

ZELENI POSLOVNI MODELI:

Održivost kao pokretačka
snaga vašeg poslovanja



SADRŽAJ

1. Šta su zeleni poslovni modeli?.....	3
2. Zašto usvojiti zeleni poslovni model?.....	3
3. Prednosti usvajanja zelenih poslovnih modela.....	4
4. Perspektive zelenih poslovnih modela.....	5
4.1. Šta su zeleni proizvodi i usluge?.....	6
4.2. Šta su zeleni procesi u kompanijama?.....	7
5. Kako da poslovanje postane zeleno?.....	8
5.1. Koraci za implementaciju zelenih poslovnih modela.....	9
6. Dizajn zelenih proizvoda i usluga	9
7. Kako komunicirati zeleno poslovanje svojim klijentima?.....	10
8. Finansiranje zelenih inicijativa.....	11
9. Uspješne priče.....	12
10. Budućnost zelenih poslovnih modela.....	13
11. Resursi i alati.....	15

Ova brošura je pripremljena u okviru projekta Održivi ekonomski razvoj i promocija zapošljavanja u Bosni i Hercegovini (SEDEP) čiji je cilj poboljšanje zapošljavanja u Bosni i Hercegovini, kroz podršku digitalnoj i zelenoj transformaciji privrede. Dokument je pripremljen uz finansijsku podršku njemačkog Saveznog ministarstva za ekonomsku saradnju i razvoj (BMZ) i Vlade Švicarske. Sadržaj dokumenta isključiva je odgovornost Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH i ne odražava nužno stavove BMZ-a ili Vlade Švicarske. Projekt SEDEP sufinansira njemačko Savezno ministarstvo za ekonomsku saradnju i razvoj (BMZ) i Vlada Švicarske, a provodi ga Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH. Komponenta projekta „Jačanje srednjeg stručnog obrazovanja i obuke u Bosni i Hercegovini“ ima za cilj jačanje sustava srednjeg stručnog obrazovanja i obuke kako bi se osigurala kvalificirana radna snaga neophodna za održiv ekonomski razvoj zemlje. Komponenta projekta „Razvoj privatnog sektora (PSD)“ prvenstveno je usmjerena na transformaciju poslovanja prema digitalnijoj i zelenoj ekonomiji koja osigurava konkurentan i inovativan ekonomski ekosustav.



UVOD

Dobrodošli u svijet zelenih poslovnih modela! Brošura, „**Zeleni poslovni modeli: održivost kao pokretačka snaga vašeg poslovanja**“, vam pruža osnovne informacije o zelenim poslovnim modelima, njihovom značaju za društvo i uticaju na vaše poslovanje. Bilo da želite svoje postojeće poslovne prakse učiniti održivijim ili razmišljate o pokretanju posla koji će od samog početka poštivati principe održivosti, ova brošura vam daje koncizan pregled osnovnih informacija o zelenim poslovnim modelima koje će vam pomoći da pronađete idealno rješenje za vaše poslovanje.

Šta su zeleni poslovni modeli?

1

Zeleni poslovni modeli odnose se na održive i ekološki prihvatljive načine poslovanja. Preduzeća koja uvedu ovakve modele značajno smanjuju svoj uticaj na okoliš u odnosu na tradicionalne prakse i uspješno nadograđuju, odnosno razvijaju proizvode i usluge sa mjerljivim ekološkim učincima. Osim efikasnog upravljanja resursima, čistijih proizvodnih procesa, korištenja obnovljivih izvora, smanjenja otpada i minimiziranja štetnih emisija, treba naglasiti da ovakva preduzeća sve svoje poslovne procese, politike i aktivnosti zasnivaju na održivosti, s fokusom na cirkularnu ekonomiju kao potpuno ekološki odgovoran poslovni model.

Zeleni poslovni model omogućava da kompanija obavljajući svoju primarnu poslovnu djelatnost stvara i isporučuje dodatnu ekološku, ekonomsku i društvenu vrijednost, nudeći proizvode i/ili usluge koje kupci preferiraju u odnosu na alternativnu ponudu.

Zašto usvojiti zeleni poslovni model?

2

Promjene na globalnom i lokalnom nivou, uključujući sve strože zakonske regulative, zahtjeve za održivim praksama, i povećanu svijest o klimatskim promjenama, pred kompanije donose nove poslovne izazove. Integracija održivih praksi postaje ključan korak za uspješno prilagođavanje na nove okolnosti.

Evropski zeleni dogovor, usvojen krajem 2019. godine, predstavlja strategiju Evropske unije za postizanje klimatske neutralnosti do 2050. godine. Plan obuhvaća inicijative iz područja klime, okoliša, energetike, prometa, industrije, poljoprivrede i održivog financiranja, koje su međusobno snažno povezane. Također, sve zemlje EU su se obavezale dati svoj doprinos ostvarenju ciljeva plana, no i kompanije iz zemalja koje nisu članice EU imaju obavezu poštivati odredbe zakona proizašlih iz plana kako bi mogle nastaviti poslovati na tržištu EU. Dodatno, Bosna i Hercegovina je potpisnica Sofijske deklaracije čime se obavezala da će svoje zakone uskladiti sa klimatskim propisima EU.

