

COCA COLA MARKASI VE SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK

THE COCA COLA BRAND AND SUSTAINABILITY

Doç. Dr Nevin AYDIN

Artvin Çoruh Üniversitesi, Hopa İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, Artvin, Türkiye
ORCID ID: 0000-0003-1949-2765

Cite As Aydın, N. (2021). "Coca Cola Markası Ve Sürdürülebilirlik", International Academic Social Resources Journal, (e-ISSN: 2636-7637), Vol:6, Issue:31; pp:1893-1900

ÖZET

Dünyada son zamanlarda yaşanan iklimsel ve çevresel değişimler sürdürülebilirlik kavramının önemini artırmıştır. Gelecek nesillerin ihtiyaçlarını karşılama durumu dikkate alınarak bu kavram şirketleri sürdürülebilir olmaya teşvik etmektedir. Coca Cola İçecek sürdürülebilirlik çalışması, topluma, çevreye ve şirketin geleceğine yaptığı her işin merkezine sürdürülebilirlik felsefesini hedef almıştır. Doğal kaynakların giderek azalması ve iklim değişikliğinin dünyamızı tehdit etmesi sürdürülebilir iş modelini şirketler için kullanıma geçirmiştir. Dolayısıyla Coca-Cola İçecek, toplumun var olduğu zaman içerisinde kendine düşen sorumlulukları yerine getirmeyi bir sorumluluk projesi olarak değerlendirir.

Anaktar Kelimeler: Sürdürülebilirlik, Sürdürülebilir Stareteji, Kurumsal yönetim, Kurumsal Sosyal Sorumluluk

ABSTRACT

The recent climatic and environmental changes in the world have increased the importance of the concept of sustainability. This concept encourages companies to be sustainable, taking into account the ability to meet the needs of future generations. Coca Cola İçecek's sustainability work is to target the philosophy of sustainability at the center of everything it does for the society, the environment and the future of the company. The gradual depletion of natural resources and the threat of climate change to our world have put the sustainable business model into use for companies. Therefore, Coca-Cola İçecek considers fulfilling its responsibilities as a responsibility project throughout the society's existence.

Keywords: Sustainability, Sustainable Strategy, Corporate governance, Corporate Social Responsibility

1. GİRİŞ

Dünyanın dört bir yanındaki topluluklar, sürekli refahları için sürdürülebilir ekosistemlerden yeterli miktarda güvenli, erişilebilir suya güveniyor. Coca-Cola ve şişeleme ortakları için su eşit derecede önemlidir. Ürünlerinin ana bileşenidir. Üretim süreçlerini mümkün kılar. Ve Coca-Cola'nın içecek bileşenleri ve hatta bazı durumlarda ambalajı için bağlı olduğu çeşitli mahsullerin yetiştirilmesi için temeldir.

Coca-Cola, ürünleri 200'den fazla ülke ve bölgede satılan küresel bir şirkettir. Mümkün olduğu yerde, Coca-Cola mümkün olduğunca yerelleştirilmiş bir operasyonel yaklaşım kullanır. Ürünlerini müşterilerine sattığı pazarlarda üretir. Bu, Coca-Cola'nın etik güdüsünü tamamlayan bir iş zorunluluğu yaratıyor: Coca-Cola, faaliyet gösterdiği her yerde yerel su kaynaklarının sürdürülebilirliğini teşvik etmek için çalışıyor. Hedefleri ölçüp belirledikten sonra, Coca-Cola, Coca-Cola'nın bitmiş içeceklerinde ve üretiminde kullandığı suya eşdeğer miktarda suyu güvenli bir şekilde topluluklara ve doğaya geri döndürmek, üretim operasyonlarında su verimliliğini artırmak, su kaynağı risklerini değerlendirmek için, geri dönüştürmeye geçti. Ve suyu arıtmak ve ayrıca Hindistan'da su kaynaklarının yenilenmesine yardımcı olmak için şişeleme ortakları, devlet kurumları ve çevredeki topluluklarla işbirliği yaptı.

Coca-Cola, 2014/2015 Sürdürülebilirlik Raporunda aktif sağlıklı yaşam, paketleme, insan hakları, ürün ve bileşen güvenliği gibi bir dizi öncelikli konu belirlemiştir. Bunların arasında, faaliyet gösterdiği her yerde yerel su kaynaklarının sürdürülebilirliğini teşvik etmek için çalışmaktadır (Case-CocaCola, n.d.).

1994 yılında TCCC'nin (The Coca-Cola Company) su kullanım tasarrufu taahhüdü ile başlayan sürdürülebilirlik yolculuğunun en önemli adımlarından biri, 2002 yılında "Çevre Politikası"nı oluşturması oldu. 2009 yılında sürdürülebilirlik yaklaşımını yeniden ele alarak bugünkü yönetim organizasyonunu oluşturan firma, aynı yıl ilk kurumsal sosyal sorumluluk raporunu yayınlayarak bu alanlardaki performansını şeffaflık ilkesi çerçevesinde tüm paydaşlarıyla paylaştı (CocaCola, n.d.).

Coca-Cola İçecek (CCI), 2019 yılında çevre yönetim yaklaşımı kapsamında 'enerji yönetimi ve iklim değişikliği', 'su yönetimi', 'sürdürülebilir ambalajlama ve atık yönetimi' alanlarına odaklanarak 71 yeni projeyi hayata geçirdi.

