

Priredila:  
Gordana BARIĆ



# Poslovni rezultati usklađeni s okolišem

## Uvod

Pitanje održivoga razvoja koji što manje šteti okolišu postalo je donošenjem *Agende 21* 1992. u Rio de Janeiru globalna obveza.<sup>1</sup> Uz održivi razvoj vezuje se i pojam *čiste proizvodnje*. Međutim, tvorcima navedenih ideja kao da su izgubili sponu sa stvarnošću. Trebalo je proći stanovito vrijeme a da se održivi razvoj i čistija proizvodnja nađu sjedinjeni u osnovni sustav stvaranja vrijednosti u poduzeću.<sup>2</sup>

Posljednja globalno bitna novina na području upravljanja za *čistiju proizvodnju* i za *okoliš održivo poslovanje* bilo je uvođenje normi sustava upravljanja okolišem prije desetak godina.<sup>2</sup> Posljedica je bila objava normi sustava ISO: ISO 9001/2000 i ISO 14001/1996<sup>3</sup>. U isto su vrijeme mnogi menadžeri i političari pričali o društvenoj odgovornosti poduzeća. Pritom nije odgovoreno na pitanje kako društvena odgovornost poduzeća doprinosi njegovoj tržišnoj vrijednosti i profitabilnosti te uvjeriti čelne ljude tvrtki da se ne radi samo o pukoj priči.<sup>2</sup>

Dioničari i menadžeri prihvatit će promjene u poslovanju usmjerene ka održivome razvoju ukoliko one u konačnici donose dobit i omogućuju rast kompanija. Pretjerani naglasak na etici i moralu kada se govori o promjeni poslovnih aktivnosti, potpuni je gubitak vremena.<sup>4</sup>

## SBS-sustav

Kako uskladiti poslovne rezultate s okolišem? Kako da uspjeh tvrtke bude rezultat održivoga razvoja? Kako ostvarivati dobit a istodobno poštivati etičke norme? Kako ugraditi društvenu odgovornost i očuvanje okoliša u strategiju poduzeća?<sup>5</sup> To su samo neka pitanja na koja pokušava odgovoriti model upravljanja poslovnim rezultatima usklađenima s okolišem (e. *Sustainable Balanced Scorecard*, SBS). Ugrađujući sustav upravljanja za održivi razvoj te socijalnu odgovornost poduzeća oblikovanjem odgovarajuće strategije u sustav stvaranja vrijednosti u poduzeću, SBS istodobno vodi računa o financijskim sredstvima, organizaciji, kupcima i dioničarima, te razvoju poduzeća.<sup>2</sup>

## Održivi razvoj

Održivi razvoj postaje ugrađen u misiju poduzeća, a o njemu treba voditi računa i pri definiranju kratkoročnih i dugoročnih ciljeva poduzeća.<sup>5</sup>

Za plastičarsku je i gumarsku industriju uvođenje sustava SBS-a vrlo zanimljivo iz razloga što su plastičarske i gumarske tvrtke nerijetko na udaru ekologista. Naime, SBS-sustav vodi računa o ekonomskoj, društvenoj i ekološkoj održivosti poduzeća<sup>5</sup>, odnosno o održivome razvoju. Održivi razvoj znači postojanje privrednoga sustava koji vodi k blagostanju uz istodobno očuvanje prirodnih bogatstava našega planeta.

Ekonomska održivost znači kako poduzeće mora, vodeći računa o okolišu i pokazujući socijalnu odgovornost, voditi računa i o vlastitom poslovanju. A to znači kako sve mjere koje poduzeće poduzima moraju imati pozitivan učinak na poslovne rezultate, makar i u dalekoj budućnosti. Cilj je ostvariti ekološku i društvenu učinkovitost poduzetih mjera.

Kroz društvenu održivost poduzeće nastoji svojim aktivnostima služiti čovječanstvu, ali tako da čini nešto za društvo bez izravnih vidljivih koristi za poduzeće. Okoliš je izvor ljudskoga bogatstva i zdravlja, stoga zaštita okoliša znači istodobno i zaštitu ljudskoga roda.