Međutim, važno je naglasiti da pritisci regulative i tržišta s kojima se kompanije suočavaju nisu jedini razlog usvajanja zelenih poslovnih modela, jer dodatnu motivaciju kompanijama predstavljaju brojne koristi ovakvog načina poslovanja.

Pored toga što se usvajanjem zelenog poslovnog modela smanjuju negativni utjecaji na okoliš, **kompanije ostvaruju pristup novim tržištima i inovativnim proizvodima koji su privlačniji ekološki osviještenim potrošačima**. Također, kompanije bilježe smanjenje troškova kroz efikasniju upotrebu resursa i smanjenje otpada, što dugoročno doprinosi većoj profitabilnosti i konkurentnosti na tržištu.

Stoga, može se reći da je zelena tranzicija više od trenda – predstavlja nužnost ali i priliku za osvajanje novih tržišta i značajno povećanje međunarodne konkurentnosti bosanskohercegovačkih kompanija iz različitih industrija.

Prednosti usvajanja zelenih poslovnih modela

3

Danas, više nego ikada ranije, zeleno poslovanje je ključno za stvaranje produktivnih i održivih kompanija ali i društava u cjelini. Prihvatanjem zelenih poslovnih praksi kompanije pokazuju da su fokusirane na postizanje poslovnih ciljeva uz očuvanje i zaštitu okoliša, što im pomaže u izgradnji imidža kompanije koja aktivno doprinosi zaštiti okoliša.



EKONOMSKA EFIKASNOST

Stalni rast cijena energije predstavlja značajan izazov za mnoge kompanije, naročito u proizvodnoj djelatnosti gdje cijena energije direktno utiče na cijenu gotovog proizvoda. Rješenje je u optimizaciji potrošnje energije i prelasku na obnovljive izvore energije kao ključnim praksama energijske efikasnosti i održivosti. Primjenom energijski efikasnih tehnologija i praksi poslovni subjekti mogu ostvariti uštedu troškova energije od 10 do 30%, što pozitivno utiče na njihovu dugoročnu stabilnost i profitabilnost.



KONKURENTSKA PREDNOST

U vremenu kada su kupci sve više informisani i svjesni utjecaja svojih potrošačkih odluka i praksi kompanija na okoliš, kompanije koje provode održive prakse postaju atraktivnije. Kompanije koje nude ekološki osviještene proizvode i usluge ostvaruju značajnu tržišnu prednost, primarno zbog lojalnosti kupaca.



DUGOROČNA FINANSIJSKA STABILNOST

Rast cijena energije i sirovina predstavlja značajan rizik za mnoge kompanije. Zeleni poslovni modeli nude rješenje za ublažavanje tog rizika korištenjem obnovljivih izvora energije i sirovina iz održivih izvora, što smanjuje ranjivost kompanija na fluktuacije cijena fosilnih goriva, osiguravajući njihovu dugoročnu stabilnost.



USKLAĐENOST SA OKOLIŠNIM PROPISIMA

Kompanije koje se pridržavaju važećih propisa o održivom poslovanju, kao što su standardi očuvanja okoliša, propisi o emisijama stakleničkih gasova, upravljanju otpadom i upotrebi recikliranih materijala, značajno se smanjuje rizik od kršenja zakona o zaštiti okoliša. Pored toga što tako smanjuju potencijalne novčane kazne, kompanije stiču i status pouzdanog partnera i zadržavaju pristup tržištu Evropske unije.



PRISTUP FINANSIRANJU

Zeleno finansiranje je sve dostupnije zahvaljujući podršci raznih međunarodnih donatora koji žele promovirati održivost. Povoljni krediti, grantovi i tehnička pomoć čine zeleno finansiranje isplativijim za poslovne subjekte.



POZITIVAN IMIDŽ BREND

Uvođenjem održivih praksi kompanije šalju jasnu poruku svojim kupcima, investitorima i zajednicama o njihovoj ekološkoj opredijeljenosti i posvećenosti zaštiti i očuvanju životne sredine. Pored direktnih koristi zelenih poslovnih praksi, kao što je poboljšana energijska efikasnost, ne treba zanemariti i značajan pozitivan uticaj na imidž i ugled kompanije.

Perspektive zelenih poslovnih modela

4

Svaki poslovni model se može posmatrati iz **različitih perspektiva, pri čemu se modeli najčešće povezuju sa ekonomskom i organizacijskom perspektivom**. Ekonomska perspektiva se fokusira na stvaranje profita kao osnovnu svrhu postojanja kompanije, dok organizacijska razmatra načine na koji kompanija raspoređuje resurse da bi realizovala svoje ciljeve.

