

UNIVERZA V LJUBLJANI
EKONOMSKA FAKULTETA

DIPLOMSKO DELO

**DRUŽBENO ODGOVORNO RAVNANJE V PODJETJU ELEKTRO
LJUBLJANA, D. D.**

Ljubljana, september 2010

ANDREJ ŠKERLAK

IZJAVA

Študent **Andrej Škerlak** izjavljam, da sem avtor tega diplomskega dela, ki sem ga napisal pod mentorstvom **mag. Aleše Saše Sitar**, in da dovolim njegovo objavo na fakultetnih spletnih straneh.

V Ljubljani, dne 16. 9. 2010

Podpis: _____

KAZALO

UVOD

| | |
|---|----|
| 1. DRUŽBENA ODGOVORNOST PODJETJA | 1 |
| 1.1. Pojem družbene odgovornosti | 2 |
| 1.2. Zgodovina družbene odgovornosti | 2 |
| 1.3. Piramida družbene odgovornosti | 3 |
| 1.4. Argumenti za in proti | 4 |
| 1.5. Standardi družbene odgovornosti | 5 |
| 1.6. Poročanje družbene odgovornosti | 5 |
| 1.7. Družbena odgovornost podjetij v Sloveniji | 6 |
| 2. ODGOVORNO RAVNANJE Z OKOLJEM | 6 |
| 2.1. Argumenti za in proti odgovornemu ravnanju z okoljem | 7 |
| 2.2. Razlika med tradicionalnim ravnanjem in odgovornim ravnanjem z okoljem | 8 |
| 2.3. Obnovljivi viri energije | 9 |
| 3. PREDSTAVITEV PODJETJA ELEKTRO LJUBLJANA, D. D. | 11 |
| 4. DRUŽBENO ODGOVORNO RAVNANJE PODJETJA ELEKTRO LJUBLJANA, D. D. | 13 |
| 4.1. Skrb za zaposlene | 14 |
| 4.2. Skrb za ostale javnosti | 15 |
| 4.3. Komuniciranje z interesnimi skupinami | 16 |
| 5. PRISTOP PODJETJA ELEKTRO LJUBLJANA, D. D., K ODGOVORNIM RAVNANJEM Z OKOLJEM | 17 |
| 5.1. Skrb za okolje | 17 |
| 5.2. Projekti pridobivanja in prodaje energije iz obnovljivih virov | 18 |
| 5.2.1. Zelena energija | 19 |
| 5.2.1.1. Opis projekta | 19 |
| 5.2.1.2. Zakonodaja | 22 |
| 5.2.1.3. Koristi za podjetje | 22 |
| 5.2.2. Modra energija | 22 |
| 5.2.2.1. Opis projekta | 22 |
| 5.2.2.2. Koristi za podjetje | 23 |
| 6. GLAVNE UGOTOVITVE IN PREDLOGI ZA IZBOLJŠAVE | 24 |
| SKLEP | 25 |
| LITERATURA IN VIRI | 26 |

KAZALO SLIK

Slika 1: Organizacijska shema Elektra Ljubljana, d. d 13

KAZALO TABEL

Tabela 1: Razlika med tradicionalnim ravnanjem in odgovornim ravnanjem z okoljem 9

UVOD

Danes, ko je konkurenca zelo ostra ter število ponudnikov in izdelkov zelo veliko, je pomembna razločevalna značilnost podjetja njegov odnos do družbene odgovornosti. Kupce in druge interesne skupine poleg doseganja ugodnih poslovnih rezultatov zanima, kako podjetje gleda na družbo in okolje. Družbeno odgovorno ravnanje je danes nujen del poslovanja vsakega podjetja, ki od njega zahteva zavedanje, da sta njegov dolgoročni obstoj in poslovni uspeh odvisna od različnih interesnih skupin.

Zavedati se moramo, da podjetje ni odvisno le od okolja, v katerem deluje, temveč nanj tudi vpliva s svojim poslovanjem. Če podjetje pri svojem delovanju ne upošteva pomembnosti ohranjanja čistega in zdravega okolja, ga lahko to zelo hitro izloči s trga. Zato vse več podjetij spoznava prednosti odgovornega ravnanja z okoljem (v angleškem jeziku se najpogosteje uporablja izraz »green management«), med katerimi so prepoznavanje novih tržnih priložnosti, boljše zadovoljevanje potreb kupcev, nižji stroški poslovanja, povečanje ugleda podjetja in boljša usklajenost z zakonodajo.

Zaradi hitrega naraščanja prebivalstva in dviga gospodarske rasti se soočamo z vse večjimi obremenitvami okolja in težavami pri zagotavljanju zadostnih količin energetskih virov. Prav zato smo vse bolj prisiljeni iskati tudi na področju energetike alternativne vire, kot so obnovljivi viri energije. Problem je tudi v tem, ker je lahko energija pridobljena iz obnovljivih virov energije na prvi pogled dražja od že obstoječih virov. Vendar če gledamo dolgoročno se v korist okolja in človeštva vlaganje v tovrstne vire energije vedno povrne.

Za proučevanje družbene odgovornosti sem se odločil, ker v današnjem času ta pojem predstavlja enega najpomembnejših konceptov za uspešnost in konkurenčnost podjetja. Družbeno odgovorna podjetja se dobro zavedajo, da pri svojem poslovanju niso neodvisna, temveč njihov uspeh temelji na upoštevanju interesov različnih deležnikov (kupci, konkurenti, dobavitelji itn.). Namen diplomskega dela je dokazati, da v podjetju Elektro Ljubljana, d. d., ne stremijo samo k maksimiranju dobička, ampak želijo z družbeno odgovornim ravnanjem dolgoročno izboljšati svojo uspešnost. Prav tako je namen diplomskega dela dati primer ostalim podjetjem, da je upoštevanje družbene odgovornosti pri poslovanju ključnega pomena, saj za podjetje predstavlja pomembno dodano vrednost.

Cilj teoretičnega dela je na podlagi domače in tuje strokovne literature predstaviti osnovna teoretična izhodišča, ki se navezujejo na pojme družbene odgovornosti, odgovornega ravnanja z okoljem ter obnovljive vire energije. Cilj praktičnega dela pa je predstaviti in oceniti delovanje podjetja Elektro Ljubljana, d. d., v smeri družbeno odgovornega ravnanja. Cilj diplomskega dela, ki izhaja iz namena, je tudi sistematično analizirati obstoječe stanje v podjetju na področju vlaganj v programe, ki temeljijo na obnovljivih virih energije. Uporaba obnovljivih virov energije predstavlja pomemben del odgovornega ravnanja z okoljem in prav ta alternativna energija je v zadnjem času pogosto obravnavana tema. Tako sem se tudi zaradi

aktualnosti te teme odločil, da se bom v diplomskem delu osredotočil na ravnanje podjetja Elektro Ljubljana, d. d., z obnovljivimi viri energije ter projekti pridobivanja in prodaje energije iz obnovljivih virov. Na podlagi različnih kazalnikov želim pokazati, da se podjetje Elektro Ljubljana, d. d., obnaša družbeno odgovorno in da dokazuje svojo družbeno odgovornost z vse večjim vlaganjem v omenjene programe. Hipotezi diplomskega dela se torej glasita: 1. hipoteza – podjetje Elektro Ljubljana, d. d., se obnaša družbeno odgovorno. 2. hipoteza – podjetje Elektro Ljubljana, d. d., vse več vlaga v programe, ki temeljijo na obnovljivih virih energije.

Poizkušal bom dokazati ali zavrniti postavljene hipoteze, pri čemer bom uporabil različne raziskovalne metode. V diplomskem delu bom uporabil deskriptivno metodo z analizo virov in strokovne literature tako domačih kot tujih avtorjev, ki obravnavajo problematiko s področja družbene odgovornosti. Za analizo problematike v praktičnem delu sem si podatke priskrbel z uporabo analize internih virov podjetja in z uporabo metode individualnih intervjujev z zaposlenimi.

Diplomsko delo je sestavljeno iz šestih delov, med katerimi sta prva dva teoretična, ostali štirje pa praktični. V prvem poglavju bom največ pozornosti namenil družbeni odgovornosti. Med drugimi se bom poleg opredelitve pojma osredotočil tudi na razvoj tega koncepta v času, preko piramide družbene odgovornosti bom predstavil 4 vrste družbene odgovornosti, navedel bom nekaj argumentov za in proti, opisal nekatere standarde družbene odgovornosti ter prikazal, kako je z družbeno odgovornostjo pri nas.

