

Razvojna partnerja



Vsebinski partner



Medijski partner



Uradni medijski partner ISTMA World



» Trajnostni razvoj kot prioriteta

Trajnostno naravnan razvoj poslovanja ni le modna muha, je namreč odličen poslovni model.

O trajnostnem razvoju se navadno govori v časih kriz – gospodarskih, finančnih, okoljskih. Zdaj jim lahko dodamo še zdravstveno krizo. Krize in obdobja stiske pa so lahko tudi zelo dobrodošli za posel, pa ne le za t. i. »vojne dobičkarje«, temveč za vse, ki pridejo do spoznanja, da obstoječi poslovni modeli in rešitve vendarle niso optimalni in bi jih bilo treba spremeniti.

Industrializacija, ki smo ji priča že stoletja, izstavlja račune v obliki onesnaževanja okolja. Prav tega istega okolja, iz katerega pridobivamo hrano in katerega zrak dihamo. Udobje in poslovne uspehe torej plačujemo z zdravstvenimi težavami, na dolgi rok zastrupljamo in ubijamo sami sebe.

To se vsekakor mora spremeniti. Kako? Predvsem tako, da bomo postavili poslovne modele in procese, ki bodo precej bolj trajnostno naravnani. Od laikov pogosto slišim, da je prijaznost do okolja lari-fari, saj da podjetja in podjetniki to počno samo za to, da k nakupu privabijo milenijce in tistih nekaj okoljsko zavednih posameznikov z družbenih omrežij – ker so ti pač glasni in vplivni. Pa to sploh ne drži.

Analitske hiše, ki področje trajnostnega razvoja posameznih panog gospodarstva spremljajo že več kot desetletje – preberite si študije podjetij Accenture, Gartner in/ali McKinsey –, nazorno izpostavljajo očitne povezave med trajnostno naravnanim poslovanjem in poslovnimi rezultati.

Najbolj uspešna podjetja na svetu so v samem vrhu tudi takrat, ko je govora o trajnostno naravnanim poslovanju (in obratno). Okoljsko zavedna podjetja lažje pritegnejo investitorje ali pa pridobijo subvencije.

Opazil sem še nekaj, kar morebiti ni očitno na prvi pogled: pomemben dejavnik gospodarske uspešnosti je učinkovita raba virov. Če/ko se podjetja ukvarjajo z izčrpavanjem virov, vplivi na okolje in pridobivanjem materialov, iščejo nove in izboljšane načine za to, kar pač počnejo. Posledica prizadevanj za prehod v niz-koogljični svet, ki nastaja, je torej znatno izboljšana operativna učinkovitost podjetij. To pa je kazalnik, ki postavlja temelje za konkurenčno prednost in zdravo poslovanje.

Poglejmo si povsem svež primer iz domačih logov. Cementarna v Anhovem je ob svoji stoti obletnici objavila, da že uresničuje načrt, po katerem bo postala prva brezogljična cementarna v Sloveniji in širši regiji, zelo verjetno sploh ena prvih na svetu. In če lahko cementarna, ki je skozi zgodovino utrpela številne kritike glede svoje neprijaznosti do okolja, svoje poslovanje prilagodi in poredi trajnostnemu razvoju, potem vsem drugim zmanjka izgovorov, zakaj tega ne bi storili.

Samo pomislite, kakšna konkurenčna prednost je to, da v že pregovorno umazani industriji ponujate zelene izdelke? Ne le, da bi prepričljivo zmagovali na razpisih, s podporo javnosti (beri: potrošnikov) bi bilo to še toliko lažje.

Mar boste še naprej ignorirali trajnostni razvoj?

Darko Švetak, urednik