

YEŞİL DÖNÜŞÜM

28.12.2023

YÖNETİMDE VAKA ÇALIŞMASI

13. HAFTA

PAYDAŞLAR: MÜŞTERİLERİN ÇEVRECİ ÖZELLİKLERİ VE ÇEVRESEL BEKLENTİLERİ

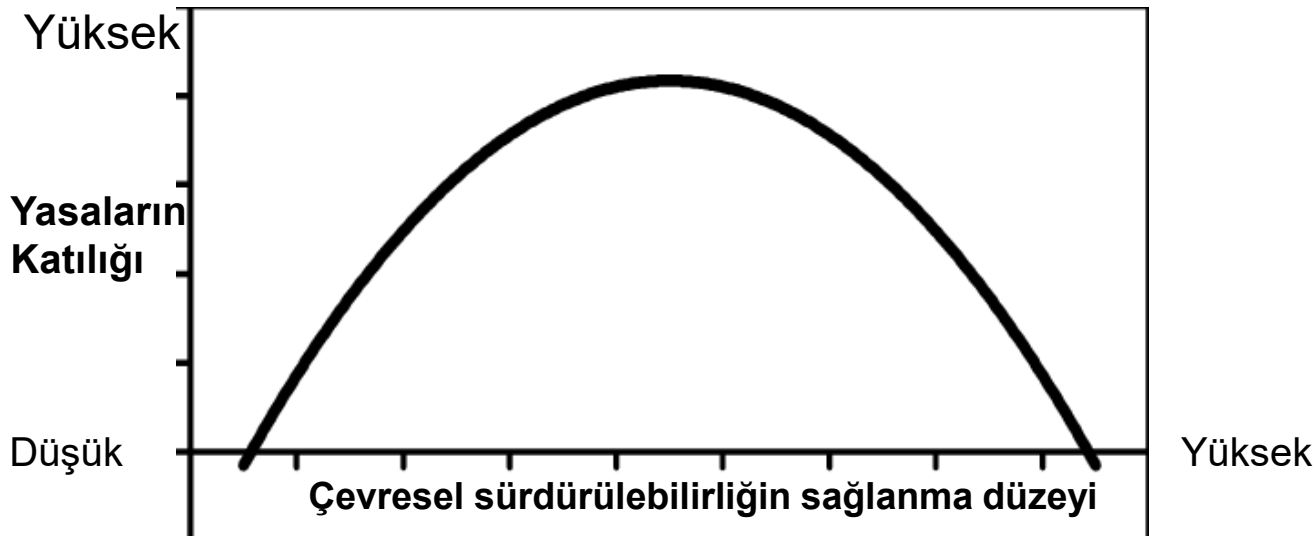
- **Müşteriler neden önemli:** Müşteriler, işletmelere doğrudan mali katkı sağlar ve onların ekonomik sürdürülebilirliğini etkiler.
- **Müşterilerin çevreci bilinç ve farkındalığını artıran faktörler:** İşletmelerin çevreyi kirletmeleri sonucunda çevresel bozulmalar, iklim değişikliği, işletmelerin çevreyi kirletmeleri, küresel ısınma, ozon tabakasının delinmesi gibi unsurlar müşterilerin çevreye duyarlı işletmelerden mal veya hizmet alma eğilimlerini artırmıştır.
- **Yeşil tüketim eğilimi:** Müşterilerin yeşil ürün ve hizmetlere olan talebi, artan bilinç ve farkındalıkları, işletmeleri çevreci ürünler ve hizmetler sunmaya yönlendirir.
- **Rekabetçi avantaj ve Pazar payı:** Eğer işletmeler çevre bilincinin yüksek olduğu bir müşteri kitlesine hitap ediyorsa, çevre dostu ürün ve hizmetler sunmamak işletmelerin pazar payında ve rekabetçi avantajında azalmalara neden olabileceği gibi; müşterilerin bu hassasiyetlerine çevre dostu ürün ve hizmetlerle karşılık vermek işletmelerin o pazardaki Pazar payını ve rekabetçi avantajını artırabilir ve yeşil ürün/hizmetler sunan işletmeler, bu ürünleri sunmayan işletmelerden müşteri nezdinde farklılaşabilir.
- **İnovasyon ve yeşil ürün geliştirme:** Müşterilerin çevreci talepleri, işletmeleri çevreci inovasyona ve yeşil ürün geliştirmeye itebilir.

