

AKARYAKIT SEKTÖRÜ ALANINDA YAPILAN  
KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK KAMPANYALARININ  
ELEŞTİREL BİR BAKIŞ AÇISIYLA DEĞERLENDİRİLMESİ<sup>1</sup>

Arş. Gör. Eda AKGÜN<sup>2</sup>

ÖZET

Tüketim anlayışlarının deđiŐkenliđine bağlı olarak tüketicilerin markalardan beklentileri ve Őikâyetleri daha önemli bir hale gelmiŐtir. Tüketicilerin sadece ürünü değil aynı zamanda markayı ve markanın değerlerini de satın alma alışkanlıkları firmaların pazarda kendilerini konumlandırma çabalarına yol açmaktadır. Sosyal sorumluluk kavramı ise bir pazarlama aracı olarak konumlandırmaya yardımcı olmaktadır. Akaryakıt firmalarında yapılan sosyal sorumluluk kampanyalarına bakıldığında, Şirketlerin oluşturduğu büyük çevresel sorunları örtbas etmek için kampanyaları başlattığı görülebilir. Kendi yarattıkları zarardan bahsetmeyerek diğer alanlarda sosyal sorumluluk yapan Şirketler, ortaya çıkan negatif imajı unutturmaya çalışmaktadırlar. Bu Şekilde temel amaçları arasında yer alan kar elde etme, toplumsal fayda sağlama ve sürdürülebilirliklerini sağlamayı gerçekleŐtirebilirler. Konunun detaylı incelenmesi için araŐtırmada; Shell &Turcas, Petrol A.Ő., Opet Petrolcülük A.Ő., OMV Petrol Ofisi A.Ő., BP Petrolleri A.Ő. ve TOTAL OIL Şirketlerinin Türkiye’de gerçekleştirdikleri kurumsal sosyal sorumluluk projeleri ele alınacak ve söz konusu firmalar arasından özellikle Shell ve BP, çevreye verdikleri zararlar konusunda en çok eleştirilen iki marka olduğu için eleştirel açıdan incelenecektir. Söz konusu Şirketlerle ilgili literatürde yapılan çevresel ve etik eleştirilere bakılacak, Şirketlerin yaptıkları sosyal sorumluluk projelerinin bu eleştirilere nasıl yanıt verdiği detaylandırılacaktır. Çalışmanın kapsamı son on yılda akaryakıt sektörü, bu sektörün çevreye verdiği zararlar ve akaryakıt sektöründe yapılan sosyal sorumluluk projelerine dair Türkçe ve de İngilizce literatürün taranması ile oluşturulacaktır.

**Anahtar Kelimeler:** Halkla İlişkiler, Sosyal Sorumluluk, Çevre, Akaryakıt Sektörü.

<sup>1</sup> Bu Makale 27-29 Nisan 2019 tarihleri arasında Antalya’da düzenlenen ASEAD 5. Uluslararası Sosyal Bilimler Sempozyumu’nda sunulan bildiriden geliŐtirilmiŐtir.

<sup>2</sup> BaŐkent Üniversitesi İletifim Fakültesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü, eakgun@baskent.edu.tr

## EVALUATION OF THE CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY CAMPAIGNS IN THE FIELD OF THE FUEL INDUSTRY WITH A CRITICAL OVERVIEW

### ABSTRACT

Consumers' expectations and complaints from brands have become more important due to the change in consumption concepts. Consumers' habits to buy not only the product but also the brand and the values of the brand lead to the efforts of the firms to position themselves in the market. The concept of social responsibility helps to position it as a marketing tool. When we look at the social responsibility campaigns carried out in fuel companies, it can be seen that the companies have started campaigns to cover up the big environmental problems they have created. The companies that make social responsibility in other areas that will not mention the damages they create, try to forget the negative image. In this way, they can realize profit making, social benefit and sustainability among their main objectives. In order to investigate the subject in detail; Shell & Turcas, Petrol A.Ş., Opet Petrolcülük A.Ş., OMV Petrol Ofisi A.Ş., BP Petrolleri A.Ş. and TOTAL OIL companies' corporate social responsibility projects realized in Turkey will be discussed and said companies out especially Shell and BP, because it is the most criticized two brands about the damage they cause to the environment will be examined from a critical standpoint. Environmental and ethical criticisms made in the literature about these companies will be examined and how the social responsibility projects of companies respond to these criticisms will be elaborated. The scope of the study will be determined by examining the Turkish and English literature on the fuel sector in the last decade, the damage to this environment and social responsibility projects in the fuel sector.

**Keywords:** Public Relations, Social Responsibility, Environment, Fuel Sector.

### GİRİŞ

Sosyal sorumluluk kavramı, son zamanlara kadar ağırlıklı olarak sivil toplum kuruluşlarına atfedilmiştir. Sosyal yaşamda eksik olan ve de devletin sorumluluğunda olan fakat bu sorumluluğu yerine getirmediği konularda sivil toplum kuruluşları projeler üretip bu açıkları kapatmaya çalışmaktadır. Ancak, toplumsal refah ve huzuru sağlamada devletin yeterli olmadığı yerlerde özel şirketler de bu şekilde çeşitli projeler üretmeye başlamışlardır. Özel şirketlerin bu sorumluluğu üstlenmelerinin gerekli ve önemli olup olmadığı tartışılırken, kendi faydalarına olduğunu anlayan şirketler sosyal sorumluluk projeleri üretmeye ve de bunları duyurmaya başlamışlardır. Bu yazıda, çalışmanın amacı olarak, sosyal sorumluluk kavramı ve şirketlerin hangi sebeplerle sosyal sorumluluk kampanyaları yaptıkları incelenirken, özellikle akaryakıt şirketlerinin bu projeleri neden yaptıkları ve de bu projelerin etkileri, eleştirel bir bakış açısıyla incelenecektir.

Kotler'e göre kurumsal sosyal sorumluluk kavramı, kurumsal sosyal girişimler başlığı altında değerlendirilir ve bu söz konusu girişimleri, sosyal amaçları desteklemek ve kurumsal sosyal sorumluluk yükümlülüklerini tamamlamak için bir kurum tarafından üstlenilmiş büyük çaplı faaliyetler (Kotler, Lee,2008) olarak tanımlar. Sosyal sorumluluk kavramı, devletin ekonomik yaşama müdahalesinin artması, çalışanların çeşitli örgütlere üye olmaları, nüfus yoğunluğunun artması, demokratikleşme ve hümanizm konularının önem kazanması ve bireysel hakların güçlenmesi, hızlı küreselleşme ve bununla gelen ekonomik ve sosyal rekabet, dünya kaynaklarının tükenmeye başlaması ve bu durumun hem devlet, hem şirket hem de bireyleri etkilemeye başlaması gibi sebeplerle ortaya çıkmıştır. Şirketlerde sosyal sorumluluk kavramı ise bu sorumlulukların ve inançların daha dışına çıkarak bir pazarlama aracı olarak kullanılmaya başlanmıştır. Akaryakıt firmalarında yapılan sosyal sorumluluk kampanyalarına da bakıldığında, yapılan kampanyaların bu şirketlerin oluşturduğu büyük çevresel sorunları örtbas etmek için başlatıldığı görülebilir (Peltekoğlu, 2001). Bu şirketler, kendi yarattıkları zarardan bahsetmeyerek diğer alanlarda sosyal sorumluluğa girişmiş ve de yaptıkları ile de bıraktıkları negatif imajı unutturmaya çalışmışlardır. Bu konunun daha detaylı incelenmesi için bu çalışmada Shell &Turcas, Petrol A.Ş., Opet Petrolcülük A.Ş., OMV Petrol Ofisi A.Ş., BP Petrolleri A.Ş. ve TOTAL OIL şirketlerinin, Türkiye'de gerçekleştirdikleri kurumsal sosyal sorumluluk projeleri eleştirel açıdan incelenecektir.