V drugem poglavju bom nekaj pozornosti namenil proučevanju odgovornega ravnanja z okoljem, ki predstavlja pomemben del družbene odgovornosti podjetja. Poleg argumentov za in proti tovrstnemu ravnanju bom predstavil tudi razliko med tradicionalnim managementom in odgovornim ravnanjem z okoljem. Ker pa bom v diplomskem delu proučeval tudi projekte pridobivanja in prodaje energije iz obnovljivih virov v Elektro Ljubljana d. d., na kratko predstavljam tudi to področje.

Tretje poglavje zajema predstavitev obravnavanega podjetja, v naslednjem poglavju pa je prikazano, na katerih področjih in kako podjetje deluje družbeno odgovorno. Peto poglavje vsebuje poleg opisa prizadevanj podjetja na področju skrbi za okolje tudi opis projektov pridobivanja in prodaje energije iz obnovljivih virov. Omenjena projekta se imenujeta Zelena in Modra energija, preko njih pa podjetje svojim odjemalcem ponuja električno energijo proizvedeno na okolju prijazen način. V zadnjem poglavju pa bom podal nekaj svojih glavnih ugotovitev in predlogov za izboljšave.

1. DRUŽBENA ODGOVORNOST PODJETJA

Trajnostni obstoj podjetij temelji na dogovoru med podjetji in družbo (Cadbury, 2002, str. 160). V predindustrijski družbi so ljudje iz okolja pridobili vse osnovne dobrine za preživetje, kot so hrana, voda, obleka, zavetje, toplota, svetloba itn., dandanes pa je velika večina od nas odvisna od podjetij, ki izpolnjujejo te potrebe. Po drugi strani pa podjetja svoje dobičke dosejajo prav zaradi družbe, v kateri poslujejo (Peattie, 1995, str. 42–43).

Pritiski nevladnih organizacij, družbenih aktivistov in politikov so vplivali na podjetja, da so spremenila svoj odnos do zaposlovanja, okolja, kakovosti izdelkov, cenovne politike in poštene trgovine. Večina podjetij se je na te pritiske odzvala pozitivno. Še nedavno tega je veliko podjetij izkoriščalo svoje delavce, onesnaževalo okolje, goljufalo pri prodaji izdelkov in utajevalo davke, vse skupaj v imenu dobička, pri čemer se niso ozirala na javno mnenje. V večini razvitih držav je to obdobje stvar preteklosti. Eden od razlogov za to spremembo so vladne ureditve, drugi razlog pa je gibanje, ki od podjetij zahteva družbeno odgovornost (Yunus, 2007, str. 33).

Dandanes se od podjetij pričakuje, da presejajo zgolj z zakonom zadane dolžnosti in se vključujejo v reševanje številnih novih problemov, ki so jih v marsičem povzročila tudi sama (Jančič, b.l., str. 1). Mnogo področij, kot so npr. uredbe glede dolžine delovnega časa in nadurnega dela, prepoved diskriminacije, možnost koriščenja materinskega in starševskega dopusta itn., ki bi jih lahko še nedavno nazaj opisali kot družbeno odgovorno ravnanje, je danes že urejenih z zakonodajo. Zato bi kot proaktivno ravnanje na področju družbene odgovornosti lahko določili to, kar presega zakonsko določene standarde (Fras Haslinger, b.l., str. 1).

Za naraščajočim uspehom koncepta družbene odgovornosti stojijo 4 dejavniki (Perrini, Pogutz & Tencati, 2006, str. 20–21):

- nova zanimanja in pričakovanja državljanov, potrošnikov, mnenjskih voditeljev in vlagateljev;
- socialni kriteriji, ki vplivajo na odločitve o vlaganjih posameznikov in institucij;
- povečana zaskrbljenost zaradi škode, povzročene okolju s strani industrije;
- transparentnost poslovnih aktivnosti, ki se je pojavila zaradi medijev, moderne informacijske in komunikacijske tehnologije.

Družbeno odgovorno ravnanje je postalo ključni element strategije podjetja. Sodobno poslovno okolje podjetjem ne dopušča doseganja trajnejših konkurenčnih prednosti, če ta ne zadovoljujejo ciljev vseh deležnikov, ki so poleg lastnikov še zaposleni, kupci, dobavitelji, lokalna skupnost, država, nevladne organizacije, interesna združenja, družine zaposlenih ter tudi naravno okolje, v katerem poslujejo (Lahovnik, 2006, str. 19). Z upoštevanjem potreb deležnikov podjetja vlagajo v svojo prihodnost, od družbeno odgovornega ravnanja pa pričakujejo, da jim bo to povečalo dobičkonosnost (Green paper, 2001, str. 3).

V prihodnosti bomo o družbeni odgovornosti slišali še veliko. Zanimivo bo videti, kako bo nanjo vplivala svetovna finančna kriza in ali se bodo managerji v kriznih časih obrnili na družbeno odgovornost kot pozitiven atribut za reševanje poslovanja, ali pa bodo družbeno odgovornost videli le kot strošek, ki negativno vpliva na poslovanje (Gorenak, 2009).

1.1. Pojem družbene odgovornosti

Oprelitev družbene odgovornosti je vsaj toliko, kolikor je avtorjev, ki pišejo o njej, res pa je, da so si le-te med seboj zelo podobne. Werther in Chandler (2006, str. 7) trdita, da je družbeno odgovornost širok koncept, ki pravi, da so podjetja mnogo več kot samo subjekti, ki stremijo k dobičku, zato imajo tudi obveznost biti koristni družbi. Zelo podobno je pojem opredelil tudi Rozman (2006, str. 51), ki je dejal, da je družbeno odgovornost obveznost združbe, da zavaruje družbeno okolje, v katerem posluje in prispeva različne koristi različnim skupinam udeležencev. Mulej (2006, str. 41) pa je predlagal nekoliko drugačno definicijo, ki pravi, da družbeno odgovornost podjetja predstavlja odgovornost vseh subjektov poslovanja, da oblikujejo in izvajajo akcije, s pomočjo katerih uresničujejo potrebe in interese podjetja in njegovega okolja.

Definiciji družbene odgovornosti, ki se najpogosteje pojavljata, pa sta definiciji iz WBCSD (The World Business Council for Sustainable Development) ter iz Zelenega dokumenta. WBCSD je družbeno odgovornost definiral kot nenehno obvezo podjetij, da se obnašajo etično in prispevajo k ekonomskemu razvoju, medtem ko izboljšujejo kvaliteto življenja delavcev in njihovih družin ter tudi lokalne skupnosti in širše družbe (Perrini et al, 2006, str. 23). Definicija iz Zelenega dokumenta pa družbeno odgovornost podjetij opredeljuje kot koncept znotraj katerega podjetja, prostovoljno in v sodelovanju z deležniki, vključujejo v svoje poslovne dejavnosti družbene in okoljske vidike (Green Paper, 2001, str. 6).

Večina opredelitev družbene odgovornosti ima skupnih 5 sestavnih delov (Peattie, 1995, str. 29):

- Podjetje ima odgovornosti, ki segajo više od zgolj poslovanja z dobičkom.
- Odgovornosti podjetij vključujejo tudi njihov trud za reševanje pomembnih družbenih problemov, še posebej tistih, ki so jih sama ustvarila.
- Podjetja so odgovorna širšemu krogu ljudi in ne le svojim notranjim deležnikom.
- Podjetja imajo vpliv, ki presega enostavne tržne transakcije.
- Podjetja se trudijo izpolnjevati številne temeljne človeške vrednote in se ne osredotočajo zgolj na ekonomske vrednote.

1.2. Zgodovina družbene odgovornosti

Prvi zapisi družbene odgovornosti segajo v konec 19. in v začetek 20. stoletja, večinoma pa govorijo o človekoljubnosti bogatih industrialistov. O tem konceptu se je intenzivneje začelo razpravljati v ZDA v 50. letih prejšnjega stoletja, ko sta hitro rasla moč in velikost korporacij.

Ob mnogih problemih, kot so revščina, brezposelnost, rasno razlikovanje, urbanizacija in onesnaževanje okolja se je uveljavljalo prepričanje, da ima podjetje poleg ekonomskih in zakonskih tudi mnoge družbene obveznosti. V 60. in 70. letih prejšnjega stoletja se je družbena odgovornost osredotočala predvsem na izdelke in varnost potrošnikov, njena glavna gonilna sila v tem času pa so bili predvsem potrošniški aktivisti in okoljevarstveniki.