PAYDAŞLAR: MÜŞTERİLERİN ÇEVRECİ ÖZELLİKLERİ VE ÇEVRESEL BEKLENTİLERİ

- **Kurumsal İtibar:** İşletmelerin çevre dostu uygulamaları benimsemesi, müşteriler nezdindeki itibarını artırmaktadır. Bu da müşterilerin işletmeye duygusal yakınlık, marka sadakati, güven, tekrar satın alma gibi tutumlarını olumlu yönde etkilemektedir.
- **Uluslararası pazarlar:** İşletmelerin sadece kendi ülkesinde değil, eğer yurtdışında faaliyet gösteriyorsa, faaliyet gösterdiği ülkelerdeki müşterilerin beklentilerine de uyum sağlaması gerekmektedir. Gelişmiş ülkelerde yer alan müşterilerin eğitim seviyesi ve farkındalık düzeyleri yüksek olduğundan çevreci ürün ve hizmetleri talep etmeleri daha olasıdır.
- **Kurumsal mesafe:** Yerel ve uluslararası pazarlar arasındaki müşteri beklentilerine yönelik farklılıkların yüksek düzeyde olması kurumsal mesafenin arttığını, farklılığın düşük düzeyde olması kurumsal mesafenin azaldığını göstermektedir.
- **Örnek:** Türkiye ile Azerbaycan pazarındaki müşterilerin çevreci tutum ve hassasiyetleri benzerlik göstermektedir. Dolayısıyla Türkiye ile Azerbaycan'ın müşterilere yönelik kurumsal mesafesi azdır ve Türk işletmeleri Azerbaycan'da Türkiye'deki çevresel stratejilerine yönelik benzer stratejiler izleyebilirler.
- **Örnek:** Türkiye ile İsveç pazarındaki müşterilerin çevreci tutum ve hassasiyetleri farklılık göstermektedir. Dolayısıyla Türkiye ile İsveç'in müşterilere yönelik kurumsal mesafesi fazladır ve Türk işletmeleri İsveç'te İsveçli müşterilerin beklenti ve hassasiyetlerine göre çevre dostu ürünler ve hizmetler üretmeli ve stratejiler geliştirmelidir.

PAYDAŞLAR: DEVLETİN ÇEVRECİ ÖZELLİKLERİ VE ÇEVRESEL BEKLENTİLERİ

- **Zorlayıcı güç:** Devlet, yasal yaptırımlar ile örgütleri yeşil uygulamaları benimsemeye teşvik etmekte veya uymaya zorlamaktadır.
- **Örnek:** Çevre Kanunu kapsamında devlet; genel açıdan tüm işletmelerin ve özel açıdan bazı sektörlerde yer alan işletmelerin o sektöre özgü çevresel kurallara uymasını istemektedir.
- **Çevresel Yasaların Katılığı ya da Yumuşaklığı:** Yasaların yumuşaklığı; daha yüzeysel ve basit değişikliklere neden olurken; katı yasalar daha derin ve kapsamlı uygulamaları ifade etmektedir.
- **Çevresel sürdürülebilirliğin sağlanması için yasaların katı mı yumuşak mı olması gerekir?**



Yasaların, çevresel uygulamaları hayata geçirebilecek ve teşvik edebilecek (optimum) düzeyde olması gerekmektedir.

Yumuşak düzenlemeler; yüzeysel ve basit değişikliklerdir ve istenen çevresel etkiyi oluşturamayabilir. Katı düzenlemeler ise; derinlik ve kapsam gerektirdiğinden yüksek düzeyde bilgi ve maddi kaynak gerektirebilir ve uyumu azaltabilir. **Orta (optimum) düzeyde katılık çevresel sürdürülebilirliğin sağlanma düzeyini artırmaktadır.**

PAYDAŞLAR: DEVLETİN ÇEVRECİ ÖZELLİKLERİ VE ÇEVRESEL BEKLENTİLERİ

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

Çevre Korunmasına İlişkin Önlemler ve Yasaklar

Kirletme yasağı

Madde 8 – Her türlü atık ve artığı, çevreye zarar verecek şekilde, ilgili yönetmeliklerde belirlenen standartlara ve yöntemlere aykırı olarak doğrudan ve dolaylı biçimde alıcı ortama vermek, depolamak, taşımak, uzaklaştırmak ve benzeri faaliyetlerde bulunmak yasaktır.

