YEŞİL DÖNÜŞÜM

21.12.2023 – YÖNETİMDE VAKA ÇALIŞMASI (11. HAFTA)

Yeşil Dönüşüm Nedir?

- İşletmelerin

→geleneksel ve çevreye zarar veren iş yapış şekillerini değiştirerek,

→çevreye zarar vermeyen ya da minimum düzeyde zarar verecek şekilde

→hizmet anlayışlarını, bakış açılarını, kurum kültürlerini ve operasyonlarını (faaliyetlerini) çevre dostu olacak şekilde dönüştürmeleridir.

ÇEVRESEL BOZULMALARIN BAŞLANGICI: SANAYİ DEVRİMİ

- Sanayi devriminin buharlı makineler sayesinde makineleşmeyi sağlaması
- Makineleşmenin üretim hızını artırması
- Üretim hızının artmasıyla beraber kâr elde etme hırsının ve isteğinin artması
- Kârın önceliklendirilirken çevrenin göz ardı edilmesi
- Sadece kârın önceliklendirilmesi, işletmelerin üretim yaparken çevreye verdikleri zararları anlayamamalarına ya da farkında olsalar dahi bu zararları önlemeye yönelik herhangi bir girişimde bulunmamalarına zemin hazırlamıştır.

DEĞİŞEN MAKRO DİNAMİKLER: İKLİM

- İşletmelerin çevreye zarar veren faaliyetleri sonucunda etkilenen en büyük çevresel faktör iklimdir.

- **İklim değişiklikleri:** Mevcut bir iklimdeki sıcaklığın, yağışın, rüzgar desenlerinin kendine özgü olan ortalamadan sapması durumudur.

- **Örnek:** Kış aylarının beklenenden çok daha sıcak geçmesi, yazların soğuk geçmesi, geçiş mevsimleri olan baharların daha sert geçmesi (beklenenden daha sıcak veya soğuk).

DEĞİŞEN MAKRO DİNAMİKLER: İKLİM

- **Mevsim Kaymaları**: Mevsimlerin zamanlamasında ve yapısında meydana gelen değişiklikleri ifade eder.

- **Örnek**: İlkbaharın daha erken başlaması. Böylece kış mevsimi azalır, yağış profili değişir, bitkiler erken çiçek açar, tarım takviminde değişiklikler meydana gelir. Döngünün değişmesi ekosistemin dengesini bozabilir ve dünyanın yaşam döngüsünü etkileyebilir.

DEĞİŞEN MAKRO DİNAMİKLER: İKLİM

- **Mevsim Yok Olması**: İklim değişikliği nedeniyle belirli bir mevsimin özelliklerinin önemli ölçüde azalması veya tamamen kaybolması anlamına gelir. Bu durum, o mevsimin tipik hava koşullarının, sıcaklık ortalamalarının, yağış düzeylerinin veya diğer doğal özelliklerinin değişmesi veya görülmemesi şeklinde ortaya çıkabilir.

- **Örnek**: İklim değişikliği nedeniyle Akdeniz ikliminin hakim olduğu bölgelerde kış mevsiminin neredeyse görülmemesi ve yılın 12 ayında yaz turizminin gözlemlenebilmesi. Sıcak ve kurak iklim, örneğin su kaynaklarının tükenmesine ve bölgedeki tarım karakteristiğinin değişmesine neden olarak ekosistemin bozulmasına sebebiyet verebilir.

DEĞİŞEN MAKRO DİNAMİKLER: EKOSİSTEM

- **Mevsim sıcaklık ortalamalarında artış**: 2100 yılına kadar sıcaklık ortalamasının 1,5 – 4 derece artacağı

- **Deniz seviyesi yükselmesi**: Kutup buzullarının erimesi nedeniyle 2100 yılına kadar deniz seviyelerinde 1 metreye kadar yükselmeler yaşanabilir. Kıyı bölgelerinde yaşayanlar için bu durum önemli bir tehdittir

- Amsterdam'ın önemli bir bölümünün sular altında kalması bekleniyor → **İklim mülteciliği**

DEĞİŞEN MAKRO DİNAMİKLER: EKOSİSTEM

- **Ekosistemlerin bozulması:** Değişen ve sertleşen iklimler nedeniyle, dünya çapındaki bir çok biyolojik türün yok olacağı, bunun da bitki, hayvan ve insan yaşamına önemli zararlar vereceği öngörülmektedir.