Akaryakıt firmaları arasından özellikle Shell ve BP, çevreye verdikleri zararlar konusunda en çok eleştirilen iki firma olduğundan dolayı detaylıca incelenecektir. Bu şirketlerle ilgili literatürde yapılan çevresel ve etik eleştirilere bakılacak, şirketlerin yaptıkları sosyal sorumluluk projelerinin bu eleştirilere nasıl yanıt verdiği detaylandırılacaktır. Çalışmanın kapsamı son on yılda akaryakıt sektörü, bu sektörün çevreye verdiği zararlar ve de akaryakıt sektöründe yapılan sosyal sorumluluk projelerine dair hem Türkçe hem de İngilizce literatürün taranması ile oluşturulacaktır.

## 1. SOSYAL SORUMLULUK KAVRAMI

Birinci Dünya Savaşı'ndan sonra yönetim ve üretim felsefelerinin değişmesinden sonra, büyüyen sanayi çeşitli sorunlarla karşılaşmaya başlamıştır. Oliver Sheldon, yönetimin ana sorumluluğunun toplum olduğunu ve de topluma hizmet vermesi gerektiğini düşünür. Bu sebeple de çalışanların toplumsal sorunlarla ilgilenmelerini, kendine daha fazla zaman ayırmalarını, sendikalaşmalarını ve de sorunları çözmeye çalışmalarını ister. 2. Dünya Savaşından sonra ise ekonomik büyümenin daha da artmasıyla ve özellikle sanayi toplumuna geçişin ve endüstriyel kapitalizmin hızlanmasıyla çevreye veren zararlar görülmeye başlanmıştır. 1970'li yıllardan sonra bu etki daha da fazla artmış, 1980'li yıllardan itibaren sürdürülebilirlik kavramının ortaya çıkmasıyla sosyal sorumluluk kavramının içine çevresel projeler girmeye başlanmıştır.

Aynı zamanda, ikinci dünya savaşından sonra gelen yoksulluk ve yeniden yapılanma dönemi de, sosyal adalet kavramını getirmiş ve çalışanlara verilen haklar artmış, bu da sosyal sorumluluğun önemini tetiklemiştir. 1987’den itibaren ise sürdürülebilirliğin sosyal, ekonomik ve çevresel yönünü barındırdığı fikri yaygınlaşmaya başlamış ve sosyal sorumluluk projeleri bu alanlara yönelmiştir (Yağan, 2012).

“Kurumsal Sosyal Sorumluluk (organizational social responsibility), herhangi bir organizasyonun - kar amacına yönelik olarak oluşturulmuş bir şirket, kamu kuruluşları ya da hükümet dışı organizasyonlar- hem iç hem de dış çevresindeki tüm paydaşlara karşı “etik” ve “sorumlu” davranarak, bu yönde kararlar almasını ve uygulamasını ifade eden bir kavramdır.” (Yağan, 2012).

Geoffrey Lantos, sosyal sorumluluk projelerinin hayırseverlik, etik ve stratejik olmak üzere üç ana başlık altında yapılabileceğini söyler. Aynı zamanda da şirketlerin ülke vatandaşları gibi sorumluluklarının olduğunu söyler ve bunun sadece ülke açısından değil, bütün dünya açısından önemli olduğunu altını çizer. (Lantos, 2002)

Sosyal sorumluluk, ana olarak etik, küresel ekonomi, global şirket, global ekonomi ve sorumlu karar verme, kişisel çıkar, yeni müşteri çekme, sendika ve işgücü desteği, yeni yatırımcı çekme isteği ve tüketici güveninin geliştirilmesi gibi sebeplerle yapılabilir. Etik kısma dair şirketler, tek amaçlarının kar elde etmek olmadığını göstermeye çalışırken, global ekonomi açısından ise çeşitli legal sorumluluklarını yerine getirmek ve ceza almayı önlemek, aynı zamanda da dünya ve ülke ekonomisine katkı sağlayarak bireylerin alım gücünü yüksek tutmak ve bu sayede pazar paylarını artırmak şirketlerin ana olarak sosyal sorumluluk yapma amaçlarındandır. Toplumun refahı, aynı zamanda alım gücü anlamına geldiği için her zaman şirketlerin yararınadır. (Ay, 2003)

Kurumlar, aynı zamanda başka ülkelerde faaliyet göstermek istediklerinde ve faaliyet gösterecekleri ülke vatandaşlarının sosyal sorumluluğa önem vermesi durumunda, sosyal sorumluluğa önem veren ve de buna önem veren şirketleri daha risksiz bulan yatırımcıları çekmek için ve de tüketicinin güvenini kazanıp tüketimlerini artırmak için sosyal sorumluluk projeleri yürütebilirler. Bunun yanında, bazı ülkelerde sosyal sorumluluk çalışanlar tarafından da önemsendiği için çalışan motivasyonunu artırma ve genç yetenekleri çekme için de kullanılabilir. Son olarak, sosyal sorumluluğun ürün maliyetlerini artırdığı için çeşitli eleştiriler aldığı da olmuştur (Ay, 2003).

Sosyal sorumluluk, aşağıdaki konularda yapılabilir (Canöz, 2015):

- Ekoloji ve Çevre: Kirlilik kontrolü, gürültü kontrolü, kullanılan alanın kontrolü, çevrenin restorasyonu ve korunması, doğal kaynakların korunması, geri dönüşüm,
- Tüketici: Reklam ve tüm operasyonlarda dürüstlük ve açıklık, saydamlık, kalite kontrol, ürün ve hizmet garantisi,

- Hükümet İlişkileri: Lobinin azaltılması, yeni düzenlemeler, uluslararası faaliyetlerin azaltılması,
- Enerji: Üretim ve işletmelerde enerji tasarrufu ve verimliliğin azaltılması
- Adil işletme uygulamaları: Kadınlar ve azınlıklar için iş olanakları sağlanması, çalışan eğitimi, çalışan sağlık koşullarının geliştirilmesi, engelli eğitimi, mesleki çalıştırma, kreş yapma, çalışan fiziksel sağlık ve stres yönetimi planları,
- Katılımcı toplum: Eğitim, sanat ve sportif projeler, toplumsal projelere katılım, toplumsal eğlence programları, bağışlar.

