğidir (Yılmaz, 2004, s. 8).

Afet yönetimi ise bir afetin meydana gelmesini önlemek veya afetin yol açtığı zararı en aza indirmek amacıyla ulusal düzeyde risk ve kriz yönetimi çerçevesinde faaliyetlerin koordine edilmesidir. Bu süreç, afet öncesi, sırası ve sonrasında gerekli yasal ve kurumsal düzenlemelerin yapılması ve etkin bir uygulama için toplumun kurum ve kuruluşları ile ulusal ve yerel kaynakların yönetilmesini kapsar. (Devlet Planlama Teşkilatı, 2000, s. 6-18). Afet yönetimi çok paydaşlı bir yönetim alanıdır. Afetten etkilenenler, kamu kurumları, yerel ve bölgesel kuruluşlar, uluslararası kuruluşlar, finans kuruluşları, üniversiteler ve sivil toplum kuruluşları afet yönetim sisteminin parçalarıdır (Coppola, 2015, s. 9).

Şekil 2. Doğal Afet Kriz Yönetimi



Kaynak: (Kadıoğlu, 2011, s. 51).

Şekil 2’de doğal afet kriz yönetim sistemi gösterilmektedir. Doğal afet kriz yönetimi, afet sonucunda meydana gelecek olayları önceden tahmin etmek veya zararı azaltmak amacıyla afet öncesinde, sırasında ve sonrasında yapılacak faaliyetlerin planlanması ve uygulanması sürecini kapsar. Etkin afet yönetimi risk azaltma, hazırlık, müdahale ve iyileştirme aşamalarından oluşur. Bu aşamalar bazen birbiriyle örtüşebilir, bazen de eş zamanlı olarak yürütülmesi gerekebilir. Bu nedenle bu dört aşama bir bütün olarak ele alınmalıdır (Yağcı, 2008, s. 3).

Doğal afet kriz yönetiminin tüm aşamaları bir bütün olarak ele alınmalı ve doğal afet öncesinde, sırasında ve sonrasında etkin bir şekilde uygulanmalıdır. Bu aşamaların doğrusal olmadığı, döngüsel bir ilişki yapısına sahip olduğu unutulmamalıdır. Doğal afet öncesinde hazırlık ve zarar azaltma faaliyetleri etkin bir şekilde uygulanmalıdır. Doğal afet sırasındaki müdahale ve afet sonrasındaki iyileştirme faaliyetlerinden sonra, kazanılan deneyime dayanarak hazırlık ve zarar azaltma aşamalarına devam edilmelidir. Şekil 1’de gösterilen doğal afet yönetim döngüsü, her bir aşamada gerçekleştirilen faaliyetlerin bir sonraki aşamada gerçekleştirilecek faaliyetlerin başarısını etkileyeceğini de açıklamaktadır. Bu nedenle doğal afet yönetim sistemi kapsamlı, bütünlük veya entegre afet yönetimi olarak adlandırılmaktadır (Kadıoğlu, 2011, s. 52).

### 3. İLGİLİ ÇALIŞMALAR

Günümüz işletmelerinde temel bir unsur olarak ele alınan KSS ulusal ve uluslararası küresel düzlemde işletmelerin rutin faaliyetlerine yön verebilen ve tüm paydaşlarıyla ilişkilerini etkileyebilen bir kavramdır. İşletmeler faaliyetlerini devam ettirirken yalnızca maliyet olgusu ile hareket etme düşünceleri sosyal ve çevresel alanda ortaya çıkan olumsuzluklar nedeniyle zamanla yerini daha fazla sorumluluk gerektiren toplumsal çevreye faydalı sonuçlar sunabilme girişimlerine bırakmıştır. Kısa süre içerisinde KSS girişiminde bulunmak işletmeler için maliyet artırıcı bir faktör olarak ele alınsa da uzun süreçte güvenilir ve sorumlu bir işletme imajı ortaya çıkartarak sürdürülebilir bir organizasyon hedefine ulaşılmasına imkân sağlamaktadır.

Seyitoğulları ve Bilen (2020) yaptıkları çalışmada KSS'nin işletmeler ile toplum arasındaki ilişkinin daha iyi bir şekilde anlamlandırılmasına katkı sağladığını ve işletmeler açısından daha iyi bir imaj oluşturduğunu belirtmişlerdir. Geethamani (2017) ise KSS faaliyetlerinin ek bürokrasi getireceğini ve aynı zamanda işletmelerde mali açıdan yükler ekleyeceğini belirtmiştir.

Diğer taraftan Özdemir ve Uçar (2020) yaptıkları çalışmada; özellikle işletmelerin karşılaşma ihtimallerinin yüksek olduğu kriz dönemlerinde çalışanların ve yöneticilerin stres düzeylerinin yüksek olduğunu, bu söz konusu



yükseklik düzeyine bağlı olarak çevresel uyum yeteneğinin azaldığını ve bu süreç içerisinde işletmelerin KSS faaliyetlerini yerine getirmelerine engel olacağını tespit etmişlerdir.

Çerçi vd. (2023), yaptıkları çalışmada kurumsal kabul ve kriz dönemleri arasındaki etkileşimi incelemişlerdir. Bu kapsamda kriz dönemlerinde, şirketlerin sosyal sorumluluk faaliyetlerine odaklanarak ve kurumsal vatandaşlık sergileyerek toplumun güvenini kazanma ve takdirini artırma potansiyeli bulunduğu ifade edilmiştir. 6 Şubat 2023 tarihinde Türkiye'de yaşanan büyük deprem felaketinde, şirketlerin ve diğer aktörlerin sosyal sorumluluk çalışmalarının kurumsal kabul üzerinde önemli etkiler oluşturduğu tespit edilmiştir. Araştırmalar, sosyal medya kullanıcılarının bu tür faaliyetlerin kurumsal kabulü etkilediğini ve iş yeri seçimleri, satın alma kararları gibi alanlarda belirleyici rol oynadığını ortaya koymuştur. Ayrıca, sosyal sorumluluk çalışmalarının kitle iletişim araçları ve sosyal medyada doğru bir şekilde duyurulmasının etkili bir strateji olduğu, özellikle Instagram ve Twitter gibi platformların yoğun kullanımının bu süreçte önemli olduğunu göstermektedir. Bu bulgular, kuruluşların toplum ihtiyaçlarına duyarlı sosyal sorumluluk çalışmaları yaparak güven oluşturmalarının ve kurumsal kabul sağlamasının yararlı olacağını işaret etmektedir.

Sezer (2014) ise yapmış olduğu çalışmasında ise 1914 yılında meydana gelen Burdur – Isparta depremlerinde Hilal-i Ahmer Cemiyetinin yardımlarını araştırmıştır. Söz konusu araştırmada Hilal-i Ahmer Cemiyetinin başta çadır, yiyecek ve giyecek gibi temel ihtiyaçlara ek olarak afetzedelere yönelik para yardımları yaptığı sonucuna ulaşmıştır. Diğer taraftan Duruel (2023) ise 6 Şubat depremleri sonrasında, sivil toplum kuruluşlarının başta arama kurtarma faaliyetlerine destek olmak üzere, barınma, beslenme, giyim, acil sağlık müdahaleleri, ısınma gibi depremzedelerin hayata tutunmaları için gerekli olan malzemelere deprem sonrasında ağırlık verildiği sonucuna ulaşmıştır. Ata (2023) tarafından hazırlanan çalışmada, bu depremleri kriz yönetimi perspektifinden incelemeyi hedeflemekte olup, krize neden olan faktörler ve kriz yönetimi aşamaları üzerine odaklanmaktadır. Kahramanmaraş depremlerinin kriz yönetimi bağlamında ele alınarak, krize yol açan unsurlar ve yönetim süreçleri detaylandırılmıştır. Taşkıran (2024) ise Fortune 500 listesinde yer alan işletmelerden oluşan örneklem ile Kahramanmaraş depremlerine yönelik yapmış olduğu çalışmasında ise; işletmelerinde öncelikli olarak barınma, konaklama, yiyecek ve giyecek gibi temel ihtiyaçlara önem verdiklerini tespit etmiştir.

Taşkın ve Boran (2024), hazırladıkları çalışmada 6 Şubat 2023'te Kahramanmaraş'ta gerçekleşen deprem sonrası, 5 ulusal haber sitesinde sosyal medya kullanıcıları tarafından boykot edilen ve ardından depreme ilişkin içerik paylaşan dört markanın (Netflix, Starbucks, Disney, Spotify) kriz iletişimini incelemiştir. İçerik analizi yöntemiyle, bu markaların Twitter ve Instagram hesaplarındaki kriz iletişimi uygulamaları değerlendirilmiştir. Sonuçlar, markaların depremin ilk anlarında ve sonrasında sosyal medyayı kullanmaktan kaçındığını ve duyarsızlık algısına yol açan bir kriz yönetimi stratejisi benimsediğini göstermiştir.

Yıldırım (2024), yaptığı çalışmada 6 Şubat 2023 Kahramanmaraş depremlerinde Afet ve Acil Durum Yönetimi Başkanlığı (AFAD), kriz yönetimini web sitesi üzerinden yayınladığı 41 basın bültenini nitel analiz yöntemiyle Maxqda 2020 programı kullanarak incelemiştir. Elde edilen bulgular, AFAD'ın depremin hemen ardından web sayfası aracılığıyla bilgilendirmeye başladığını ve bültenlerin "resmî güncellemeler" ve "kamuoyu açıklaması" çerçevesinde kullanıldığını ortaya koymuştur. Ancak, basın bültenlerinde kriz iletişiminin temel unsurları olan sorumluluk alma, iyi niyet göstergeleri ve iyi dileklerin eksik olduğu belirlenmiştir. AFAD, iletişimde ağırlıklı olarak istatistiksel ve koordinasyon temalarına odaklanmıştır.

