



**TÜSİAD YÖNETİM KURULU ÜYESİ**

**METİN AKMAN'IN**

**“KUZEY YILDIZI – AİLE ŞİRKETLERİNDE SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK”**

**KONFERANSI AÇILIŞ KONUŞMASI**

**14 Aralık 2016**

**İstanbul, Intercontinental Otel**

**TÜSİAD AVRUPA İŞ DÜNYASI KONFEDERASYONU (BUSINESSEUROPE) ÜYESİDİR**

**İstanbul:** Meşrutiyet Cad. No: 46 Tepebaşı 34420 İstanbul –Türkiye

**Ankara:** İran Cad. No:39/4 Gaziosmanpaşa 06700 Ankara- Türkiye

**Brüksel:** 13. Avenue des Gaulois, 1040 Brussels-Belgium

**Washington D.C.:** 1250 24th Street, N.W., Suite Nr. 300, Washington D.C.20037-USA

**Berlin:** Märkisches Ufer, 28 Berlin 10179 Germany

**Paris:** 33, Rue de Galilée 75116 Paris France

**Tel:** +90 (212) 249 19 29

**Tel:** +90 (312) 468 10 11

**Tel:** +32 (2) 736 40 47

**Tel:** +1(202) 776 77 70

**Tel:** +49 (30) 288 786 300

**Tel:** +33 (1) 44 43 55 35

[www.tusiad.org](http://www.tusiad.org)

**Faks:** +90 212 249 13 50

**Faks:** +90 (312) 428 86 76

**Faks:** +32 (2) 736 3993

**Faks:** +1 (202) 776 77 71

**Faks:** +49(30) 288 786 399

**Faks:** +33 (1) 44 43 55 46

**e-mail:** [tusiad@tusiad.org](mailto:tusiad@tusiad.org)

**e-mail:** [ankoffice@tusiad.org](mailto:ankoffice@tusiad.org)

**e-mail:** [bxloffice@tusiad.org](mailto:bxloffice@tusiad.org)

**e-mail:** [usoffice@tusiad.us](mailto:usoffice@tusiad.us)

**e-mail:** [berlinoffice@tusiad.org](mailto:berlinoffice@tusiad.org)

**e-mail:** [parisoffice@tusiad.org](mailto:parisoffice@tusiad.org)

Saygıdeğer Konuklar, Değerli Basın Mensupları,

Türkiye Aile İşletmeleri Derneği işbirliğinde gerçekleştirdiğimiz “Kuzey Yıldızı- Aile İşletmelerinde Sürdürülebilirlik” Konferansına hepiniz hoş geldiniz. TÜSİAD adına sizleri saygıyla selamlıyorum.

Hafta sonu İstanbul da gerçekleşen terör saldırısında şehit olan vatandaşlarımıza Allahtan rahmet, ailelerine ve tüm Türkiye ye başsağlığı, sabır diliyorum. Yaralı vatandaşlarımıza da acil şifalar dileyerek sözlerime başlamak istiyorum.

Büyüme rakamlarına baktığımızda, 2050 yılında Türkiye nüfusunun 100 milyona, dünya nüfusunun ise 9 milyara ulaşacağını söyleyebiliriz. Artık bu büyümenin yaratacağı değişim ve dönüşümü düşünmeli, bugünkü büyüme ve refah arayışlarımızın yanı sıra, gelecek nesillere yaşanabilir bir dünya bırakabilmek için; kalkınmayı sürdürülebilir kılmamız gerekiyor.

Çalışmalar, mevcut üretim ve tüketim alışkanlıklarımızla devam edersek 2050 yılında 2,3 dünyaya ihtiyacımız olacağını ortaya koyuyor. Bugün vereceğimiz kararlar ile var olan kaynaklarımızı en iyi şekilde değerlendirebilir; verimliliğimizi artırarak, gelecek nesillerin umutlarına ve yaşam standartlarına sahip çıkabiliriz. Artık öyle bir noktaya geldik ki harekete geçmememizin maliyeti, harekete geçmemizin maliyetinden çok daha yüksek. Bu nedenle, bizler, günü kurtarmayı değil, geleceğimizi ve gelecek nesilleri düşünerek hedeflerimizi belirlemeliyiz.