Kada govorimo o zelenim poslovnim modelima, posebno je važna strateška perspektiva koja obuhvata sve ključne elemente poslovanja, te nudi odgovore na brojna pitanja, od kojih su najvažnija kako postojeći proizvod i/ili uslugu učiniti zelenim, kako kreirati potpuno novi zeleni proizvod i/ili uslugu, ko su kupci takvog proizvoda i/ili usluge, kakva vrijednost se isporučuje tržištu, te koje postojeće procedure je potrebno revidirati a koje nove uvesti.

U nastavku donosimo pojašnjenja za neke od osnovnih elemenata poslovanja u kontekstu zelenog poslovanja koji kompanijama mogu pomoći da prepoznaju šta može biti osnova njihovog zelenog poslovnog modela.

Zeleni proizvodi

Zeleni proizvodi su održivi proizvodi dizajnirani i proizvedeni sa minimalnim negativnim uticajem na životnu sredinu tokom cijelog svog životnog ciklusa, pa čak i kada više nisu u upotrebi. **Da bi neki proizvod bio označen kao zeleni, neophodno je da se prilikom proizvodnje ovih proizvoda koriste obnovljivi, reciklirani ili biorazgradivi materijali koji nisu štetni za okoliš**, odnosno da su proizvodni procesi zasnovani na principima održivosti (npr. smanjena upotreba fosilnih goriva u odnosu na tradicionalne načine proizvodnje ili upotreba energije iz održivih izvora.). Također, gotovi zeleni proizvodi su dugotrajniji i njihova upotreba zahtijeva manje energije, dok je njihovo pakovanje ekološki prihvatljivo. Po završetku svog životnog ciklusa lakše se recikliraju, te je njihov karbonski i plastični otisak smanjen ili ne postoji.

PRIMJER ZELENE PROIZVODNJE:

Proizvodnja prirodnih i ekološki prihvatljivih proizvoda od ovčje vune.

Kompanija Wool-Line d.o.o. iz Sarajeva jedna je od vodećih u Bosni i Hercegovini kada je riječ o proizvodnji izolacijskih ploča od prirodnih materijala za građevinsku industriju.

Specijalizirani su za proizvode od vune, s naglaskom na ekološku održivost, koristeći materijale koji su u skladu s prirodom, za razliku od tradicionalnih, često štetnih tvari. Od 2017. godine, Wool-Line d.o.o. proizvodi vunene izolacijske ploče koje su vrhunska alternativa konvencionalnim materijalima poput ekspaniranog polistirena (EPS) i mineralne vune. Ove ploče ne samo da pružaju izvanrednu izolaciju, već su u potpunosti biorazgradive.

Korištenje vune kao glavnog materijala primjer je ekološki prihvatljive prakse jer vuna predstavlja obnovljiv resurs koji se može obraditi bez hemikalija. Za razliku od sintetičkih izolacijskih materijala izrađenih od neobnovljivih izvora, koji često imaju negativan utjecaj na okoliš, vuna nudi ekološki održivu alternativu. Dodatno, nabavkom vune od lokalnih farmara, kompanija doprinosi stvaranju dodatne vrijednosti u regiji, podržavajući održivost poljoprivrednih preduzeća.



Zelene usluge

Jedinstvena definicija zelenih usluga ne postoji, no EU jasno definiše karakteristike koje usluge čine zelenim. **Prvenstveno, poslovni model koji pruža zelene usluge mora biti održiv, a usluge moraju biti takve da unapređuju procese i poslovanje čineći ih ekološki prihvatljivim, odnosno predstavljaju dio procesa koji direktno ili indirektno proizvode čine zelenim.** Usluge u zelenoj ekonomiji su od velike važnosti, jer upravo zahvaljujući njima se može kreirati nova, dodatna vrijednost postojećim proizvodima i uslugama, dok potpuno nove vrste zelenih usluga donose dodatne prednosti, poput povećanja stope zaposlenosti.

PRIMJER ZELENIH USLUGA

Usluga prodaje i najma e-bicikala i e-romobila.

Kao prvi bosanskohercegovački specijalizovani prodavač koji nudi vodeći asortiman e-romobila, e-mopeda, e-motora, e-bicikala i dodatne opreme, eBike Center Sarajevo omogućava korisnicima ekološki prihvatljiv način kretanja po gradu. Električni bicikli smanjuju potrebu za automobilima i tako doprinose smanjenju emisija štetnih plinova. Istraživanja pokazuju da je uticaj poslovnog modela zasnovanog na iznajmljivanju na okoliš za 29-46% manji od poslovnog modela zasnovanog na vlasništvu. Pored toga, eBike Center Sarajevo pruža usluge održavanja i popravke električnih bicikala, promovirajući dugovječnost proizvoda i smanjenje otpada.



Šta su zeleni procesi u kompanijama?

4.2.