Kirlenme ihtimalinin bulunduğu durumlarda ilgililer kirlenmeyi önlemekle; kirlenmenin meydana geldiği hallerde kirleten, kirlenmeyi durdurmak, kirlenmenin etkilerini gidermek veya azaltmak için gerekli tedbirleri almakla yükümlüdürler.

PAYDAŞLAR: DEVLETİN ÇEVRECİ ÖZELLİKLERİ VE ÇEVRESEL BEKLENTİLERİ

CEZAİ HÜKÜMLER

Madde 20-b)

Hava kirliliği yönünden önemli etkileri nedeniyle kurulması ve işletilmesi yönetmelikle izne tâbi tutulan tesisleri, yetkili makamlardan izin almadan kuran ve işleten veya iznin iptal edilmesine rağmen kurmaya ve işletmeye devam eden veya bu tesislerde izin almaksızın sonradan değişiklik yapan veya yetkili makamların gerekli gördükleri değişiklikleri tanınan sürede yapmayanlara **293.188 TL** idarî para cezası verilir.

Bu tesislerde emisyon miktarları yönetmelikle belirlenen sınırları aşıyorsa **586.415 TL** idarî para cezası verilir.

Kaynak:

<https://www.mevzuat.gov.tr/mevzuat?MevzuatNo=2872&MevzuatTur=1&MevzuatTertip=5>

PAYDAŞLAR: DEVLETİN ÇEVRECİ ÖZELLİKLERİ VE ÇEVRESEL BEKLENTİLERİ

- **Kurumsal mesafe:** Yerel ve uluslararası pazarlar arasında çevre kanunları arasındaki farklılıkların yüksek düzeyde olması kurumsal mesafenin arttığını, farklılığın düşük düzeyde olması kurumsal mesafenin azaldığını göstermektedir.
- **Örnek:** Türkiye ile Azerbaycan'ın çevre hukuku benzerlik göstermektedir. Dolayısıyla Türkiye ile Azerbaycan'ın müşterilere yönelik kurumsal mesafesi azdır ve Türk işletmeleri Azerbaycan'da Türkiye'deki çevresel stratejilerine yönelik benzer stratejiler izleyebilirler. Oranın kanunlarına uymak için çok fazla değişiklik yapmalarına gerek yoktur.
- **Örnek:** Türkiye ile İsveç devletinin çevre yasaları oldukça farklılık göstermektedir. İsveç yasaları oldukça çevre dostudur. Dolayısıyla Türkiye ile İsveç'in çevresel yasal düzenlemeleri açısından kurumsal mesafesi fazladır.
- Dolayısıyla, Türk işletmeleri İsveç devletinin yasalarına uygun yeni çevre dostu stratejiler geliştirmelidir.

PAYDAŞLAR: DEVLETİN ÇEVRECİ ÖZELLİKLERİ VE ÇEVRESEL BEKLENTİLERİ

- **Kurumsal Ataletin (Durgunluğun) Kırılması:** Çevresel düzenlemeler, işletmeleri yeni çevreci fikirleri kabul etmeye, çevre dostu olmayan süreçleri çevre dostu olanlar ile değiştirmeye zorlamaktadır.
- **Kurumsal itibar:** İşletmelerin çevre mevzuatlarına uyması, bulunduğu çevrede yasal ve meşru işletme imajını ortaya koymakta ve toplumdaki itibarını artırmaktadır.
- **İçsel – Dışsal Motivasyon Tartışması:** Çevreye önem verilen ülkelerde işletmelerin çevre dostu uygulamaları içsel bir motivasyon ile (işletmenin kendi öz isteği ile) yapılmakta iken, çevreye daha az önem verilen ülkelerde yasal yaptırımlar yoluyla (dışsal motivasyon ile) çevrenin korunması sağlanmaya çalışılmaktadır.