Konec 70. in v začetku 80. let pa so podjetja vse več pozornosti začela posvečati tudi odnosom z javnostmi in zaposlenimi ter odnosom s svojimi deležniki. V 80. letih je bila glavna pozornost namenjena poslovni etiki, v veljavo so zaradi raznih kriz in škandalov prišli tudi številni antikorupcijski zakoni (Waddock, 2008, str. 88). V teh letih je bilo na ameriškem in britanskem trgu opaziti predvsem skrb za industrijske odpadke, uporabo recikliranih materialov in uvajanje okolju prijazne proizvodnje (Drevenšek, 2005, str. 6). Od sredine 90. let naprej pa se je pojavil nov val zanimanja za družbeno odgovornost, predvsem o tem, kako različni poslovni modeli, strategije in prakse vplivajo na deležnike podjetja ter tudi na naravno okolje (Waddock, 2008, str. 88). V sodobnem konceptu družbene odgovornosti podjetij pa se poudarja predvsem njihova proaktivnost pri načrtovanju in izvajanju družbene odgovornosti (Drevenšek, 2005, str. 6).

1.3. Piramida družbene odgovornosti

Konec 70. let prejšnjega stoletja je Archie B. Carroll napisal eno izmed prvih in tudi najširše sprejetih zasnov družbene odgovornosti podjetja (Galbreath, 2008, str. 111). Model je poimenoval piramida družbene odgovornosti, sestavljajo pa ga 4 komponente (Carroll, 1991, str. 39–48): ekonomska, zakonska, etična in človekoljubna odgovornost.

Ekonomska odgovornost: skozi zgodovino je bila glavna vloga podjetij proizvesti proizvode in storitve, ki so jih potrošniki potrebovali, ter skozi ta proces doseči sprejemljiv dobiček. Na neki točki pa se je ideja sprejemljivih dobičkov preoblikovala v idejo maksimalnih dobičkov, ki je še vedno v veljavi. Na tej odgovornosti temeljijo vse ostale odgovornosti podjetja, pravi pa, da je za podjetje pomembno, da deluje na način, ki je skladen z maksimiranjem dobičkov na delnico, da realizira čim višje dobičke ter da obdrži močan konkurenčni položaj in operativno učinkovitost.

Zakonska odgovornost od podjetij pričakuje, da pri svojem poslovanju ravnajo v skladu z zakoni in pravili, ki so določeni s strani vlade. Ta odgovornost pravi, da je za podjetje pomembno, da deluje na način, ki je skladen s pričakovanji vlade, da izpolni različne zvezne, državne in tudi lokalne predpise ter da izdelki in storitve podjetja izpolnjujejo zakonske zahteve.

Etična odgovornost zajema tiste aktivnosti in prakse, ki so pričakovane s strani članov družbe, čeprav zakonsko niso predpisane. Pravi, da je za podjetje pomembno, da deluje pravično in pošteno, kar pomeni na način, ki je skladen s pričakovanji etičnih norm. Spoštovati mora

moralne pravice posameznikov ter preprečiti morebitne kršitve etičnih norm v procesu doseganja ciljev.

Človekoljubna odgovornost obsega aktivnosti, ki so posledica družbenih pričakovanj, da morajo biti podjetja družbeno odgovorna. Ta odgovornost pravi, da je za podjetje pomembno, da se managerji in zaposleni udeležujejo dobrodelnih aktivnostih, predvsem znotraj njihove lokalne skupnosti. Podjetja morajo nuditi pomoč v obliki denarnih ali nedenarnih prispevkov različnim zasebnim in javnim izobraževalnim ustanovam ter sodelovati v programih, ki izboljšujejo kvaliteto življenja lokalne skupnosti. Razlika med človekoljubno in etično odgovornostjo je ta, da človekoljubna ni pričakovana. Dobrodelnost je s strani družbe sicer zaželeno, vendar ne štejejo podjetja za neetičnega, če tega ne stori.

1.4. Argumenti za in proti

Malokdo se ne bi strinjal s trditvijo, da obstaja povezava med konceptom družbene odgovornosti in sposobnostjo podjetja, da doseže svoje cilje. Področja, na katerih lahko z družbeno odgovornim ravnanjem dosežemo pozitivne rezultate, so (Perrini et al, 2006, str. 73):

- boljše, varnejše in bolj spodbujajoče delovno okolje, ki izboljša sposobnost podjetja, da privlači in zadrži kvalificirane kadre;
- višja vrednost blagovne znamke skozi razvoj dolgotrajnega razmerja s strankami na osnovi zaupanja in lojalnosti znamki;
- izboljša se ugled podjetja, ki pripomore k utrjevanju poslovnih povezav, zagotavlja zvestobo kupcev, omogoča kakovostno dobavno verigo, prinaša nove poslovne priložnosti;
- nevarnosti se spremenijo v priložnosti;
- boljši odnosi s finančnimi institucijami ter posledično olajšan dostop do finančnih virov;
- izboljša se poslovni izid podjetja zaradi manjših stroškov (npr. v povezavi z zaposlenimi, skrbnim ravnanjem s surovinami in materialom) ter večjih prihodkov, ki so posledica večje zvestobe kupcev, visoke kakovosti izdelkov, okolju prijazne tehnologije itn. (Jernejčič Dolinar, 2010, str. 310).

Kot glavno kritiko družbene odgovornosti štejemo trditev Friedmana, ki je dejal, da ima podjetje eno samo družbeno odgovornost, to je uporabljati sredstva in povečevati dobiček znotraj pravil igre, kar pomeni brez zavajanja in goljufije. Po njegovem mnenju manager, ki ravna v skladu z družbeno odgovornostjo, zmanjšuje donose deležnikov, saj porablja njihov denar. Menil je, da naj se podjetja v dobro urejeni družbi držijo poslovne dejavnosti, država in institucije pa naj na drugih področjih opravijo svoje (Tavčar, 2006, str. 65). Pomanjkljivosti pri Friedmanovem pristopu ležijo v njegovi preprostosti, saj je nemogoče ločiti ekonomske elemente poslovnih odločitev od njihovih družbenih posledic, ker so podjetja pač del družbenih sistemov (Cadbury, 2002, str.156).

Kot argument proti družbeni odgovornosti lahko štejemo tudi trditev Muhammada Yunusa (Yunus, 2007, str. 34), da nekatera podjetja neupravičeno uporabljajo družbeno odgovornost, z namenom egoističnega ustvarjanja dobička. Ta podjetja stremijo k maksimalnemu dobičku, tudi če morajo zaradi tega izkoriščati revne. Da bi si izboljšali podobo v javnosti, namenijo zanemarljiv delež teh dobičkov v družbene namene, ali pa ustanovijo fundacijo, s katero razglašajo svoje interese, hkrati pa nenehno opozarjajo na svojo »velikodušnost«. Pri takih podjetjih je skrb za družbeno odgovornost le način za razkazovanje in oglaševanje. Nekateri drugi nasprotniki družbene odgovornosti pa trdijo, da gre pri tem konceptu le za modno muho, ki ni nikakršna nova poslovna filozofija, ampak zgolj eno od orodij marketinga (Gorjanc, b.l., str. 1).

1.5. Standardi družbene odgovornosti

Z namenom zagotoviti preglednost, usklajenost in primerljivost so se tudi na področju družbeno odgovornega ravnanja uveljavili različni standardi, ki naj bi podjetjem zagotovili, določeno osnovo, na katero se lahko oprejo npr. pri zaposlovanju, ravnanju z naravnim okoljem, poročanju ali v primeru etičnih dilem. Poleg tega predstavljajo standardi tudi korist za podjetja z manj znanja o družbeni odgovornosti in z manj usposobljenega kadra, večjo transparentnost, primerljivost, možnost izbiranja poslovnih partnerjev in projektov, izboljšano komunikacijo itn. Bolj verodostojno je lahko tudi razvrščanje podjetij po kriteriju družbene odgovornosti, saj je z opiranjem na standarde takšno razvrščanje bolj objektivno.