Poslovni procesi obuhvataju sve aktivnosti kompanije koje se realizuju kako bi kompanija ostvarila svoj poslovni cilj, poput nabave, proizvodnje, prodaje, marketinga. Ukoliko se poslovni procesi planiraju, organizuju i realizuju na način da imaju minimalno štetan efekat na okoliš ostvarujući i dalje poslovne ciljeve, takve procese nazivamo **zelenim procesima**. Fokus takvih procesa nije samo na finalnom proizvodu i/ili usluzi, nego i na sveukupnom načinu poslovanja i njegovom uticaju na okoliš, jer samo poštivanje principa održivosti u cijelom lancu poslovnih aktivnosti može rezultirati zelenim proizvodom i/ili uslugom. U nastavku su predstavljeni samo neki od osnovnih poslovnih procesa.

Zelena proizvodnja

Zelena proizvodnja podrazumijeva implementaciju ekoloških praksi i tehnologija u proizvodnom procesu s ciljem smanjenja negativnog uticaja na životnu sredinu. Osim što je ekološki korisna, zelena proizvodnja donosi i ekonomske koristi kao što su smanjenje troškova energije, poboljšanje imidža kompanije i pristup novim tržištima. **Karakterizira je efikasna upotreba resursa, odnosno optimizacija upotrebe sirovina, energije i vode, kao i implementacija procesa koji smanjuju otpad i omogućavaju recikliranje.** Zelena proizvodnja potiče korištenje obnovljivih izvora energije poput solarne, vjetroelektrane, hidroenergije i biomase kako bi se smanjila ovisnost o fosilnim gorivima.

Zelena nabavka

Zelena nabavka, poznata i kao održiva nabavka, podrazumijeva nabavku sirovina, proizvoda i usluga koji imaju manji uticaj na okoliš tokom svog životnog ciklusa. **Cilj zelene nabavke je smanjiti ekološki otisak kompanije i promovirati uvođenje održivih praksi.** U procesu zelene nabavke, prednost se daje proizvodima s minimalnim i eko pakovanjem, proizvodima koji se mogu reciklirati i onima koji su napravljeni od recikliranih materijala. Smanjenje otpada također podrazumijeva odabir usluga koje koriste resurse na održiv način.

Marketing zelenih poslovnih modela

Principi marketinga zelenih poslovnih modela se suštinski ne razlikuju od marketinga tradicionalnih proizvoda. **Ključna razlika je što zeleni marketing promoviše proizvode i/ili usluge koji su bezbjedni za okolinu i održivi.** Marketinška poruka se temelji na ekološkim i društvenim koristima proizvoda i/ili usluge čime se privlače ekološki osviješteni potrošači koji traže održive opcije na tržištu.

Kako da poslovanje postane zeleno?

5

Prilikom implementacije zelenih poslovnih modela neophodan je angažman stručnih lica koja će u skladu sa važećim i međunarodno priznatim metodologijama napraviti audit, dati preporuke za definiranje ciljeva, kao i plan mjera i aktivnosti koje se trebaju implementirati.

1

ANALIZA
TRENUTNE
SITUACIJE

Prvi korak jeste procjena utjecaja aktualnog načina poslovanja kompanije na životnu sredinu. Neophodno je identificirati gdje se trenutno nalaze najveći izvori otpada, potrošnje energije, vode i drugih resursa u oslovanju. Validni i precizni prikupljeni podaci o trenutnoj potrošnji resursa i emisija štetnih gasova osnova su za mjerenje napretka.

2

POSTAVLJANJE
JASNIH
CILJEVA

Definisanje jasnih, mjerljivih ciljeva za smanjenje emisija, otpada i potrošnje resursa. Ciljevi trebaju biti u skladu s misijom kompanije, njenim poslovnim ciljevima i tržišnim zahtjevima. U tom kontekstu značajno je uskladiti ciljeve sa međunarodnim standardima kao što je ISO 14001 Sistem upravljanja zaštitom okoliša.

3

PLANIRANJE
I IMPLEMENTACIJA

Razvijanje detaljnog plana za integraciju zelenih praksi u vaše poslovanje. Ovaj plan treba sadržavati potrebne mjere za postizanje postavljenih ciljeva, procjenu potrebnih ljudskih, tehnoloških i drugih resursa, utvrđen detaljan vremenski okvir i jasno definisane faze implementacije.

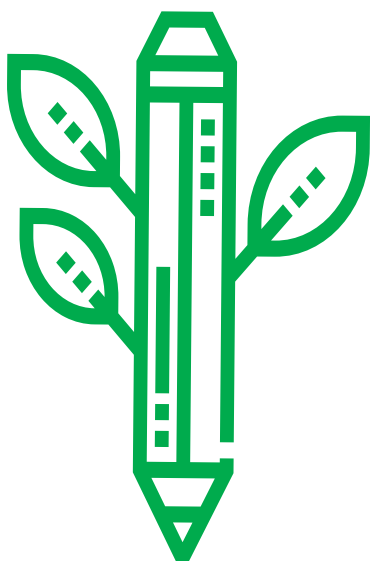
4

PRAĆENJE
I IZVJEŠTAVANJE

Redovno praćenje ostvarenih rezultata u odnosu na planirane ciljeve omogućava da se strategija uvođenja zelenih poslovnih modela u slučaju potrebe prilagodi novim okolnostima. Informisanje zainteresovanih strana o postignutim rezultatima vrši se putem godišnjih izvještaja o održivosti.