- **Gıda güvenliği ve su kaynakları**: Kuraklık ve değişen yağış desenleri, tarım ürünlerinin verimini etkileyebilir ve su kaynaklarını azaltabilir. Bu durum, küresel gıda güvenliğini riske atabilir (Su ve gıda savaşları)

DEĞİŞEN BEKLENTİLER: ARTAN FARKINDALIK VE BİLİNÇ

- İşletmelerin çevreye verdikleri zararlar sadece bilim adamları ve konuyla ilgili olan çevreler tarafından değil konuyla ilgili ya da ilgisiz tüm paydaşlarca doğrudan hissedilmektedir.

- Yirmi birinci yüzyılda, birçok ülkede eğitimden sanata, siyasetten iş dünyasına, tüketicilerden sivil toplum kuruluşlarına kadar birbirinden farklı alanların çevresel kaygılara olan ilgisinin ve farkındalığının arttığını söylemek mümkündür. Artan bu farkındalık neticesinde, işletmeler aracılığıyla çevreye verilen zararlar sosyal paydaşlar tarafından yakından takip edilmektedir.

- Toplumun ekolojik bilincinin artmasıyla birlikte son yıllarda, işletmelerin "**ekolojik dengeyi ve sürdürülebilirliği bozmayacak şekilde hizmet yapma**" anlayışına doğru evrilmektedirler.

- Bu durum işletmelerin, nedeni olduğu çevresel tehlikelere yönelik çözümlerin de önemli bir parçası olmaları toplum tarafından beklenmektedir. Haliyle işletmeler, ekonominin ve iş yapma şekillerinin "**yeşil yönlerini**" keşfetmeye başlamışlardır. Yeşili kurumsal kültürlerinin bir parçası haline getirmeye başlamışlardır.

DEĞİŞEN BEKLENTİLER: SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK VE ÇEVRE

- Sürdürülebilirlik; tekrar oluşma (yenilenebilme) ihtimali olmayan kaynakların kullanılmasına yönelik sınırların belirlenmesini; tekrar oluşma ihtimali olan kaynakların (yenilenebilen) ise israf edilmeyecek bir şekilde kullanılması gerektiğini ortaya koyan bir sistemi belirtmektedir.