## 2. AKARYAKIT SEKTÖRÜ GENEL DURUM

Üretimin artmasıyla, enerjiye olan ihtiyaç gitgide artmaktadır; dünya enerji tüketiminde petrol %40 oranındadır. Akaryakıt firmaları da bu ihtiyacı karşıladıkları için hem de taşımacılık ve ısınmada kullandıkları için karlılığı yüksek ve hem siyasi hem de ekonomik olarak önemli firmalardır. Dolayısı ile de güçleri yüksektir ve de lobi yapma kabiliyetleri fazladır. Akaryakıt şirketleri, son yıllarda operasyonlarına dair çok sayıda eleştiri almaya başlamışlardır. (Cen & Bayraktar, 2017)

2016 yılı yurtiçi kalan üretilebilir ham petrol rezervi 316,6 milyon varil (46,2 milyon ton) olup, yeni keşifler yapılmadığı takdirde, bugünkü üretim seviyesi ile yurtiçi toplam ham petrol rezervinin sadece 18 yıllık bir ömrü bulunmaktadır. 2016 yılında tüketimin yaklaşık %7'si yerli üretimle karşılanmış, doğal gazda ise bu oran %0,8 olarak gerçekleşmiştir. Türkiye'de 2016 yılında içerisinde toplam 44 adet kuyu açmış olup 72.630 metre sondaj yapılmıştır. Başlangıçtan günümüze 4.734 adet kuyu açılmış olup 79 doğal gaz sahası ve 144 ham petrol sahası olmak üzere toplam 223 saha keşfedilmiştir. Türkiye'de akaryakıt üretimi ve tüketimi gitgide artmakta olup, ülkedeki belli başlı akaryakıt şirketleri Türkiye Petrol Rafinerileri A.Ş., OMV Petrol A.Ş., OPET Petrolcülük A.Ş., Shell&Turcas A.Ş., BP Petrolleri A.Ş. ve Total A.Ş'dir. (Cen & Bayraktar, 2017)

Akaryakıt sektörüne dair eleştirilerin başında fosil yakıtlar ve petrole dayalı ürünlerin iklim değişikliğine etkisi gelir. Petrol, sera gazı emisyonunu artırdığı için dünyadaki sıcaklığın da artmasına sebep olmakta, dünyada şu anda sıkça tartışılmakta olan çevreyle ilgili kötü gidişe olumsuz katkı sağlamaktadır. Hükümetler arası işbirliği başlayan ve sürdürülebilirlik kavramı ile daha da pekişen bu konu, petrol şirketlerine karşı eleştirileri de artırmıştır. Petrolün dünyaya ve iklime verdiği zarar açık, net ve kaçınılmazdır. Bu yüzden pek çok şirket hem petrolden yenilenebilir enerji tüketimine geçmekte, devletler de bu alanda büyük destekler vermektedirler. (Cem Şimşek, 2014)

Akaryakıt sektörüne dair diğer büyük eleştiri de arama, sondaj, taşıma, işleme süreçleri ve kazalar sonucu oluşan petrol sızıntılarının yarattığı kirliliktir. Bunlar, petrol yükleme/boşaltma tesisleri, rafineriler, petrol üretim tesisleri ve petrol yüklü tankerlerin yarattığı trafik ve balast suyu boşaltma nedeniyle ortaya çıkan çevre sorunlarıdır. Özellikle balast suyu boşaltma nedeniyle bir denizden başka bir denize taşınan canlıların ekosisteme önemli zararları olduğu belirtilmektedir. Petrol kaynaklı kirlilikte kazalar da önemli bir yere sahiptir. Tanker kazaları ve denizde petrol üretilen tesislerdeki kazaların telafisi mümkün olmayan çevre sorunlarına yol açtığı belirtilmektedir. 1989 yılında Exxon Valdez adındaki süper tanker Alaska'da kayalıklara çıkması sonucu oluşan kaza ve 20 Nisan 2010'da gerçekleşen Deepwater Horizon Petrol Sızıntısı bunun önemli örnekleridir. Son kullanıcı kaynaklı kirlilik ise petrol ürünü kullanan sanayi tesisleri, ulaşım araçları ve petro-kimya ürünleri kullanımı sonucu oluşan kirliliği kapsamaktadır. Petrol ürünlerinin yarattığı kirliliğin bu boyutu daha çok sera gazı salınımı ve iklim değişikliği alanında gündeme gelmektedir. Son kullanıcı kaynaklı kirlilikte hidrokarbon yanma sonucu ortaya çıkan hava kirliliği ve bunun sonucu olduğuna inanılan iklim değişikliği ve küresel ısınma konusu tartışılmaktadır. Daniel Yergin, hidrokarbon yanmanın olası sonuçlarını “duman ve hava kirliliği, ozon tabakasının yok olması, asitli yağmur ve küresel ısınma” olarak sıralamaktadır. Küresel ısınma olası riskler arasında en önemlisi olarak görülmektedir (Cem Şimşek, 2014).

### **3. AKARYAKIT SEKTÖR ALANINDA YAPILAN SOSYAL SORUMLULUK KAMPANYALARININ DEĞERLENDİRİLMESİ**

Akaryakıt sektöründeki hemen hemen her şirket, eğitim, sanat veya çevre alanında sosyal sorumluluk projeleri üretmektedir. Bu bölümde akaryakıt sektörü alanında yapılan sosyal sorumluluk kampanyaları ile ilgili kısaca bilgi verilecektir.

#### **3.1. OMV Petrol Ofisi**

Sosyal sorumluluk projelerinde sürdürülebilirlik konusunda yoğunlaşmakta ve eğitim, çevre ve enerji konularında projeler yaratmaktadır. 2008 yılında Toplum Gönüllüleri Vakfı ile stratejik bir iş birliği başlatılmışlardır ve bu iş birliği sonucunda sosyal sorumluluk kampanyalarını arttırmayı hedeflemişlerdir. Projeleri arasından başlıcaları şunlardır:

- **Gönül Ağacı Projesi:** “Gönül Ağacı”, el işlerini ekonomik bir kaynağa dönüştürmek isteyen kadınların emeklerini değerlendirmek üzere Petrol Ofisi tarafından Kadın Emeğini Değerlendirme Vakfı (KEDV) iş birliği ile 2014 yılında hayata geçirildi. Petrol Ofisi'nin kurumsal sosyal sorumluluk çalışmaları kapsamında tasarlanan projenin temel amacı; istihdama katılım güçlüğü yaşayan, el emeği ile yarattıkları ürünlerini gelire dönüştürme olanağı bulamayan kadınlara destek sağlamak ve kadınların istihdama katılım güçlüğü konusunda kurumsal ve toplumsal farkındalık meydana getirmektir. (<http://www.gonulagaci.com/hakkinda.html>)

- Barış Köprüsü Hakkâri Dönemsel Yaz Projesi: Türkiye'nin farklı yörelerinden gençlere, Hakkâri kent kültürünü yakından tanıtmak amacıyla 'Barış Köprüsü Hakkâri Dönemsel Yaz Projesi' gerçekleştirilmiştir. Türkiye'nin her yerinden 30 üniversiteli gönüllü gencin önderliğinde gerçekleştirilen proje, Hakkâri'nin tanıtımı, satranç atölyesi, futbol, basketbol, voleybol, badminton spor atölyeleri, çevre eğitimleri, açık hava sinemasında film gösterimleri gibi çeşitli sosyal etkinlikleri kapsamıştır.
- Bergama Köyleri Çevre Eğitimi Projesi: İzmir Bergama'da Aşağıbey ve Yukarıbey köylerinde TOG gönüllüsü 30 genç ile bu iki köyün çocuklarına çevre bilinci ile ilgili eğitim verilmiş, böylece hem bu gençlerde hem de çocuklarda küresel iklim değişikliği ve çevre kirliliği ile ilgili farkındalık yaratılmıştır.
- Hayatı Poşetleme Atölye Çalışması: Petrol Ofisi Samsun Terminali'nde çalışan gönüllülerin bir kısmı, TOG Samsun örgütünün önderliğinde "Hayatı Poşetleme!" atölyesine katılarak bez ve kâğıt poşet yapımı öğrenmiş ve plastik poşet kullanımının çevreye zararları konusunda farkındalık kazanmışlardır.
- Baba Beni Okula Gönder" Projesi: Çağdaş Yaşamı Destekleme Derneği'nin Milliyet Gazetesi ile birlikte yürütülen "Baba Beni Okula Gönder" projesine 2005 yılından bu yana destek veren Petrol Ofisi, tüm Türkiye'de 500 öğrencinin eğitimine katkıda bulunmaktadır. Bu 500 öğrenciye ek olarak, Petrol Ofisi bayileri ve çalışanları da 87 kız çocuğunun eğitimini desteklemektedir. 12-14 Nisan 2010 tarihlerinde Antalya'da Petrol Ofisi bayilerine yönelik gerçekleştirilen geniş katılımlı toplantıda TOG gençlik çalışmaları ve Çağdaş Yaşamı Destekleme Derneği "Baba Beni Okula Gönder" projesinin tanıtımı yapıldı; Haziran 2010'da ise Tekirdağ çevresinde eğitimini Petrol Ofisi desteğinde sürdüren 100 kız öğrenci, Çorlu Sanayi ve Ticaret Odası'nda gerçekleştirilen törenle sertifikalarını aldılar.
- İşitme Engelli Çocuklara Destek: Petrol Ofisi, doğuştan işitme engelli çocukların topluma kazandırılması yönündeki çalışmalara da destek olmaktadır. Bu kapsamda Türkiye İşitme ve Konuşma Rehabilitasyon Vakfı'nın (T.İ.V.) hayata geçirdiği '0-6 Yaş Arası İşitme Engelli Çocuk ve Aile Özel Eğitim Merkezi' servislerinin yakıt ihtiyacı karşılayarak; bu çocukların normal yaşamdan geri kalmamalarını sağlamaktadır. ([http://pogaz.com.tr/PO\\_pdf/kurumsal\\_yonetim/Kurumsal\\_Y%C3%B6netim\\_%C4%B0lkeleri\\_Uyum\\_Raporu\\_2010.pdf](http://pogaz.com.tr/PO_pdf/kurumsal_yonetim/Kurumsal_Y%C3%B6netim_%C4%B0lkeleri_Uyum_Raporu_2010.pdf))