Özdemir (2024), yaptığı çalışmada kriz iletişimde Twitter/X platformunun rolünü incelemektedir. Kahramanmaraş depremleri örneği üzerinden yapılan nitel araştırma, sosyal medyanın kriz anındaki önemini, etkinliğini ve uygulanabilirliğini anlamayı amaçlamaktadır. Araştırmada, 6-13 Şubat 2023 tarihleri arasında Afet ve Acil Durum Yönetimi Başkanlığı'nın (AFAD) resmi X hesabından yapılan 182 tweet incelenmiştir. İçerik analizi yöntemiyle, tweet'ler içerik, paylaşım sıklığı ve etkileşim oranı açısından değerlendirilmiştir. Bulgular, AFAD'ın tweet'lerinin dört ana temaya ayrıldığını göstermektedir: "süreç bilgileri, destek hizmetleri, duyurular ve dezenformasyon ve iletişim." Krizin başlangıç döneminde en çok paylaşılan içerik arama ve kurtarma operasyonları üzerine olmuştur. Ayrıca, "dezenformasyon ve iletişim" teması en az paylaşıma sahipken, kullanıcı etkileşimi en yüksek olan tema olarak belirlenmiştir. Bu bulgular, kriz sırasında güvenilir iletişim kanalları ve doğrulanmış bilgilerin öneminin arttığını ve kurumsal sosyal medya hesaplarının dezenformasyonla mücadeledeki önemli rolünü doğrulamaktadır.

İsraeli (2017)'nin 7.8 şiddetli Nepal depremi sonrasında uluslararası yardımları incelediği çalışmasında ise Nepal Hükümetinin S4 yardım kodu ile uluslararası yardım talebinde, afetzedelere yönelik olarak çadır, giyecek, yiyecek başta olmak üzere temel ihtiyaçlara ağırlık verildiği belirtmiştir. Calais vd.(2022)'nin 2021 yılında 7.2 şiddetli Haiti merkezli Nippes depremi sonrası, yardımlaşmaya yönelik sosyal medya paylaşımlarını inceledikleri

çalışmada ise sosyal medya kullanıcılarının barınma ve konaklama desteği, yiyecek ve giyecek desteği üzerine paylaşımlarının ağırlıklı olduğu sonucuna ulaşmışlardır.

Yang vd (2024), bir firmanın kriz sonrası kurumsal sosyal sorumluluk (KSS) eylemlerinin medya itibarını nasıl iyileştirdiğini araştırmıştır. Bu çalışmaya göre, Godfrey ve diğerlerinin (2009) çalışmasına göre, KSS faaliyetleri iki türde sınıflandırılmaktadır: Teknik KSS (TKSS) ve Kurumsal KSS (KKSS). Araştırma, 2011-2018 yılları arasında Çin'de 161 halka açık firmayı inceleyerek, TKSS ve KKSS faaliyetlerinin kriz sonrası medya itibarını olumlu yönde etkilediğini bulmuştur. Ancak, TKSS 'nin yoğunluğu medya itibarını olumsuz etkilerken, KSS'nin etkisi pozitifdir. Yüksek sorumluluk alınan krizlerde, TKSS'nin etkileri daha belirgin, KKSS'nin etkisi ise zayıf olmaktadır. Bu çalışma, firmaların kriz sonrası medya itibarını yönetmeleri için yeni teorik bilgiler sunmuştur.

Kriz yönetimi ve KSS odağında yapılan çalışmalar incelendiğinde çalışmaların bazı ortak ve farklı yönleri olduğu tespit edilmiştir. Ortak yönlerden biri, kriz dönemlerinde sosyal medya ve iletişim araçlarının önemini vurgulayan çalışmalardır. Özdemir (2024) ve Taşkın ve Boran (2024) gibi çalışmalar, sosyal medya platformlarının kriz iletişimindeki rolünü ve etkileşimini detaylandırırken, bu araçların etkinliğini ve kullanıcı etkileşimini incelemektedir. Ayrıca, Seyitoğulları ve Bilen (2020) ve Geethamani (2017) gibi çalışmalar, KSS'nin şirketler için olumlu bir imaj oluşturma potansiyelini ve bürokratik mali yükler getirebileceğini ele almaktadır. Kriz dönemlerinde sosyal sorumluluk faaliyetlerinin etkilerini araştıran Çerçi vd. (2023) ile Sezer (2014) gibi çalışmalar, toplumun güvenini kazanma ve afetlerde yardım sağlama konularındaki etkileri ortaya koymaktadır. Farklı yönlerden ise, bazı çalışmalar kriz iletişiminin belirli temalar etrafında toplandığını, bazıları ise KSS'nin kriz sonrası medya itibarını nasıl etkilediğini incelemektedir. Yang vd. (2024) gibi çalışmalar, KSS faaliyetlerinin kriz sonrası medya itibarını nasıl iyileştirdiğini ve farklı türdeki KSS faaliyetlerinin etkilerini vurgularken, Yıldırım (2024) ve İsraili (2017) gibi çalışmalar ise uluslararası yardımların ve resmi bültenlerin kriz yönetimi üzerindeki etkilerini analiz etmektedir. Bu farklı perspektifler, kriz yönetimi ve KSS'nin organizasyonlar için nasıl stratejik bir rol oynadığını ve çeşitli kriz senaryolarında hangi unsurların öne çıktığını anlamamıza yardımcı olmaktadır.

## 4. ARAŞTIRMA

### 4.1. Araştırma Yöntemi

Araştırmanın amacı, Türkiye'de büyük bir etkisi olan ve neredeyse her alanı etkileyen 6 Şubat 2023 depremi sonrasında Türkiye'de faaliyet gösteren firmaların KSS odağında kriz yönetimi uygulamalarının neler olduğunu tespit etmektir. Bu amaç doğrultusunda depremin ardından bölgede faaliyet gösteren firmaların kendi internet sitelerinde paylaştıkları uygulamalara yönelik bir analiz gerçekleştirilmiştir. Yapılan analiz nitel desene sahip olan içerik analizi yöntemidir. İçerik analizi yapılırken temel amaç mevcut durumu ortaya koymaktır. Bu doğrultuda firmaların yaptıkları faaliyetler içerik analizi ile değerlendirilerek mevcut durumları ortaya konmaya çalışılmıştır. İçerik analizi, "metin içinde tanımlanan belirli karakterlerden sistematik ve tarafsız sonuçlar çıkarmak için kullanılan bir araştırma tekniği" olarak tanımlanabilir (Koçak ve Arun, 2006, s. 22).

Analiz kapsamına alınan firmalar amaçlı örnekleme seçim kurallarına göre sadece deprem bölgesinde KSS kapsamında kriz yönetimine uygun faaliyetler yapan ve faaliyetleri halka açık platformlarda sunan firmalardan oluşmaktadır. Amaçlı örnekleme de araştırmacı hangi birimlerin seçileceğine kendisi karar vermektedir (Koçak ve Arun, 2006, s. 25-26). Bu kapsamda çeşitli sektörlerden toplamda 20 firma analiz kapsamına alınmıştır. Analize dâhil edilen 20 firmanın isimleri gizli tutulmuş ancak sektörel dağılımlarına göre bir inceleme gerçekleştirilmiştir.

Araştırmada, firmaların deprem bölgesinde yaptıkları uygulamaların kodlanması ve genel dağılımının tespit edilmesi amacıyla MAXQDA 2020 nitel analiz programı kullanılmıştır. Analiz süreci ilk olarak kodlama yapma ile başlamıştır. Kodlama alanında uzman iki akademisyen tarafından yapılarak en son kontrol edilmiştir. Kodlama yapılırken Kotler ve Lee (2006) tarafından önerilen KSS'nin temel konuları dikkate alınmıştır. İfade edilen temel konular (Aktan ve Börü, 2007);

- Toplum güvenliği
- Eğitim
- İstihdam
- Çevre
- Sosyal ve ekonomik gelişme

- Temel ihtiyaçlar
- Toplum sağlığı,

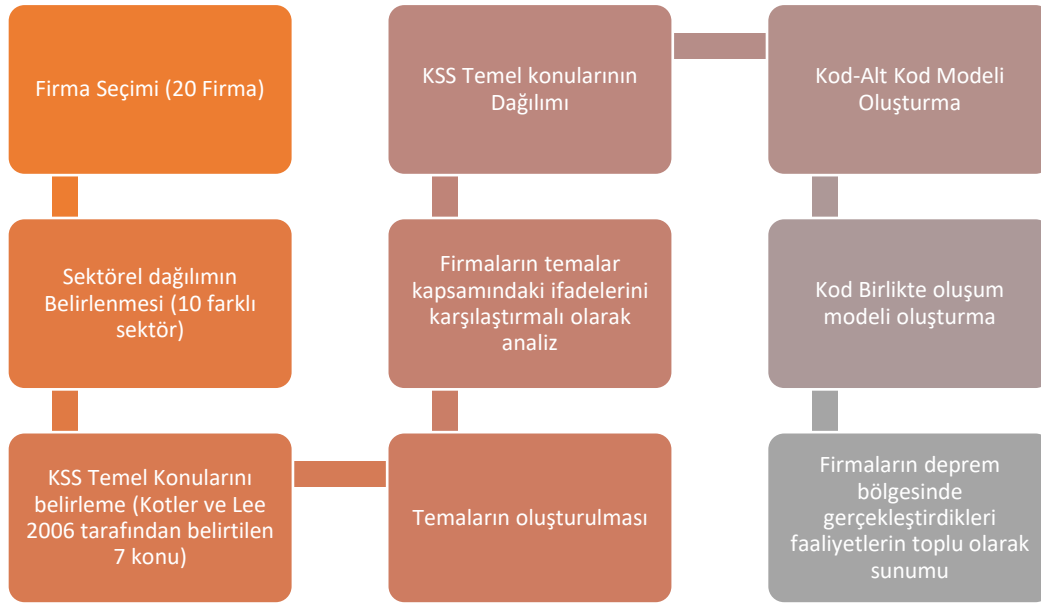
olarak sıralanabilir. Temel konular kapsamında analize dâhil edilen 20 firmanın ifadeleri incelenerek hangi temel konu ile ilgili bir KSS ve kriz yönetimi uygulaması yapıldığına dair bilgiler araştırılmıştır. Bu temalar ışığında, her firmanın KSS kapsamındaki faaliyetleri ve açıklamaları karşılaştırmalı olarak analiz edilmiştir. Bu karşılaştırma, firmaların deprem sonrası kriz yönetimi süreçlerindeki benzerlikleri ve farklılıkları ortaya koymak amacıyla yapılmıştır.