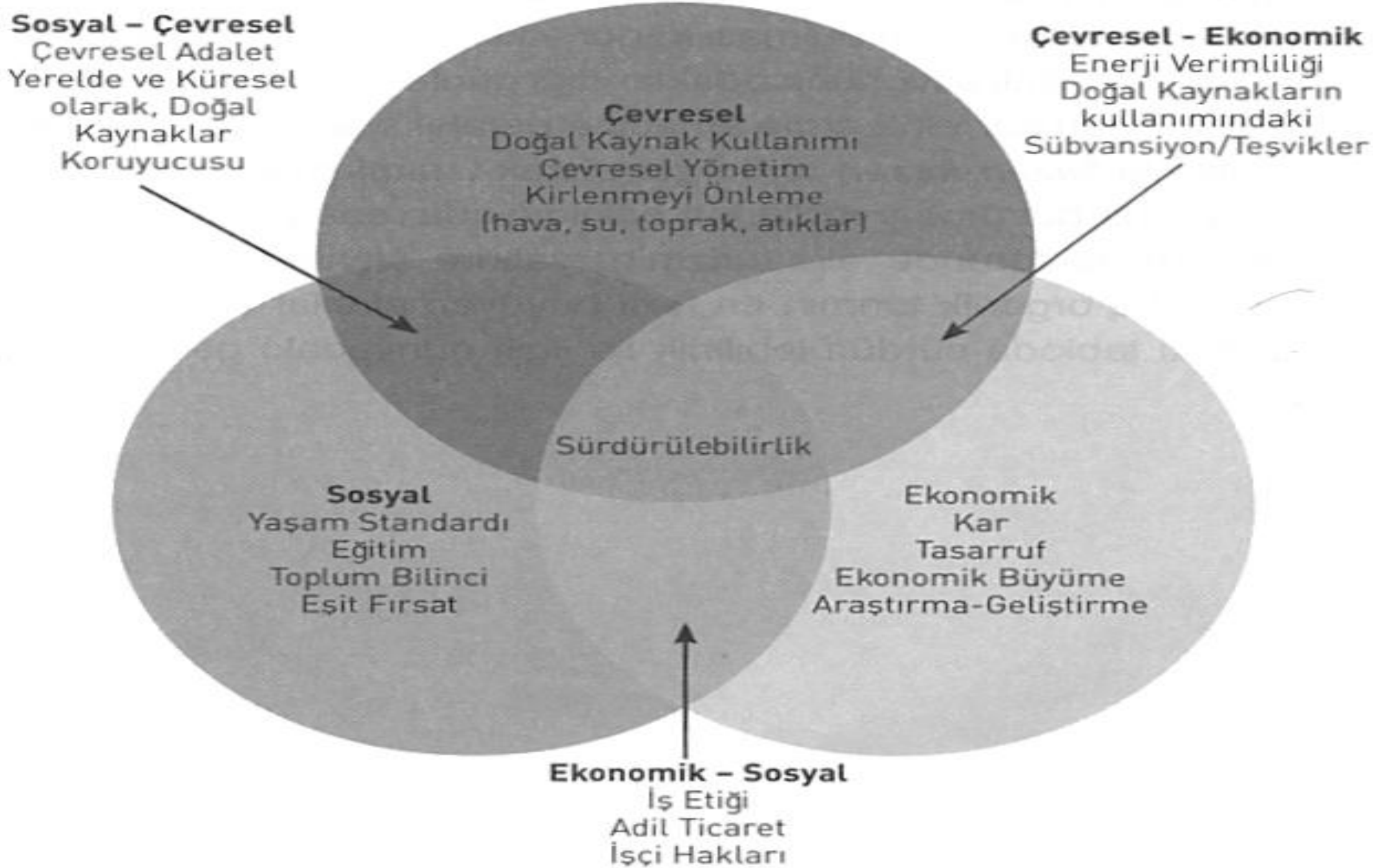
- Çevresel sürdürülebilirlik,

→insan sağlığını ve doğal dengeyi koruyarak (sosyal ve çevre)

→ekonomik kalkınmanın devamlılığına imkân verecek şekilde (ekonomi)

→doğal kaynakların akılcı bir şekilde yönetimini sağlamak ve (çevre)