### 3.2. OPET

Sosyal sorumluluk projeleri'ni kurum kültürü içerisine almıştır ve projelerde özellikle temizlik konusuna odaklanmıştır. Bütün tesislerinde tuvalet temizliğini vurgulaya Temiz Tuvalet Projesi, büyük oranda yankı bulmuştur. Diğer projeleri ise:

- Yeşil Yol Projesi: “Yeşili kaybeden, yaşamı kaybeder” sloganıyla 2004 yılında başlatılan ve halen devam eden “Yeşil Yol Projesi” ile sadece OPET düzeyinde çevreci bir aktivite sürdürülmesi değil, bu konudaki bilinçlendirme ve işbirliği çabaları ile toplumun geneline yayılan bir çevre bilinci hedeflendi. “Yeşil Yol Projesi” ile bugüne dek 805 istasyonda ve belediyelerce belirlenen ağaçsız alanlarda, 643 bin 821 adet bitki dikimi gerçekleştirilmiş; istasyonlar ve çevresi, şehir merkezlerindeki park ve bulvarlar yeşillendirilmiş, il çevrelerinde OPET ormanları kurulmuştur. Proje kapsamında yeşillendirme çalışmaları sürmektedir.
- Örnek Köy Projesi: Bilinçli toplum yaratma hedefiyle yola çıkan OPET, “Örnek Köy Projesi”yle, köylerin kendi kendine yetmesi, tarihi, coğrafi ve kültürel potansiyelinin değerlendirilmesinin yanı sıra, eğitim düzeyinin yükselmesi ve çevre bilincinin gelişmesi gibi toplumsal göstergeleri de hedefliyor. Örnek köy olarak seçilen yerler: Mardin Dara, Gaziantep Yesemek, Bolu Pazarköy, Fethiye Saklıkent, Kekova Üçağız ve Isparta İncesu'dur.
- Tarihe Saygı Projesi: Tarihe Saygı Projesi kapsamında ise Tarihi Gelibolu Yarımadası'nın doğal dokusunu koruyarak, çağdaş bir görünüme kavuşması için, Çanakkale Savaşları'nın geçtiği bölgede düzenleme çalışmaları uygulanmıştır. Alçıtepe, Seddülbahir, Bigalı, Kilitbahir, Kocadere, Behramlı, Büyük ve Küçük Anafarta köyleri ile Eceabat ilçesi yeni bir çehreye kavuşturulmuştur. Köy meydanları ve evlerin yüzlerinin yenilediği projede modern satış reyonları oluşturulmuştur, köyler yeşillendirilmiş, mevcut müzeler yenilenmiş, müze olmayan köylere yeni müze ve kültür merkezleri yapılmıştır. Halk Eğitim Merkezleri işbirliği ile İngilizce, bilgisayar, pansiyonculuk ve kişisel gelişime yönelik eğitimlerin verildiği proje kapsamında Eceabat'a açık hava müzesi niteliğinde bir park yapılmıştır. “Tarihe Saygı Parkı” adı verilen park, Çanakkale Savaşı'nın tüm detaylarını gösterecek şekilde donatılmıştır. Proje kapsamında 57.Alay Şehitliği ve Gelibolu Yarımadası'nın en büyük iki hastane şehitliğinden biri olan Akbaş Şehitliği aslına uygun olarak yenilenerek ziyarete açılmıştır. Eceabat'ta işlevselliğini yitiren İlköğretim Okulu'nun yerine ise yeni ve modern bir okul inşa ederek eğitim ve öğretim hayatına kazandırılmıştır.



- **Trafik Dedektifleri Projesi:** OPET'in desteğiyle Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı, İçişleri Bakanlığı, Milli Eğitim Bakanlığı, Diyanet İşleri Başkanlığı, Emniyet Genel Müdürlüğü ve Polis Eşleri Kaynaşma- Yardımlaşma Derneği (PEKAY) ortaklığında uygulamaya alınan 'Trafik Dedektifleri Projesi'yle geleceğin sürücü adaylarını, trafik kurallarını tam anlamıyla bilen ve bu konuda sorumluluk alan bireylere dönüştürmek hedefleniyor. Proje ile önce öğretmenlere, daha sonra çocuklar ve gençlere 9 ana konuda verilecek eğitimlerle, trafik kazalarının engellenmesinde kalıcı bir çözüm yaratılması öngörülüyor.

Ancak klasik bir eğitimden farklı olarak çocuk ve gençlere 'Trafik Dedektifi' unvanı verilerek trafik konusunda bilinçli bir davranış modeli gerçekleştirmeleri bekleniyor. Bu doğrultuda verilen eğitimler; trafik işaret ve levhaları, emniyet kemeri ve çocuk koruma sistemleri, yaya geçidi, üst ve alt geçit kullanımı, güvenli bisiklet kullanımı, yaya güvenliği, görünürlük, araçta güvenli yolculuk, karşıdan karşıya geçme ve güvenli oyun alanları başlıkları altında düzenleniyor.

- **Temiz Tuvalet Projesi:** OPET'in 2000 yılından bu yana sürdürdüğü ve Türkiye'de yapılan en uzun soluklu toplumsal projelerden biri olan Temiz Tuvalet Kampanyası, Türkiye'nin önemli bir sorununu hedef almaktadır. Temiz Tuvalet Kampanyası "Türkiye'nin gündemine "tuvalet temizliği ve hijyen" konularını getirerek, ülkede bu konuda bir bilinç oluşmasına katkıda bulunmak amacıyla gerçekleştirilmektedir. Önce kendi istasyonlarından işe başlayan OPET, zamanla projeyi, tüm yurda yaymış ve Opet istasyonlarında, sadece standart kurumsal görüntü ve hizmet kalitesi ile değil, temizlik ve hijyene verdiği önemle de farkliliğini vurgulayarak, bunu kalıcı hale getirmeyi başarmıştır (<https://www.opet.com.tr/sosyal-sorumluluk-projeleri>).