Azalan doğal kaynaklar, iklim değişikliği, artan sosyal sorunlar gibi toplumları etkileyen gelişmeler, tüm kurum ve kuruluşların, rol ve sorumluluklarını yeniden tanımlamalarını gerektiriyor. Günümüzde artık şirketlerin sadece ne kadar kâr elde ettiği değil, bu kârı nasıl elde ettiği de önemli bir kriter haline geldi. Dünyaya ve topluma karşı sorumlu davranması beklenen iş dünyasının, uluslararası standartları yakalaması, tüketicileri ile güven ilişkisi kurması ve küresel boyutta rekabet edebilmesi için çalışmalarının merkezine sürdürülebilirliği alması şart.

Değerli konuklar,

Avrupa’daki şirketlerin %60’ından fazlasını, Amerika’da ise %90’ını aile şirketleri oluşturuyor. Benzer bir şekilde, Türkiye’de tüm şirketlerin %95’i ve halka açık şirketlerin yüzde 75’i aile şirketi ve bu şirketlerin milli gelir içerisindeki payı %75’i buluyor.

Hem dünyada, hem de Türkiye’de ekonominin belkemiğini oluşturan aile şirketlerinin sürdürülebilirliği içselleştirme ve iş dünyasına liderlik etmede de öncü rol oynayabileceğine inanıyorum. Bu inancımın altında aile şirketlerinin önemli bir ayrıcalığı yatıyor, genlerinde barındırdıkları sürdürülebilirlik kavramı...

Aile şirketleri yapıları itibariyle sadece bugünü değil, gelecek jenerasyonları düşünür, birkaç nesil sonrasını kapsayan planlar yapar. Uzun vadeli yatırımlarla gelecek nesillerin de kazancını düşünür. Kısa dönemli performans yerine, ortak menfaatlere odaklanan uzun vadeli yaklaşımları, aile şirketlerini, kriz dönemlerinde de diğer şirketlere göre daha başarılı kılmaktadır.

Aile şirketlerinin, gelecek nesilleri düşünen diğer şirketlere göre bir diğer avantajı ise, o nesillerle halihazırda aynı masada oturuyor olması... Farklı kuşakların bir arada çalışması bazen çatışmalara yol açsa da, aynı zamanda eski kuşakların gençlerin gündemini daha iyi anlama, onların beklenti ve ihtiyaçlarını görme ve şirket stratejisini buna göre adapte etme fırsatı veriyor.

Şirketler için sürdürülebilirlik aynı zamanda bir risk yönetimidir, bu risklerin en önemlisi de itibar riskidir. Geçtiğimiz yıllarda dünyanın önde gelen birçok markasının gerek çevre, gerek insan sağlığı, gerekse tedarik zinciri uygulamaları nedeniyle yaşadığı itibar kayıplarını hatırlayalım. Aile şirketleri için aile isminin itibarı, toplum içindeki saygınlığı şirketin en değerli varlığıdır, hatta itibar kardan önce gelir. Bu nedenle toplumu karşısına alacak, aile itibarını zedeleyecek her türlü faaliyetten kaçınmak ve bu riskleri bertaraf edecek her türlü önlemi almak aile şirketlerinin önceliğidir. PwC'nin Küresel Aile Şirketleri araştırmasında Türkiye'deki katılımcıların yüzde 73'ü kültürün ve değerlerin aile şirketleri için büyük önem taşıdığını ve faaliyet gösterdikleri bölgelerin kalkınmasına ve istihdam yaratılmasına özel önem verdikleri belirtmiş.

Aile şirketleri ile ilgili bir başka ilginç veri ise bu şirketlerdeki kadın istihdamına ilişkin. Yapılan araştırmalar, üst yönetimde ve yönetim kurulunda kadın oranının aile şirketlerinde diğer şirket türlerine göre çok daha yüksek olduğunu ortaya koyuyor. Hatta önümüzdeki on yılda bu oranın daha da artması ve bir sonraki nesle geçişte çok daha fazla kadının yönetimi ele geçirmesi bekleniyor. Bu oranın Türkiye'de de benzerlik gösterdiğini memnuniyetle görüyoruz, bu anlamda da aile şirketlerimizin Türkiye'de rol model olmasını, bulundukları sektörlere ilham vermesini diliyorum.

