

Şirketler, çalışanına bir amaç için emek verdiklerini hissettirmeli

“Sürdürülebilirlik Taypa Tekstil için bir şirket politikasından ziyade, var olma nedeni” diyen Taypa Tekstil Genel Müdürü Burak Karaarslan, “Günümüz dünyasında şirketlerin en önemli görevlerinden biri, çalışanlarının şirketleriyle gurur duymasını sağlamak. Onların sadece bir ticari kurum için değil aslında bir ‘amaç’, bir vizyon için emek sarf ettiklerini hissettirebilmek” yorumlarını yapıyor.

YAKIN PLAN DİDEM ERYAR ÜNLÜ

didem.eryar@dunya.com



Taypa'nın hikâyesi 1977 yılında, şirketin kurucusu Mesut Toprak'ın kumaş ticareti yapmasıyla başlıyor. Bugün tekstil ve hazır giyim sektöründeki girişimleri ile 3 farklı kıtada faaliyet gösteren Taypa, dünyanın önde gelen markaları için denim ve non-denim üretim gerçekleştiriyor; 50'nin üzerinde ülkeye ihracat yapıyor ve Türkiye'nin İSO 500 Büyük Sanayi Kuruluşları arasında yer alıyor.

Bu başarının ardında yatan en önemli unsurlardan biri ise, Taypa Tekstil Genel Müdürü Burak Karaarslan'ın dediği gibi, sürdürülebilirliğin “bir şirket politikasından ziyade, var olma nedeni” olarak benimsenmiş olması.

“Var olduğumuz ilk günden beri, bizim için önemli olan insana değer katmak oldu. Yegâne amacı ‘büyümek’ olmayan, her zaman daha ‘iyi’ye dönüşmenin yollarını arayan bir kurum kültürünü, şirketin tüm DNA'sına işlemeyi kendimize en büyük hedef olarak koyduk” yorumlarını yapan Burak Karaarslan'a göre, bugün şirketler için en önemli meydan okumalardan biri, kurum bünyesinde gerçekleşen sürdürülebilirlik politikalarının etki gücünü yükseltecek; onların toplum üzerindeki etkisini katlayacak bir paydaş katılımını devreye sokabilmek.

Damla yıkama ile 1 denim pantolonu 1 bardak suyla yıkıyor

“Günümüz dünyasında artık şirketlerin en önemli görevlerinden biri, çalışanlarının şirketleriyle gurur duymasını sağlamak. Onların sadece bir ticari kurum için değil aslında bir ‘amaç’, bir vizyon için emek sarf ettiğini; bu emeğin farklı vesilelerle dünyayı daha yaşanabilir hale getirdiğini onlara hissettirebilmek. Bugün sadece iş yapış şekillerinin değil aynı zamanda bütün değer yargılarının de-



“Jean Fikirler”

“Çalışanlarımızdan ‘tasarruf’ yaratacak projeler geliştirmelerini beklediğimiz ‘Jean Fikirler’ adlı bir yarışma düzenliyoruz. Diğer yandan 1 Ağustos 2018’de denk gelen Dünya Limit Aşım Günü’ne çalışanlarımızla birlikte dikkat çektik. Kurum içinde hayata geçirdiğimiz tüm çalışmalarımızda özellikle çalışanlarımızı işin içine çekerek motivasyonlarını yüksek tutmayı son derece önemsiyoruz. İşin bir diğer tarafı da tabii iş ortaklarımız ve tedarikçilerimiz. Biz tüm üretim süreçlerimizde onları da işin içine dahil ediyoruz. Örneğin son dönemde, dünyada tekstil sektörüne dönük sürdürülebilirlik çözümleriyle tanınan Lenzing iş birliği ile geliştirdiğimiz, tamamı geri dönüştürülmüş malzemelerden oluşturulan ve ‘zero wash’ yöntemiyle yani çok az su kullanarak, ‘Ecollicon’ adlı yeni bir koleksiyon hazırladık.”