### 3.3. TOTAL Oil Türkiye A.Ş

Sosyal sorumluluk projelerinin odak noktası kültürel mirasa saygı, toplumsal dayanışma ve çevre konularına odaklanmaktadır. Projelerinden bazıları:

- **Sokakta İlk Adımlar Projesi:** 2005-2006 öğretim yılı itibari ile, Renault ile birlikte "Sokakta İlk Adımlar" yol güvenliği eğitim projesini yürütmektedir. T.C. Milli Eğitim Bakanlığı Talim Terbiye Kurulu tarafından onaylı proje ile 2011-2012 öğretim yılı sonu itibari ile 41 ilde 1,200,000 öğrenciye ulaşılmıştır.
- **Total Eğitime Destek Projesi:** 2007-2008 öğretim yılında hayata geçen "TOTAL Eğitime Destek" Projesi ile TOTAL, tesislerinin bulunduğu illerden başlayarak, ilköğretim okullarının öncelikli ihtiyaçlarını (bilgisayar laboratuvarı, kütüphane, yemekhane, oyun parkı vb) karşılamaktadır.

TOTAL çalışanları tarafından kurulan “TOTAL Gönüllü Takımı” da, yürüttüğü pek çok sosyal sorumluluk projesinin yanı sıra , bu faaliyetleri de desteklemektedir.

- **“1 Varil 1 Ağaç” Projesi:** 2010 yılında T.C. Çevre ve Orman Bakanlığı’yla yapılan protokol çerçevesinde toplanan her bir varil atık motor yağı başına 1 adet fidan dikimi hedeflenerek başlatılan “1 Varil 1 Ağaç” projesi ile 15.000 adet fidan Ankara’da Çakırlar Çiftliği’nde dikildi. Proje T.C. Orman ve Su İşleri Bakanlığı ile birlikte 2012 yılında da devam ettirildi ve Afyon - Kütahya yolunda 25.000 adet fidan dikildi. Böylece iki yılda 40.000 adet fidan toprakla buluştu. Projeye destek sağlayan kuruluşlara sertifikalar hazırlanarak gönderildi ve teşekkür plaketleri sunuldu. 2013 yılı için proje yer belirleme çalışmaları T.C. Orman ve Su İşleri Bakanlığı ile devam etmektedir.
- **Smyrna Antik Kenti Arkeolojik Kazı Çalışmaları:** Total, T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Kültür Varlıkları ve Müzeler Genel Müdürlüğü adına İzmir Dokuz Eylül Üniversitesi tarafından sürdürülen İzmir’deki Smyrna Antik Kenti’nin binlerce yıldan sonra gün yüzüne çıkarılmasına destek veriyor.
- **Total Gönüllü Takımı:** 2007 yılından bu yana faaliyet gösteren Total Gönüllü Takımı, Total Oil Türkiye için Sürdürülebilir Gelişim projeleri tasarlayan, yöneten ve uygulayan gönüllü Total çalışanlarından oluşan bir ekiptir. Önceliğin projelere mümkün olduğunca çok çalışanı dahil etmek olduğu yapıda, her aşamada tüm çalışanların desteği alınıyor. Gerçekleştirilmesi planlanan projeler için ayrı ekipler kurulurken her ekip için bir sorumlu belirleniyor. Yıllık aksiyon planı doğrultusunda çalışan ekipler ayda bir toplantılar düzenliyor. (<http://www.total.com.tr/turkiyede-total-pazarlama/sosyal-sorumluluk.html>)

### 3.4. Shell & Turcas Petrol A.Ş

Sosyal sorumluluk projeleri, özellikle arkeoloji ve spora odaklanmaktadır ve başlıca projeleri ve açıklamaları aşağıdadır:

- **Yol Emniyeti Projesi:** Shell & Turcas yol emniyeti çalışmaları ile Dünya Sağlık Örgütü’nün bu kapsamda başlattığı “Yol Emniyetinde Eylem 10 Yılı” projesine 2011’den beri önemli bir katkı sağlamaktadır. Bu destek kapsamında Shell, Türkiye’de son iki yılda 96 bin kişiye yol emniyeti eğitimi vermiştir. Shell & Turcas bunun yanı sıra, Kocaeli Valiliği, Sağlık Bakanlığı, İçişleri Bakanlığı, Ulaştırma Bakanlığı, Emniyet Genel Müdürlüğü ve Dünya Sağlık Örgütü’nün iş birliğiyle 2013 Mayıs ayında başlatılan Güvenli Trafik Projesi’ne de katkı sağlamaktadır. Proje, Kocaeli’de emniyet kemeri kullanımının yaygınlaşması ve hız sınırlarına uyulması amacıyla yürütülmektedir. Shell & Turcas, proje kapsamında Başiskele’de devrilme ve çarpma simülatörü eğitimiyle katılımcılara emniyet kemerinin hayati önemini deneyimletmiştir. Eğitim sonunda katılımcıların emniyet kemeri kullanma tutumları yüzde 35 oranında iyileşmiştir.

2013 Haziran ayı içinde 10 okulda yaklaşık 1.000 öğrenciye daha yol emniyeti eğitimi verilmiştir. Bir yıl boyunca Kocaeli’nde yürütülen farkındalık çalışmalarının ardından bağımsız bir araştırma kuruluşuna yaptırılan ve 40.000’in üzerinde aracın sayıldığı ölçüm sonuçlarına göre, ildeki sürücülerin emniyet kemeri takma oranı %29’dan %43’e yükselirken; yolcu emniyet kemeri takma oranını ise %28’den %36’ya çıktığı gözlenmiştir. Shell & Turcas, ‘Yaşama Sözümüz Var’ sloganı altında yürüttüğü yol emniyeti çalışmalarıyla iş dünyasının prestijli organizasyonları arasında yer alan 10. Stevie international Business Awards’ta “Avrupa’da Yılın Kurumsal Sosyal Sorumluluk Programı” kategorisinde Bronz Stevie Ödülü’nü almıştır.

- Çatalhöyük Kazıları ve Arkeoloji Yaz Atölyeleri: Kültürel çalışmalara da destek veren Shell, dünyanın en önemli arkeolojik çalışmaları arasında yer alan Çatalhöyük kazılarına 18 yıldır katkı sağlamaktadır. Buna paralel olarak 2003 yılından bu yana öğrencilere tarih bilinci aşıladığı Shell Çatalhöyük Arkeoloji Yaz Atölyesi etkinliğiyle, çocuklara kültürel mirasın koruyucuları olmayı öğretmektedir. Atölyeler kapsamında bugüne kadar 5.000’i aşkın çocuk eğitim almıştır. Çatalhöyük’ün, 2012 yılında UNESCO tarafından “Dünya Miras Listesi”ne dâhil edilmesi, bu istikrarlı desteğin önemli bir göstergesi olmuştur.
- Shell Eco-Marathon: Gençleri, geleceğin enerji kaynaklarıyla çalışan araçları geliştirmeye teşvik etmek ve enerji verimliliği konusunu kamuoyunun gündemine taşımak amacıyla global çapta düzenlenen Shell Eco-marathon yarışması ise bu alanda gençlere yönelik gerçekleştirilen en köklü projelerden biridir. Uluslararası bir yarışma olan Shell Eco-marathon’a Türk öğrencilerin de her yıl katılarak, Avrupa’dan gelen diğer ekiplerle birlikte verimlilik yarışında kendi ürettikleri araçlarla rekabet etmeleri desteklenmektedir.
- Enerji Kutusu Projesi: 2012-2013 eğitim yılından başlayarak uygulanan RWE & Turcas Enerji Kutusu projesi, düzenli olarak sürdürülmektedir. 2013 Ocak ayında Enerji Verimliliği Haftası’nda çocuklarımızı enerji tasarrufu konusunda bilgilendirmek amacıyla hazırlanan enerji kutuları ile çocuklarımıza “Enerji Hırsızının Peşinde” kitapçıkları dağıtımını gerçekleştirilmiştir. Aynı zamanda beslenme çantası olan enerji kutuları Honaz bölgesinde 16 okulda tüm 1 – 4. sınıf öğrencilerine iletilmiştir. Sürdürülebilir enerji tasarrufu eğitimi projesi kapsamında her eğitim yılı başlangıcında ilkokula birinci sınıf çocuklarımıza enerji kutularının dağıtımını ile şimdiye kadar 4,000’i aşkın öğrenciye ulaşılmıştır.
- Shell & Turcas’ın, özel eğitime ihtiyaç duyan çocuklara okul imkânı sağlamak amacıyla T.C. Kocaeli Valiliği’nin kullanımına verdiği Derince’deki binası, ‘Derince Özel Eğitim Uygulama Merkezi ve Derince Özel Eğitim İş Uygulama Merkezi’ adıyla 2013 yılında eğitime açılmıştır. Merkez, orta ve ağır derecede zihinsel öğrenme yetersizliği olan çocuklara eğitim imkânı sağlamaktadır.

