**Konkurenčná výhoda prechodu k ekologickým**

Pokiaľ ide o podnikanie, o ekologických a udržateľných povereniach sa už nehovorí. Od sociálnych tlakov až po vládne stimuly, ekologizácia je teraz normou pre väčšinu stredného sveta. Prieskum IRB (International Business Report) ukázal, že udržateľnosť je významnou prioritou. Viac ako 62 % podnikov verí, že udržateľnosť je rovnako dôležitá alebo dokonca dôležitejšia ako finančný úspech. Udržateľnosť je jadrom väčšiny nových modelov malých podnikov, pretože jej hodnoty sú vysoko cenené zainteresovanými stranami, zamestnancami, investormi a zákazníkmi. Takže, aké konkrétne sú konkurenčné výhody, ktoré môže spoločnosť využiť?

Najprv si povedzme o obrázku. Vyrovnanie sa s potenciálnymi ťažkosťami spojenými s presadzovaním sa v odvetví a presadzovaním sa vo svojom odvetví vysiela vašim konkurentom správu, že vaša firma je silná a ste pripravení ísť na čelo a presadiť sa na trhu. V tomto zmysle je konkurenčná výhoda menej pozorovateľná, ale bude absolútne hrať rolu vo vnímaní vašej spoločnosti konkurenciou a vašou zákazníckou základňou. S menej komplikovaným vnútorným fungovaním a podnikateľským srdcom môže malý až stredný podnik vytvoriť konkurenčnú výhodu s možnou rýchlosťou v porovnaní s väčšou a váženejšou spoločnosťou.



Mimo rámca imidžu a vnímania, hovorme o priamočiarejších výhodách. Zlepšenie prevádzkovej efektívnosti znižuje náklady, zlepšuje prístup ku kapitálu a investíciám, priťahuje, motivuje a udržuje zamestnancov a zákazníkov a je v priaznivom oku, pokiaľ ide o banky alebo private equity firmy. Všetky tieto veci sú finančne veľmi jasné. Zníženie množstva materiálov, ktoré vyťažíte a použijete, je samozrejmosťou. Pri testoch „novej zelenej kalkulačky“ od O2 ušetrila spoločnosť s 1 000 zamestnancami priemernú ročnú úsporu 2,6 mil. To nemá odradiť ani MSP, menšie zlepšenia od osvetlenia po systémy vykurovania, vody a odpadového hospodárstva by mohli priniesť značné úspory. Udržateľnosť sa stáva dôležitou aj pri výbere zamestnancov a zákazníkov. Taktiež neustále narastajúci tlak zo strany zákazníckeho sektora. Tým, že to predbehnete, sa postaráte o to, aby ste zostali v správnom svetle a na správnej strane pokroku, keďže spoločnosť od podnikov vyžaduje čoraz väčšiu zodpovednosť, aby sa stali ekologickými a pomáhali v boji proti zmene klímy. Nakoniec, ak dáte udržateľnosť na prvé miesto a do popredia vo svojich operáciách, ukážete, že vaša firma je ochotná podniknúť dôležité kroky v oblastiach riadenia rizík.

Teraz sa dostaneme k obchodnej etike. Ako sme už spomenuli, spoločnosť zohráva obrovskú úlohu v zelenej iniciatíve vo svete podnikania. Ekologický prístup je dobrý pre dobré meno firmy. Podnik, ktorý má povesť, že je ekologický, dokáže prilákať tých správnych zamestnancov. Niektorí ľudia sú ohľaduplní k životnému prostrediu a radšej pracujú v prostredí, ktoré je v súlade s ich osobnými hodnotami. Ekologický prístup bude motivovať aj takýchto zamestnancov a zlepší výkonnosť.

Všetky tieto prinášajú najväčšiu výhodu zo všetkých, čistenie znečistenia. Prechod na zelenú pomáha životnému prostrediu. Zníženie množstva znečistenia, ktoré sa dostáva do pôdy, vody a vzduchu. Alternatívne zdroje energie môžu pomôcť eliminovať priemysel fosílnych palív, čo znamená, že vo vzduchu je veľmi málo znečisťujúcich látok. Šetrenie zdrojov, menej odpadu, ochrana voľne žijúcich živočíchov a menej emisií skleníkových plynov sú dostatočným dôvodom na to, aby sa vaša spoločnosť posunula ekologickejším smerom. Tieto etické rozhodnutia sa odzrkadlia na morálke vašej spoločnosti a na tom, kto s vami bude v budúcnosti obchodovať.

Takže so všetkými týmito dôvodmi, od úspory nákladov, zisku, zlepšenia imidžu, dobrého spoločenského postavenia, plynulejšieho fungovania podnikania a najväčšieho prínosu zo všetkých, záchrany našej planéty, konkurenčná výhoda ekologizácie siaha mimo rámec podnikania do spoločnosti a pomoci v boji proti klimatickým zmenám a napraviť chyby, ktoré sme na ceste urobili. Ak to podnik dokáže a zároveň má efektívne fungujúci podnik a šetrí peniaze, ako by to nebolo možné vnímať ako konkurenčnú výhodu?