Ekološka održivost poduzeća znači, pojednostavljeno, učiniti nešto za okoliš promjenom aktivnosti poduzeća. Npr., napuštanje pojedinih djelatnosti koje imaju veliki utjecaj na okoliš, npr. ubijanje divljih životinja zbog krzna, rušenje rijetkoga drveća i sl., odnosno prestanak proizvodnje ma koliko proizvodi bili tržišno uspješni, ukoliko proizvodnja ili proizvod izravno nepovoljno utječu na okoliš ili Prirodu odnosno na zdravlje i sigurnost čovjeka.

Čini se kako ulagači posebno ne cijene tvrtke koje su prihvatile održivi razvoj i društvenu odgovornost kao svoju budućnost. Naime, njihove dionice nisu zabilježile neki značajniji rast. Stoga se, za sada, zaobilaženje društveno i ekološki odgovornih programa posebno ne kažnjava. Možda će budućnost biti drugačija.<sup>4</sup>

## Razvoj odgovornosti za održivi razvoj – primjer DuPonta<sup>4</sup>

Svjetski poznata tvrtka DuPont razvojem je odgovornosti za održivi razvoj kroz SBS-sustav od *imagea* naftno-kemijske tvrtke, čiji su pogoni doprinosili onečišćenju pa i zagađenju okoliša, postao tvrtka prijateljska okolišu. Održivi je razvoj postao nova DuPontova misija.

Prije desetak godina DuPont je započeo s aktivnostima smanjenja otpada, štetnih emisija te potrošnje energije. Cilj je bio zauzeti onečišćenja ili zagađenja uz istodobno sniženje troškova. Nedavno je DuPont ušao u nepoznato područje: proizvodnja zasnovanih na potrošnji obnovljivih izvora. Prodajom svojih naftnih preradbenih pogona te kupnjom tvrtke Pioneer Hi-Bred International ušao je na velika vrata u biotehnički sektor. Pioneer Hi-Bred International jedna je od najjačih tvrtki za razvoj i proizvodnju sjemena žitarica namijenjenih za proizvodnju hrane za ljude i stoku, ali i za proizvodnju polimernih materijala namijenjenih pravljenju masovnih proizvoda.

U ovom je slučaju doista na djelu sjedinjavanje ekonomskih, ekoloških i društvenih ciljeva koji je od kompanije za proizvodnju puščanoga praha osnovane 1802. prerastao u proizvođača biorazgradljivih polimera na bazi soje od kojih se izrađuje cijeli niz proizvoda. Tu su vlakna na bazi škroba (*Solrona*) koja su zamijenila poliamid, poliester i Lycru. Veliki su napor uloženi u razvoj proizvoda nazvanog *Tyvek*. Radi se o izolacijskom materijalu koji šteti više energije no što je potrebno za njegovu proizvodnju. Razvijena je i boja za automobile *Super Solids* koja ne otpušta otrovna otapala i *Solaek* sojin proteina sadržan u preko 1000 prehrambenih proizvoda.

Međutim, od kada je održivi razvoj postao sastavni dio strategije DuPonta (od 1998) vrijednost je kompanijskih dionica smanjena za 13 %. Mada poslovanje u dijelu održivoga razvoja u DuPontu bilježi vrlo dobre rezultate oni još ne mogu nadoknaditi gubitke naftnoga i kemijskog sektora. To potvrđuje

već izneseno: biorazgradljiva vlakna, održivi razvoj i zaštita okoliša još uvijek nemaju pravu cijenu na Wall Streetu.

