



Sürdürülebilirlik ne işe yarar

Kurumlar “sürdürülebilirlik”e yatırım yapıyor mu?
Üst yönetim “sürdürülebilirlik”i seviyor mu?
Diğer yöneticiler “sürdürülebilirlik” kavramına ilgi gösteriyor mu?
Çalışan “Sürdürülebilir” şirketi tercih ediyor mu?
“Sürdürülebilirlik” rekabette işe yarıyor mu?

“Boston Consulting” işbirliği ile 4700’den fazla yöneticiye bu ve benzer sorular sorulmuş. Sloan Management Review yayınlamış...

Ortaya çıkan sürdürülebilirlik raporundan sonuçlar.

Yaprak Özer
İndeks İçerik İletişim Danışmanlık CEO

Sürdürülebilirlik yönetim anlayışını değiştiriyor mu?

Katılımcıların yüzde 40’ı iş modellerinin sürdürülebilirlik anlayışının sonucu olarak değiştiğini söylüyor.

Sürdürülebilir bir şirket/kurum kurmak üzere taahhütte bulunmada artış yaşanıyor mu?

2009 da sadece yüzde 25’i sürdürülebilir bir kurum yaratmak üzere yaptıkları taahhüt/bağlılık arttırırken 2010’da yüzde 59’u, 2011’de yüzde 68’i taahhütlerini arttırıyor

Sürdürülebilirlik rekabet için gerekli mi?

Rekabet unsuru olarak sürdürülebilirlik ön plana çıkıyor. Katılımcıların yüzde 67’si sürdürülebilirliği rekabet avantajı olarak görüyor. Geçen yıla göre yüzde 12’lik bir artış gözleniyor.

Şirketinizin önceliklerinde ne var?

Sürdürülebilirlik hala yakın vadeli öncelikler arasında alt sıralarda! İlk sırayı rekabet ile ilgili faaliyetler alırken, ikinci sırada gelirleri arttırmak, üçüncü sırada verimlilik üzerine temalar yer alıyor.

Çalışanlar şirket seçiminde Sürdürülebilirlik faaliyetlerinin etkisinde kalıyor mu?

Çalışmaya katılanların yüzde 49’u sürdürülebilirlik faaliyetlerinin şirket seçiminde kendisi açısından önemli olduğunu söylüyor.

Sürdürülebilirlik, yönetici ajandalarının neresinde?

Ajandasında “geçici” olarak yer verenlerin tüm katılımcıların 5’te birini oluşturduğu ortaya çıkıyor. Yüzde 28 ajandadan indirmiyor. Stratejik uğraşlarından biri olarak gösteriyor. Yüzde 42 yer veriyor ama ana faaliyet alanı olarak tanımlamıyor.

Peki bizim yöneticilerimiz ne düşünüyor? Bu konuda bir araştırma yok... Sürdürülebilirlik konusunu ajandanın üst sırasında ana işler arasında konumlandıran kurumlardan biri Eczacıbaşı. Eczacıbaşı Kurumsal İletişim ve Sürdürülebilir Kalkınma Koordinatörü Okşan Atilla Sanön’le bir süre önce yaptığımız röportajı sizinle paylaşmak istiyorum.

Neden Eczacıbaşı bu noktada emek, para, zaman harcıyor. Titrinde Sürdürülebilirlik kelimesi olan bir yöneticisi var, ne bekliyor?

Ben, Sanön röportajını, Türkiye’nin önemli kurumlarından birinin stratejisini anlamak konusunda çok faydalı buldum. Umarım siz de ilgiyle okursunuz.

Eczacıbaşı Kurumsal İletişim ve Sürdürülebilir Kalkınma Koordinatörü Okşan Atilla Sanön'e göre sürdürülebilirliğe yönelik, kuruluşlarda, geleceğin talebini karşılayacak yetkinlikleri bugünden geliştiriyor. Böylece aslında sürdürülebilirlik, inovasyonun itici gücü haline geliyor. Sanön aynı zamanda TÜSİAD Sürdürülebilir Kalkınma Görev Gücü Başkanı ve Sürdürülebilir Kalkınma Derneği Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı...

Sürdürülebilirliği nasıl tarif edersiniz?