PAYDAŞLAR: TOPLUMUN ÇEVRECİ ÖZELLİKLERİ VE ÇEVRESEL BEKLENTİLERİ

- **Artan kamusal endişeler:** Çevresel bozulma, kirlilik, iklim değışikliğı, buzulların erimesi ve kaynakların tükenmesi ile ilgili artan küresel endişeler tüm dünya vatandaşları tarafından hissedilmekte ve paylaşılmaktadır.
- Toplumun, özellikle işletme faaliyetlerinden doğrudan etkilenen yerel topluluklar veya sakinlerin işletmeler üzerinde önemli bir toplumsal baskı unsuru olduğu belirtilmektedir.
- Toplum, işletmelerin faaliyette bulunduğu yerel çevrede olumsuz etkilerini azaltmalarını ve yerel çevreye olumlu katkıda bulunmalarını daha açık ve belirgin bir şekilde talep etmeye başlamıştır.
- **Önceden kazanılmış hak:** Toplamlar; yaşam kalitelerini, sağlıklarını ve refahlarını doğrudan etkilediğı için çevre ve çevresel sürdürülebilirlik konusunda önceden kazanılmış bir çıkara veya hakka sahiptirler. Dolayısıyla toplumlar, işletmelerin çevreye zarar vermeyen bir şekilde faaliyet göstermelerini talep etme hakkına doğal olarak sahiptirler.

TOPLUMLAR İŞLETMELER ÜZERİNDE NASIL ETKİLİ OLABİLİR?

- **Protestolar:** Topluluklar çevreyi kirleten veya kaynakları bilinçsizce tüketen bir işletmeyi protesto etmek için faaliyete girdiğinde, bu kamuoyu muhalefeti işletmelerin itibarını zedeleyebilmekte ve faaliyetlerini aksatabilmektedir. Bu faaliyetler, çevreye zarar veren **projelerin durdurulmasından sürdürülebilir politikaların benimsenmesine kadar** birçok durumda başarılı olmuştur.
- *Pınarbaşı köylüleri Edremit'teki mücadelelerini kazandı: Zeytinlik ihalesi iptal edildi*
- *Balıkesir, Edremit ilçesindeki Pınarbaşı köyünde zeytinliklerini korumak için mücadele eden köylüler, mutlu sona ulaştı. Edremit Belediye Başkanı Hasan Selman Arslan sosyal medya hesabından ihalenin iptal edildiğini duyurdu*
- **Tarih:** 29.08.2023
- **Kaynak:** Gazete Oksijen (<https://gazeteoksijen.com/turkiye/pinarbasi-koyluleri-edremitteki-mucadelelerini-kazandi-zeytinlik-ihalesi-iptal-edildi-187522>)

**“Kaz Dağı”nın
Üstü Altından
Değerlidir”**

**FEYTİNİME
OKUNMA**





Selman Hasan Arslan

@shasanarslan10

...

17.05.2021 tarihli Edremit Belediye Meclisi'nin Pınarbaşı Mahallesi'nden 9 adet arsa vasfındaki taşınmazın satışı ile ilgili aldığı karara istinaden, 29.08.2023 tarihinde açık ihale usulü ile satışı yapılacak taşınmazların



Selman Hasan Arslan @shasanarslan10 · 28 Ağu

2886 sayılı Devlet İhale Kanunu'nun 3.maddesinin tarafıma verdiği yetkiyle satışını iptal ettiğimi ve "halka rağmen değil, halkla birlikte" hareket ettiğimizi buradan kamuoyuna duyuruyorum.

...



Edremit Belediyesi

TOPLUMLAR İŞLETMELER ÜZERİNDE NASIL ETKİLİ OLABİLİR?

- **Kampanyalar:** Change.org'ta yürütülen çevre kampanyaları, kısa sürede, az maliyetle çok sayıda insana ulaşma imkanı tanımaktadır. Twitter'da yürütülen sosyal medya faaliyetleri ya da önemli bir kişinin attığı tweet çok kısa sürede milyonlar tarafından duyulabilmektedir.
- *2022 yılında çevre ve iklim krizi alanında da toplam 15 kampanyada başarılı olundu ve 2022 yılında en fazla başarının elde edildiği alan, çevre olarak kayıtlara geçti.*
- *Öte yandan rapora göre, iklim krizi alanında atılan imzalarda da bir önceki yıla göre artış yaşandı. 2021 yılında atılan 465 bin 188 imzaya karşılık, 2022 yılında iklim krizi alanında başlatılan kampanyalara 719 bin 100 imza atıldı. İklim krizi alanında toplamda 161 kampanya başlatılırken, çevre alanındaki 15 kampanyada başarı elde eden 9 kampanyanın da iklim krizi üzerine olduğu belirtildi.*
- **Tarih:** 10 Ocak 2023
- **Kaynak:** <http://www.cevreciyiz.com/haber-detay/6314/changeorgda-en-fazla-basari-cevreden-geldi>

TOPLUMLAR İŞLETMELER ÜZERİNDE NASIL ETKİLİ OLABİLİR?