Çalışma iki temel sorunsala cevap aramaktadır. Bu temel sorunsallar;

- 1) Deprem bölgesinde KSS odağında kriz yönetimi uygulayan firmalar hangi sektörlerdendir?
- 2) Deprem bölgesinde KSS odağında kriz yönetimi uygulayan firmalar hangi KSS konusuna uygun olarak faaliyetlerini yapmışlardır?

Araştırma sorularını yanıtlamak amacıyla yapılan analizler kapsamında, KSS temel konularının dağılımı ayrıntılı bir şekilde incelenmiş ve bu inceleme sonucunda firmaların KSS uygulamalarındaki odak noktalarını netleştirmek için bir kod-alt kod modeli geliştirilmiştir. Kod-alt kod modeli, belirli KSS faaliyetlerinin nasıl gruplandırılabilirliğini ve bu faaliyetlerin hangi temel konularla ilişkili olduğunu göstermektedir. Devamında ise kodların birlikte nasıl oluştuğu analiz edilmiş ve bu analizle, firmaların deprem bölgesinde gerçekleştirdikleri faaliyetler toplu olarak değerlendirilmiştir. Bu yöntemsel süreç, firmaların KSS yaklaşımlarını ve kriz yönetimi stratejilerini daha sistematik ve anlaşılır bir şekilde değerlendirmeyi amaçlamaktadır. Yapılan içerik analizi çerçevesinde elde edilen verilere uygulanan analiz sürecine ilişkin bilgiler Şekil 3'te sunulmuştur.

Şekil 3. Araştırmanın Akışı Diyagramı



Not: Yazarlar tarafından oluşturulmuştur.

#### 4.2. Geçerlik ve Güvenilirlik

Yapılan araştırmanın sonucunda elde edilen araştırma verilerinin analiz edilmesi ve yorumlanması sürecinde firmaların yaptıkları faaliyetler detaylı bir şekilde incelenmiştir. Firma faaliyetleri 7 KSS temel konusu odağında kodlama işlemine tabi tutulmuştur. Verilerin analizi sürecinde geçerlik ve güvenilirliğin sağlanabilmesi amacıyla firmaların yaptıkları faaliyetler alanında uzman 2 farklı araştırmacının görüş birliğine uygun bir biçimde analiz edilmiştir. Bu noktada Miles ve Huberman (1994) tarafından geliştirilen formül kullanılmıştır. Bu formüle göre “[güvenilirlik = (görüş birliği)/(Görüş Birliği + Görüş Ayrılığı) x 100] ve sonucun %90’a yakın veya üzerinde olduğunda kabul edilebilir olduğunu önermişlerdir” (Şahin ve Kaya, 2020, s. 802-803). Bu formüle göre 2 araştırmacının görüşlerinin uyum yüzdesi %93 olarak belirlenmiştir.

### 4.3. Araştırmanın Sınırlılıkları

Çalışma, bazı sınırlılıklar çerçevesinde gerçekleştirilmiştir. Bu sınırlılıklar, deprem bölgesinde faaliyet gösteren firmaların her uygulamayı paylaşmamasıdır. Bu doğrultuda bazı firmalar deprem bölgesindeki uygulamaları kendi web siteleri dâhil herhangi bir dijital mecraada paylaşmamıştır. Bu sebeple deprem bölgesinde KSS odağında yapılan kriz yönetimi uygulamalarının tamamın ulaşma ihtimali bulunmamaktadır. Bu sınırlılık çalışmayı sadece dijital mecralarda yaptıkları faaliyetleri sunan firmalar üzerinden yapılmasının sebebidir.

## 5. BULGULAR

Araştırmadan elde edilen bulgular çalışmanın bu bölümünde ve araştırma sorularına uygun olarak sunulmaktadır.

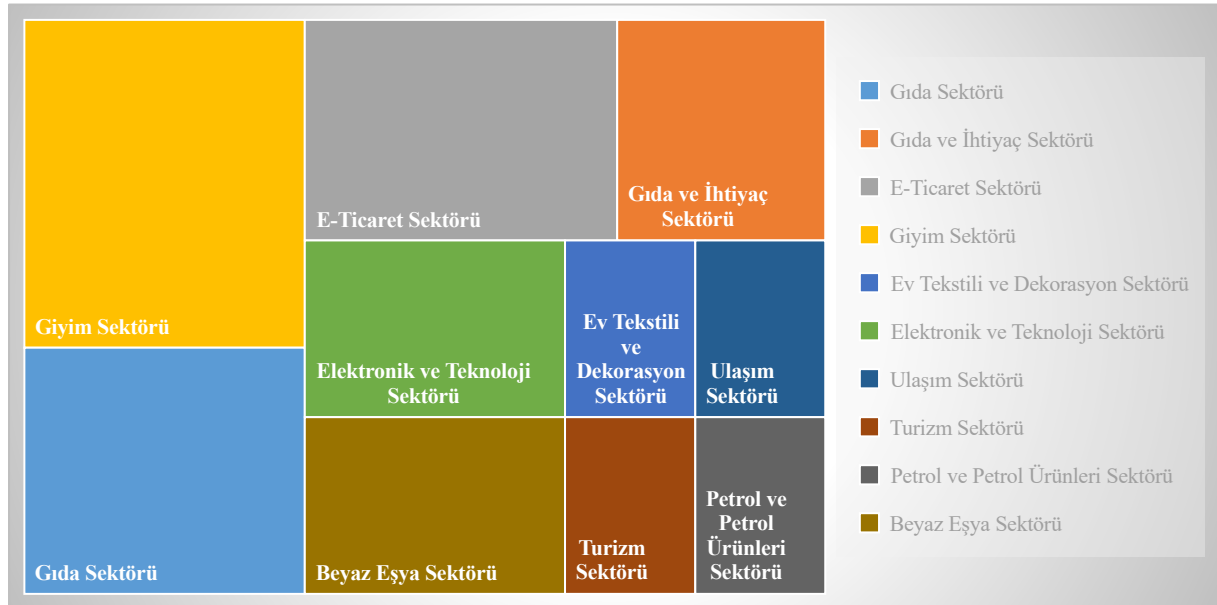
Araştırmanın birinci sorunsalı olan “Deprem bölgesinde KSS odağında kriz yönetimi uygulayan firmalar hangi sektörlerdendir?” sorusuna yönelik elde edilen bulgular şu şekildedir;

Analiz kapsamında olan firmaların sektörel dağılımları hangi sektörün deprem bölgesinde hangi faaliyetleri yaptığı ile ilgili çeşitli bilgiler içermektedir. Bu kapsamda analize dâhil edilen firmaların sektörel dağılımları Tablo 1 ve Şekil 4’te yer almaktadır.

**Tablo 1.** Araştırma Yapılan İşletmeler ve Faaliyet Alanları

Firma ismi	Faaliyet Alanı	Firma İsmi	Faaliyet Alanı
İşletme 1	Gıda	İşletme 13	Ev Tekstili ve Dekorasyon
İşletme 2		İşletme 14	Elektronik ve Teknolojik
İşletme 3		İşletme 15	
İşletme 4	Gıda ve İhtiyaç	İşletme 16	Ulaşım
İşletme 5		İşletme 17	Turizm
İşletme 6	E-Ticaret	İşletme 18	Petrol ve Petrol Ürünleri
İşletme 7		İşletme 19	Beyaz Eşya
İşletme 8		İşletme 20	
İşletme 9	Giyim		
İşletme 10			
İşletme 11			
İşletme 12			

**Şekil 4.** Firmaların Sektörel Dağılımı

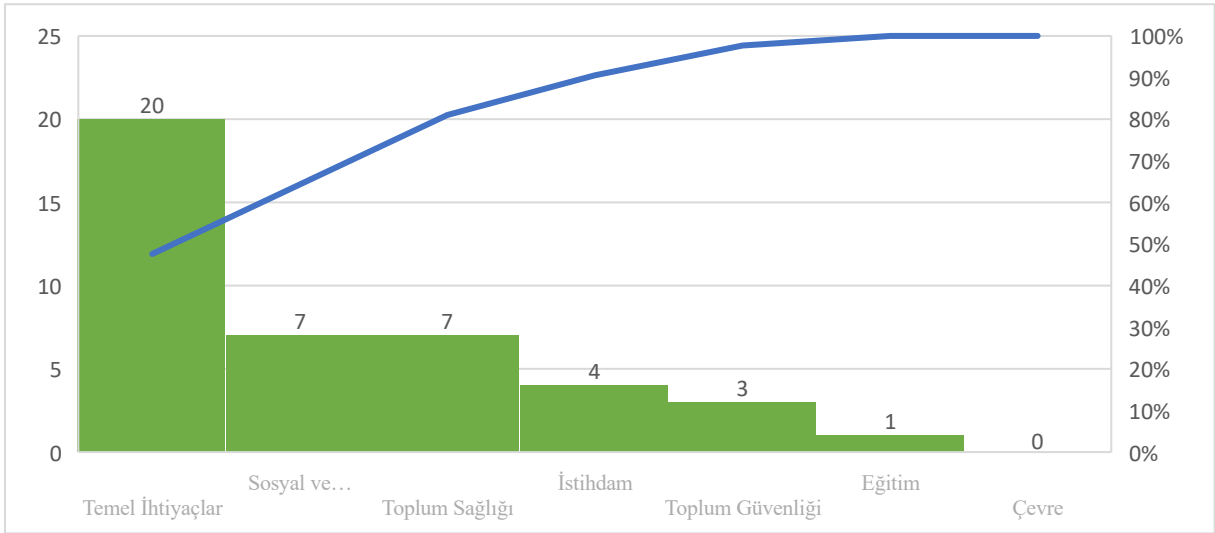


Firmalar ile ilgili yapılan inceleme de analiz kapsamına giren ve KSS odağında kriz yönetimi uygulamalarını yapan ve paylaşan firmaların sektörel dağılımları Tablo 2 ve Şekil 3'te gösterilmektedir. Bu bilgilere göre en fazla gıda (4), giyim (3) ve e-ticaret (3) sektöründe faaliyet gösteren firmalar yer almıştır. Bunların yanında 2'şer firma gıda ve İhtiyaç sektörü, Beyaz Eşya sektörü ve Elektronik ve Teknoloji sektöründe faaliyet göstermekte; 1'er firma ise Ev Tekstili ve Dekorasyon, Ulaşım, Turizm ve Petrol ve Petrol Ürünleri sektörlerinde faaliyet göstermektedir.