V Evropi se najpogosteje pojavljajo standardi, kot so mednarodni standard ISO 14001 ter standarda BS 7750 in EMAS, v nadaljevanju pa bom na kratko predstavil po svetu najbolj razširjene standarde družbene odgovornosti. GRI (Global Reporting Initiatives) je standard, pri katerem gre za usmerjanje poročanja o uresničevanju trajnostnega razvoja. Podjetja na prostovoljni osnovi poročajo o ekonomski, okoljski in družbeni razsežnosti svojega delovanja, proizvodov in storitev. UN Global Compact je standard, ki promovira načela na področju človekovih pravic, dela, okolja in antikorupcije, njegov namen pa je uveljaviti ti. korporativno državljanstvo v svetovnem gospodarstvu, pri čemer se opira na človekove pravice, pravice delojemalcev ter varstvo okolja. Standard AccountAbility 1000 (AA 1000) uveljavlja etično poslovanje in služi v pomoč organizacijam pri opredeljevanju ciljev, merjenju dosežkov, presojanju in poročanju. ISO 26000 pa je standard, ki se osredotoča na razvoj družbene odgovornosti in njeno celovitost. Standard upošteva trg in globalizacijo ter teži k doseganju trajnosti v svetovnem merilu. Poudarja vključitev deležnikov iz držav v razvoju, malih in srednje velikih podjetij ter povezovanje poslovne sfere z vladnimi organizacijami in družbo (Knez-Riedl, b.l., str. 1–2).

1.6. Poročanje družbene odgovornosti

Poleg dokazovanja družbeno odgovornega ravnanja s pomočjo standardov, podjetja o svojih aktivnostih na področju družbene odgovornosti poročajo preko različnih komunikacijskih

kanalov, kot so npr. letna poročila, dodatna okoljska poročila, internet, televizija, časopisi, letaki, brošure itn.. Podjetje pri poročanju svoje družbene odgovornosti obvešča vse svoje ciljne javnosti, tovrstna komunikacija pa se začne že v začetnih fazah načrtovanja družbene odgovornosti, ko podjetje skozi dialog z lokalno skupnostjo ugotavlja, katere teme so za lokalno skupnost najbolj relevantne.

Za aktivnosti zbiranja, obdelovanja in objavljanja podatkov o družbeno odgovornem ravnanju so v podjetjih pristojne službe za odnose z javnostmi, predstavniki oddelkov za informatiko, računovodstvo, trženje in prodajo ter tudi strokovnjaki za določeno vsebinsko področje, o katerem želi podjetje poročati (Drevenšek, 2005, str. 10). Redno poročanje o socialnih in okoljevarstvenih rezultatih poslovanja je za podjetje ključnega pomena, ker vse več investitorjev in drugih deležnikov (zaposleni, kupci, dobavitelji, lokalna skupnost, država itn.) te informacije zanimajo. Investitorji svoja sredstva raje vlagajo v podjetja z razvitim sistematičnim načinom poročanja o vprašanih, ki se nanašajo na družbeno odgovorna ravnanja (Lahovnik, 2006, str. 21).

1.7. Družbena odgovornost podjetij v Sloveniji

Pred nekaj leti smo v Sloveniji zelo malo govorili o družbeni odgovornosti, pravzaprav je bil ta koncept še precej neznan, maloštevilčna pa so bila tudi podjetja, ki so ga vključevala v svojo poslovno prakso. Evropska unija je z objavo Zelenega dokumenta (Green paper) leta 2001 vzpodbudila večje prizadevanje držav za razvoj družbene odgovornosti, tako je danes tudi v Sloveniji vse več podjetij, ki v svojo prakso vključujejo ta koncept (Hrast, b.l., str. 1). Dejstvo, da nekatera podjetja sicer namenjajo del sredstev družbeno odgovornim projektom, vendar še daleč od obsega sredstev, ki jih namenjajo podjetja v državah z bolj razvito družbeno odgovornostjo, dokazuje, da se pri nas ta koncept šele razvija (Gorenak, 2009). Rezultati projektov izobraževanja, napori posameznikov, primeri dobre prakse nekaterih podjetij in ustanov pa so dobra popotnica za prihodnjo širitev in nadgradnjo družbene odgovornosti v Sloveniji (Žaucer Šefman & Štebih, 2007, str. 3).

2. ODGOVORNO RAVNANJE Z OKOLJEM

Družbena odgovornost je širok koncept, ki zajema številne vidike in odnos do različnih udeležencev, ki pa so za posamezna podjetja različno pomembni, odvisno od dejavnosti, s katero se ukvarja. Za podjetja v elektroindustriji je zagotovo ključno vprašanje odnosa do okolja in do obnovljivih virov energije. Ker v praktičnem delu obravnavam družbeno odgovorno ravnanje podjetja Elektro Ljubljana, d. d., bom v nadaljevanju podrobneje predstavil ta dva vidika družbene odgovornosti.

Ker je odgovorno ravnanje z okoljem dokaj nov koncept, ga je težko definirati. Morda je najboljša definicija tista, ki pravi, da je odgovorno ravnanje z okoljem proces, v katerem

uporabljam različne inovativne pristope za varovanje okolja, s čimer ne zanemarimo družbene odgovornost in si hkrati zagotovimo konkurenčne prednosti. To pa je mogoče le s stalnim vlaganjem v inovacije in z učenjem, s ciljem doseganja okoljskih ciljev in strategij (Pane Haden, Oyler & Humphreys, 2009, str. 1049–1052). Podjetja se zavedajo, da lahko odgovorno ravnanje z okoljem predstavlja ključni faktor izboljšanja njihove konkurenčnosti, zaradi ekonomskih (zmanjšanje porabe vhodnih materialov, povečano povpraševanje po okolju prijaznih izdelkih) in strateških koristi (izboljšanje institucionalne podobe podjetja, povečanje produktivnosti, izboljšanje odnosov s svojimi deležniki). Zato jih je tudi veliko začelo upoštevati okoljska vprašanja znotraj konteksta svojih poslovnih aktivnosti (Molina-Azorin, Claver-Cortes, Lopez-Gamero & Tari, 2009, str. 1093–1094).

Odgovorno ravnanje z okoljem je pomembno zato, ker dandanes ljudje od managerjev pričakujejo, da (Marcus & Fremeth, 2009, str. 18):

- uporabljajo vire pametno in odgovorno;
- varujejo okolje;
- zmanjšujejo količine zraka, vode, energije, mineralov in drugih materialov, ki se uporabljajo v proizvodnji končnih izdelkov;
- reciklirajo materiale v največjem možnem obsegu;
- spoštujejo spokojnost in lepote narave;
- odstranijo strupe, ki škodujejo ljudem na delovnem mestu in v skupnostih;
- zmanjšujejo emisije toplogrednih plinov in se izogibajo dejavnostim, ki škodujejo podnebnju.

2.1. Argumenti za in proti odgovornemu ravnanju z okoljem

Avtorji navajajo, da lahko odgovorno ravnanje z okoljem vodi do povečanja prihodkov in zmanjšanja stroškov poslovanja. Do povečanja prihodkov pride predvsem zaradi (Ambec & Lanoie, 2008, str. 46–57):

- Boljšega dostopa do določenih trgov, saj zmanjšanje negativnih vplivov na okolje lahko izboljša ugled podjetja, kar posledično poveča lojalnost kupcev. V zadnjem času pa tudi vse več podjetij uporablja kriterij okoljske ozaveščenosti pri izbiri svojih dobaviteljev.
- Diferenciacije izdelkov, saj podjetja s pomočjo okolju prijaznih izdelkov iščejo poslovne priložnosti v okoljsko bolj ozaveščenih tržnih segmentih. Čeprav je proizvodnja okolju prijaznih izdelkov dražja, so v tem primeru kupci zanje pripravljeni plačati višjo ceno.
- Prodaje tehnologij, ki omejujejo onesnaževanje, s čimer je reševanje okoljskih problemov postalo poslovna priložnost za podjetja v ekoindustriji. Poleg teh pa so pomembna tudi podjetja, ki pri svojih prizadevanjih za odgovorno ravnanje z okoljem izvajajo raziskave na področju tehnologij omejevanja onesnaževanja. To lahko pripelje do tehnoloških inovacij, ki so privlačne tudi za druga podjetja.