CCI açıklamasına göre, mevcut kaynaklarını daha verimli kullanarak üretim hacmini ve kalitesini artırmayı hedefleyen CCI, 2019 yılında hayata geçirdiği projeleri derleyen 12. Sürdürülebilirlik Raporu'nu yayımladı.

CCI, operasyonlarını sürdürdüğü coğrafyalarda çevresel etkisini en aza indirerek daha az atık üretme, toplam karbon ayak izini azaltma, enerji verimliliğini artırma ve su yönetimi çalışmalarının kapsamını genişletmeyi sürdürürken, bu alandaki performansını Global Raporlama İnisyatifi (GRI) standartları çerçevesinde şeffaf bir şekilde paylaşmaya devam etmektedir.

Tacikistan'ın da dahil edilmesiyle kapsamı daha da genişleyen raporda geri dönüşüm, toplum ve gönüllülük projeleri ile verimli su ve enerji kullanımı öne çıkan odak konuları oldu (Turan, 2020).

2000 yılında, Amerikan çokuluslu şirketi The Coca-Cola Company, 2020 sürdürülebilirlik hedeflerini kamuoyuna açıkladı. 200'den fazla ülke ve bölgede bulunan 225 şişeleme ortağıyla birlikte içecek şirketi, sistem çapında değişimi küçük operasyonel iyileştirmelerin ötesine taşımak için iddialı hedefler belirledi. Bu iddialı hedeflerden biri, bir ambalaj sürdürülebilirliği taahhüdünde belirlendi. Ancak Surfers Against Sewage (SAS) tarafından yapılan araştırmaya göre, bu yıl şirketin Birleşik Krallık sahillerindeki en yaygın ambalaj kirliliği kaynağı olduğu tespit edildi (Williams, 2019).

Coca-Cola, kâr amacı gütmeyen, tüketiciye yönelik 50 şirket arasında ambalaj sürdürülebilirliği açısından en yüksek puanı aldı. Kurumsal Plastik Kirliliği Puan Kartı 2021, şirketleri ambalaj tasarımı, ambalajlarındaki geri dönüştürülmüş içerik miktarı ve geri dönüşüm çabalarına mali desteği gibi faktörlere göre derecelendirdi (Casey, 2021).

2. SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK

Sürdürülebilirlik kavramı 21. yüzyılın kuşkusuz en sık kullanılan kavramlarından birisidir. Sürdürülebilirlik kavramı, toplumun sosyal, kültürel, bilimsel, doğal ve insan kaynaklarının tümünün ihtiyatlı kullanılmasını sağlayan ve buna saygı duyma temelinde sosyal bir bakış oluşturan katılımcı bir süreçtir (Gladwin vd., 1995).

Sürdürülebilirlik ve sürdürülebilir kalkınma kavramları doğanın değişikliğe uğramasıyla dünyamızda son yıllarda çok tartışılan konular arasında yer almaktadır. Sürdürülebilirlik konusu, enerji, ekonomi ve çevre unsurlarından oluşmaktadır. Ulusal ve Uluslararası çevre örgütlerine kadar uzanan çok geniş bir zincirin bileşenleridir. Sürdürülebilirlik kavramı ile ilgili olarak farklı alanlarda farklı yaklaşımlar geliştirilmiştir. Şirketleri sürdürülebilir yapan bazı güçler vardır. Bunlar bazı Firmaların maddi güçlerini kaybetme kaygısı yaratırken, bazıları için kurumsal bir kimlik yaratmada gerekli olduğu düşünülerek sosyal sorumluluk davranışı sergiler. Firmalar kar amacıyla kurulan ticari kuruluşlardır. Firmalar çevreyi kirletmeleri konusunda kendilerini sorumlu hissetmeleri, eğitilmiş tüketicilerin artması rakiplerin çoğalması firmaların buldukları pazarda misyon ve vizyonlarının değişmesine sebebiyet verir. Sürdürülebilir kalkınma, günümüz dünyasında hem etik, hem sosyal hem de teknolojik bir takım sorunları içine alan bir kavram olarak ortaya çıksada, bazı zaman kurumsal bir sorun olarak değerlendirilmektedir (Hoverstadt vd., 2005).

Kurumsal yönetim, sürdürülebilir bir şirket olmanın önemli bir ayağıdır. Kurumsal yönetim kalitesinin yüksek olması; düşük sermaye maliyeti, finansman imkânlarının ve likiditenin artması, krizlerin daha kolay atılması ve iyi yönetilen şirketlerin ömürlerinin uzaması anlamına gelmektedir (Hithcock vd., 2009).

Sürdürülebilirliğe sahip çıkan tesisler işletmelerdeki varsayımların değişmesine neden olmuş, yeni örgütsel biçimler, yeni teknolojilerin dinamik gelişimi, yükselen rekabet, küreselleşme süreçlerinin yoğunlaşması, eylemlerde artış, uluslararası pazarlarda, müşterilerin gereksinimlerine ve ihtiyaçlarına odaklanma, yeni pazarların ortaya çıkması ve mevcut pazarların ortadan kalkmasıdır (Osbert-Pociecha, 2011).