İzmit, Derince, Kandıra, Kartepe ve Körfez de dahil olmak üzere geniş bir bölgeye hizmet veren 110 öğrenci kapasiteli merkezde; 11 derslik, 6 bireysel oda, el sanatları, resim ve müzik atölyeleri, yemekhane, çocuk parkı ve basketbol sahası bulunmaktadır. (<http://www.turcas.com.tr/shell-turcas-petrol-as-kss-projeleri>)

### 3.5. BP Petrolleri A.Ş.

Genel olarak çevre ve yol güvenliği konusunda sosyal sorumluluk projeleri vardır. Projelerini toplumsal ve çevresel olarak ikiye ayırır. Projelerden başlıcaları:

- BP Enerji Ormanı Projesi: Proje kapsamında Adana’da okaliptüs, yalancı akasya ve alyantus ağaçları dikilmektedir. 5 bin kadar ağaç dikilmiştir ve proje 2010 yılından beri faaliyet göstermektedir.
- Farkındayım Korkmuyorum Projesi: Engellilerin durumunu daha iyi seviyeye çıkarmak için Türkiye Engelsizler Kültür Sanat ve Eğitim Merkezi (TEKSEM) ile iş birliği yaparak, sahnelenen oyunlar aracılığıyla 121 engelli kız çocuğunun eğitim bursu için destek verilmektedir.
- Sürdürülebilir Kalkınma Projesi: BTC Ham Petrol boru hattı projesinin geçtiği topraklarda girişimcilere destek ve mesleki eğitimler vermektedir.
- Enerji Ağacı Projesi: BP Türkiye, geleceğin teminatı olan çocukların “alternatif enerji” konusunda bilinçlenmesini sağlamak amacıyla Türkiye Bilim Merkezleri Vakfı ile işbirliği yaparak önemli bir projeye imza atmıştır. BP Türkiye tarafından Şişli Belediyesi Bilim Merkezi’nde kurulan “BP Enerji Ağacı”, 26 Ekim 2007 tarihinde çocuklarla buluşmuştur. Güneş ve rüzgar enerjisini elektriğe dönüştürme prensibiyle çalışan ve çocuklara “alternatif enerji” konusunda temel bilgileri vermeyi amaçlayan “BP Enerji Ağacı”, 4 adet 120 W’lık güneş paneli, 9 metre yüksekliğinde 1500 W’lık rüzgâr türbini, 12 V’luk 200 Ah akü, dijital solar kontrol donanımı, 1600 VA tam Sinüs çevirici şarjör ünitelerini barındırmaktadır. Bu ünitelerden oluşan “BP Enerji Ağacı”, 42 inç LCD TV, dizüstü bilgisayar gibi donanımları 8 saat şebeke elektriği kullanmaksızın, temiz enerji ile çalıştırma kapasitesine sahiptir. Bilim Merkezi’ndeki TV ve dizüstü bilgisayar, BP Enerji Ağacı’nın güneş ve rüzgârla ürettiği elektrik enerjisiyle çalışmaktadır.
- Hayata Bağlı Kalın Projesi: Günümüzün en önemli trafik problemlerinden biri olan emniyet kemeri kullanımı ile ilgili bir araya gelen Doğu Otomotiv ve BP Türkiye, Emniyet Genel Müdürlüğü ve Trafik Güvenliği Platformu işbirliğinde, başrollerinde Mustafa Sandal’ın oynadığı kamu spotuyla, ülkemiz genelinde emniyet kemeri bilincinin yaygınlaştırılmasını amaçlıyor. ([https://www.bp.com/tr\\_tr/turkey/toplum-ve-cevre/](https://www.bp.com/tr_tr/turkey/toplum-ve-cevre/))

#### 4. BP VE SHELL ŞİRKETLERİNDE YAPILAN SOSYAL SORUMLULUK KAMPANYALARININ ELEŞTİREL OLARAK DEĞERLENDİRİLMESİ

Shell, Hollanda merkezli “Royal Dutch Shell” adıyla kurulmuştur. 90’a yakın ülkede faaliyet gösterir, 87 bin kadar çalışanı, 20’den fazla rafineri ve kimya tesisi ve de 43 bin kadar akaryakıt istasyonu vardır. 2012 verilerine göre geliri 467,2 milyar dolar ve kazancı 26,8 milyar dolar seviyelerindedir. Türkiye’de 1923 yılında faaliyete başlamış, 2006 yılında yerli Turcas şirketi ile birleşmiştir. 72 ilde 1025 akaryakıt istasyonu vardır ve madeni yağlarda pazar lideridir. Türkiye’nin en büyük on şirketi arasında yer almaktadır (Kölemen, 2014).

BP ise 100 yıl kadar süredir faaliyet göstermekte olan İngiliz bir şirkettir. Ham petrol ve doğalgaz arama ve üretimi; rafinaj, pazarlama, ikmal ve nakliye; petrokimya ürünleri imalat ve pazarlaması olarak gaz ve güneş enerjisi üretim alanlarındaki faaliyetlerinde çalışmaktadır. Globalde 12 milyar dolar civarı geliri vardır. Türkiye’de de 600 akaryakıt istasyonu vardır ve Türkiye’nin ilk özel rafinerisinde ortaklığı vardır (Kölemen, 2014).