Odgovorno ravnanje z okoljem lahko vodi do zmanjšanja stroškov, predvsem v 4 kategorijah:

- Upravljanje s tveganji in odnosi z zunanjimi deležniki, saj se izboljšajo odnosi med podjetjem in njegovimi zunanjimi deležniki (npr. vlada, ekološke skupine, mediji, skupnosti itn.), zmanjšajo pa se tudi tveganja, povezana s temi odnosi. Npr. če si podjetje prizadeva za manjše onesnaževanje okolja, se mu s tem posledično zmanjšajo možnosti sankcioniranja s strani vlade. Prav tako ima pri prodaji okolju prijaznih izdelkov podjetje manjšo možnost bojkota teh izdelkov s strani ekoloških skupin.
- Stroški materiala, energije in storitev, ker je onesnaževanje ponavadi povezano z razsipavanjem virov ter z nepopolno izrabljenimi surovimi materiali. Tako lahko zmanjšanje onesnaževanja vodi k zmanjšanju izdatkov za surove materiale, manjši porabi energije ter ponovni uporabi materialov s pomočjo recikliranja. Posledično so na boljšem tako podjetja kot tudi okolje, v katerem poslujejo.
- Stroški kapitala, ker imajo okoljsko ozaveščena podjetja manjše stroške finančnega kapitala, saj imajo lažji dostop do sredstev pri bankah. Dandanes ima večina bank strokovnjake, ki ocenjujejo okoljsko ozaveščenost potencialnih posojilojemalcev, s čimer se želijo prepričati, da projekti, ki jih financirajo, sledijo konceptu družbene odgovornosti.
- Stroški dela, saj malokdo želi delati v podjetju, ki ga lokalna skupnost prezira, ker preveč onesnažuje okolje. Ljudje, ki so ponosni na podjetje, v katerem so zaposleni, bolje opravljajo svoje delo, kažejo večjo predanost delu, predlagajo več izboljšav, za podjetje pa postanejo tudi zastopniki pri svojih prijateljih in sorodnikih, s tem da širijo ugled. To je še posebej pomembno pri zaposlovanju nadarjenih mladih znanstvenikov, managerjev in inženirjev, ki se preprosto nočejo zaposliti pri podjetju s slabim ugledom.

Dandanes se podjetja soočajo z naraščajočimi pritiski, da postanejo okoljsko bolj odgovorna. Ti pritiski prihajajo s strani različnih deležnikov podjetij (npr. potrošniki, investitorji, banke, nevladne organizacije itn.), ki od njih zahtevajo, da zmanjšajo svoje negativne vplive na okolje (Ambec & Lanoie, 2008, str. 46). Nekateri avtorji, ki so proti odgovornemu ravnanju z okoljem, pa menijo, da managerji ne smejo zasledovati omenjene prakse zaradi moralnih razlogov ali družbenih pritiskov, temveč le, če jim to omogoča doseči strateške cilje. Tovrstne aktivnosti so za podjetja torej priporočljive, če jim povečajo profitabilnost, ali pa bogastvo deležnikov (Siegel, 2009, str. 5–14).

2.2. Razlika med tradicionalnim ravnanjem in odgovornim ravnanjem z okoljem

Razlika med tradicionalnim ravnanjem (angl. *management*) in odgovornim ravnanjem z okoljem ni le v tem, kako je obravnavano okolje, temveč upošteva mnogo drugih dejavnikov (glej tabelo 1). Opazen je premik od stroge želje po doseganju dobička k doseganju visoke ravni kakovosti življenja za vse deležnike podjetja. Ni pomembna le proizvodnja dobičkonosnih proizvodov ampak proizvodov, ki so prijazni okolju, ljudem in podjetju samemu.

Tabela 1: Razlika med tradicionalnim ravnanjem in odgovornim ravnanjem z okoljem

| | TRADICIONALNO RAVNANJE | ODGOVORNO RAVNANJE Z OKOLJEM |
|---------------------------|--|--|
| Cilji | - ekonomska rast & dobiček - bogastvo delničarjev | - trajnost in kakovost življenja - blaginja delničarjev |
| Vrednote | - človek v središču - racionalnost - patriarhalne vrednote | - okolje v središču - intuicija in razumevanje - postpatriarhalne feministične vrednote |
| Izdelki | - funkcionalnost, stil, cena - potratne embalaže | - okolju prijazni |
| Proizvodni procesi | - energijsko intenzivni - tehnična učinkovitost | - nizkoenergijska poraba - okoljska učinkovitost |
| Organizacija | - hierarhična struktura - odločanje od zgoraj-navzdol - centralizirana avtoriteta | - nehierarhična struktura - participativno odločanje - decentralizirana avtoriteta |
| Okolje | - prevlada nad naravo - okolje kot vir - onesnaževanje je negativna eksternalija | - sožitje z naravo - strogo omejeni viri - odpravljanje onesnaževanja |
| Poslovne funkcije | - trženje je usmerjeno k čim večji potrošnji - finance so usmerjene h kratkoročni maksimizaciji dobička - računovodstvo se osredotoča na konvencionalne stroške - ravnanje z zaposlenimi in njihovimi zmožnostmi (angl. <i>Human resources management</i>) stremi k povečevanju delavne produktivnosti | - trženje je usmerjeno k izobraževanju potrošnikov - finance so usmerjene k dolgoročni trajnostni rasti - računovodstvo se osredotoča na okoljske stroške - ravnanje z zaposlenimi in njihovimi zmožnostmi stremi k varnosti in zdravju na delovnem mestu |

Vir: P. McDonagh & A. Prothero, *Green Management: a reader*, 1997, str. 33.

2.3. Obnovljivi viri energije

Trenutno se človeštvo nahaja v zelo razburljivem obdobju, saj se svetovno prebivalstvo naglo širi, pogoste so tehnološke novosti, naš planet pa je vedno bolj izčrpan. Hitra gospodarska rast in rast prebivalstva nevarno vplivata na okolje in naravne vire. Ljudje se tudi vse bolj zavedamo negativnih vplivov svojega početja, to je prekomernega onesnaževanja ter nespametnega ravnanja z neobnovljivimi viri energije, kot so nafta, zemeljski plin in premog. Današnji svet tako stoji pred težko nalogo, kako zasnovati gospodarstvo in način življenja, ki bo zadovoljil osnovne potrebe ljudi ter ne bo izčrpal svetovnega ekosistema in povzročil samouničenja. Da bi se izognili hudim podnebnim spremembam, je potrebno izrazito varčevanje z energijo, nujna pa je tudi uporaba obnovljivih virov energije (Plut, 2004, str. 7–93).

Eden od korakov na poti k doseganju tega cilja je vključitev držav v mednarodni sistem RECS. Gre za mednarodno uveljavljeno kratico za Sistem certifikatov za energijo iz obnovljivih virov (angl. *Renewable Energy Certificate System*), ki je nastal na podlagi

evropskega projekta in je zanesljiv za certificiranje električne energije iz obnovljivih virov v Evropi. V sistemu RECS se izdajajo standardizirani certifikati kot potrdilo, da je električna energija proizvedena iz obnovljivih in okolju prijaznih virov. Z izbiro vrste certifikata lahko kupci izbirajo, katero tehnologijo želijo podpreti, z nakupom RECS certifikata pa izkažejo svojo zavezanost uporabi okolju prijazne energije. Certifikate je mogoče izdati za vse različne vire obnovljive energije, zato omogoča ekološko označevanje obnovljive energije vseh vrst (www.hse.si).

V zadnjih desetletjih je z zavedanjem o omejenosti fosilnih goriv ter njihovih vplivih na okolje zanimanje za obnovljive vire energije v razvitih državah naraslo. Obnovljivi viri energije so tisti, za katere ni nevarnosti, da bi jih zmanjkalo, zanje pa sta značilna velik potencial energije in neomejena trajnost. V njihovo korist govori tudi dejstvo, da so to čisti viri, ki imajo na okolje zelo malo slabega vpliva (Plut, 2004, str. 80). Med glavne obnovljive vire energije štejemo:

1. Sončno energijo: tovrstno energijo človeštvo uporablja že od svojega obstoja, dandanes pa jo uporabljamo tako, da s sončnimi kolektorji lovimo sončne žarke. Voda se spremeni v paro, ta poganja turbine in tako nastane elektrika. Izrabljanje sončne energije je odvisno predvsem od količine sončnega sevanja, ta pa je odvisna od geografskih dejavnikov, kot so npr. relief, vreme, letni čas itn. (<http://www.modra-energija.si>).