Araştırmamızın ikinci sorusu olan "Deprem bölgesinde KSS odağında kriz yönetimi uygulayan firmalar hangi KSS konusuna uygun olarak faaliyetlerini yapmışlardır?" sorusuna yönelik olarak MAXQDA 2020 nitel analiz programında bazı analizler gerçekleştirilmiş ve aşağıdaki bulgulara ulaşılmıştır.

Elde edilen bulgulara göre analiz kapsamında faaliyet gösteren firmaların KSS temel konularına göre yaptıkları faaliyetler ayrıştırılarak kodlanmıştır. Bu kodlama sonucunda KSS temel konularına ilişkin firmaların yaptıkları davranışların dağılımlarına ulaşılmıştır. Bu dağılım Şekil 5'te yer almaktadır.

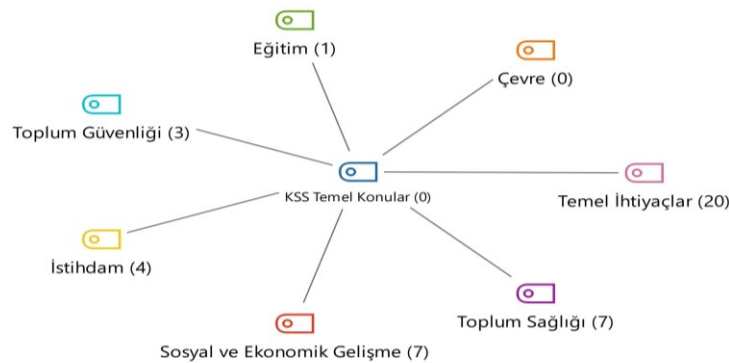
Şekil 5. KSS Temel Konularının Dağılımı



Şekil 5'te yer alan veriler incelendiğinde firmaların uygulamalarının deprem bölgesinin ihtiyacına göre şekillendiği söylenebilir. Bu kapsamda firmalar Temel İhtiyaçlar odağında 20 faaliyet gerçekleştirmiştir. Aynı şekilde elde edilen verilere göre firmalar, Sosyal ve Ekonomik Gelişme ve Toplum Sağlığı odaklı 7'şer faaliyet yapmışlardır. Devamında ise istihdam odaklı 4 faaliyet, toplum güvenliği odaklı 3 faaliyet ve eğitim odaklı ise sadece 1 faaliyet yapıldığı tespit edilmiştir. Çevre ile ilgili herhangi bir faaliyet yapılmamıştır.

KSS temel konulara yönelik olarak yapılan Kod-Alt kod - Bölümler modeli uygulamasının sonucunda elde edilen bulgular Şekil 5 kapsamında öne sürülen verilerin özet bir görüntüsünü sunmaktadır. Bu kapsamda Kod-Alt kod modeline ilişkin veriler Şekil 6'da yer almaktadır.

Şekil 6. KSS Temel Konuları Kod-Alt kod- Bölümler Modeli Dağılımı





Şekil 6'da sunulan kod-alt kod-bölümler modelinde, kurumsal vatandaşlık ve kriz yönetimi perspektifinden firmaların, kriz dönemlerinde en fazla temel ihtiyaçlar (20), toplum sağlığı (7) ve sosyal ve ekonomik gelişme (7) alanlarına yönelik faaliyetlerde bulunduğu görülmektedir. Bu bulgular, firmaların kriz yönetimi sürecinde, öncelikli olarak afet mağdurlarının acil ihtiyaçlarına yönelik (gıda, barınma, ısınma gibi) yardım sağladığını göstermektedir. Ayrıca, toplum sağlığını desteklemek ve sosyal ile ekonomik gelişimi teşvik etmek amacıyla yapılan katkılar, uzun vadeli kriz yönetimi stratejilerinin bir parçası olarak değerlendirilmektedir. Bu yaklaşım, kurumsal vatandaşlık sorumluluğu çerçevesinde, şirketlerin kriz anında hem kısa vadeli hem de uzun vadeli iyileştirme çabalarını dengelemeye yönelik stratejiler geliştirdiklerini ortaya koymaktadır.

Analiz kapsamında yapılan kodlama uygulamasının ardından sektörel olarak hangi KSS temel konularına yönelimin olduğunu tespit etmek amacıyla sektörel dağılım esaslı çapraz tablo oluşturulmuştur. Tablo kapsamında sektörler ve KSS temel konuları ilişkisinin gösterilmesi amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda ortaya çıkan bulgular Tablo 2'de sunulmuştur.

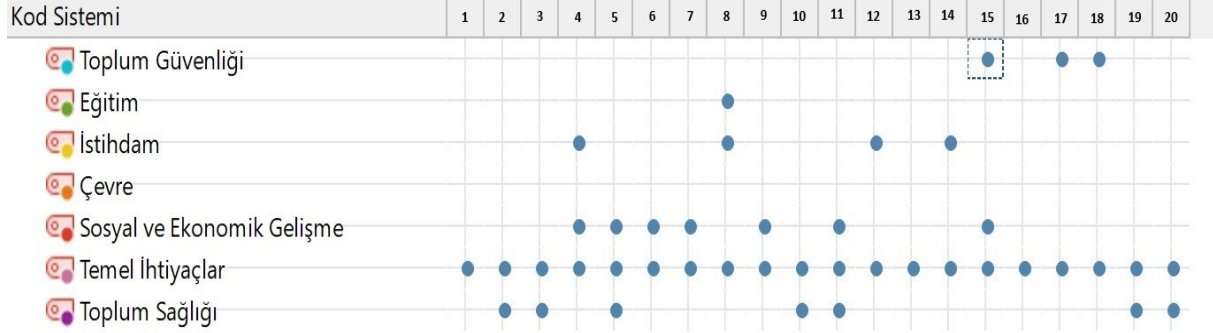
**Tablo 2.** KSS Temel Konuların Sektörel Dağılımı

	Beyaz Eşya	Elektronik ve Teknoloji	E-Ticaret	Ev tekstili ve Dekorasyon	Gıda	Gıda ve İhtiyaç	Giyim	Petrol ve Petrol Ürünleri	Turizm	Ulaşım	Toplam
Toplum Güvenliği	0	1	0	0	0	0	0	1	1	0	3
Eğitim	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1
İstihdam	0	1	1	0	0	1	1	0	0	0	4
Çevre	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Sosyal ve Ekonomik Gelişme	0	1	2	0	0	2	2	0	0	0	7
Temel İhtiyaçlar	2	2	3	1	3	2	4	1	1	1	20
Toplum Sağlığı	2	0	0	0	2	1	2	0	0	0	7
TOPLAM	4	5	7	1	5	6	9	2	2	1	42

Tablo 2 incelendiğinde, kurumsal vatandaşlık ve kriz yönetimi perspektifinden, farklı sektörlerin kriz dönemlerinde çeşitli alanlarda faaliyette bulunduğu gözlemlenmiştir. Giyim, gıda ve e-ticaret sektörleri, temel ihtiyaçları karşılamaya yönelik öncelikli faaliyetlerde bulunmuştur. Giyim sektöründeki firmalar, toplamda 9 farklı faaliyet gerçekleştirmiş olup, bunların 4'ü Temel İhtiyaçlar, 2'si Sosyal ve Ekonomik Gelişme, 2'si Toplum Sağlığı ve 1'i İstihdam alanına odaklanmıştır. Bu yaklaşım, giyim sektörünün, kriz anında acil ihtiyaçları karşılamının yanı sıra, uzun vadeli sosyal ve ekonomik iyileştirme çabalarına da katkıda bulunduğunu ortaya koymaktadır. E-ticaret sektörü, kriz sürecinde 3 faaliyet ile Temel İhtiyaçlar, 2 faaliyet ile Sosyal ve Ekonomik Gelişme, 1 faaliyet ile Eğitim ve 1 faaliyet ile İstihdam alanlarına yönelik katkılarda bulunmuştur. Bu durum, e-ticaret sektörünün hem acil yardım sağlama hem de eğitim ve istihdam gibi daha uzun vadeli destek alanlarında etkin olduğunu göstermektedir. Gıda ve ihtiyaç sektöründeki firmalar, 5 faaliyetle çeşitli alanlara hizmet etmiştir: 2 faaliyeti Sosyal ve Ekonomik Gelişme, 2 faaliyeti Temel İhtiyaçlar ve 1 faaliyeti İstihdam odağında gerçekleşmiştir. Gıda sektörü, Temel İhtiyaçlar ve Toplum Sağlığı alanlarına ağırlık vermiştir, bu da kriz anında gıda sektörünün temel sağlık ve ihtiyaçlar konusunda kritik bir rol oynadığını göstermektedir. Elektronik ve teknoloji sektörü, toplamda 5 faaliyet gerçekleştirmiş olup, bu faaliyetlerin 2'si Temel İhtiyaçlar, 1'i Sosyal ve Ekonomik Gelişme, 1'i İstihdam ve 1'i Toplum Güvenliği alanına yönelik olmuştur. Bu durum, elektronik ve teknoloji sektörünün acil ihtiyaçların yanı sıra, toplum güvenliğini destekleme ve istihdam yaratma gibi alanlarda da katkıda bulunduğunu ortaya koymaktadır. Bu bulgular, kriz yönetimi ve kurumsal vatandaşlık sorumluluğu çerçevesinde, farklı sektörlerin çeşitli alanlarda kapsamlı bir yaklaşım benimsediğini ve afet yönetiminde hem acil hem de uzun vadeli stratejik yardımlar sunduğunu ortaya koymaktadır.

KSS temel konuların firmalar bazında dağılımlarına ilişkin veriler Şekil 7'de sunulmuştur. Bu verilerden elde edilen bulgular ile hangi firmanın hangi KSS temel konusuna odaklandığına ilişkin önemli bilgiler elde edilebilir.