Sürdürülebilir kalkınma kavramının işletmelerde ayrılmaz ve giderek daha kabul edilebilir bir yönetim haline geldi (Oelze vd., 2016).

Sürdürülebilir kalkınma doğrudan kurumsal sosyal alanda konumlandırılabilir (Kolk, 2016).

İşletmeler Doğal kaynakları kullanarak çevreye yoğun etki yaparlar. Kirlilik yaymak veya atık üretmek ve faaliyetlerine karşı Sürdürülebilir kalkınma kavramının uygulanmasını üstlenerek malzeme ve kaynak kullanımının sınırlandırılmasına yönelik eğilimlere odaklanarak ve sosyal hayata katkının iyileştirilmesini sağlarlar (Clark vd., 2016).

Sürdürülebilirliğin rekabete katkıları(Akın, 2014):

- ✓ Sürdürülebilirlik inovasyonu tetikleyen unsurların başında yer alıyor.
- ✓ Risk ve fırsatları sistematik şekilde tespit etmeyi beraberinde getiriyor.
- ✓ İşletme giderlerinde tasarruf sağlıyor.

- ✓ Yetenekli profesyonellerin kuruma ilgisini artırıyor.
- ✓ Yatırımcılara ve kreditoörlere erişim imkânı sunuyor.
- ✓ Marka değerinin artmasına ve kurumsal itibara katkı sağlıyor.

Şu anda, karşı karşıya olması gereken en önemli zorluklardan biri işletmeler ve çeşitli ekonomiler sürdürülebilir bir kalkınma kavramı uygulamaktır. Kurumlar entegre bir ekonomik, sosyal, çevresel, mekansal olarak da çaba göstermektedir (Strezov vd., 2017).

Küresel anlamda kamuoyunun sürdürülebilirlik kavramıyla tanışması Birleşmiş Milletler bünyesinde çalışan Dünya Çevre ve Kalkınma Komisyonu'nun 1987 yılında yayımladığı "Ortak Geleceğimiz" isimli rapor sayesinde oluşmuştur. Bu raporda sürdürülebilirliğin tanımı şu şekilde yapılmıştır: İnsanlık; doğanın gelecek kuşakların gereksinimlerine cevap verme yeteneğini tehlikeye atmadan, günlük ihtiyaçları temin ederek, kalkınmayı sürdürülebilir kılma yeteneğine sahiptir (Sürdürülebilirlik, n.d.).

BM Küresel İlkeler Sözleşmesi'nin 2010 yılında dünyanın çeşitli ülkelerinde faaliyet gösteren 766 şirketin üst düzey yöneticisinin (CEO) görüşlerini temel alan araştırmasında, şirketleri sürdürülebilirlik politikalarına yönlendiren en etkili faktörlerin sırasıyla, marka değeri, güven ve itibar sağlanması, maliyet tasarrufu ile birlikte karlılığın artması, nitelikli iş gücünün şirkete çekilmesi ve çalışanların motivasyonunun artması ve tüketici talepleri olduğu ortaya konmuştur (Borsa, n.d.).

Birleşmiş Milletler (BM) Dünya Çevre ve Kalkınma Komisyonu'na göre, çevresel sürdürülebilirlik, gelecek nesillerin mevcut nesillerle eşit, hatta daha iyi bir yaşam tarzı yaşamaları için mevcut doğal kaynaklara sahip olmasını sağlayacak şekilde hareket etmekle ilgilidir (UN-Sustainability, n.d.).

Çevresel sürdürülebilirlik, dünyanın destekleyici ekosistemlerinin taşıma kapasitesi dahilinde yaşarken insan yaşamının kalitesini iyileştirme kapasitesidir. Çevresel sürdürülebilirlik, dünyanın en karmaşık iki sistemi olan insan kültürü ve yaşayan dünya arasındaki şu anda yıkıcı ilişkiyi stabilize etmekle ilgilidir (Evans, 2020). Sürdürülebilirlik, firmalara uzun ömürlü olmayı ve rakipleri karşısında farklı olmayı sağlar.

3. COCA-COLA

Coca-Cola Şirketi, dünyanın en büyük alkolsüz içecek ve şurup üreticisi, dağıtıcısı ve pazarlamacıdır. Günümüz dünyasındaki birçok büyük şirkette olduğu gibi, şirket daha enerji verimli ve çevreye duyarlı olma yolunda büyük adımlar attı. Şirketin yeni sürdürülebilirlik kampanyası "Bugün için Teslim Et, Yarın İçin İlham Ver", sektöre iki ana alanda liderlik etme hedefiyle kurumsal ve çevresel sürdürülebilirliğe odaklanıyor: enerji ve iklim değişikliği ile sürdürülebilir paketleme ve geri dönüşüm. Coca-Cola'nın yatırım yaptığı diğer alanlar, topluluk ve yardım girişimleri ve çalışan gönüllülüğüdür.

Sera gazlarının Dünyamızın ekosistemine verdiği süregelen hasar yıkıcıdır. Coca-Cola, düşük karbonlu bir gelecek için emisyonları azaltma çalışmaları ile üretimini sürdürüyor. Enerji verimliliğinde en yüksek süreçleri belirlemek ve geliştirmek için tüm ekipman ve üretim hatlarına enerji sayaçları yerleştirdiler. Ayrıca şirket, fabrikalarına daha fazla enerji dostu aydınlatma uygulamakta ve ısı geri kazanımlı seçenekleri araştırmaktadır. Şirket, dünya çapında mevcut fabrikalarını enerji tasarruflu ekipmanlarla yenilerken, daha çevre dostu yeni fabrikalar inşa ediyor. İsveç'teki operasyonları 2008'den beri %100 yenilenebilir enerjiyle çalışmaktadır.