1. N. N.: *Agenda 21*, [www.un.org/esa/sustdev/documents/agenda21/](http://www.un.org/esa/sustdev/documents/agenda21/), Rio de Janeiro, 1992.
2. N. N.: *The Sustainable Balanced Scorecard*, [www.cleanerproduction.com/SBS/scorecar](http://www.cleanerproduction.com/SBS/scorecar), 27. 5. 2003.
3. <http://www.iso.org/iso/en/iso9000-14000/tour/magical.html>, 15. 5. 2003.
4. Gunther M.: *Corporate responsibility: Tree Huggers, Soy Lovers and Profit*, [fortune.com/fortune/print/0,15935,45/024,00.html](http://fortune.com/fortune/print/0,15935,45/024,00.html), 13. 6. 2003.
5. Bieker T., Gminder C. U.: *Towards a Sustainability Balanced Scorecard*, [www.oikos-stiftung.unisg.ch/academy2001/Presentation\\_Bieker\\_Gminder.pdf](http://www.oikos-stiftung.unisg.ch/academy2001/Presentation_Bieker_Gminder.pdf), 27. 5. 2003.

## Poslovanje i marketing

Priredila: Gordana BARIĆ

### Udruženje prerađivača plastike i gume

Na temelju odluke Upravnog odbora Hrvatske gospodarske komore od 9. prosinca 2002. osnovano je Udruženje prerađivača plastike i gume. Osnivačka skupština Udruženja održana je 24. travnja 2003.

Osnivanjem Udruženja prerađivača plastike i gume, Zajednica za plastiku, gumu i pripadajuću opremu prestaje s radom, a njene članice (40 prerađivača i 42 tvrtke iz ostalih djelatnosti) nastaviti će sukladno svojim interesima rad u Udruženju prerađivača plastike i gume.

Prema Statutu HGK-a, čl. 45. "Svaka članica komore članica je jednog matičnog udruženja, a zavisno o svom interesu može sudjelovati i u radu drugih udruženja". Na taj način aktivnosti dosadašnje Zajednice za plastiku, gumu i pripadajuću opremu obuhvatit će sve članice HGK registrirane u području preradbe plastike i gume, kao i one iz drugih djelatnosti koje u njoj nađu svoj interes, čime će se podići značaj i uloga strukovnog udruživanja proizvođača i prerađivača plastike i gume u HGK-u.

Stupanjem na snagu Nacionalne klasifikacije djelatnosti (NKD) 1997. god. sukladno razredbi gospodarskih djelatnosti Europske unije (NACE rev. 1), djelatnost kemijske industrije je odvojena od potpuno različite djelatnosti preradbe plastike i gume te su se time stekli uvjeti za njihovo razdvajanje.

Odluka o osnivanju novoga Udruženja prerađivača plastike i gume potpuno je u skla-

du s organizacijom strukovnih udruženja u europskim zemljama te će tijekom procesa pridruživanja Europskoj uniji omogućiti učlanjenje u krovne europske asocijacije preradbe plastike kao što je, npr., EUPC – Udruženje europskih prerađivača plastike.

Predsjednik Udruženja:  
Vladimir Ferdelji, predsjednik Uprave ELEKTROKONTAKT d.d., 10000 ZAGREB, Radnička cesta bb  
Tel.: 01/24 04 146, Faks.: 01/24 04 847  
e-mail: vladimir.ferdelji@ekz.tel.hr

Dopredsjednici:  
Želimir Feitl  
KAPLAST EKO d.o.o., 47220 VOJNIĆ, Kupljensko bb  
Tel/Faks. 047/88 30 98  
e-mail: feitl@kaplast.ka  
Vesna Žmak  
SIPRO d.d., 52394 UMAG, Ungarija bb  
Tel. 052/74 17 11, Faks. 052/74 18 47  
e-mail: siproinfo@sipro.tel.hr

Sve informacije o Udruženju mogu se dobiti kod poslovne tajnice:  
Gordane Pehneć-Pavlović  
HGK - Sektor za industriju, 10000 ZAGREB, Draškovićeve 45  
Tel.: 01/46 06 765 i 46 06 705.  
e-mail: gpehneć@hgk.hr ili  
industrija@hgk.hr

[www.hgk.hr](http://www.hgk.hr)

### Znatne stope rasta svjetske potrošnje polietilena i polipropilena u 2002.

Usprkos problemima u kojima se nalaze najveće svjetske ekonomije, međunarodne konzultantske kuće izvještavaju kako je potrošnja polietilena i polipropilena narasla s 84 milijuna tona u 2001. (od toga 53 mil. tona PE) na 88 milijuna tona (55 mil. tona PE) u 2002. Pritom je iskoristivost postojećih kapaciteta bila viša od 80 %, a stopa rasta viša od 4,8 %.