- **Sivil Toplum Kuruluşları:** STK'lar örgütsüz olan bireylerin çevre konusunda birleşip örgütlenerek sosyal ve finansal açıdan güçlendikleri, tek bir çatıdan hareket ettikleri **yasal ve legal** kuruluşlardır (Greenpeace, İklim Ağı vb.)
- Bu kuruluşlar, doğrudan doğruya çevre ile ilgilendikleri için özellikle büyük işletmelerin faaliyetlerini sıkıca takip etmekte ve çevreci olmayan işletme uygulamalarına karşı örgütlenmektedirler.
- Ancak STK'lar tek başına güçlü bir yapı değildir.
- Faaliyetlerinin dikkat çekebilmesi ve başarıya ulaşabilmesi için; **medya desteği, geniş toplum desteği, kamusal destek**, kısacası diğer paydaşların desteğini almaları gerekmektedir.
- STK'lar işletmelere çevre konusunda uzmanlık bilgisi sağlayabilmekte ve böylece işletmelerin çevre dostu uygulamaları benimsemesinde ön ayak olabilmektedirler.

TOPLUMLAR İŞLETMELER ÜZERİNDE NASIL ETKİLİ OLABİLİR?

- **Medya:** Medya ise hem toplumun çevreci taleplerinin geniş kitlelere aktarılabilmesi açısından bir baskı aracı hem de işletmelerin sürdürülebilirlik uygulamalarını duyurması açısından kritik bir öneme sahiptir.
- **Faaliyet raporları, sosyal medya, kurumsal iletişim ve halkla ilişkiler** gibi mekanizmalar aracılığıyla işletmeler çevre dostu faaliyetlerini duyurabilmektedir. İşletme faaliyetlerinin yakından gözlemlenebilmesi işletmelerin çevresel faaliyetlerinde şeffaf olma ihtiyacını çıkarmıştır ve böylece işletmeler çevreci faaliyetleri açısından topluma hesap verebilmektedir (**iç medya**)

2022 Sürdürülebilirlik Raporumuz yayında!

Sürdürülebilirlik Raporlaması

Gelecek İçin Teknoloji

Sürdürülebilirlik gündemimiz kapsamında geleceğin, çevrenin, işimizin ve insanların ihtiyaçlarına odaklanıyoruz.

Bugün sahip olduğumuz alışkanlıkların, davranış modellerinin, mevcut düşünme biçimlerinin, bugün imkânsız bulunanların ötesine geçmemiz gerektiğine inanıyoruz. Geleceği bugünden düşünüyor ve geleceği iyileştiren teknolojiler tasarlıyoruz.

Gezegen İçin Teknoloji

Doğal varlıkları korumak için çevresel ayak izimizi azaltıyoruz



Toplum İçin Teknoloji

Gelecekte ilham alan ve toplumun ihtiyaçlarına cevap veren akıllı teknolojiler tasarlıyoruz



İşimiz İçin Teknoloji

Yenilikçi dünya vatandaşı olmak için çalışıyoruz



2030 Hedefleri

Doğa dostu ve enerji verimliliği yüksek üretim süreçleri, ürünler ve hizmetlerimizle fark yaratmak adına yola çıktık. Önceliklerimizi Birleşmiş Milletler'in Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri ile uyumlu şekilde belirledik.

Windows'u Etkinleştir
Windows'u etkinleştirmek için Ayarlar'a gidin.

Discover



Gezegen İçin Teknoloji

Hayati kaynakları korumak için ayak izimizi küçültmek

Üretimde Kaynak Verimliliğini Artırmak

Operasyonlarımızda net sıfır emisyona ve sıfıra yakın atık seviyesine geçişimizi hızlandırmak adına işimizi dönüştürmek.

50 MW gücünde yenilenebilir enerji sistemleri kurmak

Global üretim tesislerinde elektrik tedarikini %100 yenilenebilir enerji kaynaklarından yapmak

Yenilenebilir enerji ve enerji verimliliğinde 50 milyon dolar daha yatırmak

Enerji verimliliğini 2010 yılına kıyasla ikiye katlama

Ürün başına enerji tüketimini ve çekilen su miktarını %45 azaltılma

Su geri dönüşüm ve yeniden kullanım oranını %70'e çıkarmak

TOPLUMLAR İŞLETMELER ÜZERİNDE NASIL ETKİLİ OLABİLİR?