Dizajn zelenih proizvoda i usluga

6



Eko-dizajn podrazumijeva kreiranje proizvoda s minimalnim uticajem na okoliš, i to ne samo u sadašnjosti nego i u budućnosti. Dizajniranje ekološki prihvatljivih proizvoda i usluga zahtijeva sveobuhvatan pristup koji uzima u obzir cjelokupan životni ciklus proizvoda, od nabavke sirovina do odlaganja ili reciklaže.

Prvi korak u dizajniranju ekološki prihvatljivih proizvoda je **izbor materijala koji su obnovljivi, reciklirani ili biorazgradivi**. Na primjer, umjesto korištenja plastike koja se teško razgrađuje, moguće je koristiti materijale poput bambusa, recikliranog metala ili bioplastike. Također, posebna pažnja se treba posvetiti **optimizaciji procesa radi ostvarivanja maksimalno efikasne potrošnje energije**, vode i drugih resursa, uz istovremeno smanjenje negativnih uticaja poput emisije ugljičnog dioksida. Proizvodi treba da budu dizajnirani tako da **omogućuju ponovnu upotrebu, reciklažu ili reparaciju**, čime se **produžava njihov vijek trajanja i smanjuje količina otpada**. Ovaj pristup ne samo da štiti okoliš, već može stvoriti dodatne ekonomske vrijednosti kroz sekundarna tržišta.

Da bi se osiguralo da gotovi proizvod odgovara na zahtjeve i potrebe tržišta preporučuje se prikupljanje povratnih informacija od potrošača i krajnjih korisnika. Utvrđivanjem njihovih preferenci u pogledu održivosti moguće je pojednostaviti dizajn tržišno i ekološki prihvatljivog proizvoda.

Komunikacija kompanije sa njenim internim i eksternim javnostima je od izuzetne važnosti za kreiranje i očuvanje pozitivnog imidža i reputacije kompanije. Poslovanje u digitalnoj eri uz kupce koji su izuzetno informisani i zahtjevni a konkurencija nikad jača, kontinuirana, transparentna i jasna komunikacija je značajnija nego ikada prije, bez obzira da li je riječ o tradicionalnim ili zelenim poslovnim modelima.

Uvažavajući sve principe savremene poslovne komunikacije, kompanije koje već jesu ili žele postati zelene, moraju se pridržavati sljedećih principa:



TRANSPARENTNOST I EDUKACIJA

Otvoren odnos kompanije prema javnosti je osnova uspješne komunikacije. Redovnim i konkretnim informisanjem javnosti o koracima koji se preduzimaju da bi se smanjio negativan uticaj na okolinu, uključujući podatke o konkretnim pokazateljima i rezultatima kao i planovima, kompanija gradi prepoznatljiv imidž i poziciju na tržištu. Istovremeno, kompanija predstavljanjem svog djelovanja ima priliku educirati javnost i dodatno povećati svijest o očuvanju okoliša.



INFORMISANJE O CERTIFIKATIMA I OZNAKAMA

Kompanija treba informisati javnost o svim ekološkim certifikatima i oznakama koje je dobila od strane relevantnih i nadležnih institucija i agencija, čime se potvrđuje posvećenost primjeni principa održivosti u poslovanju.



DIJELJENJE PRIČA I PRIMJERA IZ PRAKSE

Pozitivne priče o zelenim inicijativama na autentičan način doprinose povezivanju s klijentima na emotivnom nivou, pri čemu primjeri ne moraju biti nužno iskustvo kompanije.



KOMBINIRANJE ONLINE I OFFLINE KANALA

Korištenjem različitih komunikacionih kanala kompanija dopire do svih skupina javnosti. Online kanali, kao što su društvene mreže, blogovi i web stranice, omogućavaju brzo i efikasno dijeljenje informacija o zelenim inicijativama. Istovremeno, offline kanali kao što su promotivni događaji, druženje sa medijima pa čak i ambalaža, mogu igrati važnu ulogu u prenošenju poruka.



DVOSMJERNA KOMUNIKACIJA

Kontinuirana dvosmjerna komunikacija omogućava veću angažovanost publike, te kompaniji pruža vrijedne informacije o njihovim očekivanjima i zahtjevima.



KONTINUIRANA KOMUNIKACIJA

Izuzetno je važno da komunikacija o zelenim inicijativama bude kontinuirana, a ne jednokratna. Redovno obavještanje klijenata o realizaciji planiranih zelenih inicijativa, novim dostignućima i planovima za budućnost pomaže u održavanju interesa kupaca, izgradnji povjerenja i većoj lojalnosti.