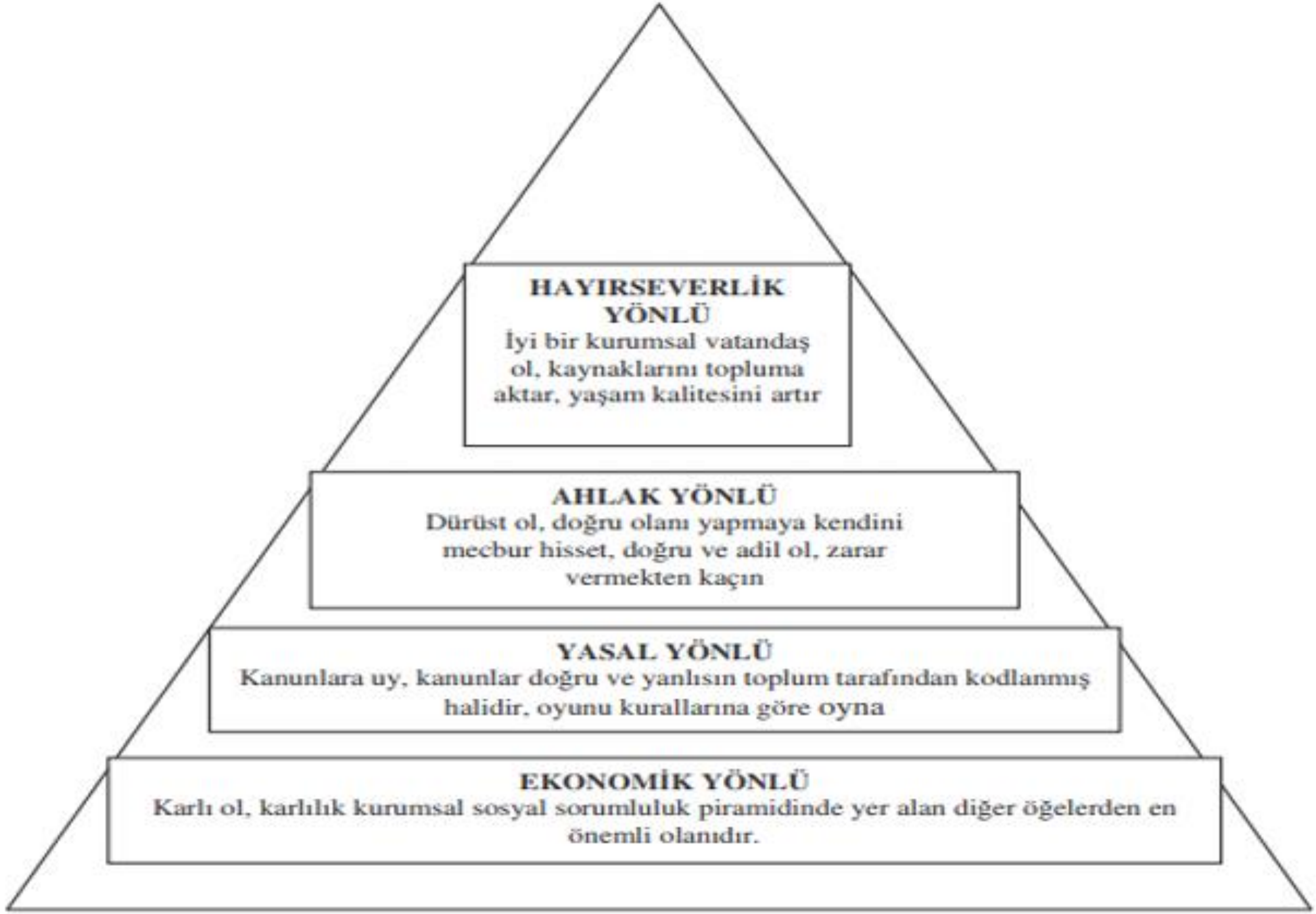
→gelecek nesillere yakışır bir doğal, fiziki ve sosyal çevre bırakma yaklaşımıdır.


Sosyal – Çevresel
Çevresel Adalet
Yerelde ve Küresel olarak, Doğal Kaynaklar Koruyucusu
Çevresel
Doğal Kaynak Kullanımı
Çevresel Yönetim
Kirlenmeyi Önleme
(hava, su, toprak, atıklar)
Çevresel - Ekonomik
Enerji Verimliliği
Doğal Kaynakların kullanımındaki Sübvansiyon/Teşvikler
Sürdürülebilirlik
Sosyal
Yaşam Standardı
Eğitim
Toplum Bilinci
Eşit Fırsat
Ekonomik
Kar
Tasarruf
Ekonomik Büyüme
Araştırma-Geliştirme
Ekonomik – Sosyal
İş Etiği
Adil Ticaret
İşçi Hakları