- Medya hem olumlu hem de olumsuz kurumsal davranışları haber yaparak çevresel sürdürülebilirlik konusunda belirli bir başarıya ulaşmış olan işletmeleri öne çıkardığı gibi çevreye karşı yükümlülüklerini yerine getirmeyen işletmeleri de açığa çıkarmaktadır. **(dış medya)**
- Medya böylece işletmelerin sürdürülebilirlik uygulamalarını iyileştirmeleri ve sürdürülebilir olmayan faaliyetlerden kaçınmaları için bir baskı aracı olabilmektedir.

Arçelik'ten yenilenebilir enerji atılımı

Arçelik Türkiye Genel Müdürü Can Dinçer, "Yerli güneş paneli üretimine enerji depolama sistemleri, inverter, ısı pompası ve elektrikli araç şarj cihazını da ekleyerek geniş ürün-hizmet portföyümüzü müşterilerimizle buluşturuyoruz." dedi

06.12.2023

Emirhan Yılmaz

İstanbul

sanayi

f t in



İSTANBUL (AA) - Arçelik, güneş paneli, inverter ve enerji depolama sistemlerinin ardından yerli üretim elektrikli araç şarj cihazlarının da üretimine başlayarak, bayileri ve yetkili servisleriyle tüm Türkiye'ye yayılacak yenilenebilir enerji dönüşümü hamlesini başlattı.

Şirketten yapılan açıklamaya göre, Arçelik, yerli güneş paneli üretiminden sonra stratejik bir adım daha atarak Türkiye'nin dört bir yanına uzanan bayi ve yetkili servisleriyle yeşil enerji dönüşümünü başlattı.

Arçelik Haberleri



Startuplar Here2next Summit'23'te buluştu



Volkswagen emisyon skandalı veya **dieseldate** (**Almanca**: Abgasskandal), 2015 yılında **Amerika Birleşik Devletleri**'nde Alman otomobil üreticisi **Volkswagen**'in **emisyon** ihlali yapması sonucu ortaya çıkan bir skandaldır. Eylül 2015 tarihinde **Amerika Birleşik Devletleri Çevre Koruma Ajansı** (EPA), **Volkswagen Group**'a Temiz Hava Yasası'nın ihlaliyle ilgili bir bildirim yayınladı. Ajans, Volkswagen'in laboratuvar emisyon testlerinde bilinçli olarak **dizel motorlarda** aldatıcı yazılım kullanarak emisyon değerlerini manipüle ettiği tespit edildiğini açıkladı. Bu yazılım ile araçların gerçekte 40 kat fazla NO_x çıkışı bulunmasına karşın düzenleyici test sırasında ABD standartlarına uygun olduğunu göstermekteydi.^[1] Volkswagen'in bu programlama yazılımını dünya çapında yaklaşık 11 milyon otomobilde ve Amerika Birleşik Devletleri'nde 2009-2015 yılları arasındaki 500.000'den fazla modelde kullanmıştır.^{[2][3][4][5]}

PAYDAŞLAR: RAKİPLERİN ÇEVRECİ ÖZELLİKLERİ

- **Pazarı gözlemek:** İşletmeler, rekabet ortamında var olabilmek için rakiplerinin çevresel uygulamalarını sürekli olarak gözlemlemekte ve analiz etmektedir.
- **Ürün / hizmet farklılaştırması:** İşletmeler, ürün veya hizmetlerini çevresel sürdürülebilirlik yoluyla farklılaştırarak ve rakiplerini aşarak eko-rekabet avantajı sağlamayı hedeflemektedirler.
- **Rakip Baskısının Yenilikçiliğe Etkisi:** Bu farklılaşma ve rakiplerini aşma durumu, çevresel uygulamalarda yenilikçiliği ve pazardaki en iyi uygulamaların geliştirilmesini teşvik etmektedir.