Finansiranje zelenih inicijativa

8

Prilikom uvođenja zelenih poslovnih modela kompanije, naročito mala i srednja preduzeća, suočavaju se sa brojnim izazovima, a finansiranje je svakako jedno od većih. Iako je finansiranje zelenih inicijativa u porastu, kako od strane međunarodnih i lokalnih institucija pa tako i komercijalnih banaka, sredstva su vrlo često raspoređena po različitim izvorima finansiranja što otežava realizaciju planiranih aktivnosti. U nastavku donosimo pregled izvora finansiranja koji su prisutni u BiH i koji nude finansiranje za inicijative ozelenjavanja poslovanja.

Međunarodne organizacije i fondovi

EVROPSKA UNIJA pruža značajna sredstva za zelene projekte kroz različite fondove i programe kao što su **Instrument za pretpristupnu pomoć (IPA)**, i **Paket energetske podrške EU**. Ovi fondovi su namijenjeni za projekte koji promovišu energetske efikasnost, obnovljive izvore energije, zaštitu okoliša i ublažavanje klimatskih promjena.

SVJETSKA BANKA je aktivna u finansiranju zelenih projekata u Bosni i Hercegovini, posebno u sektorima **energetske efikasnosti, upravljanja otpadom i održivog razvoja**. Projekti često uključuju tehničku pomoć i investicije u infrastrukturu.

EVROPSKA BANKA ZA OBNOVU I RAZVOJ (EBRD) provodi program SME Go Green za pomoć malim i srednjim preduzećima u Bosni i Hercegovini da povećaju svoju konkurentnost i trgovinski potencijal kroz ciljane investicije u prakse održivosti i uvođenje međunarodno priznatih standarda kvalitete, povećanje investicija u zelenu ekonomiju, a posebno ozelenjavanje lanaca snabdijevanja u agrobiznisu i promoviranje ravnopravnijeg pristupa klimatskom i drugom finansiranju za mala i srednja preduzeća koja vode žene.

Evropska investiciona banka (EIB) podržava male biznise u izgradnji ključne infrastrukture za upravljanje vodama i otpadnim vodama, energiju i transport, kao i u drugim poslovnim područjima.

KfW njemačka razvojna banka, provodi različite programe za finansiranje projekata u oblasti energetske efikasnosti i zaštite okoliša.

Fondovi na državnom i entitetskim nivoima

Federalno ministarstvo razvoja, poduzetništva i obrta i Ministarstvo privrede i preduzetništva Republike Srpske kroz redovne, godišnje programe finansiraju povećanje konkurentnosti malih i srednjih preduzeća.

Razvojna banka Federacije Bosne i Hercegovine i Investiciono-razvojna banka

Republike Srpske pružaju podršku malim i srednjim preduzećima kroz kreditne linije za energijsku efikasnost, energiju iz obnovljivih izvora, IT sektor i digitalnu transformaciju.

Fond za zaštitu okoliša Federacije Bosne i Hercegovine i Fond za zaštitu životne

sredine i energetske efikasnost Republike Srpske su ključni izvori finansiranja za projekte koji se tiču zaštite okoliša, energetske efikasnosti, upravljanja otpadom i obnovljivih izvora energije. Sredstva se dodjeljuju kroz javne pozive za projekte koje provode lokalne zajednice, nevladine organizacije i privatni sektor.