Coca-Cola'nın bakış açısı, karbon emisyonlarını azaltmak için tüm tedarik zinciriyle işbirliği yapma ihtiyacıdır. Buna distribütörler, perakendeciler ve ayrıca tüketiciler dahildir. Şirket, kendi enerji emisyonlarını ölçmek ve küresel ayak izini azaltacak çözümler için çaba göstermeye devam etmek için tedarik zincirindeki tüm bağlı kuruluşlarla işbirliği yaptı. Coca-Cola ayrıca dünyanın su kaynaklarının önemini anlıyor ve yerel topluluklar ve ekosistemler üzerindeki etkisini en aza indirmeye çalışıyor. Her fabrikada, çevreye yönelik olası riskler için bir su güvenlik açığı değerlendirmesi yapılır. Şirket, su tüketimi ve kullanımını azaltmak için sürekli yeni yollar bulmak anlamına gelen su verimliliğinde endüstri lideri olmak ister. Şirket, suyu çıkardıkları topluluğa geri yatırım yapmayı ve bu rezervleri topluluk temelli su programları aracılığıyla yenilemeyi garanti eder (Coca-Cola-SS, n.d.).

4. COCA COLA SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK STRATEJİSİ

Sürdürülebilirlik stratejisi, hissedarları, paydaşları ve şirket için öncelikli olan konulara odaklandırmakta olup, bunları altı ana alanda değerlendirir (CCI, n.d.).

4.1. İnsan Hakları

İnsan haklarına saygı, CCI'nin temel değerlerinden biridir. Çalışanları, tedarikçileri, iş ortakları ve faaliyet gösterdiği topluluklarla ilişkilerinde insan haklarına saygı duymaya ve bunları teşvik etmeye çalışır. Bu Politika, Uluslararası Haklar Bildirgesi'nde, Uluslararası Çalışma Örgütü'nün İş Yerinde Temel İlkeler ve Haklara ilişkin 1998 Bildirisi'nde, Birleşmiş Milletler Küresel İlkeler Sözleşmesi'nde ve Birleşmiş Milletler Küresel İlkeler Sözleşmesi'nde yer alanlar da dahil olmak üzere, İnsan Hakları Evrensel Beyannamesi'nin kapsadığı uluslararası insan hakları ilkeleri tarafından yönlendirilir.

4.2. Çevresel Ayak İzi

Daha az doğal kaynak kullanarak ve atık yaratarak çevresel etkiyi azaltmak temel öncelikler arasındadır. Bu yaklaşım sadece işin değil, aynı zamanda hizmet verilen toplumların sürdürülebilirliği ve refahı için gereklidir.

4.3. Topluluk Geliştirme

Şirket işini yürütürken ve kademeli olarak genişlerken, faaliyet gösterdiği toplulukların her bir üyesi için değer yaratmaya çalışıyor. CCI, yerel ve uluslararası (Sivil Toplum Kuruluşları) STK'larla işbirliği yapıyor ve çalışanlarını gönüllülük yoluyla aktif rol almaya teşvik ediyor. Hedef, tüm paydaşlar tarafından iyi bir kurumsal vatandaş olarak tanınmaktır. 2019'daki topluluk yatırım projelerinde gençlerin ve kadınların güçlendirilmesi ile su yönetimi ve atık yönetimine odaklandı.

4.4. Tüketici Sağlığı

Tüketicilerine her yaşam tarzına ve duruma uygun geniş bir ürün yelpazesi sunarken, ürün güvenliği ve kalitesi, refah taahhüdü önceliği olmaya devam ediyor. Tüketicilerin sürekli gelişen tercihlerini karşılamayı, toplam içecek zihniyeti ile içecek portföyünde daha fazla seçenek sunmayı hedefliyor. Her fırsattan yararlanarak uygun fiyatlı, ulaşılabilir, takdire şayan, yenilikçi ve en aktif hale gelen ürünler sunuyor. Ürünlerin güvenliği ve kalitesi, titiz standartlar aracılığıyla sağlanmaktadır.

4.5. Ekonomik Gelişme

Coca-Cola sistemi, dünyadaki her toplulukta yerel düzeyde faaliyet gösteren küresel bir işletmedir. 10 ülkede 25 fabrika ile şişeleme ve dağıtım faaliyetlerini yürüten CCI, hem doğrudan hem de dolaylı olarak olumlu bir ekonomik etki yaratıyor. Ürünler yerel olarak üretilir, tedarik edilir (mümkünse), dağıtılır ve satılır. Bir şişe Coca-Cola, üretim hattından tüketiciye uzanan yolculuğunda birçok sektör için katma değer yaratır. Tarım, enerji, üretim, lojistik, ulaşım, dağıtım, perakende, soğutma, reklam, medya ve ambalaj gibi birçok sektör tek şişe Kola üretiminde rol oynuyor.