2. Vetrno energijo: v preteklosti so jo uporabljali tako, da so postavili mline na veter, s pridobljeno energijo pa so črpali vodo iz vodnjakov ter mleli žito. V sodobnem času veter lovimo v velike turbine in tako proizvajamo elektriko, ki do gospodinjstev pride s pomočjo transformatorjev (<http://www.modra-energija.si>). Vetrna energija je spremenljiva in nezanesljiva, saj veter ne piha ves čas, zato je njena uporaba le skromna. Je pa raba tovrstne energije varna in za okolje manj obremenjujoča, vezana pa je predvsem na tista območja, kjer so povprečne hitrosti vetra sorazmerno visoke (Plut, 2004, str.81–82).

3. Energijo iz biomase: biomasa so predvsem gospodinjški in drugi odpadki (avtomobilske gume, živalski iztrebki in žagovina), ki končajo na smetišču. Veje, hrano, živalske iztrebke in druge ostanke ločijo, nato zažgejo, s tem pa ustvarijo paro in nato elektriko (<http://www.modra-energija.si>). Les, fosilna goriva in druga biomasa je pravzaprav posredna uporaba sončne energije, saj sonce preko fotosinteze preoblikuje les in druge snovi rastlin v biomaso (Plut, 2004, str. 84).

4. Geotermalno energijo: pri tovrstni energiji govorimo pravzaprav o vročini Zemlje, ki narašča tem bolj, čim globlje pod površino gremo. Vodo, ki zavre in pride na površje v obliki gejzirjev oziroma vročih izvirov, ljudje izkoriščajo za zdravilišča ali pa za ogrevanje pozimi, z njeno pomočjo pa lahko v geotermalnih elektrarnah ustvarijo tudi elektriko. Pri tem gre uporabljena voda nazaj v zemljo, kjer se spet segreje (<http://www.modra-energija.si>). Kot

energijo lahko uporabljamo tudi vroče kamnine, s katerimi segrevamo vodo (Plut, 2004, str. 84).

5. Vodno energijo

5.1. Hidroenergija: voda je izmed vseh obnovljivih virov v Sloveniji najpomembnejša. Včasih je voda poganjala mlinska kolesa, ki so mlela žito, dandanes pa vodna kinetična energija (gibanje vode – reke) poganja velike turbine v hidroelektrarnah ter tako proizvaja elektriko. Uporaba tovrstne energije je osnovana predvsem na gradnji umetnih jezov na rekah. Prednosti izkoriščanja hidroenergije so v tem, da je voda čist in obnovljiv energetski vir, proizvodnja električne energije ne onesnažuje okolja, značilni pa so tudi relativno nizki obratovalni stroški. Slabosti izkoriščanja hidroenergije pa so v tem, da proizvodnja niha glede na razpoložljivost vode po različnih mesecih v letu, izgradnja hidroelektrarn pa povzroča ogromne investicijske stroške in posege v naravo (Plut, 2004, str. 81).

5.2. Energija oceanov: iz oceanov energijo pridobivamo na 3 načine, in sicer s pomočjo plimovanja, valovanja in sprememb temperature vode. Danes energija oceanov še ni polno izkoriščena, vendar pa bomo energijo plimovanja in valovanja bolj uporabljali, ko bo začelo primanjkovati fosilnih goriv. Uporabljale pa se bodo tudi naprave, imenovane OTEC, ki so pretvorniki toplotne energije oceanov, vendar pa so zaenkrat še v poskusni fazi (Graham, 2000, str. 44).

Marsikdo od nas se ne zaveda, kolikšen pomen ima energija v našem vsakdanjem življenju, saj nas ta spremlja skoraj na vsakem koraku, zaradi nje pa je naše življenje lažje in udobnejše. Večina energije je proizvedena iz klasičnih fosilnih goriv (premog, nafta, zemeljski plin), omenjena proizvodnja pa ima mnoge slabe posledice, kot sta onesnaževanje okolja ter segrevanje ozračja, ki posledično vodita v mnoge naravne katastrofe, ki smo jim priča danes. Predvideva se, da bodo zaloge klasičnih fosilnih goriv izčrpane že v bližnji prihodnosti, kar pa lahko za našo družbo predstavlja veliko krizo. Za zagotovitev mirne prihodnosti človeštva je potreben postopni prehod iz klasičnih fosilnih goriv na obnovljive vire energije, česar se dobro zaveda tudi podjetje Elektro Ljubljana, d. d. V okviru programov Zelena in Modra energija svojim odjemalcem nudijo možnost nakupa električne energije, proizvedene iz obnovljivih in okolju prijaznih virov energije.

3. PREDSTAVITEV PODJETJA ELEKTRO LJUBLJANA, D. D.

Podjetje Elektro Ljubljana, d. d., se ukvarja z distribucijo električne energije, njihov osnovni cilj pa je zagotoviti kupcem konkurenčne in stabilne cene za električno energijo. V letu 1990 je bilo na podlagi Zakona o podjetjih preoblikovano v javno podjetje, leta 1998 pa je bilo na podlagi predhodno izvedenega lastninjenja reorganizirano v delniško družbo.

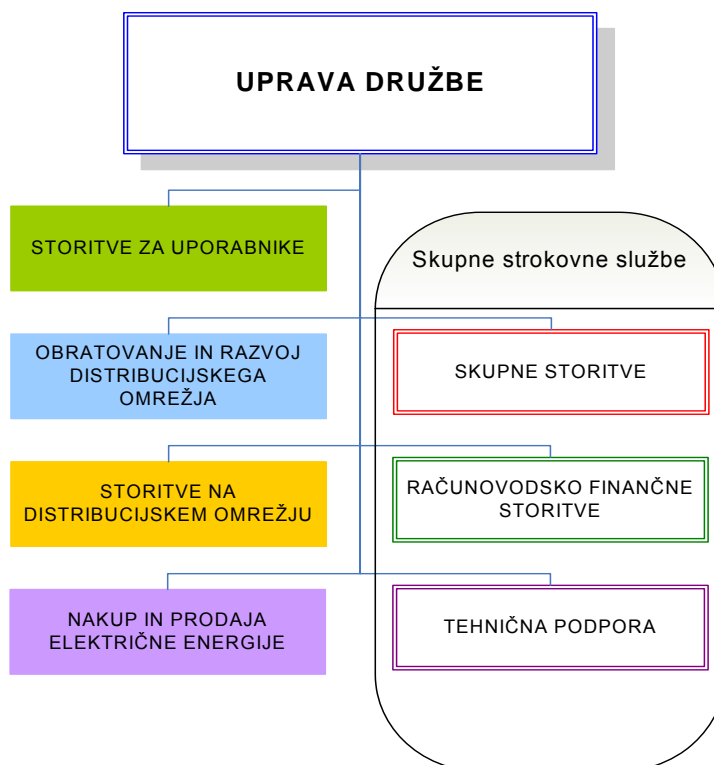
Do 30. junija 2007 je bilo Elektro Ljubljana, d. d., eno od petih slovenskih distribucijskih podjetij, ki jih je Vlada Republike Slovenije imenovala za upravjalce distribucijskih omrežij (Letno poročilo Elektra Ljubljana, d. d., za leto 2007, str. 15). 1. julija 2007 pa je vlogo podjetja pri izvajanju gospodarske javne službe systemskega operaterja distribucijskega omrežja prevzela družba SODO, d. o. o., s čimer so izgubili status javnega podjetja. Elektro Ljubljana, d. d., je pri tem ostal lastnik elektroenergetske infrastrukture, ki jo sedaj daje v najem družbi SODO, d. o. o., zanje pa opravlja tudi različne storitve, kot so npr. vzdrževanje elektroenergetske infrastrukture, vodenje elektrodistribucijskega omrežja, razvoj in vlaganja v elektroenergetsko infrastrukturo, priprava in vodenje investicij itn. (Letno poročilo Elektra Ljubljana, d. d., za leto 2008, str. 19).

Upravljanje podjetja izhaja iz Zakona o gospodarskih družbah, Statuta družbe ter pravic in odgovornosti organov vodenja in upravljanja družbe. Podjetje ima uveljavljen dvotirni sistem upravljanja, odnosi med posameznimi organi pa so uveljavljeni na podlagi medsebojne delitve pravic in obveznosti (Letno poročilo Elektra Ljubljana, d. d., za leto 2009, str. 17). Podjetje oskrbuje z električno energijo okrog 320.000 odjemalcev, kar pomeni, da teritorialno pokriva približno tretjino države. Največji delež v strukturi prodaje zasedajo poslovni odjemalci z 61,7 %, tem sledijo gospodinjski odjemalci s 30,1 % deležem, ostala prodaja pa zaseda 8,3 % delež (Letno poročilo Elektra Ljubljana, d. d., za leto 2008, str. 25–33).

