

GEREELD | DIREK AAN JOU

Wanneer waardes waarde skeep

Publikasie: USB Agenda

Datum: Oktober 2014

Die waardes van 'n sakeonderneming kan waarde vir daardie onderneming skeep. Die kleinhandelgroep Woolworths het dit eerstehands deur sy *Good Business Journey* ondervind. Maar waarom gaan waardes? Waardes is ongelooflik kragtig. Sowat tien jaar gelede wou Woolworths sy waardes saamvat. Ons het agtergekom dat daar 'n stel woorde is wat ons oor en oor gebruik. As 'n mens terugkyk, is baie van hierdie woorde in die 1950's en 1960's gebruik. Ons het dit destyds beginsels genoem. Nou praat ons van waardes.

Toe ons hierdie woorde op skrif sit, was dit vir my fassinerend hoe oud en eenvoudig dit was. Ons praat gedurig oor die waarde vir geld vir ons klante. Hierdie waardes het gespruit uit normale gesprekke binne die onderneming – gesprekke met mense in die winkel en met mense in die raadsaal.

Toe ons eers agterkom wat ons waardes is, het ons gevra: Is daar 'n manier van sake doen wat hierdie waardes weerspieël? Kan ons sake doen op 'n manier wat nie die hulpbronne wat ons het uitput of misbruik nie – soos grondbesit-, mense-, gemeenskap- en finansiële hulpbronne?

As jy eers jou waardes geïdentifiseer het, moet jy dapper genoeg wees om daarby te bly. Ek het agtergekom dat daar dikwels wanneer jy komplekse uitdagings teëkom, 'n waarde-oplossing is. Hierdie oplossing kom ook dikwels van jou werknemers of die gemeenskap af. 'n Voorbeeld hiervan is toe Woolworths 'n paar jaar gelede uitgevind het dat van die heuningverskaffers ratels in slagysters gevang het. Dit is ongelooflik pynlik vir die diere. Ons het oornag al die heuning van ons winkelrakke verwyder. Toe 'n boer ons skakel om te sê hy het nog nooit probleme met ratels gehad nie omdat hy sy byekorwe op pale sit, het ons die oplossing gevind.

Die konsep van volhoubaarheid het toe na vore gekom. Om 'n handelsmerk wat volhoubaar en op waardes gegrond is te bou, benodig 'n sakereis wat op sosiale en omgewingsvolhoubaarheid gegrond is. Ekonomiese groei lei tot transformasie, sosiale ontwikkeling, omgewingsvolhoubaarheid en terug na ekonomiese groei. Dit kan 'n deugsame eerder as 'n bose kringloop wees. En dit het toepassing op entiteite van kleinhandelaars tot bestuurskole.

As ons eers bewus is van wat ons anders moet doen [onself], kan ons begin om dit te meet en mikpunte te stel om ons volhoubaarheidspogings te verbeter. Ons kan begin om onder meer sakeprioriteite te stel, transformasie te bespoedig, sosiale ontwikkeling te dryf en om omgewingsimpak te verminder. Ons kan programme begin om ons doelwitte te bereik. Ons kan ook vir mense aansporings gee om hierdie doelwitte te bereik, want aansporingsprogramme is ondernemings se manier om te sê ons wil jou optrede lei op 'n manier waarvoor jy beloon kan word.

Daar is altyd maniere van dinge anders doen – jy moet net aanhou. Sommige dinge werk en ander werk nie. Moet nooit ophou probeer nie. As daar betowering is, kan jy iets daarvan maak.

Jy kan sake doen op 'n manier wat teruggee na die wêreld om jou – of jy nou 'n kleinhandelaar is wat skole ondersteun of 'n bestuurskool is wat sakevaardighede aan kleinsake-eienaars leer. Jou waardes sal ware waarde aan personeel, klante, die gemeenskap en groter belangegroepes om jou gee. Hou met 'n passie daaraan vas.

- *Simon Susman is die nie-uitvoerende voorsitter van Woolworths en voorsitter van die Universiteit van Stellenbosch Bestuurskool se Adviesraad.*