PAYDAŞLAR: RAKİPLERİN ÇEVRECİ ÖZELLİKLERİ VE ÇEVRESEL BEKLENTİLERİ

- **Greenwashing (yeşile boyama):** İşletmelerin, rakiplerinden geri kalmamak veya pazarda ön plana çıkmak amacıyla yanıltıcı veya abartıcı çevreci iddialarda bulunmalarıdır.
- **Örnek:** Bir şirket ürününün çevreye zararsız olduğunu iddia edebilir ancak bu iddiaları yanıltıcı olabilir (Wolkswagen örneği). Şirketler bazen de ürün ambalajına doğa dostu görünümlü etiketler veya logolar etiketleyerek tüketicilerin çevre dostu olmalarına inanmalarını sağlayabilir.
- **Greenwashing uygulamaları işletmelerin kurumsal itibarını olumsuz yönde etkilemekte ve müşteri güvenini büyük ölçüde kaybettirmektedir.** Bu da işletmelerin satışlarını azaltarak finansal performansını olumsuz yönde etkilemektedir.
- **Rakipler, adil bir yarışta olmanın beklentisi içerisindedirler.** Yalan, asılsız veya abartıcı iddialarda bulunmak o endüstrideki diğer işletmelere de zarar vermektedir.

FİNANSAL ve FİZİKSEL KAYNAKLAR

- **Finansal Kaynakların Rolü:** İşletmeler her ne kadar çevre dostu bir bakış açısına sahip olsalar da, finansal kaynakların varlığı ya da yokluğu, çevresel stratejilerin ve uygulamaların hayata geçirilmesinde temel bir rol oynamaktadır.
- **Fayda/Maliyet Analizi:** İşletmeler, çevre dostu uygulamaların faydalarını maliyetlerine kıyaslayarak bu uygulamaları hayata geçirme kararı almaktadırlar.
- **Rekabet Avantajı:** Çevre dostu uygulamalara yapılan yatırımlar, işletmelere rekabet avantajı sağlayabilir (azalan değişken giderler) ve işletmelerin finansal performansını artırabilir.
- **Yatırımcılar:** Bazı yatırımcılar, işletmelerin yeşil performansına önem vermektedirler (müşteriler tarafından daha fazla tercih edildikleri için). Bu da diğer işletmeler üzerinde rekabetçi bir baskı oluşturmaktadır.
- **KOBİ'lerin Finansal Kaynak Kısıtlılıkları:** Küçük ve orta ölçekli işletmelerin sınırlı finansal kaynakları, çevre dostu işletmecilik uygulamalarını benimseme yeteneklerini sınırlandırabilir.
- **Önce Maliyetler, Sonra Kazanımlar:** Çevre dostu stratejilerin olumlu finansal çıktıları genellikle uzun vadede gerçekleşir.
- **Fiziksel kaynakların rolü:** İşletmelerde çevre dostu ekipman, tesis, malzeme, hammadde, girdi ve süreçlerin varlığı durumunda işletmelerin yeşil işletmecilik uygulamalarını hayata geçirme olasılığı daha da yükselmektedir.

İŞLETMELERİN ÇEVRESEL STRATEJİLERİNİ ETKİLEYEN KARAKTERİSTİK YAPILARI

- **Faaliyette bulunan sektör:** Bazı sektörler doğrudan doğruya çevre ile ilişkilidir, dolayısıyla paydaşlar tarafından çevresel taleplerle karşılaşmaktadır (madencilik, inşaat, gıda, enerji, otomotiv vb.)
- Bazı sektörler ise çevreyle doğrudan ilişkileri yoktur ve paydaşların baskılarıyla çokça karşılaşmazlar (dijital hizmetler, bilişim teknolojileri, sigortacılık vb.)
- **İşletmenin yaşı:** İşletmelerin yaşı, pazardaki deneyimiyle doğrudan orantılıdır. Sektörde veya pazarda daha fazla iş deneyimi olan işletmelerin bu alandaki bilgisi daha fazla olacağından yeşil işletmecilik uygulamalarına geçişi daha kolay, az maliyetli ve hızlı olmaktadır.
- **İşletmenin büyüklüğü:** Çalışan sayısının miktarıyla orantılıdır. Çalışan sayısının fazlalığı, işletmenin yararlanacağı bilgi, deneyim, uzmanlığın niteliğinin ve niceliğinin artmasıyla da orantılıdır. Dolayısıyla büyük işletmelerin yeşil işletmecilik uygulamalarını daha fazla benimsemeleri beklenir.