Sürdürülebilirliğin üç ana başlığı mevcut: Ekonomik, çevresel ve sosyal. Ekonomik kısmında temel görüş sorumlu şirketin ekonomik olarak da başarılı olmak zorunda olduğu yönünde. İtibarı en çok etkileyen faktörlerin başında finansal başarı, iyi yönetim gibi etkenler geliyor. Çevresel boyuta bakacak olursak; şirket olarak kar eden bir şirketsiniz. Kapsamlı sosyal sorumluluk faaliyetleriniz var ama bir çevre felaketine sebep oluyorsunuz. Sonuçta yine sürdürülebilirlik konusunda sorunlarınız var demektir. İşin sosyal kısmında; finansal alanda başarılısınız, çevreye karşı da sorumlusunuz ama çocuk işçi çalıştırıyorsunuz ya da hiçbir şekilde topluma faydalı olacak etkinliklerde bulunmuyorsunuz. Yine bir boyut eksik kalır ve sürdürülebilir olamazsınız.

"Sürdürülebilirlik bir sosyal sorumluluktur" algısı yaygın. Sizin tarif ettiğiniz modelde ise sadece bir parçası...

Sürdürülebilir kalkınma veya sürdürülebilirlik anlayışı, toplumsal, çevresel ve ekonomik faaliyetlerin bütününe içeren, şemsiye bir anlayıştır. Sosyal sorumluluk projeleri, çevre koruma projeleri veya istihdam projeleri bu şemsiye anlayış içerisinde yerini bulur. Sosyal sorumluluk, sürdürülebilirlik ilkelerinin /toplumsal alanının sadece bir alt başlığını oluşturur. Dolayısıyla bu iki kavram kesinlikle denk tutulmamalıdır.

Sürdürülebilirlik çalışmalarında önde yer alan bir kurumsunuz. Sürdürülebilirlik anlayışını yerleştirmeye çalışırken nasıl bir süreçten geçtiniz? Dirençle karşılaştınız mı?

Biz bu konuları konuşmaya başladığımızda ülkemizde bu konuda bir bilinç oluşmamıştı ama kurum içinde hiçbir dirençle karşılaşmadık. Belirli aşamalardan geçerek sürdürülebilirlik anlayışını yerleştirdik. Öncelikle kuruluşlarda sertifikaları tamamlama aşaması oldu. Tüm kuruluşlarımızla sertifikalarımızı tamamlamak için yoğun bir çalışma yürüttük. Daha sonraki aşamada eğer ürün yeşil ürünse onun "eco" olarak etiketlenmesi konusuna yoğunlaştık. Biz kendi topluluğumuz içinde öncelikle kendimizi dönüştürmeye çalıştık. Sürdürülebilir kalkınma uygulamaları kuruluşun tek bir bölümünün görev tanımı olarak değil, kuruluşun tüm çalışanlarının benimsemesi ve sahip çıkması gereken bir bakış açısı olarak anlaşılmalı. İç iletişim çalışmaları ile topluluk çalışanlarının bu anlayışı günlük hayatlarına dahil etmeleri teşvik ediliyor.

Peki sürdürülebilir kalkınma koordinatörlüğü ne görev yapar, özellikleri ve yetkileri nelerdir?

2007 yılında öncelikle bir topluluk envanteri oluşturmak, küresel anlamda bir konumlandırma yapabilmek ve bu konudaki çalışmaları faaliyet gösterilen sektörler bazında derinleştirebilmek için "Sürdürülebilir Kalkınma Çalışma Grubu" oluşturuldu. Yaklaşık 70 kişiden oluşan çalışma grubu, topluluğun sürdürülebilir başarısı için kaynakların etkin kullanımını sağlamak üzere sürdürülebilir kalkınma konusunda topluluk genelinde duyarlılık ve bilgi birikimi oluşturma amacını taşıyor. Üretim, insan kaynakları, pazarlama satış ve lojistik gibi pek çok farklı alanda çalışan kuruluş temsilcileri, "Çevre", "Ürün Sorumluluğu", "Bina Verimliliği" alanlarında alt çalışma grupları ile faaliyetlerini yürütüyor. Çalışma grubuna ek olarak, sürdürülebilir kalkınma kapsamındaki çalışmalarını kurumsal, katılımcı ve sistematik bir bakış açısıyla yürütmek için CEO'ya doğrudan bağlı görev yapan Sürdürülebilir Kalkınma Koordinatörlüğü pozisyonunu hayata geçirdi. Bu Türkiye'de bir ilk. Eczacıbaşı, daha önce de yönetsel anlamda öncülük yaparak, yine CEO'ya bağlı olarak İnovasyon Koordinatörlüğü pozisyonunu oluşturmuştu.

Sürdürülebilirlik anlayışını tedarikçilerinize vs. nasıl taşıyorsunuz?