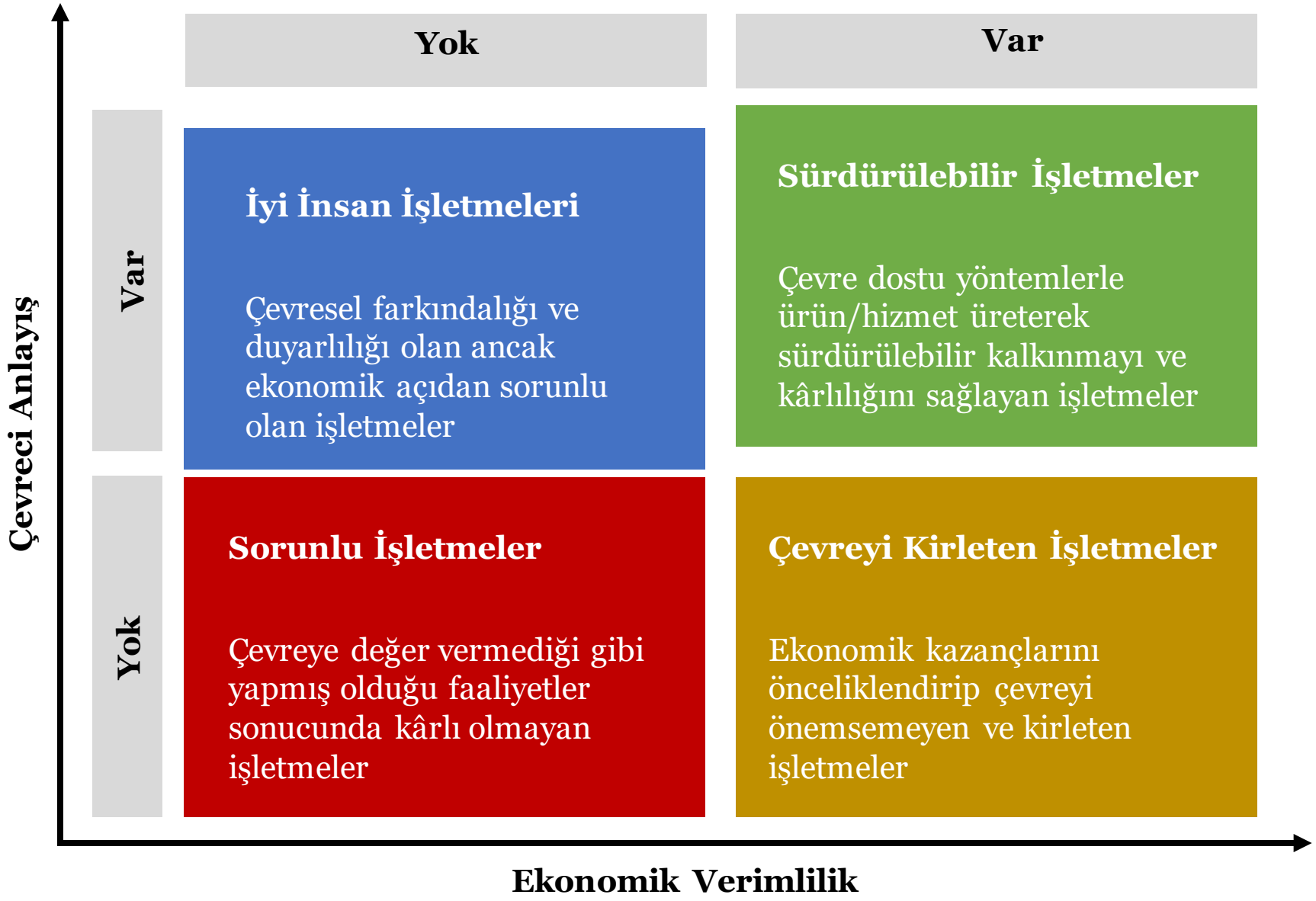
SÜRDÜRÜLEBİLİRLİKTE KAZAN KAZAN FELSEFESİ VE 360 DERECE YAKLAŞIMI

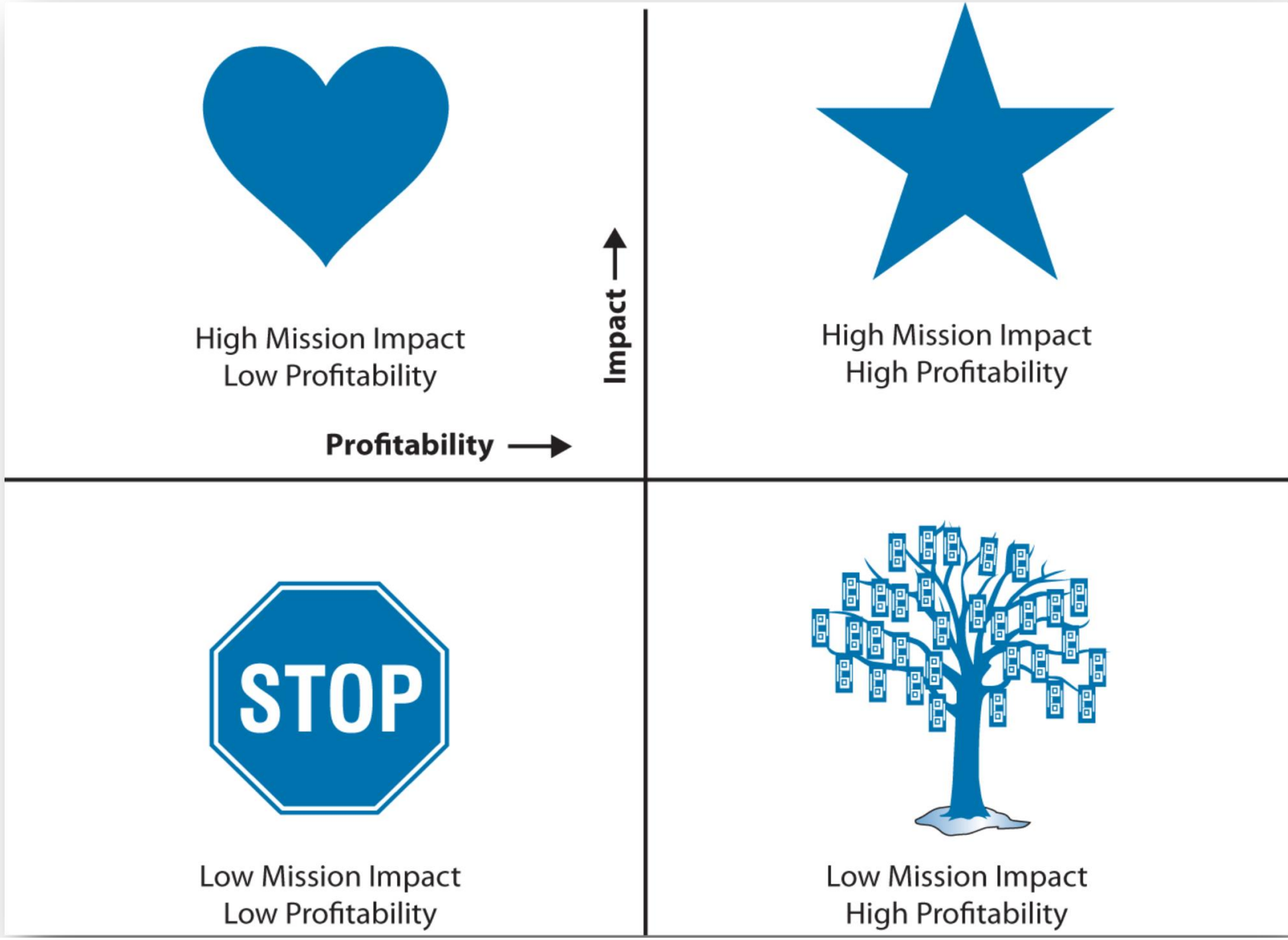
- Çevresel sürdürülebilirliği kimliklerinin ve stratejilerinin bir parçası haline getiren işletmelerin sadece faaliyette bulundukları doğal çevreye değil, aynı zamanda hem ekonomik açıdan kendi işletmelerine hem de sosyal yaşama önemli katkıları bulunmaktadır (insanlığı etkileyen tüm faktörler dikkate alınmıştır, 360 derece).

- Kısaca, sürdürülebilirlik çevresel ve sosyal yönlere vurgu yaparak ekonomiyi geliştirmeyi (sürdürülebilir kalkınmayı) hedeflemektedir. (kazan – kazan anlayışı)


HAYIRSEVERLİK YÖNLÜ
İyi bir kurumsal vatandaş ol, kaynaklarını topluma aktar, yaşam kalitesini artır
AHLAK YÖNLÜ
Dürüst ol, doğru olanı yapmaya kendini mecbur hisset, doğru ve adil ol, zarar vermekten kaçın
YASAL YÖNLÜ
Kanunlara uy, kanunlar doğru ve yanlısın toplum tarafından kodlanmış halidir, oyunu kurallarına göre oyna
EKONOMİK YÖNLÜ
Karlı ol, karlılık kurumsal sosyal sorumluluk piramidinde yer alan diğer öğelerden en önemli olanıdır.