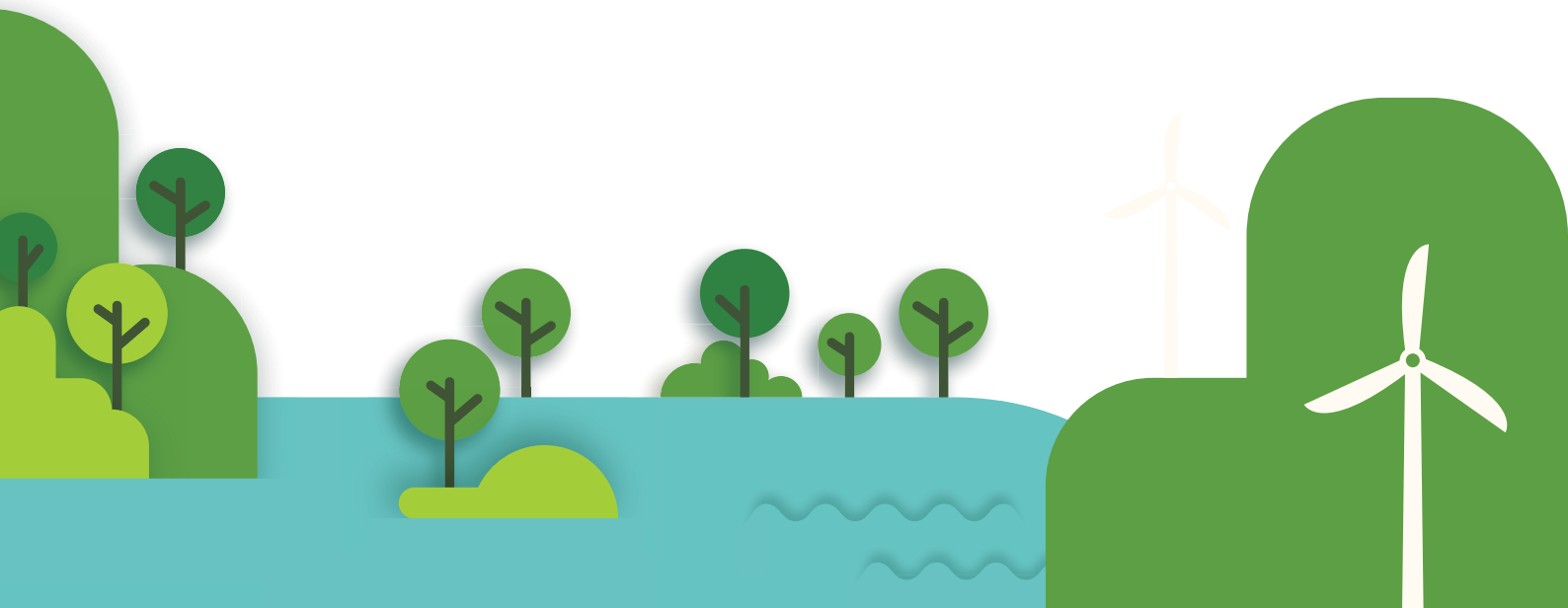
Privatni sektor

Neke domaće i međunarodne komercijalne banke nude specijalizovane zelene kredite za kompanije i pojedince koji žele investirati u energetske efikasne projekte, obnovljive izvore energije, ili zelenu infrastrukturu.

Međunarodni donatori i bilateralna pomoć

Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH aktivno podržava inicijative održivog razvoja privatnog sektora u BiH. Kroz program Održivog ekonomskog razvoja i promocije zapošljavanja u BiH (SEDEP) radi na transformaciji poslovnih subjekata prema digitaliziranijoj i zelenijoj ekonomiji pružajući finansijsku i tehničku pomoć.

Program Ujedinjenih nacija za razvoj (UNDP) finansira projekte vezane za okoliš, energiju i klimatske promjene. Ovi projekti često uključuju saradnju sa lokalnim vlastima i zajednicama.



Prakse cirkularne ekonomije

Kompanija RCB Nanotehnologija iz Vogošće proizvodnjom obnovljenog carbon blacka bez utjecaja na okoliš zatvara cirkularni krug ekonomije. Carbon black je specifičan građivni materijal svakog proizvoda koji u sebi sadrži crnu boju, od automobila, namještaja i IT opreme koju koristimo do odjeće i obuće koju nosimo. Kompanija RCB Nanotehnologija ga proizvodi u samoodrživom modelu proizvodnje potpuno sigurnom za okoliš, a njegovom upotrebom u različitim industrijama smanjuje se emisija CO2 za 2,5t za svaku tonu proizvoda, što je ekvivalent 100 zasađenih stabala.



Ekotvorine.ba je mala radionica ekoloških inovacija gdje se korištenjem principa kreativne prenamjene (upcycling) dizajniraju drugačiji i dugotrajniji ili osmišljavaju novi ekološki proizvodi kako bi se na tržištu ponudile opcije za svakodnevne eko navike. Cilj radionice je da se na kreativan i praktičan način utiče na promjenu svijesti i odnosa prema otpadu, i time smanji njegova proizvodnja ili otpad pretvori u korisnu stvar.

Fokus na obnovljive izvore energije

Farma Spreča u blizini Kalesije je moderna farma muznih krava sa stajskim kapacitetom od 2.500 grla. Osnovna djelatnost farme je proizvodnja svježeg mlijeka, ali i proizvodnja biljaka, voća i meda. Ova farma je jedno od samo tri bioplinska postrojenja u Bosni i Hercegovini koja električnu energiju proizvode iz obnovljivih izvora energije, tačnije iz poljoprivredne biomase (razne sirovine, pileći i goveđi stajnjak, kukuruzna silaža). Kapacitet postrojenja je 600 kWh, a sastoji se od četiri motora snage 150 kWh. Iz biomase se također proizvodi toplotna energija koja se koristi za grijanje, dok se fermentirani stajnjak dalje koristi za đubrenje parcela. Proizvodnja električne i toplotne energije iz otpada čini ovu visokotehnološku farmu pionirima u implementaciji zelenih poslovnih modela. Istovremeno, troškovi su značajno niži, što omogućuje farmi da postane samoodrživa u vremenu kada cijene energije ugrožavaju poljoprivredu.



Inovativni start-up

Magbago je modni brend koji kreira odjeću od biorazgradivih materijala biljnog porijekla, popu svile od vlakana iz kore narandže i banane. Strategija preduzeća zasnovana je na primjeni principa cirkularne ekonomije u svim segmentima poslovanja, što joj omogućuje postavljanje standarda za održiviju, zdraviju i moderniju budućnost. Recikliranje i korištenje biorazgradivih materijala uključeni su u svaki pojedinačni proces, zajedno sa konceptom „spore mode“ što preduzeću omogućuje smanjenje uticaja plastične brze mode na okoliš.



