

BüyümeME Stratejisi

İş dünyasında alışılmadık uygulamalar arayanlar için ilk durak "Patagonia". Kaliforniya bazlı Patagonia 1970'lerden bu yana doğa sporlarına yönelik giysiler ve aksesuarlar üretiyor. İşini öyle iyi yapıyor, sunduğu ürünler öylesine arzu ediliyor ki şirketin takma adı "PataGUCCI". İnovasyon ve kalite ile özdeşleşen bu şirkette genel müdür çalışanları sörfeye gitmeleri için cesaretlendiriyor. Kadınlar toplam iş gücünün %55'ini oluşturuyor. Bebek sahibi olan babalara iki ay ücretli izin veriliyor. Çalışanların küçük çocukları için ofiste pedagoğ kontrolünde işleyen bir kreş dahi var. İşten ayrılma oranı sadece %3.

Çalışan memnuniyetinde insanî uygulamalara bağlı olduğu kesin. Fakat bu uygulamaların ötesinde, şirketin sürdürülebilir gelişim alanındaki radikal liderliği herkes için müthiş bir gurur kaynağı. Öncelikle; "işin temel amacı maksimum kârdır" varsayımı burada geçersiz. Bilinçli olarak mümkün olandan daha az kâr hedefliyor. Şirket kâr maksimizasyonunun kısıncından kurtulduğu için "mantıksız" görünen kararlar alma özgürlüğüne sahip. Örneğin; 1998 yılında enerjisinin tümünü sürdürülebilir enerji tesislerinden satın alma kararını verebilmek... Son 10 yıl içinde enerji kullanımını %35 azaltacak üretim iyileştirmelerini gerçekleştirmek... Portekiz'deki tedarikçi atölyelerin toksik tekstil boyasından doğal boyaya geçmek için ihtiyaç duyduğu yatırım bütçesini hibe etmek... Hatta, vergi öncesi karın %10'unu çevre programlarına bağışlamak!

"Mantıksız" kararların en büyüğü ise oldukça yeni: Patagonia Eylül 2011'de başlattığı "Common Threads" programı ile tüketicileri ürünlerini satın ALMAMAYA davet ediyor. Şirketin radikal kurucusu Yvon Chouinard mantıksız kararın arkasındaki mantığı şöyle açıklıyor: "Ne kadar çaba gösterirsek gösterelim çevreye zarar veriyoruz. Tamamen masum üretim tesislerine ve dağıtım ağlarına sahip olmak şimdilik mümkün değil. Büyümek demek zararı da büyütme demek. Gezegeni daha hızlı tüketmek demek. Biz büyümek istemiyoruz. Biz insanların gerçekten ihtiyaç duymaları halinde ürünlerimizi satın almalarını istiyoruz. Büyümek için ayıracağımız bütçeyi işimizi daha iyi yapmak ve çevreye verdiğimiz zararı azaltmak için kullanıyoruz. İşte bu taraftaki hedeflerimiz çok ama çok agresif!" Common Threads programı ile ilk kez bir perakendede varlığı olan bir marka tüketicilerini eBay'e, ellerindeki ürünleri Patagonia'ya geri satmaya yönlendiriyor. Böylece Patagonia ürünlerinin satış-sonrası sorumluluğunu tam olarak üstlenmiş oluyor.

Yakın bir gelecekte, insanoğlunun yarattığı en büyük fantazi sona erecek: Doğal kaynakların sınırsızlığı fantazisi. Yakın bir gelecekte, bugün içinde iş yaptığımız ve sıkıca tutduğumuz düzen artık var olmayacağı için bu düzeni yaratan varsayımlar da geçersiz olacak – Sonsuz büyüme stratejileri dahil. Bu gelecekte işin neye benzeyeceğini hayal etmek için IB102 no'lu odada öğrendiğiniz tüm varsayımları tepe taklak edin. Patagonia şimdiden bunu yapıyor.