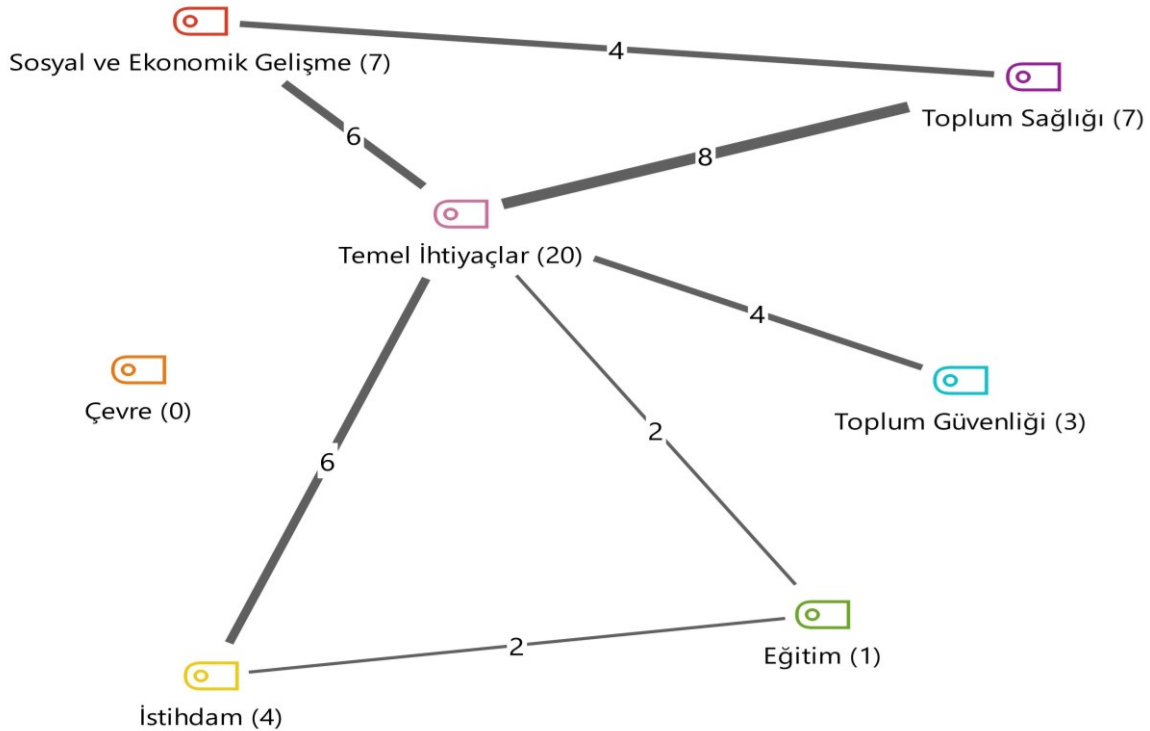
Şekil 7. KSS Temel Konuların Firmalar Bazında Dağılım



Şekil 7’de yer alan bulgulara göre temel KSS konuları arasında en fazla faaliyeti yapmış olan firmalar 4(3), 5 (3), 8 (3), 11 (3) ve 15 (3) nolu firmalardır. Bu firmalar, temel ihtiyaçlar, sosyal ve ekonomik gelişme, istihdam ve toplum güvenliği kapsamındaki faaliyetleri yapmışlardır.

MAXQDA programı aracılığıyla Kod birlikte oluşum modeli (Kod yakınlığı) analizi gerçekleştirilmiştir. Bu analiz ile kodlanmış temaların birlikte oluşma sıklığına ilişkin verilere ulaşılabilmektedir. Bu kapsamda gerçekleştirilen analiz sonucu elde edilen görsel Şekil 8’de sunulmuştur.

Şekil 8. KSS Temel Konuları Kod Birlikte Oluşum Modeli Dağılımı



Şekil 8’de sunulan bilgilere göre firmaların faaliyetlerinde en sık düzeyde yer alan temel ihtiyaçlar faaliyeti ile toplum sağlığı faaliyeti 8 kez birlikte yer alarak en sık birlikte oluşum gösteren kodlar olmuştur. Bunun yanında temel ihtiyaçlar faaliyeti, sosyal ve ekonomik gelişme ile ve istihdam ile 6’şar kez birlikte oluşum sergilemiştir. Bu verilerden elde edilen bulgulara göre firmaların faaliyetleri temel ihtiyaçlar, toplum sağlığı, sosyal ve ekonomik gelişme ve istihdam odağında gerçekleştirdiği ve bu faaliyetleri genel olarak birlikte yaptıkları düşünülebilir.

Araştırma kapsamında yer alan firmaların depreme yönelik olarak yapmış oldukları yardımlar genel bir değerlendirme yapılabilmesi için Tablo 3'te bir arada sunulmuştur.

**Tablo 3.** Araştırma Yapılan İşletmeler ve Depreme Yönelik Yaptıkları Yardımlar

İşletme Adı	6 Şubat Depremine Yönelik Yaptığı Yardımlar
İşletme 1 (Gıda Sektörü)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Afetzede vatandaşların günlük ihtiyacı olan besin öğelerinin bir kısmını karşılamasına yardımcı olabilmek için içeriğinde 11 farklı vitamin ve 5 mineral bulunan ve ambalajında para ile satılmaz yazılı bisküvi yardımında bulundu.</li> </ul>
İşletme 2 (Gıda Sektörü)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Bölgedeki vatandaşlara ve yardım ekiplerine ulaşması için Türk Kızılay'ı yardımıyla ürünlerini deprem bölgesine gönderdi. Ayrıca afetzedeler için demir ve Çinko ile bağımsızlık sistemine; B1, B2 ve B3 vitaminleri ile de enerji oluşumuna destek verici bisküvi yardımında bulundu.</li> </ul>
İşletme 3 (Gıda Sektörü)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Deprem bölgesine süt, meyve suyu, su, havlu ve hijyen malzemeleri başta olmak üzere yardımlarda bulunmuştur.</li> </ul>
İşletme 4 (Gıda ve İhtiyaç Sektörü)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Bağış yapmak isteyen yardımseverlerin oluşturdukları temel ihtiyaç malzemeleri siparişlerini, AFAD koordinasyonunda, herhangi bir ticari amaç olmaksızın deprem bölgesine ulaştırdı.</li> <li>Oluşturduğu "Kızılay İyilik Kart" içerisinde bağış tutarları yüklü olan dijital kodla Türkiye Kızılay Derneği aracılığıyla ihtiyaç sahiplerine ulaştırdı.</li> <li>İskenderun ve Kahramanmaraş'ta Kızılay koordinasyonunda 20 binden fazla kişiye sıcak yemek servisi yapmıştır.</li> <li>Depremden etkilenen illerdeki üreticilere öncelik vereceklerini bildirdi.</li> </ul>
İşletme 5 (Gıda ve İhtiyaç Sektörü)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Deprem ardından bölgedeki yerel üreticiler için "Üretime Doğrudan Destek Projesi" ile ürünleri deprem bölgelerinde bulunan üreticilerden almaya öncelik verdiklerini bildirdi.</li> <li>Kamu kurumları ile organize bir şekilde, temel ihtiyaç ürünlerinin bulunduğu gıda, hijyen malzemeleri, ısıtıcı, battaniye gibi malzemeleri ihtiyaç sahiplerine ulaştırdı.</li> <li>Adana, Mersin ve Kahramanmaraş'ta kurduğu mutfaklardan, her gün ortalama 10 bin kişiye sıcak yemek dağıtımını yapmıştır.</li> <li>Yardımseverler tarafından verilen yardım siparişleri AFAD'ın koordinasyonunda, herhangi bir ticari amaç olmaksızın deprem bölgelerine ulaştırılmıştır.</li> </ul>
İşletme 6 (E-Ticaret Sektörü)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ticaret Bakanlığı'nın başlattığı "Deprem Yardımlaşma Seferberliği" ne katılarak, gıda ve temel ihtiyaç malzemelerini AFAD koordinasyonunda deprem bölgesine ulaştırdı.</li> <li>Yardım yapmak isteyenlere yönelik, "Dijital Deprem Yardım Kartları" nı deprem bölgesine ulaştırmıştır.</li> <li>Deprem bölgesindeki yemek dağıtım noktalarını dijital platformlar üzerinden belirlemiştir.</li> <li>8 Mart Dünya Kadınlar Günü kapsamında Mart 2023 boyunca dijital platformlar üzerinden yardım pedi paket ve kadın hijyen paketlerini deprem bölgesindeki ihtiyaç sahiplerine ulaştırdı.</li> </ul>
İşletme 7 (E-Ticaret Sektörü)	<ul style="list-style-type: none"> <li>AFAD koordinasyonunda kıyafet, ısıtıcı ve hijyen ürünleri başta olmak üzere yardımlarda bulundu.</li> <li>Depremzedeler için yemek dağıtımını yaptı.</li> <li>Kayseri, Gaziantep ve Adana'daki depolarını, aktarma merkezlerini ve şubelerini acil ihtiyaç malzemelerin dağıtımını için hazır hale getirdi.</li> <li>"Dijital Destek Kartları" ile Kızılay koordinasyonunda deprem bölgesine bağışları ulaştırdı.</li> <li>Kurye araçlarını, yardımların dağıtımını için yönlendirdi.</li> <li>Dijital platformlardan alışveriş yapacak tüketicileri "Siparişin Umut Olsun Projesi" ile öncelikli olarak deprem bölgesindeki satıcılara yönlendirdi.</li> </ul>
İşletme 8 (E-Ticaret Sektörü)	<ul style="list-style-type: none"> <li>"Deprem Bölgesine Ticaret ve Teknoloji Gücü" programı başlattı ve 9 ay içerisinde 2400 yeni işletmeye e-ticaret imkanı sağladı.</li> <li>"Bir Gülüş Yeter" projesi ile tüm faaliyetlerini 2 yıl boyunca Deprem Bölgesindeki çocukların kitap, oyuncak ve eğitim ihtiyaçlarını karşılamak üzere aktarılacağını bildirdi.</li> <li>Ticaret Bakanlığı'nın başlatmış olduğu Deprem Yardımlaşma Seferberliğine ise tam destek sağladı.</li> </ul>
İşletme 9 (Giyim Sektörü)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Depremden etkilenen çocuklar ve yetişkinler için mont, kazak, kalın çorap, atkı, bere, eldiven, bebek bezi, hijyen malzemesi gibi yardımlarda bulunmuştur.</li> <li>Gönüllülerden oluşan bir ekip çalışma bölgelerinde arama kurtarma ve iyileşme aşamalarında fiziki olarak yer almıştır.</li> <li>İçlerinde bağış tutarları yüklü olan dijital kartları ihtiyaç sahiplerine ulaştırdı.</li> </ul>
İşletme 10 (Giyim Sektörü)	<ul style="list-style-type: none"> <li>İçerisinde giyim, ayakkabı ve battaniye bulunan kışlık temel ihtiyaçları deprem bölgesine ulaştırdı.</li> <li>Malatya'da bulunan tekstil fabrikalarını yemek ve ısınma ihtiyaçlarının giderilmesi için afetzedelere açtı.</li> <li>Depremden etkilenen ve tedavisi süren depremzedeler için Türk Kızılay'ı koordineli bir şekilde kan bağışı kampanyası başlattı.</li> </ul>

