

Podravka - Darko Marinac, predsjednik uprave

izjava koja je objavljena u prigodnom broju Privrednog vjesnika, posvećenom održivom razvoju

listopad 2003.

ODRŽIVI RAZVOJ U HRVATSKOJ S OSVRTOM NA PODRAVKU

Hrvatska kao zemlja u tranziciji i vjerojatno u II skupini kandidata za EU ima jaku potrebu za stvaranjem jasne strategije razvoja. Načela održivog razvoja moraju biti temelj takove orijentacije jer samo to otvara vrata europeizacije života i gospodarstva na ovim prostorima. Određeni broj gospodarstvenih subjekata prepoznao je prednosti takove orijentacije tako da je prije pet godina takovo promišljanje i institucionalizirano o obliku HRPSOR-a. To su uglavnom ponajbolje hrvatske tvrtke čvrsto povezane sa stranim partnerima orijentirane na strana tržišta.

Osim deklarativne podrške, nažalost nije učinjen nijedan ozbiljan korak u stvaranju odgovarajućih uvjeta za održivi razvoj. Pri tome se u osnovi misli na stvaranje poticajnih makroekonomskih uvjeta za ravnopravno nadmetanje na međunarodnom tržištu, poticanje poduzetničke klime uz jačanje društvene odgovornosti poduzetnika, stvaranje uvjeta za očuvanje prirodnih resursa i primjenu principa ekodjelotvornosti, jačanje baznih resursa u obrazovanju i znanosti te čitav niz drugih uvjeta koje stvaraju pozitivan vrijednosni sustav u društvu.

U takovom ozračju dijalog izvršne vlasti, HRPSOR-a te svih ostalih relevantnih faktora u društvu nužan je uvjet stvaranja preduvjeta za implementaciju principa održivog razvoja u ukupnom napretku društva i gospodarstva.

Podravka kao članica HRPSOR-a kao i WBCSD prepoznala je nužnost održivog razvoja te su u svim razvojnim planovima principi održivog razvoja temelj djelovanja. Tako se ti principi mogu prepoznati kroz osnovne značajke održivog razvoja:

- tržište
- odgovarajući uvjeti
- ekodjelotvornost
- društvena odgovornost poslovnog svijeta
- prihvaćanje promjena
- dijalog i partnerstvo
- informiranje potrošača
- inovacije
- odraz vrijednosti zemlje

Održivi razvoj predstavlja takove oblike razvoja koji zadovoljavaju potrebe sadašnjice ne stavljajući na kocku mogućnosti budućih generacija da udovolje svojim potrebama. Cjelokupan održivi razvoj možemo razmatrati s različitih gledišta: moralnih etičkih, religioznih i onih povezanih s okolišem. Uvjereni smo da provedbom održivog razvoja naše tvrtke mogu postati konkurentnije, otpornije na potrese okrenute svijetu koji se brzo mijenja, uz lakše zadržavanje kupaca i najboljih zaposlenika te stvoriti bolje odnose s bankama, osiguravajućim društvima i financijskim tržištima.

Tržišta stvaraju ljudi na osnovi ljudskih vrijednosti, zakona i normi. Zbog toga moramo ih graditi, a uvijek ih možemo i moramo poboljšavati. Nisku stopu siromaštva u nekoj zemlji ne treba pripisivati njenim programima socijalne skrbi već uglavnom tome što su uspostavljeni uvjeti koji potiču poduzetništvo. Na taj način omogućuje se ljudima da na osnovi svog rada zadovoljavaju sve svoje potrebe. Ako preko tržišta ne uspiju zadovoljiti osnovne potrebe, ljudi će biti prisiljeni uništavati prirodni kapital kako bi se održali.

Važan detalj je da loše uređena tržišta ne mogu poticati održivi napredak. Ako će nas osnovni uvjeti okruženja krivo usmjeravati i društvo će se kretati krivim putem sve dok ga snažni zahtjevi ne prisile na promjene. I zbog toga je potreban dijalog kako bi se na vrijeme izradio potrební okvir za učinkovit održivi razvoj a onda i opći razvoj društva kao i zadovoljenje potreba ljudi. Tako je svjetska komisija za okoliš i razvoj navela sljedeće preduvjete za održivi razvoj: dostupnost informacija, sudjelovanje u odlučivanju te neovisno sudstvo. Države koje ma i jednim svojem građaninu ili udruzi uskraćuju pravo pristupa bilo na osnovi spola, rase, etničke ili kulturne pripadnosti ne mogu se učinkovito natjecati na međunarodnom tržištu. U Podravki nemamo namjeru čekati savršene uvjete kako bi počeli provoditi održivi razvoj, već namjeravamo u skladu s našom misijom i vizijom surađivati s vlastima i organizacijama civilnog društva na promoviranju ekodjelotvornosti, promjena i društvene odgovornosti poslovnog svijeta na putu prema održivom razvoju.