Amaç, değer zincirinde istihdam yaratmayı teşvik eder. Yerel halkı istihdam ederek, hükümetlere vergi ödeyerek, tedarikçilerden mal, hizmet ve sermaye ekipmanı satın alarak ve sosyal kalkınma programlarını destekleyerek yerel toplulukların ekonomik kalkınmasına katkıda bulunur.

Yaygın satış ve dağıtım ağı ile 750.000'e yakın satış noktasına ulaşır. Varlıklar ve eğitim sağlayarak yerel perakendecileri işlerini geliştirmeleri için destekler. Ayrıca önemli katkılarla tedarikçilerinin uluslararası rekabet güçlerini artırmalarına yardımcı olur. Faaliyet gösterdiği ülkelerdeki dolaylı ekonomik etkiyi değerlendirmek ve açıklamak için sıklıkla ekonomik etki çalışmaları yürütür.

4.6. Müşteri Değeri

Vizyonu doğrultusunda müşterilerinin tercih ettiği iş ortağı olmayı hedefler. Müşteri odaklı tedarik zinciri organizasyonunun, müşterilerle ortak girişimi ve üstün uygulamanın arkasındaki temel motivasyonu, müşterilerle birlikte kazanmaktır.

Coca-Cola, faaliyet gösterdiği her yerde yerel su kaynaklarının sürdürülebilirliğini sağlamak için çalışmaktadır (Şekil 1).



Şekil 1. Coca-Cola Case Study (Case-CocaCola, n.d.).

Avustralya'da düşük şekerli veya şekerless Alkolsüz içecekler için yeni ürünler geliştirildi (Şekil 2).



Şekil 2. Sustainability in Australia (Coca-Cola-EuropacificPartners, n.d.).

Sürdürülebilir su yönetimi, Coca-Cola Europacific Partners Australia için yüksek bir önceliktir. Tüm alkolsüz şişeleme fabrikaları için su kaynaklarının güvenlik açığı değerlendirmelerini yapar. Bu planlar yıllık olarak gözden geçirilir, iklimde, toplum ve tarımsal su kullanımında meydana gelebilecek değişikliklerin ışığında her beş yılda bir güncellenir. The Coca-Cola Company ile birlikte su ikmal programları da uygulanır. 2019'da, bitmiş ürünlerde kullanılan suyun yüzde 237'sine eşdeğer olan Avustralya projeleri aracılığıyla tahmini 7.500 ML'yi yenilendi.

Yenilenebilir enerji projelerine yatırım yapmaya devam ediyor. Buna Avustralya'da, Eastern Creek, Richlands ve Kewdale'de toplam 3.5 megawatt üretim kapasitesine sahip üç sahada güneş enerjisi projesi dahildir (Coca-Cola-EuropacificPartners, n.d.).

5. GERİ DÖNÜŞÜM VE YENİDEN KULLANIM

Şişelerde ilk olarak 1991 yılında geri dönüştürülmüş plastik kullanıldı. Ve şimdi her şişe ortalama %25 geri dönüştürülmüş plastik içeriyor. 2020 yılına kadar bunu ikiye katlayarak %50 geri dönüştürülmüş içerik sağlamayı hedefledi. Şişeler %100 geri dönüştürülebilir, yani "tek kullanımlık" değil, bunun yerine yeni şişelere dönüştürülebilmeleri için geri dönüştürülmeleri gerekiyor (Skoda, 2018).

Coca-Cola'nın ulaşmayı hedeflediği ana ambalaj sürdürülebilirliği hedefi, ortaklarıyla birlikte çalışarak gelişmiş pazarlara sundukları şişe ve kutuların %75'inin eşdeğerini geri kazanmak ve geri dönüştürmektir. Coca-Cola 2013, 2014 ve 2015 yıllarında sırasıyla %63, %61 ve %59 geri kazanım ve geri dönüşüm oranlarına ulaştığını bildirdi. Ancak 2016 ve 2017'de Coca-Cola, %59'luk geri kazanım ve geri dönüşüm oranının ötesine geçemedi. 2018'de geri dönüşüm %56'ya ulaştı. Coca-Cola, 2030 yılına kadar %100 yeniden kullanım ve geri dönüşüm oranına ulaşmayı hedeflediğini söyledi (Williams, 2019).

Ambalajda sürdürülebilirlik, tüketicilerin katılımı, endüstri kuruluşları aracılığıyla politika savunuculuğu, tedarik zinciri ortaklıkları oluşturma, yenilenebilir teknolojiler geliştirme ve daha fazlasını içeren çok çeşitli eylemleri gerektirir. Sonuç olarak, ambalajları azaltmak, yeniden tasarlamak, kırtarmak, geri dönüştürmek ve yeniden kullanmak için birçok kişinin, kurumun ve teknolojinin birlikte çalıştığı bir sistem oluşturmaya gerektirir. Hindistan'daki Coca-Cola'dan farklı türde içecekler depozitolu cam şişeler (RGB'ler), alüminyum kutular, pet şişeler ve tetra paketlerinde tüketicilere sunulmaktadır. İçecek satışının yaklaşık yüzde 50'si, kırılmalar dışında tamamen piyasadan geri kazanılan RGB'lerde gerçekleşmektedir.