İşletme Adı	6 Şubat Depremine Yönelik Yaptığı Yardımlar
İşletme 11 (Giyim Sektörü)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kışlık giysi, battaniye ve temel ihtiyaçları deprem bölgesine ulaştırdı.</li> <li>Hava koşullarına karşı korumalı, kabinli jeneratörleri deprem bölgesine gönderdi.</li> <li>Deprem bölgesinden gelen hayvanları gerekli sağlık kontrollerini yaptıktan sonra barınaklara yerleştirerek bakımını üstlendi.</li> <li>Depremzedelerin barınma ihtiyaçlarına yönelik konteynerler gönderdi.</li> </ul>
İşletme 12 (Giyim Sektörü)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Afetzedelere yönelik ayakkabı, çorap, atkı, bre, mont, su, gıda ve diğer temel ihtiyaçları deprem bölgesine ulaştırdı.</li> <li>Deprem sonrasında istihdam seferberliği kapsamında işe alım süreçlerinde afetzedelere öncelik vermiştir.</li> </ul>
İşletme 13 (Ev Tekstili ve Dekorasyon Sektörü)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Başta battaniye ve yorgan olmak üzere acil temel ihtiyaçları deprem bölgesine ulaştırdı.</li> </ul>
İşletme 14 (Elektronik ve Teknolojik Sektörü)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Deprem Bölgesindeki elektronik ihtiyaçları (ısıtıcı, power bank, pil, şarj aleti vb) gidermeye yönelik yardımlarda bulundu.</li> <li>Depremden etkilenen çalışanlarına yönelik yardımlarda bulundu.</li> </ul>
İşletme 15 (Elektronik ve Teknoloji Sektörü)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Deprem Bölgesindeki elektronik ihtiyaçları (ısıtıcı, power bank, pil, şarj aleti vb) gidermeye yönelik yardımlarda bulundu.</li> <li>Barınma ve güvelik için konaklama alanları oluşturdu.</li> <li>10.000 kişi kapasiteli seyyar mutfaklar kurdu.</li> <li>200 kişilik arama – kurtarma ve iş makinelerini deprem bölgesine gönderdi.</li> <li>Arama – kurtarma ve iletişimin devamlılığı için jeneratör ve elektrik alt yapı desteğinde bulundu.</li> <li>"Akıllı Telefon Bağış Projesi" kapsamında deprem bölgesindeki kadınlar öncelikli olmak üzere Mart 2023 boyunca, bağışlanan akıllı telefon kadar akıllı telefon bağışında bulundu.</li> </ul>
İşletme 16 (Ulaşım Sektörü)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Deprem Bölgelerinde kısa mesafe ulaşımın kolayca sağlanabilmesi için Diyarbakır, Adana ve Gaziantep'te Scooterları ücretsiz kullanıma açtı.</li> </ul>
İşletme 17 Turizm Sektörü)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Depremde dışarıda kalmak zorunda olan depremzedelere, ücretsiz konaklama hizmetinde bulundu.</li> </ul>
İşletme 18 (Petrol ve Petrol Ürünleri Sektörü)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Arama – Kurtarma ve ilkyardımların kesintisiz devam edebilmesi için AFAD koordinesinde karşılıksız yakıt ikmali sağladı.</li> <li>Bölgeye gelen yardımların kesintisiz ve hızlı devamı için yardım uçaklarına ve gemilerine karşılıksız yakıt ikmali sağladı.</li> <li>Isınma ve aydınlatmanın devamlılığı için yakıt ikmali sağladı.</li> <li>Deprem Bölgesi için topladıkları gıda, kışlık giysi vb yardım kolilerini ihtiyaç sahiplerine ulaştırdı.</li> <li>Jandarma Genel Komutanlığı, Emniyet Genel Müdürlüğü ve Karayolları Genel Müdürlüğü başta olmak üzere kamu araçlarına yakıt desteği sağladı.</li> </ul>
İşletme 19 (Beyaz Eşya Sektörü)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Arama kurtarma ekiplerini Deprem Bölgesine gönderdi.</li> <li>İnsani yardımları ulaştırmak için Hatay, Adıyaman ve Kahramanmaraş'ta koordinasyon ve operasyon merkezleri kurdu.</li> <li>Çadır, gıda, battaniye, kıyafetin yanı sıra ısıtıcı, eski çamaşır makinesi tamburlarından oluşturulan sobaları, solar panelleri ve jeneratörleri Deprem Bölgesine ulaştırdı.</li> <li>Kurulan sahra hastanelerinde soğuk zincir ilaçların muhafazası için buzdolabı teminini sağladı.</li> <li>Mobil tırlar ile depremzedelerin çamaşırları için yıkama ve kurutma hizmeti verdi.</li> </ul>
İşletme 20 (Beyaz Eşya Sektörü)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Arama kurtarma ekiplerini Deprem Bölgesine gönderdi.</li> <li>Gıda, battaniye ve ısıtıcılar başta olmak üzere yardımları Deprem Bölgesine ulaştırdı.</li> <li>Konteyner ve çadır kentlere; televizyon, fırın, buzdolabı, klima, deterjan ve yumuşatıcılar da dâhil olmak üzere çamaşır yıkama ve kurutma makineleri tedarik etti.</li> </ul>

Tablo 3 kapsamında analiz kapsamına dâhil edilen firmaların deprem bölgesinde yaptıkları bütün faaliyetler bir arada verilmiştir. Toplamda 10 farklı sektörde 20 firmanın deprem bölgesinde yaptıkları faaliyetler incelendiğinde çoğu firmanın temel ihtiyaçlar sosyal ve ekonomik faaliyetler gibi noktalarda odaklandığı görülebilmektedir.

## 6. SONUÇ VE ÖNERİLER

Araştırmanın yapıldığı 20 işletme; gıda, ihtiyaç, e-ticaret, giyim, ev tekstili, beyaz eşya, petrol ürünleri, turizm, ulaşım, elektronik ve teknolojik sektörlerinde ülkemizde öncü firmalardır. Türkiye'de aktif faaliyet gösteren söz konusu 20 işletme 6 Şubat Kahramanmaraş depremi sonrasında kendi istekleri ile Deprem Bölgesinde afet mağdurlarının da içerisinde bulunduğu iyileştirme sürecine çeşitli yardımlarda bulunmuşlardır. Araştırma sonucunda çoğu firmanın farklı temel konulara uygun faaliyetlerde bulunduğu tespit edilmiştir. Giyim, Gıda ve E-ticaret gibi sektörler daha çok temel ihtiyaçları karşılamaya yönelik faaliyetlerde bulunmuştur.

Araştırmaya konu olan 6 Şubat depremi göz önüne alındığında öncelikli olarak örgütlerin kendi içlerinde oluşturmuş olduğu ve eğitimlerle desteklediği arama kurtarma ekiplerini deprem bölgesine yönlendirmek olmuştur. Eş zamanlı olarak ise depremin meydana geldiği mevsim şartları doğrultusunda, depremden etkilenen şehirlerimize yönelik, araştırmanın yapıldığı firmalar en başta battaniye, ısıtıcı, ayakkabı vb. çeşitli malzemelerini deprem bölgesine ulaştırmıştır. Yine aynı şekilde afet mağdurlarına yönelik yiyecek, bebek maması, süt, su, hijyenik malzemeler gibi Temel İhtiyaçlar depremde öncelikli yardımlar olmuştur. Araştırma sonucunda 20 işletmenin yapmış olduğu yardımlardaki yukarıda ki maddeler; Afet ve Acil Durum Yönetimi Başkanlığı'nın (AFAD) yayınladığı Aynı Başlıklarda Öncelikli Kabul Edilecek Yardımlar listesi ile benzerlik göstermektedir. İnsani temel ihtiyaçların devamında ise Sosyal ve Ekonomik Gelişme ve Toplum Sağlığı odaklı yardımlar bölgeye gönderilmiştir. Sonrasında ise istihdamın ve toplum güvenliğinin sağlanması boyutları üzerine yardımlar devam etmiştir. Bu söz konusu sıralama ise Laçiner ve Yavuz (2013)'ün 2011 yılında meydana gelen Van Depremi üzerine yapmış oldukları araştırma sıralaması ile benzerlik göstermektedir.

Araştırmanın yapıldığı 20 işletmenin, KSS uygulamaları bağlamında yapmış oldukları yardımlar kısa süreli veya bir defalık yapılan yardımlar değildir. 20 işletmenin ortak noktası, deprem bölgesinde hayatın olağan bir sürece dönmeye kadar yardımların devamlılığı olmuştur. Bu bağlamda çadır, ısıtıcı gibi geçici yardımların yanı sıra afet mağdurlarına yönelik istihdamlarda öncelik verilmesi, maddi yardımların bir kısmının, deprem bölgesindeki çocukların eğitimlerini devam ettirmelerine yönelik olması gibi kalıcı yardımlarda olmuştur.