01 MILK FABRIC THREAD



02 NATURAL DYEING PROCESS



03 DRYING BANANA FABRIC YARN

Budućnost zelenih poslovnih modela

10

Živimo u vremenu kada se posljedice klimatskih promjena ne mogu ignorisati. Gubitak bioraznolikosti, ekstremne temperature, šumski požari i poplave su sve češće. Zbog toga su mnoge zemlje uvidjele hitnost uvođenja održivih praksi. U ovoj globalnoj ekološkoj krizi održivost nije više samo stvar očuvanja planete, već i prilika za iznalaženje inovativnih rješenja koja unapređuju kvalitet naših života. Trendovi i predviđanja za budućnost održivog poslovanja obuhvataju nekoliko ključnih oblasti koje oblikuju način na koji kompanije posluju i stvaraju vrijednost. Mnoge kompanije su neke od njih već uvele u svoje svakodnevno poslovanje, a one koje još uvijek nisu će se uskoro morati uključiti.





KRUŽNA EKONOMIJA

Umjesto tradicionalnog modela 'uzmi, koristi, odbaci', kružna ekonomija promovira reciklažu, ponovnu upotrebu i produženje životnog ciklusa proizvoda.



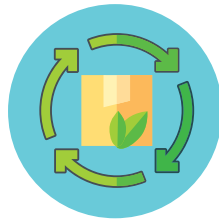
DEKARBONIZACIA

Već dugo se smatra važnim smanjiti ugljični otisak ublažavanjem njegovih efekata. Međutim, sada je veće težište na potpunom sprečavanju emisija. Ta promjena je rezultat prihvatanja obnovljivih izvora energije, uvođenjem praksi energijske efikasnosti i primjenom najnovijih tehnologija.



ESG FAKTORI (ENVIRONMENTAL, SOCIAL AND GOVERNANCE)

Potrošači i tržište su ovaj sveobuhvatni pristup poslovanju, koji uz ekonomske obuhvata i ekološke, socijalne i principe upravljanja prepoznali kao pozitivan. Preduzeća koja se pridržavaju ESG standarda smatraju se društveno odgovornima.



ODRŽIVI LANCI SNABDIJEVANJA

Zelene kompanije znaju da održivost seže dalje od samo jednog preduzeća i obuhvata cjelokupni ekonomski ekosistem. Stoga su održive prakse snabdijevanja od ključne važnosti.



ZELENE TEHNOLOGIJE

Tehnološki napredak i inovacije, naročito u oblasti obnovljivih izvora energije, smanjenja otpada i recikliranja omogućavaju kompanijama da umanje svoj uticaj na okoliš, razvijajući pri tom nove održive proizvode i usluge.



POTROŠAČKA SVIJEST

Ekološki osviješteni potrošači će prije izabrati proizvode i usluge koje su ekološki prihvatljive, očekujući od kompanija da zadovolje ove zahtjeve kroz transparentno, održivo i odgovorno poslovanje.



REGULATORNE PROMJENE

Vlade širom svijeta uvode strože propise koji zahtijevaju od kompanija da smanje svoj ekološki otisak. To uključuje ciljeve smanjenja emisije, smanjenje otpada i promovisanje održive potrošnje.

Linkovi na korisne web stranice:

- [Agenda održivog razvoja](#)
- [Centar za održivu energetska tranziciju – RESET](#)
- [Baza podataka klimatskih podataka](#)
- [EIT Climate-KIC](#)
- [Evropska platforma aktera u cirkularnoj ekonomiji](#)
- [Evropska agencija za okoliš](#)
- [Evropska unija i Zelena tranzicija](#)
- [Evropski zeleni plan \(izvor: Fondacija Heinrich Böll\)](#)
- [Fond za zaštitu okoliša i energetska učinkovitost Republike Srpske](#)
- [Fond za zaštitu okoliša Federacije BiH](#)
- [Informacioni sistem energetske efikasnosti Federacije Bosne i Hercegovine \(ISEE\)](#)
- [Izgradnja održive budućnosti: Poslovni priručnik za ESG standarde](#)
- [Platforma Zelena tranzicija](#)
- [Evropski zeleni dogovor](#)
- [The Green Growth Knowledge Partnership \(GGKP\)](#)
- [Udruženje za zeleni hidrogen i obnovljive izvore energije «UzH20IE»](#)
- [Zelena ekonomija](#)

Vodiči:

- [Vodič za zeleno financiranje, Green Recovery Project, septembar 2023](#)
- [Izgradnja održive budućnosti: poslovni priručnik za ESG standarde, AIRE Center i UNDP u Bosni i Hercegovini, 2023](#)
- [Vodič za harmonizaciju politika i instrumenata koji promovišu i podržavaju zelenu transformaciju malih i srednjih preduzeća u Bosni i Hercegovini, Eda – Agencija za razvoj preduzeća, 2023](#)