Sürdürülebilir paketleme, Şirketin "azaltmasını, yeniden kullanmasını ve geri dönüştürmesini" gerektirir. Azaltmanın bir yolu, hafifleştirme olarak bilinen bir süreç olan paketlerin tasarımını iyileştirmektir. Coca-Cola, yıllar boyunca sürdürdüğü çabalarla, birkaç ürününün ambalaj ağırlığını azaltmak için teknolojik ilerlemeden yararlandı.

Coca-Cola tüketiciler, endüstri ve hükümetler de dahil olmak üzere çok çeşitli paydaşlarla ortaklaşa çalışır ve marka pazarlamasını tüketicileri daha fazla geri dönüşüme teşvik etmek için kullanır. Sadece ürünlerinin değil, herhangi bir markanın plastik atıklarının toplu olarak toplanmasını ve geri dönüştürülmesini teşvik etmek için etkinlik ve festivallerde kampanyalar düzenler.

Coca-Cola, daha sürdürülebilir paketleme teknikleri yaratmayı umarak, ambalajlarıyla yenilik yapmaya çalışıyor. Yenilik, "elinizdeki içecek"le ilişkili CO2 emisyonlarını azaltma hedefinin bir parçasıdır (Coca-Cola-Journey, n.d.).

Sürdürülebilirlik ve 'Geri Verme', Coca-Cola'nın doğru şekilde iş yaparak ve daha iyi paylaşılan bir gelecek yaratmak için birlikte çalışarak insanların yaşamlarında, topluluklarında "Dünyayı Yenileme ve Fark Yaratma" metodunu kullanır. Coca-Cola'nın üç küresel sürdürülebilirlik süreci şunları içerir:

- ✓ Atıksız Bir Dünya, Ambalajı döngüsel bir ekonomi haline getir, "2030'a kadar sattığı herkes için bir şişe veya teneke kutuyu Toplayın ve Geri Dönüştürün".
- ✓ Su Yönetimi, "Suyu Nötr" hale getirin ve içeceklerinin üretiminde kullanılan suyun % 100'ünü yerel su girişimleri aracılığıyla yerel topluluklara ve doğaya iade edin.
- ✓ Yerel toplulukların refahı, 2020'ye kadar küresel olarak 5 milyon kadın girişimcinin ekonomik olarak güçlendirilmesi sağlamaktır. Sürdürülebilirlik girişimcileri, Coca-Cola'nın 2030 yılına kadar tüm değer zincirindeki toplam karbon emisyonlarını % 25 azaltma küresel hedefine katkıda bulunmayı ve hizmet verdiği işletmelerin ve toplulukların iklim değişikliğinin gerçeklerine uyum sağlamasına yardımcı olmayı amaçlıyor (Echelon, n.d.).

Ambalajlarını olabildiğince sürdürülebilir kılmak için yenilikler yapmaktan, müşterilerine marka aracılığıyla geri dönüşüm yapmaları için ilham vermeye ve teşvik etmeye ve korunması gereken çevreyi korumak için girişimler başlatmaya kadar, Büyük Britanya'da yaptığı birçok şey vardır (Coca-Cola-UK, n.d.).

Coca-Cola, plastik kullanımını azaltmak amacıyla çok önemli bir adım attı. Ve Macaristan'da yüksek oranda sürdürülebilir bir kağıt şişeyi test ettiğini açıkladı. Şişeler, ürünler için geri dönüştürülebilir ambalaj konusunda uzmanlaşmış Danimarkalı şirket Paboco veya Paper Bottle Company ile ortaklaşa geliştirildi. Şirketin sürdürülebilirlik çalışmaları hem Dünya hem de sektör farkındalığı için çok büyük bir önem arz ediyor. Plastik kullanımı arttıkça, su kaynaklarının kirlenme oranı da artıyor. Özel bir teknoloji ile geliştirilen sürdürülebilir şişe, biyo bazlı bir malzemedir üretilmiştir. Şişe, içeceği tutan geri dönüştürülebilir plastik bir kaplamanın yanı sıra plastik bir kapağa sahiptir. Coca-Cola'ya göre kağıdın dış kısmı oksijene, karbondioksite ve sıvılara direnecek şekilde tasarlandı (Campaign-TR, n.d.).

6. SONUÇ

Coca-Cola sisteminin şişeleme tesislerinin yaklaşık üçte biri su sıkıntısı çeken bölgelerde faaliyet gösteriyor ve küresel su ayak izinin %73'ünden fazlası şeker kamışı, portakal ve elma gibi tarımsal malzemeleri yetiştirmek için kullanılıyor.

Elde edilen sonuçlar ve öğrenilenler üzerine inşa edilen strateji: Kullandıkları suyu azaltarak, yeniden kullanarak, geri dönüştürerek ve yerel olarak yenileyerek su sıkıntısı olan bölgelerdeki şişeleme operasyonlarında %100 yenilenebilir su kullanımını sağlamaktır. Suda sürdürülebilir içerik ve peyzaj sağlamak için öncelikli kaynak su havzalarında tarımsal tedarikçilerle ilişkilerin derinleştirilmesidir.