İŞLETMELERİN ÇEVRESEL STRATEJİLERİNİ ETKİLEYEN KARAKTERİSTİK YAPILARI

- **Faaliyette bulunan coğrafya:** Bazı coğrafi bölgelerde çevreci hassasiyet daha yüksektir (Ege ve Karadeniz). Bu bölgelerde yapılan bazı faaliyetler nedeniyle (Madencilik faaliyetleri nedeniyle Kaz Dağları'ndaki ormanların yok edilmesi olayı vb.) toplumdan geniş tepkiler yükselmiştir.
- **İşletmenin Sahiplik Yapısı (Yerli, Yabancı, Yabancı Ortaklı):** Özellikle Kuzey Avrupa bölgesinden ve Japonya'dan gelen ortakların veya hisselerinin tamamının yabancılarla ait olduğu işletmeler çevresel faaliyetlere yerel işletmelerimizden daha fazla önem vermektedirler.
- **Çevreci kurum Kültürü:** İşletmelerin yeşile yönelik tutum, davranış ve yaklaşımlarını; kısaca yeşil uygulamalara nasıl (olumlu ya da olumsuz) baktığını belirtmektedir.
- Çevreci kurum kültürü, işletmelerin olumsuz çevresel etkilerini en aza indirdikleri ve halihazırdaki uygulamaların çevre dostu olmaya yönlendiren değer ve inanç sistemleridir.
- İşletmeler; yeterli maddi ve fiziksel kaynaklara sahip olsalar bile çevreci bir anlayışa sahip değilseler, o işletmelerin çevre dostu ürün ve hizmetleri benimsemesi çok olası değildir. Ancak devlet gibi zorlayıcı mekanizmaların aracılığı ile sınırlı düzeyde çevreci uygulamaları benimseyebilirler.

ÇEVRECİ – ÇEVRECİ OLMAYAN KURUM KÜLTÜRLERİNİN BAKIŞ AÇILARI KARŞILAŞTIRMASI

Olumlu – Kazan Kazan Bakış Açısı (Positive Mindset)

- **Maliyet avantajları:** Çevre dostu sistemlerin kullanılması orta ve uzun vadede maliyetleri düşürmektedir.
- **Pazar avantajları:** İşletmelerin çevreye öne verilen pazarlarda rakiplerine göre farklılaşarak rekabette ön plana çıkması (hâlihazırda ya da zamanla yeşilin standart hale geldiği pazarlarda da önemli)
- **Etik ve güvenilir işletme:** Toplum tarafından saygın, güvenilir, dürüst, itibarlı bir işletme imajı
- **Finansal performans:** Maliyetlerin düşmesi ve rekabette farklılaşma sonucu finansal performansta artış
- **Çevrenin ve toplum sağlığının korunması**

Olumsuz Bakış Açısı (Negative Mindset)

- **Maliyet unsuru:** İşletme yeşil uygulamalar için ek finansal kaynak ayırır. Kısa vadede yeşil yatırımların geri dönüşü zordur.
- **Zaman alıcı unsur:** İşletme yeşil uygulamalar için ek zaman kaynağı ayırır.
- **Belirsizlik yaratan unsur:** Yetersiz teknik bilgi sonucu yeşil uygulamaların benimsenememesi
- **Eski işe yarayan uygulamaların terk edilmesine yönelik tepkiler ve yeniye geçme korkusu:** Halihazırda işe yarayan mevcut uygulamaların terk edilmesi korkusu (ilk üç unsurun bileşkesi olarak da belirebilir).

TÜRKİYE'DE HANGİ İŞLETMELER SÜRDÜRÜLEBİLİR İŞLETME OLARAK KABUL EDİLİYOR?

- Türkiye'de kurumsal olan ve çevreci olarak faaliyet gösteren işletmeler Borsa İstanbul Sürdürülebilirlik Endeksi'nde yer almaktadır.
- *«Endeks, şirketlerin küresel ısınma, doğal kaynakların tükenmesi, su kaynaklarının azalması, sağlık, güvenlik, istihdam gibi Türkiye ve dünya için önemli olan sürdürülebilirliğe ilişkin meselelere nasıl yaklaştıklarını ortaya koymakta, yaptıkları faaliyetlerin ve aldıkları kararların bağımsız bir gözle değerlendirilmesini ve bir anlamda tescil edilmesini sağlamaktadır.»*
- Mevcut durumda bankacılıktan enerji sektörüne kadar 77 işletme bu indekste yer almaktadır.
- **Kaynak:** Borsa İstanbul (28.12.2023)
- **Web sitesi:** <https://www.borsaistanbul.com/tr/sayfa/165/bist-surdurulebilirlik-endeksleri>