Večinski lastnik podjetja je Republika Slovenija z 79,5 % deležem, ostale pravne osebe imajo 18,8 % lastniški delež, najmanjši delež pa pripada fizičnim osebam, in sicer 1,7 %, pri čemer ima 5 največjih delničarjev v lasti 91 % podjetja (Letno poročilo Elektra Ljubljana, d. d., za leto 2008, str. 66). Konec leta 2009 je podjetje imelo 1028 zaposlenih, kar je 1 zaposleni več glede na konec leta 2008. V povprečju je bilo v letu 2009 zaposlenih 1036 delavcev, njihova povprečna starost pa je bila 41 let. Glede na dejavnost gre za pretežno moški kolektiv, saj je zaposlenih 82,6 % moških in 17,4 % žensk (Letno poročilo Elektra Ljubljana, d. d., za leto 2009, str. 71).

Podjetje se je v letu 2007 reorganiziralo z namenom, da se obstoječa organiziranost uskladi z zahtevami, določenimi v Zakonu o spremembah in dopolnitvah energetskega zakona, ter v Uredbi o načinu izvajanja gospodarske javne službe dejavnosti systemskega operaterja distribucijskega omrežja električne energije (Elektro novice, januar – februar 2007, str. 5). Obstoječa organizacijska struktura (glej sliko 1) ima značilnosti poslovno funkcijsko organizacijske strukture. Podjetje je organizirano v okviru 7 organizacijskih enot (v nadaljevanju OE), in sicer OE Storitve za uporabnike, OE Obratovanje in razvoj distribucijskega omrežja, OE Storitve na distribucijskem omrežju in OE Nakup in prodaja električne energije, katere so naprej razdeljene na več služb in oddelkov. Skupne strokovne službe pa so organizirane v okviru OE Skupne storitve, OE Računovodsko finančne storitve in OE Tehnična podpora.

Slika 1: Organizacijska shema Elektra Ljubljana, d. d



Vir: Letno poročilo Elektra Ljubljana d.d. za leto 2009, str. 15.

4. DRUŽBENO ODGOVORNO RAVNANJE PODJETJA ELEKTRO LJUBLJANA, D. D.

Poslanstvo Elektra Ljubljana, d. d., je celovita, kakovostna, zanesljiva ter konkurenčna oskrba uporabnikov z električno energijo in s tem povezanimi storitvami, ki temeljijo na več kot 110-letni tradiciji podjetja. Njihova vizija pa je ostati vodilno slovensko in evropsko prepoznavno oskrbovalno podjetje z lastno blagovno znamko na področju razdeljevanja in proizvodnje električne energije z izkoriščanjem obnovljivih virov energije ter s tem povezanih storitev (Letno poročilo Elektra Ljubljana, d. d., za leto 2009, str. 19). Družbene odgovornosti tako ni mogoče razbrati iz poslanstva podjetja, povsem drugače pa je pri viziji. Iz vizije je razvidno, da daje podjetje velik poudarek obnovljivim virom energije, kar kaže njihovo skrb za okolje in posledično tudi njihovo družbeno odgovornost.

Pri proučevanju družbene odgovornosti v podjetju Elektro Ljubljana, d. d., sem njihova prizadevanja na tem področju razdelil na 4 segmente, in sicer skrb za zaposlene, za ostale javnosti in komuniciranje z interesenimi skupinami, opisane v tem poglavju, ter skrb za okolje, opisano v naslednjem poglavju.

4.1. Skrb za zaposlene

V podjetju se zavedajo, da so zaposleni njihova glavna konkurenčna prednost, saj je njihov uspeh odvisen od znanja, ustvarjalnosti, odgovornosti in zadovoljstva vsakega izmed zaposlenih. Zaposleni, ki se nenehno izobražujejo in izpopolnjujejo, so lahko kos vedno večjim zahtevam trga. Tako v podjetju posvečajo posebno pozornost stalnemu izobraževanju, izpopolnjevanju in usposabljanju delavcev, s tem da poleg formalnega izobraževanja organizirajo tudi številna funkcionalna izobraževanja v obliki konferenc, posvetovanj in seminarjev (Elektro novice, marec 2009, str. 39). Poleg izobraževanja svojih zaposlenih pa veliko pozornosti posvečajo tudi njihovi inovativnosti. Vedo, da so stalne izboljšave vedno bile in vedno bodo gonilo razvoja v vsakem podjetju, zato inovativnim zaposlenim letno podelijo pisno priznanje in denarno nagrado za najboljšo stalno izboljšavo in na ta način spodbujajo inovativnost. Velik pomen dajejo tudi oblikovanju organizacijske kulture, ki spodbuja inovativnost, je bolj tolerantna do napak ter gradi ozačje zaupanja (Elektro novice, januar – februar 2006, str. 40).

Velik pomen v Elektru Ljubljana, d. d., dajejo tudi varnosti in zdravju svojih zaposlenih. Skrb za varnost in zdravje pri delu podjetju narekuje vrsto obveznosti in nalog z namenom nenehnega ugotavljanja in zmanjševanja tveganj, ki so jim delavci izpostavljeni pri delu (Elektro novice, maj – junij 2006, str. 33). V družbi organizirajo obvezne tečaje iz varnosti in zdravja pri delu ter požarnega varstva, redno pa preverjajo tudi osebno varnostno opremo svojih terenskih delavcev, tako da je za varnost in zdravje pri delu dobro poskrbljeno (Letno poročilo Elektra Ljubljana, d. d., za leto 2009, str 73–74). Delavci s težjimi delovnimi pogoji imajo obvezen zdravstveni pregled vsako leto (delo na višini itn.), tisti, ki opravljajo manj zahtevna terenska dela, vsaki 2 leti, pisarniški delavci pa vsakih 5 let. Vsem svojim zaposlenim in njihovim najožjim družinskim članom omogočajo tudi brezplačni okulistični pregled (Elektro novice, maj – julij 2007, str 28).

Podjetje si za velik uspeh šteje pridobitev certifikata Družini prijazno podjetje, ki za zaposlene pomeni možnost lažjega prilagajanja družinskemu in poklicnemu življenju. V podjetju se dobro zavedajo, da lahko z upoštevanjem pomena do družine prijaznih pogojev zaposlovanja ter dela pozitivno vplivajo na večjo motiviranost, zmanjšanje fluktuacije zaposlenih itn. (Elektro novice, oktober 2009, str 13). Za pridobitev omenjenega certifikata je podjetje moralo sprejeti določene ukrepe, ki se navezujejo na delovni čas, organizacijo dela, delovno mesto, politiko informiranja in komuniciranja, večšine vodstva, razvoj kadrov, strukturo plačila in nagrajevanje dosežkov ter storitve za družine. V nadaljevanju navajam nekatere izmed sprejetih ukrepov (Elektro novice, poletje 2009, str. 8–9):

- fleksibilni delovni čas zaposlenih z zgodnejšim prihodom in kasnejšim odhodom,
- prost delovni dan staršev na prvi šolski dan otroka v prvih treh razredih osnovne šole, v tednu, ko se otroka uvaja vrtec, pa se jim omogoči fleksibilen delavnik,
- če zaposleni niso sposobni dobiti plačane bolniške odsotnosti ali spremstva za nego otroka do 18. leta, ki je v bolnišnici, ali za nego ožjega družinskega člana, se jim prizna dodatni plačani izredni dopust,

- ker so zaposleni izpostavljeni določenim obremenitvam na delovnem mestu, pripravi podjetje aktivnosti za njihovo zmanjšanje: ergonomska ustreznost delovnih mest, športne aktivnosti (v sodelovanju s športnim društvom), delavnice za zmanjševanje psihičnih obremenitev pri delu itn.