2019 Taypa LED Yılı

“Birleşmiş Milletler Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri başlığı altında 17 farklı kategori belirledi. Biz de TAYPA Tekstil olarak bu hedeflere kendi üretim süreçlerimizde gerçekleştirdiğimiz iyileştirmelerde elimizden gelen katkıyı sunuyoruz. Enerji, su, kimyasal ve insan; bu süreçteki dört ana odak noktamız. Bugün tesislerimizde kullandığımız elektriğimizin yarısını yenilenebilir enerji üreten kaynaklardan tedarik ediyoruz. 2019’u TAYPA’da ‘LED’ yılı ilan ettik ve LED Aydınlatma Dönüşüm Projesi ile Türkiye’de toplam büyüklüğü 75 bin metrekareyi bulan tüm kapalı alanlarımızdaki aydınlatmalarımızı Led’e dönüştürüyoruz. Bunlarla birlikte, parça üretimimiz artarken,

ğiştiği bir süreçten geçiyoruz. Şirketler için zenginleşmenin, başarının anlamı değişti. Bugün dünyada tek önemli olan; şirketin finansal performansının ne kadar iyi olduğu değil, aynı zamanda topluma ne kadar fay-

kabilmenin yolu da üretim kabiliyetlerinin yanına inovasyon ve tasarım alanında güçlü bir vizyon koymaktan; çevreye ve insana maksimum fayda sağlayacak teknolojik gelişmeleri üretim süreçlerine entegre etmekten geçiyor” diyor Karaarslan.

Üretim süreçlerine entegre ettikleri yeni teknolojilerle, bir yandan birim parça başına verimlilik artışı sağladıklarını, diğer yandan su ve kimyasal tüketiminde önemli bir tasarruf gerçekleştirdiklerini ifade ederken, şu örnekleri veriyor:

“Ergene Yıkama Tesismizde bulunan Damla ile Yıkama Teknolojisi sayesinde, bir parça ürünümüzü sadece 1 bardak su ile yıkamayı başarabiliyoruz. Aynı şekilde üretim süreçlerinde kullandığımız makinelerimizi teknolojideki gelişime paralel olarak sürekli yeniliyoruz. 2018’de yeni nesil yıkama makinesi oranımızı toplamda yüzde 80’e çıkardık. Bu sayede de taş ve kimyasal kullanımımızı yüzde 40 oranında azalttık. Diğer yandan, ozon ve lazer teknolojisi kullanarak hayata geçirdiğimiz sürdürülebilir yıkama yöntemi ile yıkamaya gerek kalmadan benzer efektleri ozon ile elde etmemiz sonucunda; su kullanımını yüzde 65, kimyasal kullanımını yüzde 80, enerji kullanımını ise yüzde 20 azalttık.”

Teknolojinin sonu yok

“Teknolojinin gerçekten sonu yok. Her gün yeni metotlarla karşılaşıyoruz” diyen Karaarslan, teknolojik gelişmelerin getirdiği zorlukları bertaraf etmek açısından, teknoloji ve inovasyonu kurum kültürüne entegre etmenin ve bu sürecin tedarikçiler tarafından da sahiplenilmesini sağlamanın çok önemli olduğuna dikkat çekiyor. Şöyle diyor Karaarslan: “Tüm tesislerimizi akıllı fabrikalara dönüştürecek teknolojik yatırımlara başladık. Endüstri 4.0’ın bu uzun yolculuğunda çalışanlarımızın ihtiyaç duyduğu teknik bilgilere daha hızlı ulaşacağı, bireysel yetenek yönetiminin daha iyi analiz edilebileceği, karar alma mekanizmalarında yardımcı olabilecek teknolojilere öncelik verdik. Gelişen dünyada etkiye tepki sürelerimizi tüm çalışanlarımız ile birlikte düşürecekimize inancımız tam.”

parça başına su tüketimimizi yüzde 32; yıkanan adet başına kimyasal tüketimimizi ise yüzde 20 aşağı çektik. 2017’de yüzde 80 olan çevre dostu kimyasal oranımız, geçen yıl yüzde 90’a çıkarılırken, hedefimiz yüzde 100’e ulaşmak. 2018 yılında, 197 ton kağıt atık, 64 ton plastik atık ve 1.2 ton tekstil atığının geri dönüşümünü sağladık.”

da sağladığıdır” diyor Karaarslan.

Şirketin öncelikli konularından biri de inovasyon. “Tekstil sektörü dünyada rekabetin en çetin olduğu alanların başında geliyor. Bu yoğun rekabet ortamında fark yaratabilmenin, öne çı-