2030 stratejisinde amaç ve hedefler: %100 yenilenebilir su kullanımını, yani yerel olarak kullandıkları suyu azaltmayı, yeniden kullanmayı, geri dönüştürmeyi ve yenilemeyi hedefler. Ağırlıklı olarak tarımsal tedarik zincirine dayanmaktadır. Ayrıca tedarik zinciri su kullanımını su stratejisine entegre ederek tarım ve su arasında net bir bağlantı kurdu. Güvenli suya ve saniteye erişimi desteklemeye yönelik topluluk su direnci hedefleri, kadınları ve kızları güçlendirme ve sosyo-ekonomik kalkınmayı sağlamanın yanında, iklim değişikliğinin etkilerine uyum sağlamak için daha fazla kapasite oluşturmaya odaklanmıştır (The-Coca-Cola, n.d.).

Georgia'daki tüm bina enerji verimliliğini optimize etmek için Georgia eyalet enerji yasasının gerektirdiği standartlara göre tasarlandı. Ve %30 daha fazla enerji verimliliği sağlandı. Ayrıca, su tüketimini azaltmak için her musluk ve su armatürü takıldığından standart binalara göre %40 daha az su kullanıldı (World-CC, n.d.).

Tüm alkolsüz şişeleme fabrikaları için su kaynaklarının güvenlik açığı değerlendirmelerini yürütür ve bu kaynakların yalnızca kendi operasyonları için değil, aynı zamanda onlara güvenen topluluklar için de

sürdürülebilir olmasını sağlamak için yönetim planları uygular. Bu planlar yıllık olarak gözden geçirilir, iklimde, tarımda ve toplum kullanımında meydana gelmiş olabilecek değişiklikler ışığında her beş yılda bir güncellenir (CocaCola-EP-Australia, n.d.).

Coca Cola Büyük Britanya'da, ambalajlarını mümkün olduğunca sürdürülebilir hale getirme hedefinin bir parçası olarak, tüm şişelerinde %100 geri dönüştürülmüş veya yenilenebilir plastik elde etmeye kararlı. Büyük Britanya'daki mağaza raflarında görünen 500 ml veya daha küçük tüm plastik şişelerin %100 geri dönüştürülmüş plastikten yapıldığını açıkladı. Bu daha küçük şişelerde geri dönüştürülmüş plastik miktarını %50'den %100'e çıkardığını gösteriyor (CC-GreatBritain, n.d.).

Geri dönüştürülmüş malzemeyi yeni şişelerde ve kutularda kullanmak, değerli kaynakları döngüsel bir ekonomide tutar, geri dönüşümü teşvik eder. Ve ambalajların karbon ayak izini önemli ölçüde azaltır. Biyo bazlı, yenilenebilir malzemeden yapılmış hem geri dönüştürülmüş PET hem de PET kullanmanın en sürdürülebilir paketini oluşturur. Yeni ambalaj malzemelerine ve ambalaj ihtiyacını azaltmanın ve atıkları en aza indirmenin yeni yollarını destekliyor. Sürdürülebilirlik Plandaki hedeflere ulaşmak için işbirliğinin kritik önem taşıdığına değer veriyor. Bu nedenle paylaşılan sorunlara yenilikçi yeni çözümler geliştirmek için paydaşlarla yakın çalışmaktadır (Sykes, 2018).

KAYNAKÇA

Akın, E. (2014). Şirketlerde sürdürülebilirlik. Available from: <http://www.turkishtimedergi.com/genel/sirketlerde-surdurulebilirlik/>, Erişim Tarihi: 8 Kasım, 2021.

Borsa (n.d.). Borsa Istanbul. Available from: <http://www.borsaistanbul.com>, Erişim Tarihi: 8 Kasım, 2021.

Campaign-TR (n.d.). Coca-Cola, “sürdürülebilir yeni kağıt şişelerini” test ediyor. Available from: <https://www.campaigntr.com/coca-cola-surdurulebilir-yeni-kagit-siselerini-test-ediyor/>, Erişim Tarihi: 8 Kasım, 2021.

Case-CocaCola (n.d.). Case study: How Coca-Cola is promoting the sustainability of local water sources everywhere it operates, Available from: <https://sustaincase.com/case-study-coca-cola-is-ensuring-the-sustainability-of-local-water-sources/>, Erişim Tarihi: 8 Kasım, 2021.

Casey, C. (2021). Coca-Cola scores highest on sustainable packaging, but most CPGs fall short, report says, Available from: <https://www.fooddive.com/news/coca-cola-scores-highest-on-sustainable-packaging-but-most-cpgs-fall-short/607449/>, Erişim Tarihi: 8 Kasım, 2021.

CC-GreatBritain (n.d.). All bottles 500ml or less in Great Britain are now made from 100% recycled plastic. Available from: <https://www.coca-cola.co.uk/sustainability/packaging-and-recycling/we-re-making-all-on-the-go-bottles-in-great-britain-from-100-re>, Erişim Tarihi: 8 Kasım, 2021.

CCI (n.d.). Sustainability: Building a responsible and sustainable business. Available from: <https://www.cci.com.tr/en/sustainability>, Erişim Tarihi: 8 Kasım, 2021.

Clark W.C., van Kerkhoff L., Lebel L., Gallopin G.C. (2016), Crafting usable knowledge for sustainable development, “Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America, 113 (17), pp. 4570-4578.

CocaCola (n.d.). Coca-Cola İçecek'in Sürdürülebilirlik Yaklaşımı, Available from: https://www.suvecevre.com/yayin/571/coca-cola-icecek-in-surdurulebilirlik-yaklasimi_16897.html#.Ya38r9BByUk, Erişim Tarihi: 8 Kasım, 2021.