Yapı Ürünleri Grubu, 2010 yılıyla birlikte tedarikçi değerlendirme kriteri olarak tüm üretim süreçlerinde gereklere uyulduğunu gösteren ISO 14001 Çevre Yönetim Sistemi belgesini kullanmaya başladı. Takiben de ISO 16001 Enerji Yönetim Sistemi sertifikasını aldı. Eczacıbaşı Yapı Ürünleri Grubu, gelecek nesillere dair

yeni projeler üretmek ve bunları hayata geçirmek hedefiyle, uluslararası dört ödül alan Eczacıbaşı Hijyen Projesi'ni Yatılı ilköğretim Bölge Okulları'nda hayata geçiriyor. Bu projeyle öğrencilere hijyen ve sağlık konusunda eğitimler veriliyor; banyo ve tuvalet yenileme çalışmalarıyla sağlıklı eğitim ortamları hazırlanıyor.

Sürdürülebilir kalkınma iletişimi kampanyalarınızda geri dönüşler nasıl?

Kuruluşların, tüketicilerin işlevsel ve duygusal gereksinimlerine yönelik ürün ve hizmetler üretirken doğal kaynakları koruma sorumluluğu ile hareket etmeleri ve dolayısıyla bugünün ve geleceğin tüketicileri için sürdürülebilir bir değer yaratmaları gerekiyor.

Tüketici bu bilinçe sahip mi? Farkındalık sağlanabildi mi?

Bu konuda sorumluluğun ağırlıklı olarak üreticilerde olduğunu düşünüyorum. Yapılan çalışmalarda ürünleri sürdürülebilir olduğu için tercih edeceğini söyleyenler yüzde 40 çıkıyor fakat sadece yüzde 4'lük kısım alım kararı veriyor. Fiyatın yüksekliğinin yanı sıra ürün özellikleri de ön plana çıkıyor. Bu durumda şirketler sürdürülebilir ürünlerini fiyat açısından daha uygun, ulaşılabilir hale getirmeli, ürünün sunduğu tasarruf anlamlı olmalı ve kullanımı diğer üründen zor olmamalı. Vizyon 2050 raporunda tüketicinin giderek artan eğitim seviyesine de bağlı olarak, sürdürülebilir ürünlerin diğerleri ile fiyat farkı da azaldığında ve fonksiyonel olduğunda tüketicinin tercih edeceği vurgulanıyor.

Sürdürülebilirlik anlayışı bir kuruma nasıl fırsatlar sunar, nasıl bir değişim yaratır?

Sürdürülebilirlik hedefine yönelen şirketlerde yürütülen araştırma-geliştirme çalışmaları ve desteklenen yaratıcılık ile, girdi kullanımı azalıyor, maliyetler düşüyor. İnovatif ürünlerde olduğu gibi, yeni ve daha yeşil ürünler satışları artırıyor; yeni ve daha yeşil süreçler, yeni iş alanları yaratıyor. Sürdürülebilir pazarlama ve insan kaynakları stratejileri, tüketicileri ve çalışanlarıyla uzun dönemli ilişkiler/bağlantılar kurmalarını sağlıyor. Sürdürülebilirliğe yönelik, kuruluşlarda, düşünce ve iş yapma tarzlarını da dönüştürüyor ve geleceğin talebini karşılayacak yetkinlikler bugünden geliyor. Böylece, günümüzde sürdürülebilirlik, inovasyonun itici gücü haline gelmiş bulunuyor.

Eczacıbaşı'nda ne değişti?

Son iki yılda topluluk kuruluşlarının;

- Üretimde ton başına tükettiği enerji yüzde 8.1, su 13.7 azaldı
- Üretimde ton başına karbon emisyonundaki düşüş yüzde 8.2 olarak gerçekleşti.
- Türkiye'deki üretim tesislerinin konsolide enerji tüketimi 2010 yılında 1 milyon 281 bin 605 MWh, üretimden kaynaklanan konsolide karbon emisyonu da sadece 322.385 ton oldu.
- Eko-verimlilik çalışmaları sonucunda 2010 yılındaki konsolide su tüketimi 2 milyon 788 bin 192 metreküp olarak gerçekleşti.

Yapılan iç iletişim çalışmaları ne sağladı?

- Çalışanlara örneğin ofisten çıkarken ışıkları ve monitörleri kapatma, tek kat için asansör kullanımından kaçınma, seyahatler yerine video konferans kullanma gibi konularda bilinç yerleştirildi.
- Toplantılarda video konferansların, uçuşlara tercih edilmesini vurgulayan kampanya ile 2010 yılında 900 ton karbon salınımını engellendi.