Ekodjelotvornost je strategija upravljanja koja stvara veću vrijednost uz manji nepovoljan utjecaj razdvajajući robu i usluge od korištenja prirodnih dobara. Ekodjelotvornost ima za glavni cilj kvalitativan a ne kvantitativan ekonomski rast koji stvara više usluga, funkcija i vrijednosti. To je

strategija koja kombinira djelovanje na okoliš i ekonomski učinak. Ekodjelotvornost može otvoriti značajne poslovne mogućnosti, a kao alat za očuvanje energije i drugih resursa može pomoći u smanjivanju klimatskih promjena.

Društvena odgovornost poslovnog svijeta temeljni je koncept koji treba stalno redefinirati da bi odgovarao potrebama i vremenima koja se stalno mijenjaju. Tako se društvena odgovornost proizvođača hrane razlikuje od odgovornosti kompanije koja se bavi npr. prevozom. Zbog toga bi društveno odgovorne kompanije trebale integrirati društvenu skrb u svoju poslovnu strategiju.

Gospodarski subjekti koji imaju dugoročnu viziju napretka moraju povezati tri bitna učinka – financijski učinak, društveni učinak i djelovanje na okoliš - u jednu cjelinu. Takav pristup isključuje «ili-ili» pristup jer uspjeh uključuje i društvenu zajednicu i sve zainteresirane. Danas se postavljaju tri ključna pitanja prilikom upravljanja bilo kojom poslovnom transformacijom: svrha i rezultat (zašto i što), načela i procesi (kako), vodstvo (tko). Harmonizacijom ova tri pitanja postiže se uspjeh ili neuspjeh. Zbog toga je nužno da vizija bude jedinstvena od proizvodne linije do uprave. Vodeći brigu o široj društvenoj zajednici i vrijednostima okoliša istodobno treba biti usredotočen na ekonomske i tržišne realnosti današnjice.

Ono čime ne možemo upravljati, upravljati ćemo u suradnji s drugima. To je suština vrlo stare ideje o zajednici. Kako kompanija djeluje unutar nekog društva tako su za nju zainteresirani svi zaposlenici, dioničari, lokalne zajednice, nevladine organizacije, potrošači, partneri, dobavljači, vlada te društvo u cjelini. Podravkina iskustva su uz sva nastojanja raznolika jer za dobar dijalog i partnerstvo potrebno je da sve strane daju svoj puni doprinos.

Izgradnja sustava informiranja javnosti a naročito potrošača od izuzetnog je značaja jer se na taj način može prikazati utjecaj kompanije i njezinih proizvoda i usluga u zadovoljenju potreba šire zajednice kao i utjecaj na okoliš. Informiran i odgovoran potrošač će svojim izborom poduprijeti postizanje održivosti na tržištu povećanjem tržišnog udjela kompanije koja je pobornik održivog razvoja. U domeni odnosa s javnošću osobito s potrošačima Podravka ima bogato iskustvo koje izgrađivano desetljećima ali koje također mora biti podložno stalnim inovacijama i obogaćivano sadržajem.

Inovacije osnova su na kojoj počiva budućnost svake kompanije. Inovacije omogućuju značajniji napredak u tehnologijama nego povećano iskorištavanje prirodnih resursa. Održiva rješenja ne uključuju samo tehničke inovacije već i ekonomske, društvene i institucionalne. Da bi se inovativnost usmjerila prema ekodjelotvornosti potrebni su odgovarajući uvjeti u okruženju. U Podravki značajno mjesto zauzima stvaranja preduvjeta za inovacije ali opće društveni uvjeti ne idu prema povećanoj inovativnosti već prema sve većem uvozu tuđih ideja. Presudni test za određivanje uspjeha inovacije na tržištu mora biti odgovor na pitanje: Poboljšava li inovacija ukupnu kvalitetu života?

Zaštiti okoliša u Podravki se posvećuje posebna poroznost tako da je danas Podravka u mnogim rješenjima ispred Hrvatske legislative. Za poboljšanje varolizacije okoliša trebalo bi koristiti prvenstveno tržišne alate i biti će djelotvorni ako se ispravno strukturiraju. Velike količine otpada i visoke razine emisija znak su loših i zastarjelih tehnologija niske djelotvornosti i lošeg upravljanja prirodnim resursima. Vlade koje ne uspostave djelotvorne režime upravljanja okolišem kojima će potaknuti razvoj suvremenije, ekodjelotvornije i konkurentnije tehnologije smanjuju nacionalnu kompetitivnost.

Jedan od važnijih postulata poslovne uspješnosti govori da u društvima koja slabe, ni poslovi ne mogu uspijevati.