CocaCola-EP-Australia (n.d.). Sustainable Water Management. Available from: <https://www.ccamatil.com/au/Sustainability/Sustainable-Water-Management>, Erişim Tarihi: 8 Kasım, 2021.

CocaCola-EuropacificPartners (n.d.). Sustainability in Australia. Available from: <https://www.ccamatil.com/au/Sustainability/Sustainability-in-Australia>, Erişim Tarihi: 8 Kasım, 2021.

CocaCola-Journey (n.d.). Coca-Cola's Approach to Sustainable Packaging. Available from: <https://www.coca-colaindia.com/stories/sustainability/packaging-recycling/our-approach-to-sustainable-packaging>, Erişim Tarihi: 8 Kasım, 2021.

CocaCola-SS (n.d.). Coca-Cola Sustainability Strategy. Available from: <https://phdessay.com/coca-cola-sustainability-strategy/>, Erişim Tarihi: 8 Kasım, 2021.

- CocaCola-UK (n.d.). Sustainability. Available from; <https://www.coca-cola.co.uk/sustainability>, Erişim Tarihi: 8 Kasım, 2021.
- Echelon (n.d.). Coca-Cola is Making Sustainability a Priority. Available from: <https://www.echelon.lk/coca-cola-is-making-sustainability-a-priority/>, Erişim Tarihi: 8 Kasım, 2021.
- Evans, M. (2020). What Is Environmental Sustainability? Definition & Examples of Environmental Sustainability Sustainable energy, Available from: <https://www.thebalancesmb.com/what-is-sustainability-3157876>, Erişim Tarihi: 8 Aralık, 2021.
- Gladwin, T.N., Kennelly, J.J. and Krause, T.S. (1995). Shifting Paradigms For Sustainable Development: Implications For Management Theory and Research, *Academy of Management Review*, 3(3), pp. 874-907.
- Hithcock, D.E. and Willard, M.L., (2009). *The Business Guide to Sustainability, Practical Strategies and Tools for Organisations*, Second Edition.
- Hoverstadt, P. and Bowling, D. (2005). Organizational Viability as a Factor in Sustainable Development of Technology. *International Journal of Technology Management and Sustainable Development*, 4(2), pp. 131-146.
- Kolk A. (2016). The social responsibility of international business: From ethics and the environment to CSR and sustainable development, *Journal of World Business*, 51(1), pp. 23-34.
- Oelze N., Hoejmose S.U., Habisch A., and Millington A. (2016). Sustainable development in supply chain management: The role of organizational learning for policy implementation. *Business Strategy and the Environment*”, 25(4), pp. 241-260.
- Osbert-Pociecha G. (2011). Ewolucja paradygmatow zarzadzania a zarzadzanie zmianami. Przełomy w zarzadzaniu. Kontekst strategiczny, eds. Z. Dworzecki, B. Nogalski, Tnoik Dom Organizatora, Torun.
- Skoda, E. (2018). Coca-Cola’s Sustainable Packaging Strategy – One Year On. Available from: <https://packagingeurope.com/coca-colas-sustainable-packaging-strategy-one-year-on/>, Erişim Tarihi: 8 Kasım, 2021.
- Strezov V., Evans A., and Evans T.J. (2017). Assessment of the economic, social and environmental dimensions of the indicators for sustainable development, *Sustainable Development*.
- Sürdürülebilirlik (n.d.). Sürdürülebilirlik nedir?. Available from: <http://www.bilgiustam.com/surdurulebilirlik-nedir>, Erişim Tarihi: 8 Kasım, 2021.
- Sykes, T. (2018). Inside Coca-Cola’s Sustainability Strategy. Available from: <https://packagingeurope.com/inside-coca-cola-sustainability-action-plan-europe/>, Erişim Tarihi: 8 Kasım, 2021.
- UN-Sustainability (n.d.). Sustainability. United Nations Environment Programme, Available from: <https://www.un.org/youthenvoy/2013/08/unep-united-nations-environment-programme/>, Erişim Tarihi: 27 Haziran, 2020.
- The-CocaCola (n.d.). Coca-Cola Unveils 2030 Water Strategy. Available from: <https://www.coca-colacompany.com/news/2030-water-security-strategy>, Erişim Tarihi: 8 Kasım, 2021.
- Turan, M. (2020). Coca-Cola İçecek’ten daha sürdürülebilir bir gelecek için 71 yeni proje, Available from: <https://www.aa.com.tr/tr/sirkethaberleri/hizmet/coca-cola-icecek-ten-daha-surdurulebilir-bir-gelecek-icin-71-yeni-proje/658415>, Erişim Tarihi: 8 Kasım, 2021.
- Williams, D. (2019). Coca-Cola packaging sustainability: reviewing the 20-year pledge. Available from: <https://www.packaging-gateway.com/features/coca-cola-packaging-sustainability/>, Erişim Tarihi: 8 Kasım, 2021.
- World-CC (n.d.). World of Coca-Cola; Environmental Commitment. Available from: <https://www.worldofcoca-cola.com/about-us/environmental-commitment/>, Erişim Tarihi: 8 Kasım, 2021.