Potražnja je brže rasla u prvih šest mjeseci 2002. Rast cijena nafte u drugih šest mjeseci, te rast cijena energije smanjili su dobit proizvođača polimernih materijala. Zemlje Bliskog istoka znatno su povećale svoj tržišni udio zahvaljujući jeftinijoj sirovini i povećanju kapaciteta. Povišenje cijena nafte u prvom kvartalu 2003. ostavilo je traga na cjelokupnoj industriji te se za 2003. predviđaju daleko niže stope rasta.

[www.plastemart.com](http://www.plastemart.com)

### Indijska plastičarska industrija

Uz indijsku plastičarsku industriju vezuju se gotovo nezamislivi brojevi. Očekuje se kako

će se današnja potrošnja plastike od 4,1 kg/stanovnik povećati do 2006. na 8 kg/stanovnik. U 2001. prerađeno je 3,46 milijuna tona, a predviđa se kako će 2006. biti prerađeno 6 milijuna tona. Indija sama proizvede oko 4,7 milijuna tona polimernih materijala godišnje, a predviđa se kako će gradnjom novih kapaciteta proizvodnja rasti po stopi 10-12 % godišnje. Ovi pokazatelji upućuju na kontinuirani rast, a potražnja za plastičnim proizvodima raste velikom brzinom te se radi o jednom od najbrže rastućih tržišta u svijetu.

Indija je zemlja s preko milijardu stanovnika i godišnjom stopom rasta prihoda od 6 %, što je daleko više no što se bilježi u razvijenim zemljama. Radi se o zemlji zanimljivoj za velike međunarodne tvrtke koje u Indiji grade svoje nove pogone. Preradba plastike vezuje se uz rast automobilske industrije, elektroničke industrije i proizvodnju telekomunikacijske opreme, prehrambenu industriju te industriju pakiranja, proizvodnju medicinskih potrepština itd.

Postignuća indijske plastičarske industrije i ponuda stranih zemalja Indiji svake se tri godine prikazuje na sajmu *Plastindia* koji je ove godine okupio preko 2 000 izlagača.

Mada Indija veliki dio plastičnih materijala i proizvoda uvozi, izvoz indijske plastičarske industrije bilježi posljednjih nekoliko godina stope rasta veće od 20 % godišnje, a najviše se izvozi u SAD, Ujedinjene Arapske Emirate, Veliku Britaniju, Njemačku, Singapur, Saudijsku Arabiju, Kinu i Hong Kong.

*Exploring Global Opportunities in Plastics*,  
Plastindia Foundation, 2003

### Promjene u zapadnoeuropskoj industriji kabela

Na industriju kabela u Zapadnoj Europi otpadalo je u 2001. svega 3 % ukupno prerađenih plastomera ili oko 1 milijuna tona. To je smanjenje od oko 10 % u odnosu na pet prethodnih godina.

Ta se količina materijala potroši u oko 300 tvrtki registriranih za proizvodnju kabela u Zapadnoj Europi. Najveća među njima je Nexans (odvojena 2001. od poznatijeg Alcatela). Slijedi Pirelli koji je ujediniio proizvodnju kabela tvrtke BICC u Italiji i Velikoj Britaniji, proizvodnju kabela njemačkog Siemens-a, te proizvodnju kabela tvrtke NKF Holding u Nizozemskoj i Finskoj. Na trećem je mjestu nizozemska Draka (dio NKF Holdinga, Delta PLC, proizvodnja kabela tvrtke ABB u Švedskoj i Nizozemskoj).

Tri najveće kompanije godišnje prerade oko 42 % svih polimernih materijala namijenjenih proizvodnji kabela. Niti jedna druga europska kompanija ne izdvaja se po količini prerađenih materijala i proizvedenih kabela,