Firma Adı	Akaryakıt Türü	Satış Miktarı (ton)	Genel Toplam (ton)	Piyasa Payı (%)	Genel Piyasa Payı (%)
Shell & Turcas Petrol Anonim Şirketi	Benzin Türleri	448.189	3.045.978	24,2	16,7
	Motorin Türleri	2.564.642		16,4	
	Fuel Oil Türleri	32.882		4,7	
	Diğer	265		0,6	
Bp Petrolleri Anonim Şirketi	Benzin Türleri	215.085	1.618.545	11,6	8,9
	Motorin Türleri	1.331.423		8,5	
	Fuel Oil Türleri	69.490		10,0	
	Diğer	2.547		5,8	

Akaryakıt türlerine göre Türkiye pazar payları (EPDK, 2012)

Shell, özellikle dünyadaki çevresel bilincin artması ve doğalgazın çevresel negatif etkilerinin anlaşılmasından sonra pek çok eleştiri toplamaya ve de skandallarla medyada yer almaya başlamıştır. Şirketin en büyük skandallarından biri Nijerya’daki petrol sızıntıdır. Şirketin 1958 yılından beri yüz binlerce insanın geçim kaynağı olan tarım alanlarını kullanılamaz hale getirdiği ve de çok sayıda çevresel tahribata yol açtığı belirlenmiştir. Bitkilerde çürüme, balık türlerinin yok olması ve içme suyunun kirlenmesi gibi çok sayıda çevresel zarar vermiş, bunun sebebinin ise ihmalkarlık ve kurallara uymama olduğu ortaya çıkmıştır (Cumhuriyet Gazetesi, 2015). Shell’in çevreye verdiği zarar ve buna bağlı olarak insanların hayatlarının tehlikeye girmeye başlaması sonucunda yöre halkı ayaklanmaya ve şirketin bu yöredeki faaliyetleri sonlandırması için seslerini yükseltmeye başlamışlardır. Shell her ne kadar Nijer Deltası’nda sürdürdüğü petrol çıkarma ve taşıma faaliyetlerinde insanlara saygılı davrandığını, dürüstlüğü esas aldığını ve insan haklarına ve sürdürülebilir bir kalkınmaya destek verdiğini iddia etse de bu iddialar gözlemlerle örtüşmemektedir.

Shell'in bölgede çevreye duyarlı faaliyet göstermemesinin en önemli nedeni, Nijerya'nın, Shell gibi dev bir çokuluslu şirketi denetleyecek ve kurallara uymaya zorlayacak kadar güçlü olmamasıdır (Durna, 2011).



Nijer Delta Kirliliği (The Guardian, 2017)

2008 ve 2009'da iki büyük sızıntı daha olmuş, bunları bastırmak için de yolsuzluğa karıştığı ortaya çıkmıştır. 84 milyar dolar tazminat ödemeye ve de kirlettiği Bogo Nehri'ni temizlemeye zorlanmıştır. Şirketle ilgili uzun yıllardır bölgede protestolar yapılmaktadır. (Cumhuriyet Gazetesi, 2015)



Bogo Nehri (Cumhuriyet Gazetesi ,2015)

BP şirketi ise 2010 yılında tarihin en büyük petrol sızıntısı olayı ile büyük skandallara karışmıştır. Meksika Körfezi'nde gerçekleşen olayda oluşan patlama sonucu 11 işçi ölmüş, "Deepwater Horizon" adlı platformun çökmesinin ardından da milyonlarca varil petrol denize karışmıştır. Meksika Körfezi'nde gerçekleşen olayda milyarlarca dolar maddi zarar oluşmuş, binlerce canlı ölmüştür. Amerika'nın en büyük çevre felaketi olarak geçen olayın etkilerinin yıllarca süreceği tahmin edilmektedir. Şirket, 20 milyar dolar ödemeye ve de petrolü temizlemeye mahkûm edilmiştir. Bunlardan daha önemli olarak olay aylarca, hatta yıllarca medyanın gündeminde kalmış, şirketin imajını zedelemiş ve de pek çok ülke vatandaşlarından yoğun tepkiler almıştır ve de hala almaya devam etmektedir. Skandal tarihe geçmiştir (Pallardy, 2017).



Deepwater Horizon Felaketi (Greenpeace; 2017)

Her iki skandalın da şirketlere maddi olarak çok büyük zararları olmuştur. Zorunlu olarak ödedikleri tazminatlar ve bölgedeki temizleme çalışmaları dışında, çok ciddi olarak marka değerinin düşmesi, imaj zedelenmesi ve itibar kaybı sorunlarıyla karşılaşmışlardır. Medyada sayısız negatif haber çıkmış, protestolar yapılmış ve şirketlerin isimleri uzun yıllarca skandallarla anılmıştır.

Yaşanan skandalların dışında, dünyadan %90 oranında yenilenemeyen enerji kaynaklarının kullanılıyor olması ve bu kaynakların çevreye olan zararları ve ekolojik dengeye olan etkileri gitgide daha çok açığa çıkmaya başlamış ve tartışılır olmuştur. Enerji talebi ve tüketimi gitgide artarken, hem çevresel etkilerden hem de fosil yakıtların rezervlerinin azalmasından dolayı alternatif enerji kaynaklarına yönelmeye de başlanmıştır (Ertürk, Akkoyunlu, & Varınca, 2006). Bütün bu durumlar, akaryakıt şirketlerindeki skandallarla da birleşince, bu şirketlerin eski düzende iş yapmalarını imkânsız kılmış, sosyal sorumluluk projeleri ile imaj çalışmaları yapmaya zorlamıştır. Ancak bu sosyal sorumluluk projeleri, şirketlerin oluşturduğu etkilerden çok, daha yüzeysel şekilde projelendirmelerle "yeşil pazarlama" olarak yapılmıştır.

Shell şirketinin oluşturduğu sosyal sorumluluk projelerine bakıldığında, projelerin çoğunlukla çevresel değil, arkeoloji ve spor alanlarında olduğu gözlemlenmektedir. Shell, Nijerya’da iş imkânları sağlama, enerji verimliliği ve yakıt tasarrufu gibi konularda çalıştığını göstermeye çalışmıştır. Ancak, asıl sorun olan fosil yakıtların kullanımının azaltılmasına dair, şirketin ana çalışma alanı bu olduğu için, herhangi bir faaliyeti gözükmemektedir. Türkiye’deki çalışmalarında ise daha çok sosyal projelere yönelmekte ya da trafik güvenliği ve sanat, kültür, tarih gibi konularda projeler yürütmektedir. Bu projeler, toplum refahına katkı sağladığı izlenimini versede, şirketin yarattığı asıl problem alanları ile ilgili değildir ve bu sorunların çözülmesine yardımcı olmamaktadır.

BP şirketine bakıldığında, Deepwater Horizon ile çok büyük tepkiler aldığından dolayı daha çok sosyal sorumluluk projesine ağırlık verdiği görülebilir. Dünya genelinde doğal ve vahşi yaşamı koruma, temiz su kaynakları gibi konularda projeler yürütmektedir. Ancak aynı şekilde, fosil kaynakların tüketilmemesi ve doğalgaz yerine alternatif enerji kaynaklarına geçiş, şirketin söylemleri arasında yer almamaktadır. Türkiye’deki çalışmalarına bakıldığında da kısmen alternatif enerji kaynakları ile ilgili bilinçlendirme çalışmaları görülsede, asıl projeler sporu destekleme, eğitim gibi konulara yoğunlaşmakta ve şirketin yarattığı asıl sorunlara odaklanmamaktadır.

## SONUÇ

Sosyal sorumluluk kavramı, devletin ekonomik yaşama müdahalesinin artması, çalışanların çeşitli örgütlere üye olmaları, nüfus yoğunluğunun artması, demokratikleşme ve hümanizm konularının önem kazanması ve bireysel hakların güçlenmesi, hızlı küreselleşme ve bununla gelen ekonomik ve sosyal rekabet, dünya kaynaklarının tükenmeye başlaması ve bu durumun hem devlet hem şirket hem de bireyleri etkilemeye başlaması gibi sebeplerle ortaya çıkmıştır. Şirketlerde sosyal sorumluluk kavramı ise bu sorumlulukların ve inançların daha dışına çıkarak bir pazarlama aracı olarak kullanılmaya başlanmıştır. Çalışmanın amacı; çevresel ve toplumsal erozyona sebep olan akaryakıt sektöründe kurumsal sosyal sorumluluk kampanyalarının sayısının artması ve bu alanda neredeyse yarışır hale gelmeleri sonucunda markaların kendilerini nasıl konumlandıkları ve deyim yerindeyse ‘temize çıkmaya’ çalıştıklarını analiz etmektir.