Diğer taraftan 6 Şubat depreminin etki alanının büyük olması doğal afetlerde kriz yönetiminin önemini bir kez daha gün yüzüne çıkarmıştır. Gelen yardımların toplanması, özellikle giyim yardımlarının yaş ve cinsiyet özelliklerine göre sınıflandırılarak ihtiyaç sahiplerine ulaştırılması için İşletme 7'nin Kayseri, Gaziantep ve Adana'daki depolarını, aktarma merkezlerini ve şubelerini acil ihtiyaç malzemelerin dağıtımını için hazır hale getirmesi, İşletme 19'un ise İnsani yardımları ulaştırmak için Hatay, Adıyaman ve Kahramanmaraş'ta koordinasyon ve operasyon merkezleri kullanması işletmelerin KSS bağlamında yapmış oldukları yerinde uygulamalardır.

Diğer taraftan İşletme 15 ve İşletme 17'nin Barınma ve güvenlik için konaklama alanları oluşturması deprem sonrası yardımlarda önemli bir faktördür. Ayrıca özellikle işletme 6'nın dijitalleşme bağlamında yemek dağıtım noktalarını dijital platformlar üzerinden belirleyerek afet mağdurlarına kolaylık sağlaması da KSS bağlamında önemli bir gelişme olmuştur.

Duruel (2023)'ün yapmış olduğu araştırmada, başta arama kurtarma faaliyetlerine destek olmak üzere, barınma, beslenme, giyim, acil sağlık müdahaleleri, ısınma gibi depremedelen hayata tutunmaları için gerekli olan malzemelere deprem sonrasında acil bir şekilde ihtiyaç olduğu belirtilmiştir. Yapılan bu çalışmada da incelenen işletmelerin temel ihtiyaçlara yönelik faaliyetlere yönelindikleri tespit edilmiştir. Bu yönüyle çalışma sonucu elde edilen bulgular da Duruel (2023) ile benzerlikler göstermektedir. Diğer taraftan Sezer (2014)'ün yapmış olduğu çalışmada ise 1914 yılında Burdur ve Isparta illerinde meydana gelen depremlerde de başta çadır, yiyecek ve giyecek gibi temel ihtiyaçlara ek olarak afetzedelere yönelik para yardımları yapılmıştır. Bu çerçevede elde edilen bulgular Sezer (2014) ile benzerlik gösterirken; 1914 yılında afetzedelere yapılan para yardımı yerine günümüz dijital dünyasında afetzedelere yönelik olarak çeşitli işletmeler tarafından alış-veriş kartları ve dijital destek kartları dağıtımları yapılmıştır. Ayrıca bu söz konusu her iki çalışmada da olduğu gibi çevreye yönelik faaliyetlere bu çalışmada da rastlanmamış olması da diğer çalışmalarla olan başka bir benzerliktir. Taşkıran (2024) ise yapmış olduğu çalışmada, 2024 Kahramanmaraş merkezli depremler sonrasında Fortune 500 listesinde yer alan işletmelerinde öncelikli olarak barınma, konaklama, yiyecek ve giyecek gibi temel ihtiyaçlara önem verdiklerini tespit etmiştir. Bu bağlamda yapmış olduğumuz çalışma bulguları ile Taşkıran (2024)'ün yapmış olduğu çalışma ihtiyaç öncelikleri açısından benzerlikler göstermektedir.

İsraeli (2017)'nin 7.8 şiddetli Nepal depremi sonrasında uluslararası yardımları incelediği çalışmada ise deprem sonrasında afetzedelerin çadır, giyecek, yiyecek başta olmak üzere temel ihtiyaçlara ihtiyaç duyduklarını ve para



yardımlarının temel ihtiyaçlardan sonra geldiği sonucuna ulaşmıştır. Çalışma deprem sonrası ihtiyaç duyulan malzemeler yönüyle İsraili (2017) ile de benzerlikle göstermektedir. Calais vd. (2022)'nin 2021 yılında 7.2 şiddetli Nippes depremi sonrası, yardımlaşmaya yönelik sosyal medya paylaşımlarını inceledikleri çalışmada ise kullanıcıların barınma, yiyecek ve giyecek desteği üzerine paylaşımlarının sıklıkla yapıldığını sonucuna ulaşmışlardır. 2023 Kahramanmaraş depremleri sonrası işletmelerin yapmış olduğu yardımlar aynı şekilde 2021 yılında Haiti merkezli deprem sonrası sosyal medya paylaşımları sonucu tespit edilen barınma, yiyecek ve giyecek gibi temel ihtiyaçlar ile benzerlikler göstermiştir.

Bu çalışmanın bulguları, çeşitli afet çalışmalarında tespit edilen benzerlikleri ortaya koymaktadır. İlk olarak, temel ihtiyaçlara odaklanma konusunda önemli bir paralellik görülmektedir. Bu çalışmada, işletmelerin öncelikli olarak battaniye, ısıtıcı, yiyecek gibi temel ihtiyaçlara yöneldiği tespit edilmiştir. Bu bulgu, Sezer (2014) ve İsraili (2017) çalışmalarındaki yardım stratejileriyle örtüşmektedir. Sezer (2014), 1914 Burdur ve Isparta depremlerinde çadır, yiyecek ve giyecek gibi yardımlara vurgu yaparken, İsraili (2017) Nepal depreminde de benzer şekilde çadır, giyecek ve yiyecek yardımlarının öncelikli olduğunu vurgulamıştır. Kriz iletişimi ve sosyal medya kullanımı da benzerlik gösteren bir diğer konudur. Özdemir (2024) ve Taşkın ve Boran (2024) çalışmalarında sosyal medyanın kriz anındaki rolüne ve önemine dikkat çekilmiştir. Özdemir (2024), AFAD'ın Twitter/X üzerindeki kriz iletişim stratejilerini analiz ederken, Taşkın ve Boran (2024) ise markaların sosyal medya kriz yönetimini incelemiştir. Bu çalışma da sosyal medyanın temel ihtiyaçların ve yardım koordinasyonunun duyurulmasındaki rolünü vurgulamaktadır. Son olarak, yardım sürekliliği açısından da benzerlikler söz konusudur. Bu çalışmada, 20 işletmenin yardımlarının sürekliliği gözlemlenmiştir. Bu durum, Duruel (2023) ve Taşkıran (2024) çalışmalarında belirtilen yardımların sadece kriz başlangıcında değil, krizin devamında da sürdürüldüğünü desteklemektedir. Duruel (2023) ve Taşkıran (2024) de yardımların devamlılığına ve krizin ilerleyen aşamalarındaki önemine dikkat çekmiştir.

Bu çalışmanın bulguları, diğer araştırmalarla karşılaştırıldığında bazı önemli farklılıklar ortaya koymaktadır. İlk olarak, yardım türleri açısından dikkate değer bir farklılık bulunmaktadır. Bu çalışmada, dijital destek kartları ve alış-veriş kartları gibi modern yardım yöntemlerine yer verilmiştir. Sezer (2014) ise 1914'te para yardımlarına odaklanmıştır. Günümüz dijitalleşmiş dünyasında, dijital yardımlar ve teknolojik çözümler, eski dönemlerle kıyaslandığında daha yaygın ve etkili hale gelmiştir. Afet yönetimi ve iletişim stratejileri de bir diğer farklılık alanıdır. Yıldırım (2024) ve Özdemir (2024) çalışmaları, kriz iletişiminin çeşitli temalarını (istatistiksel bilgi, dezenformasyon) ele alırken, bu çalışma işletmelerin yerinde uygulamaları ve afet yönetimi stratejilerine odaklanmaktadır. Özdemir (2024), sosyal medyanın kriz iletişimindeki rolünü nitel bir analizle ortaya koyarken, bu çalışma işletmelerin krize yönelik pratik yaklaşımlarını incelemektedir. Son olarak, sosyal ve ekonomik yardımlar konusundaki vurgu da bir farklılık oluşturmaktadır. Bu çalışmada, sosyal ve ekonomik gelişim odaklı yardımlara özel bir önem verilmiştir. İş gücü istihdamı ve toplum güvenliği gibi konulara yönelik yardımlar bu çalışmanın ayırt edici özellikleridir. Diğer çalışmalarda ise bu konuya yeterince değinilmemiştir.

Yapılan analiz sonucu ulaşılan veriler dikkate alınarak gelecekte karşılaşılabilecek krizlere yönelik olarak KSS stratejileri bağlamında araştırmacılara ve uygulamacılara yönelik önerilerde bulunulabilir. Bu kapsamda öncelikle gelecekteki krizlere yönelik olarak hazırlık kapsamında kriz yönetimi planlarının geliştirilmesinin önemine vurgu yapmak gerekmektedir. Çalışmanın bulguları incelendiğinde, firmaların bu konuda hassas olduklarına dair bazı verilere ulaşılmış olabilir. Ancak, doğal afetler ani ve beklenmedik bir şekilde meydana geldiğinden, acil önlem planlarının belirlenmesi, koordinasyon ve işbirliğine yönelik hazırlıkların yapılması ve kriz anlarında ortaya çıkabilecek koordinasyon eksikliklerinin giderilmesi gibi faaliyetlerin önceden organize edilmesi gerekmektedir. KSS stratejileri odaklı bir inceleme yapıldığı zaman elde edilen bulgulardan yola çıkarak, sürdürülebilir yardım stratejilerinin geliştirilmesinin önemi ortaya çıkmaktadır. Dijitalleşme ve teknolojik entegrasyonun sağlanması da bir diğer önemli konu olarak kabul edilebilir. Araştırmanın örneklemini oluşturan 20 işletmenin deprem sonrası yapmış olduğu tüm yardımlar şüphesiz ki fazlasıyla önemli ve asla küçümsenecek yardımlar değildir. Ancak bundan sonraki doğal afetler ekseninde araştırılacak olan KSS uygulamaları başka sektörlerde de araştırılarak değerlendirilebilir. Ayrıca işletmelerin yapmış oldukları yardımlar sonucunda marka imajlarında, karlılıklarında, tercih edilebilirliklerinde nasıl bir değişim olduğu da araştırmaya değer farklı bir konudur. Diğer taraftan eğitim, istihdam, çevre, toplum sağlığı, sosyal ve ekonomik yardımların ayrı ayrı araştırılarak bir sonuca ulaşılması da KSS bağlamında araştırılmaya değer başka bir konu olacaktır.