SÜRDÜRÜLEBİLİR İŞLETME MATRİSİ




Impact
Profitability
High Mission Impact
Low Profitability
High Mission Impact
High Profitability
STOP
Low Mission Impact
Low Profitability
Low Mission Impact
High Profitability

İŞLETMELERİ ÇEVRESEL SÜRDÜRÜLEBİLİRLİĞE YÖNELTEN ETKENLER: PAYDAŞLAR

- Paydaşlar; işletmelerin faaliyetlerinden etkilenen veya işletmenin faaliyetlerini etkileyen kişi, kurum veya kuruluşlardır.

Paydaşlar	İşletmenin Paydaşlardan Beklentileri	Paydaşların İşletmelerden Beklentileri
Müşteriler	Düzenli alışveriş, geri bildirim, marka sadakati	Kaliteli ürünler/hizmetler, uygun fiyatlar, iyi hizmet
Tedarikçiler	Düzenli siparişler, zamanında ödemeler, iyi ilişkiler	Uzun vadeli ilişkiler, adil fiyatlar
Çalışanlar	Verimlilik, sadakat, profesyonellik	İyi çalışma koşulları, adil ücret, kariyer fırsatları
Devlet	Vergi yükümlülüklerini yerine getirme, yasal uyum	Ekonomik katkı (teşvikler), istihdam oluşturma, yasal güvence sağlama
Toplum	İşletme haklarına saygı gösterilmesi, istihdam	Topluma katkı, istihdam
Sivil Toplum Kuruluşları	Sosyal sorumluluk ve etik projelerine destek olma	Sosyal ve çevresel sorunlara katkı, etik iş uygulamaları
Medya	Pozitif marka imajı, olumlu halkla ilişkiler	Doğru bilgi, şeffaf iletişim, erişilebilirlik
Rakipler	Rekabet kurallarına saygı, sektörel standartların korunması ve yükseltilmesi	Adil rekabet, sektörel gelişim, yenilikçi uygulamalar

İŞLETMELERİ ÇEVRESEL SÜRDÜRÜLEBİLİRLİĞE YÖNELTEN ETKENLER: PAYDAŞLAR

ÇEVRECİ BEKLENTİLER TABLOSU

Paydaşlar	İşletmenin Paydaşlardan Çevreci Beklentileri	Paydaşların İşletmelerden Çevreci Beklentileri
Müşteriler	Çevre dostu ürünlerin tercih edilmesi, geri dönüşüm desteği	Sürdürülebilir üretim, çevre dostu ürünler, azaltılmış atık
Tedarikçiler	Sürdürülebilir kaynaklardan malzeme temini, yeşil lojistik	Uzun vadeli işbirliği, çevresel standartlara uyum
Çalışanlar	Çevre dostu uygulamalara katılım	Güvenli ve sağlıklı çalışma ortamı, çevresel eğitim
Devlet	Çevre mevzuatlarına uyum, çevre vergilerine uyum	Sürdürülebilir gelişim, çevre dostu yatırımlar
Toplum	Yerel çevre projelerine ve sürdürülebilirlik eğitimlerine katkı	Yerel toplumun çevre hakkına saygı, çevreyi iyileştirici faaliyetler ve sosyal sorumluluklar
Sivil Toplum Kuruluşları	Yerel çevre projelerine ve sürdürülebilirlik eğitimlerine katkı	Çevreyi koruma ve çevreci-etik iş uygulamaları
Medya	Pozitif marka imajı, olumlu halkla ilişkiler	Doğru ve güncel çevresel bilgi, şeffaf raporlama
Rakipler	Sektörel sürdürülebilirlik	Adil rekabet, yenilikçi çevresel uygulamalar

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 Türkiyede'ki 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.