İşletmelerin varlıklarını sürdürebilmesi ve hayatta kalması çevreleri ile kurdukları iletişim ile doğru orantılıdır. Ürün veya hizmetlerini nihai tüketiciye ulaştırabilmek ve bunun devamlılığını koruyabilmek için finansal desteğe, kamuoyu desteğine ve dolayısıyla da tüketicilere ihtiyaç duymaktadırlar. Rekabetin yoğun olarak yaşandığı mevcut piyasada kalma mücadeleleri, sadece ürünü üretip dolaşıma sokma yoluyla kar elde etmeye olanak tanımamaktadır.

Markaların sürdürülebilir olması, özellikle pazarlama faaliyetlerinde toplumsal fayda ve çevreye duyarlılık konularında üstün çabalar sergilenmesini gerektirmektedir. Genellikle çevreye



zarar veren şirketlerin bu zararlar sonucunda sarsılan itibarlarını, yine aynı alanda sosyal sorumluluk kampanyaları yaparak gizleme çabasındadırlar. Yeşil pazarlama faaliyetleri, pek çok şirket için trend durumundadır. Dünyada bu trend bir süredir artmakta, Türkiye’de ise henüz yeni gelişmektedir. Şirketler, gerçekleştirdikleri projeler ile insanların sempatisini kazanmaya çalışmakta ve böylelikle tüketimi; dolayısıyla da karlılık ve de pazar paylarını artırmaya çalışmaktadırlar. Akaryakıt şirketlerine bakıldığında da aynı stratejiyi benimsedikleri ve de çok sayıda sosyal sorumluluk projesi dolaşıma soktukları görülmektedir. Özellikle insanların fosil yakıtların zararlarına olan bilinçlerinin artması ile bu şirketlere olan güven duygusu azalmış, dolayısıyla da şirketler zedelenen imajlarını onarmaya çalışmaktadırlar. Akaryakıt şirketleri arasından Shell ve BP dünya genelinde adı skandallara en çok karışan şirketlerdendir. Petrol sızıntıları ile hukuki olarak yaptırımlara tabi olmuş, kamuoyunda sayısız eleştiri almışlardır. Bu durumu ve zedelenen imajlarını tazelemek için özellikle sosyal sorumluluk projelerine ağırlık vermektedirler. Ancak, ürettikleri projelere bakıldığında ana etki alanlarında değil spor ve eğitim gibi alanlarda projeler geliştirdikleri görülmektedir. Dolayısıyla, şirketlerin farklı alanlarda yaptıkları sosyal sorumluluk projeleri sonucunda topluma sundukları faydalara dikkat çekerken asıl verdikleri büyük zarar alanlarından dikkati uzaklaştırmaya çalıştıklarını söylemek mümkündür.

## KAYNAKÇA

AY, Ü., İşletmelerde Etik ve Sosyal Sorumluluk, Nobel Yayınları, İstanbul, 2003.

CANÖZ, N., Akaryakıt Firmalarının Sosyal Sorumluluk Çalışmalarının Web Siteleri Üzerinden İncelenmesi. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi , Cilt 82, pp. 1-19, 2015

CEN, A. I. K. & BAYRAKTAR, S., Akaryakıt Sektör Raporu, Çerkezköy Sanayi ve Ticaret Odası, 2017

DURNA T., Neoliberalizmin Bir Hegemonya Aracı Olarak Kurumsal Sosyal Sorumluluk (KSS) ve Çokuluslu Şirketlerin “Hayat”tan Eksilttikleri (76-102), (Der.) Becerikli, Yıldırım Sema, “Halkla İlişkiler ve Reklamın Anatomisi: Eleştirel Bir Kavrayış”, Ütopya Yayınevi, Ankara, 2011.

EPDK, 2012. Petrol Piyasası Sektör Raporu., Ankara: EPDK.

ERTÜRK, F., AKKOYUNLU, A. & VARINCA, K., Enerji Üretimi ve Çevresel Etkileri, İstanbul: TASAM, 2006.

KOTLER,P. & LEE, N., Kurumsal Sosyal Sorumluluk, MediaCat Yayınları, İstanbul, 2008.Kölemen, Ö., 2014. Çevreci Ürünlerin Rekabet Gücüne Etkisi Ve Akaryakıt Sektöründe Bir Araştırma,Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul: Galatasaray Üniversitesi .

LANTOS, G. P., 2002. The Ethicality Of Altruistic Corporate Social Responsibility. The Journal of Consumer Marketing, 2(3), pp. 205-208.

PALLARDY, R., 2017, Deepwater Horizon oil spill of 2010  
<https://www.britannica.com/event/Deepwater-Horizon-oil-spill-of-2010> Erişim Tarihi: 05 Nisan 2019

PELTEKOĞLU, F., Halkla İlişkiler Nedir?, Beta Yayınları, İstanbul, 2001.

ŞİMŞEK, C., 2014, Petrol Çevre İlişkisi, Enerji Enstitüsü,  
<http://enerjiensitüsü.com/2014/12/18/makale-petrol-cevre-iliskisi/>, Erişim tarihi: 7 Nisan 2019

YAĞAN, A. Ö., 2012, Kurumsal Sosyal Sorumluluk Projeleri İçin Tasarlanan Videoların Göstergibilimsel Haytap vee BGD'nin Empati Videosunun Çözümlemesi. The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication, 2(1).

Cumhuriyet Gazetesi, 3 Kasım 2015, 'Shell Nijerya'daki petrol sızıntısını temizlemedi',  
[http://www.cumhuriyet.com.tr/haber/cevre/404183/\\_Shell\\_Nijerya\\_daki\\_petrol\\_sizintisini\\_temizlemedi\\_.html](http://www.cumhuriyet.com.tr/haber/cevre/404183/_Shell_Nijerya_daki_petrol_sizintisini_temizlemedi_.html), Erişim tarihi: 7 Nisan 2019

<http://www.gonulagaci.com/>, Erişim tarihi: 10 Mayıs 2019

[http://pogaz.com.tr/PO\\_pdf/kurumsal\\_yonetim/Kurumsal\\_Y%C3%B6netim\\_%C4%B0lkeleri\\_Uyum\\_Raporu\\_2010.pdf](http://pogaz.com.tr/PO_pdf/kurumsal_yonetim/Kurumsal_Y%C3%B6netim_%C4%B0lkeleri_Uyum_Raporu_2010.pdf), Erişim tarihi: 10 Mayıs 2019

<https://www.opet.com.tr/sosyal-sorumluluk-projeleri>, Erişim tarihi: 9 Mayıs 2019

<http://www.total.com.tr/turkiyede-total-pazarlama/sosyal-sorumluluk.html>, Erişim Tarihi: 10 Mayıs 2019

<https://www.shell.com.tr/about-us/shell-and-turcas.html>, Erişim tarihi: 18 Nisan 2019

<http://www.turcas.com.tr/shell-turcas-petrol-as-kss-projeleri>: Erişim Tarihi: 18 Nisan 2019

[https://www.bp.com/tr\\_tr/turkey/toplum-ve-cevre-/toplumsal-faaliyetlerimiz.html](https://www.bp.com/tr_tr/turkey/toplum-ve-cevre-/toplumsal-faaliyetlerimiz.html), Erişim tarihi: 8 Nisan 2019

<http://www.greenpeace.org/turkey/tr/photosvideos/slideshows/petrolun-kirli-yuzu/>, Erişim tarihi: 15 Mayıs 2019

<https://www.theguardian.com/business/2017/jan/26/nigerian-oil-pollution-shell-uk-corporations>, Erişim Tarihi: 15 Mayıs 2019