## YAZARLARIN BEYANI

**Katkı Oranı Beyanı:** Yazarlar çalışmaya eşit oranda katkı sağlamıştır.

**Destek ve Teşekkür Beyanı:** Çalışmada herhangi bir kurum ya da kuruluştan destek alınmamıştır.

**Çatışma Beyanı:** Çalışmada herhangi bir potansiyel çıkar çatışması söz konusu değildir.

## KAYNAKÇA

- Ahn, S. Y. ve Park, D. J. (2018). Corporate social responsibility and corporate longevity: The mediating role of social capital and moral legitimacy in Korea. *Journal of Business Ethics*, (150), 117-134.
- Akgemci, T. (2015). *Stratejik yönetim*. Gazi Kitabevi.
- Ata, N. S. (2023). Kahramanmaraş merkezli 6 şubat depremlerinin kriz yönetimi bağlamında değerlendirilmesi. *Meriç Uluslararası Sosyal ve Stratejik Araştırmalar Dergisi*, 7(Özel Sayı), 59-77.
- Atlıg, N. Sinan (2006). *İş etiği, sosyal sorumluluk ve ilaç sektöründen bir uygulama* [Yüksek Lisans Tezi]. Yıldız Teknik Üniversitesi.
- Aktan, C. C. ve Börü, D. (2007). Kurumsal sosyal sorumluluk. C. C. Aktan (Ed.), *Kurumsal sosyal sorumluluk: İşletmeler ve sosyal sorumluluk içinde* (s. 11-36). İGİAD Yayınları.
- Aktel, M. ve Çağlar, N. (2007). Isparta ili afet (Kriz) yönetim yapılanması üzerine bir çalışma, *Süleyman Demirel İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 12(3), 147-162.
- Balaban, S. (2018). *Kriz yönetiminde liderlik ve liderlik özelliklerinin kriz yönetimine etkisi üzerine bir araştırma* [Yüksek Lisans Tezi]. İstanbul Gelişim Üniversitesi.
- Berle, A. (1954). *The 20th century capitalist revolution*. Hartcourt Brace.
- Bilici, G. (2021). Afetle mücadelede kriz yönetimi: Konya ilinde nitel bir araştırma. *International Social Sciences Studies Journal*, 7(82), 2125-2134.
- Calais, E., Symithe, S., Monfret, T., Delouis, B., Lomax, A., Courboux, F., ... ve Meng, L. (2022). Citizen seismology helps decipher the 2021 Haiti earthquake. *Science*, 376(6590), 283-287.
- Carroll, A. B. (1979). A Three-Dimensional Conceptual Model of Corporate Performance. *The Academy of Management Review*, 4(4), s. 497-505.
- Carroll, A. B. (1999). Corporate social responsibility: Evolution of a definitional construct. *Business & Society*, 38(3), 268-295.
- Commission of the European Communities. (2006). *Implementing the partnership for growth and jobs: making urope a pole of excellence on corporate social responsibility*. Brussels, Belgium: Commission of the European Communities.
- Coppola, D. (2015). *Introduction to international disaster management* (3rd Edition). Elsevier.
- Çam, Y. İ. (2010). *Kurumsal sosyal sorumluluk ve örgütsel vatandaşlık davranışı arasındaki ilişki üzerine bir uygulama* [Yüksek Lisans Tezi]. Dumlupınar Üniversitesi.
- Çerçi, Ü. Ö., Canöz, N. ve Canöz, K. (2023). Kriz ortamında yapılan sosyal sorumluluk çalışmalarının kurumsal kabule etkisi: 6 Şubat 2023 depremi üzerine bir araştırma. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 26(2), 328-344.

- Duruel, M. (2023). Sivil toplum kuruluşlarının afet yönetimindeki rolü: 6 Şubat depremi Hatay örneği. *Uluslararası Politik Araştırmalar Dergisi*, 9(2), 1-18.
- Eren, E. (2002). *Stratejik yönetim ve işletme politikası*. Beta Yayınları.
- Geethamani, S. (2017). Advantages and disadvantages of corporate social responsibility. *International Journal of Applied Research*, 3(3), 372-374.
- Grosbois, D. (2016). Corporate social responsibility reporting in the cruise tourism industry: A performance evaluation using a new institutional theory based model. *Journal of Sustainable Tourism*, 24(2), 245-269.
- Himmetoğlu, A. (2023). Kurumsal sürdürülebilirlik ve kurumsal sosyal sorumluluk: Bir bibliyometrik analiz çalışması. *Erciyes İletişim Dergisi*, 10(2), 891-911.
- 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(21), 1-19.
- Israeli, E. (2017). Post-Earthquake relief efforts: A case study in foreign aid and development. *Independent Study Project (ISP) Collection*. 2216.
- Kadioğlu, M. (2011). *Belediyelerde afet yönetimi*, Türkiye Sağlıklı Kentler Birliği Yayınları.
- Karacan, H. (2001). *Depremlerde kriz yönetimi ve bir model teklifi* [Yüksek Lisans Tezi]. Gazi Üniversitesi.
- Karalar, R. (2010). *Genel işletme*. Meta Basım.
- Koçak, A. ve Arun, Ö. (2006). İçerik analizi çalışmalarında örneklem sorunu. *Selçuk İletişim*, 4(3), 21-28.
- Mackey, A., Mackey, T. B. ve Barney, J. B. (2007). Corporate social responsibility and firm performance: Investor preferences and corporate strategies. *Academy of Management Review*, 32(3), 817-835.
- Mamo, Y. A., Sisay, A. M., Dessalegn, B. ve Angaw, K. W. (2023). The Socio-economic effect of corporate social responsibility on local community development in Southern Ethiopia. *Cogent Business & Management*, 10(1), 1-22.
- Okumuş, F. (2003). İşletmelerde kriz yönetimi ve krizlerin işletmeler üzerine olası etkileri. *İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 1(2). 203-212.
- Oxford English Dictionary. (2022). <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com> adresinden 19 Kasım 2023 tarihinde alınmıştır.
- Özdemir, E. K. (2024) Social media in crisis communication: A case analysis of the 2023 Kahramanmaraş earthquakes. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, (44), 112-131.
- Özdemir, L. ve Uçar, Y. (2020). Kriz yönetimi etkinlik sistemine yönelik bir öneri. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, (1), 131-164.
- Pekcan, A. (2007). *Turizm ve kriz yönetimi sunumu*. <https://www.slideserve.com/quanda/tur-zm-ve-kr-z-y-net-m> adresinden 22 Kasım 2023 tarihinde alınmıştır.
- Sarıkaya, M. ve Kara, F. Z. (2007), Sürdürülebilir kalkınmada işletmenin rolü: Kurumsal vatandaşlık, *Yönetim ve Ekonomi Dergisi*, 14(2), 221-233.

- Seyitoğulları, O. ve Bilen, A. (2020). Kurumsal sosyal sorumluluk üzerine bir literatür taraması. *Sosyal Bilimler Akademi Dergisi*, 3(2), 195-205.
- Sezer, C. (2014). 1914 Isparta-Burdur depreminde hilâl-i ahmer cemiyeti'nin yapmış olduğu yardımlar. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (19), 17-34.
- Sheehy, B. ve Farneti, F. (2021). Corporate social responsibility, sustainability, sustainable development and corporate sustainability: What is the difference, and does it matter? *Sustainability*, 13(11), 1-17.
- Şahin, Ç. ve Kaya, G. (2020). Alternatif ölçme değerlendirme ile ilgili yapılan araştırmaların incelenmesi: Bir içerik analizi. *Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi SBE Dergisi*, 10(2), 798-812.
- Taşkın, H. ve Boran, T. (2024). Kahramanmaraş depremi'nde markaların kriz iletişimi yönetimlerine yönelik karşılaştırmalı bir araştırma. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 12(1), 171-202.
- Taşkıran, H. B. (2024). Sosyal medya aracılı kurumsal sosyal sorumluluk iletişiminin deprem afeti bağlamında analizi: Fortune 500 Türkiye listesinde yer alan kurumların faaliyetleri üzerine bir inceleme. *Uluslararası Medya ve İletişim Araştırmaları Hakemli Dergisi*, 7(1), 1-22.
- TDK. Sözlüğü. (2023). <https://sozluk.gov.tr/> adresinden 20 Aralık 2023 tarihinde alınmıştır.
- Topaloğlu, F. (2019). *Kriz yönetiminde liderlik: İşletmelerde kriz yönetiminin otantik liderlik özellikleri açısından incelenmesi Muğla ili araştırması* [Yüksek Lisans Tezi]. Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi.
- Tutar, H. (2000). *Kriz ve stres ortamında yönetim*. Hayat Yayıncılık.
- Türk Dil Kurumu. (2022). *Türkçe sözlük*. TDK.
- WBCSD. (2016). *Corporate Social Responsibility*. WBCSD.
- Yağcı, A. L. (2008): *Afet yönetmeliğinin, İstanbul ili için Türkiye Afet Bilgi Sistemi obje kataloğuna aktarılması* [Yüksek Lisans Tezi]. İstanbul Teknik Üniversitesi.
- Yang, R., Wei, J., Li, Y. N. ve Michelson, G. (2024). Using corporate social responsibility to enhance media reputation following a firm crisis: Evidence from China. *Public Relations Review*, 50(4), 102487.
- Yavaş, H. (2001). Doğal afet yönetimi ve yerel gündem 21 çalışmaları kapsamında İzmir'de deprem riski, *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 3(3), 118-138.
- Yıldırım, A. (2024). Afet yönetiminde kriz iletişimi: Afet ve acil durum yönetim başkanlığı (AFAD) tarafından 2023 Kahramanmaraş depremlerinde yayınlanan basın bültenlerinin analizi. *İstanbul Aydın Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 16(1), 1-23.
- Zhang, Y. ve Yang, F. (2021). Corporate social responsibility disclosure: Responding to investors' criticism on social media. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(14), 1-27.