Bir başka etki alanı olarak, aile şirketlerinin halihazırdaki kaynakları ve tecrübeleri ile tedarikçilerine yol göstermesi de oldukça önemli. Bugün birçok şirket, tedarikçileri ile iş süreçlerini gözden geçirerek onların çevreye zararlarını en aza indirmelerine, enerji ve su kullanımını azaltmalarına ve yeni teknolojiler üretmelerine yardımcı oluyor. Ayrıca yeşil paketleme, geri dönüşümlü ürünler ve etkin lojistik sayesinde tedarik zinciri boyunca maliyetleri azaltarak rekabet avantajı elde etmek de mümkün. Amerika'nın en büyük aile şirketi Walmart, tedarikçilerini 700'e ulaşan ürün kategorisinde sürdürülebilirlik anlamında değerlendiren bir endeks başlattı. Tedarik zincirini daha etkili, verimli ve sürdürülebilir kılacak tüm bu uygulamalar sayesinde şirketler, bir yandan tedarik zincirinin kırılganlığını

azaltırken bir yandan da hem kendilerine, hem de tüm paydaşlarına değer yarattıkları bir kazan- kazan ortamı sunabiliyorlar. Değer zincirini birer halkası olarak sizlerin de bu yaklaşımı tecrübe ettiğinizden ve benimsediğinizden şüphem yok.

Saygıdeğer konuklar,

2015 yılı sürdürülebilirlik açısından önemli bir dönüm noktası oldu. Birleşmiş Milletler'in üye ülkeleri 2030 yılına kadar yoksulluğu sona erdirmek, eşitsizlik ve adaletsizlikle mücadele etmek ve iklim değişikliğinin üstesinden gelmek için 17 Sürdürülebilir Kalkınma Hedefini benimsedi. Bir başka önemli gelişme ise Paris'te düzenlenen BM İklim Değişikliği Çerçeve Sözleşmesi 21. Taraflar Konferansı'nda (COP21) 195 ülkenin 2020 yılı sonrasına yönelik yeni bir iklim değişikliği rejimini öngören anlaşma metnini onaylaması oldu. 2015 Kasım ayında yürürlüğe giren bu anlaşma, küresel ortalama sıcaklık artışını sanayi devrimi öncesine kıyasla 1,5 derece ile sınırlamayı hedefliyor.

TÜSİAD olarak geçtiğimiz hafta SKD Türkiye, Global Compact Türkiye ve REC Türkiye ile birlikte gerçekleştirdiğimiz "İklim Değişikliği ile Mücadele ve Özel Sektör" toplantısında sürdürülebilir kalkınma hedefleri ve iklim özelinde gerekli politikaları ve iş dünyasında düşen rol ve sorumlulukları konuştuk. Toplantıdan en önemli mesajlarından biri, küresel sorunların küresel çözümler gerektirmesinden hareketle, ulusal ve uluslararası düzeyde işbirliğinin önemi oldu. Bir başka önemli mesaj ise, her bir hedefin iş dünyasının öncü davranması durumunda bir fırsat anlamına geldiğiydi.

Her bir Sürdürülebilir Kalkınma Hedefi için OECD ülkelerinin şu anki performansını ölçen bir çalışma Türkiye'nin 34 ülke içinde 33'üncü -yani sondan ikinci- sırada olduğunu gösteriyor. Kısacası önümüzde kat etmemiz gereken uzun bir yol var ama bu yol aynı zamanda küresel rekabette bir adım öne geçmek isteyen şirketlerimiz için daha çok fırsat anlamına geliyor.

Bu yolda bizi herkesten daha iyi tanıyan aile şirketlerimize önemli bir rol düşüyor. Bugün burada bulunan sizler, aile şirketlerimizin bu konuyu ne kadar önemsediklerini bizlere göstermesi açısından çok değerli.

Aile şirketlerini bir araya getiren en önemli platform olarak TAİDER'e bu konuyu üyelerinin gündemine taşıdığı için teşekkür ediyor, Kuzey Yıldızı projesini başlattıkları için tebrik ediyorum.

Etkisini ölçemediğimiz hiçbir şeyi yönetemediğimiz gibi iyileştiremeyiz de.

Bu anlamda Kuzey Yıldızı projesinin şirketlerimizde sürdürülebilirliğin ölçülmesi ve gelişim alanlarının belirlenmesi açısından yol gösterici olacağına inanıyorum.

Tüm TAİDER üyesi aile şirketlerimizin hepsinin sürdürülebilirlik raporlarının önemine bir daha vurgu yaparak, bugünkü konferansın herkes için verimli geçmesini diliyorum.

Teşekkürlerimi sunuyorum.