Leta 2009 so v podjetju začeli izvajati letne razgovore, ki potekajo med vodjem in zaposlenim, z njihovo pomočjo pa dobijo vpogled v preteklost, sedanost ter prihodnje načrte posameznika in podjetja. Njihov glavni namen je izboljšanje odnosa med vodjo in zaposlenim, pogojev za delo, dvigniti motivacijo in posledično doseči večjo učinkovitost in delovno uspešnost zaposlenega. Sogovornika na letnem razgovoru skupaj ocenita preteklo leto, postavita smernice za prihodnje ter definirata možnosti osebnega in poklicnega razvoja zaposlenega (Elektro novice, julij 2008, str. 6). Tovrstni razgovori običajno potekajo enkrat letno, izvedba le-teh pa sledi po hierarhični lestvici navzdol – razgovore najprej opravi najvišje vodstvo s svojimi sodelavci, ti nadaljujejo s svojimi podrejenimi sodelavci itn. (Elektro novice, december 2008, str. 40).

Elektro Ljubljana, d.d., si stalno prizadeva pridobiti štipendiste, s pomočjo katerih nadomestijo zaposlene, ki zaradi upokojitve zapuščajo družbo. Podjetje štipendira predvsem dijake in študente iz vseh strok, predvsem pa elektroenergetike (Elektro novice, maj 2008, str. 20). V poletnih mesecih omogočajo dijakom in študentom počitniško delo, s čimer lažje premostijo obdobje počitniških mesecev, ko je precejšen del zaposlenih na poletnem dopustu in bi zaradi tega lahko prihajalo do zastojev pri delu (Elektro novice maj – julij 2007, str. 36).

4.2. Skrb za ostale javnosti

Donacije v denarni in materialni obliki so ena od oblik, s pomočjo katerih Elektro Ljubljana, d. d., ravna v skladu z načelom družbene odgovornosti. Tako so z junijem 2005 postali donator dobrodelne fundacije Rdeči noski – društvo za pomoč trpečim in bolnim. Rdeči noski – klovniki zdravniki so posebej usposobljeni umetniki, ki bolne otroke tolažijo s humorjem, podarjajo naklonjenost in vračajo voljo do življenja. Elektro Ljubljana, d. d., kot dolgoročni partner te fundacije zagotavlja sredstva, ki jim omogočajo ne le redno obiskovanje otrok, ampak tudi rast in razvoj njihovega društva (Elektro novice, poletje 2009, str. 3). Prav tako so se v podjetju odločili, da pokroviteljsko podprejo zavod za gluhe in naglušne Ljubljana (Elektro novice, november – december 2007, str. 13).

Podjetje pogosto sodeluje tudi z različnimi izobraževalnimi institucijami, predvsem z osnovnimi šolami. Pri tem je njihov glavni cilj informirati in izobraževati učence in dijake o elektroenergetski stroki, učinkoviti rabi energije in poklicih v elektrogospodarstvu (Letno poročilo Elektra Ljubljana, d. d., za leto 2009, str. 78). Tako je v šolskem letu 2008/2009 potekal na osnovnih šolah projekt Trajnostna energija v šolah, katere namen je bil vzpodbuditi pri osnovnošolcih razmišljanje o obnovljivih virih in učinkoviti rabi električne energije. Za

učence so pripravili praktične delavnice, kjer so bili deležni nasvetov za učinkovito rabo energije (Elektro novice, julij 2008, str. 14).

Elektro Ljubljana, d. d., kot družbeno odgovorno podjetje posveča veliko pozornosti tudi materialni in finančni podpori kulturnim, športnim in družbeno-socialnim dogodkom v lokalni skupnosti z donacijami in sponzorstvi (Elektro novice, januar-februar 2006, str. 25). Velik poudarek dajejo tudi ohranjanju tehniške kulturne dediščine. Tako so se odločili, da temeljito obnovijo Mestno elektrarno Ljubljana, ki predstavlja prvovrsten spomenik tehniške kulturne dediščine, sedaj pa jo tudi upravljajo (Elektro novice, januar – februar 2006, str. 23). Mestna elektrarna je eden izmed prvih primerov sodelovanja med kulturo, gospodarstvom, dediščino in javnim sektorjem, saj teče že sedmo leto, odkar jo redno naseljuje kultura. Prostor je namenjen uprizoritveni umetnosti, sodobnemu plesu in gledališču, koncertom, razstavam, konferencam itn. Dvorana pa deluje tudi kot vadbišče, kjer umetniki ustvarjajo predstave, vadijo in raziskujejo (Elektro novice, november – december 2007, str. 36). Ob 110-letnici Mestne elektrarne Ljubljana so v podjetju znova naredili premik k ohranjanju tehniške dediščine podjetja in obnovili prehod Slomškova ulica – Kotnikova ulica. Ulico so poimenovali Muzejska ulica, srce te ulice pa predstavljata obnovljena stroja – lokomobila, preurejena v elektroenergetski obrat in motor generator (Elektro novice, november– december 2007, str. 41).

4.3. Komuniciranje z interesnimi skupinami

Temeljni cilji Elektra Ljubljana, d. d., glede odnosov z javnostmi so: sistematično komuniciranje z javnostjo (tako notranjo in zunanjo), utrjevanje korporativne in drugih blagovnih znamk, pozicioniranje kot zaupanja vrednega partnerja, povečanje svojega ugleda ter zagotavljanje odprtosti poslovanja. Podjetje skrbi za informiranost svojih zaposlenih, tako da letno izda 5 številčk internega glasila Elektro novice. Ta omogoča posredovanje aktualnih novic o delu managementa podjetja, o poslovanju podjetja, o delu posameznih delovnih enot, športnega društva, društva upokojencev, sindikata, o zanimivostih iz zunanjega sveta, pa tudi posredovanje novic iz stroke. Prejmejo ga vsi zaposleni, upokojeni sodelavci ter štipendisti podjetja, nekaj izvodov pa prejmejo tudi različne pravne in fizične osebe.

V podjetju se zavedajo pomena korektnih odnosov s predstavniki medijev, zato se prizadevajo, da jim posredujejo resnične, popolne in pravočasne informacije o vprašanih, ki zadevajo njihovo delovno področje. Odjemalci Elektra Ljubljana pa lahko dobijo informacije, posredujejo pritožbe in reklamacije preko klicnega centra, osebno v informacijskih pisarnah podjetja, na spletni strani ter preko različnih elektronskih naslovov. Poleg kvalitetne dobave električne energije si podjetje prizadeva tudi za ustrezno sodelovanje s svojimi odjemalci, katere redno obvešča o vseh novostih in načrtih s promocijskimi brošurami na zadnji strani računa z direktno pošto, z različnimi javnimi objavami itn. (Letno poročilo Elektra Ljubljana, d. d., za leto 2009, str. 85).

5. ODGOVORNO RAVNANJE Z OKOLJEM V PODJETJU ELEKTRO LJUBLJANA, D. D.

5.1. Skrb za okolje

Podjetje se prizadeva za čim bolj učinkovito okoljsko politiko, s tem da (Poročilo o ravnanju z okoljem Elektra Ljubljana, d. d., za leto 2004, str 16):

- zmanjšuje neugodne vplive na okolje,
- preprečuje onesnaževanje okolja ter izboljšuje ohranjanje surovin in naravnih virov,
- skrbno ravna z odpadki in nevarnimi snovmi,
- je pripravljeno na hiter odziv v primeru neugod,
- poslovne partnerje in zaposlene spodbuja k čim bolj odgovornemu odnosu do okolja,
- zagotavlja skladnost svojih postopkov z veljavno zakonodajo,
- komunicira z notranjimi in zunanjimi javnostmi v zvezi z ravnanjem z okoljem,
- neprestano izboljšuje proces ravnanja z okoljem s pomočjo okoljskih programov.

V podjetju so se skladno z vizijo odločili, da bodo ozaveščali svoje odjemalce o dragocenosti električne energije. Pri odjemalcih si prizadevajo doseči, da bi ti zmanjšali svojo porabo električne energije, kar bi pomenilo njeno manjšo proizvodnjo, s čimer se zmanjšajo tudi negativni učinki na naravo, ki pri tej proizvodnji nastajajo. Tako so v skladu s temi prizadevanji za svoje gospodinjstve pripravili 2 storitvi, s katerima želijo vzpodbujati k bolj učinkoviti rabi energije. Prva storitev, Spremljaj svojo porabo, je namenjena odjemalcem, ki želijo aktivno spremljati svojo porabo električne energije in tudi prispevati k njenemu zniževanju v Sloveniji. Uporabniki te storitve lahko stalno spremljajo svojo porabo in s tem povezane stroške preko posebne spletne aplikacije (Elektro novice, november-december 2007, str. 30). Dodatna storitev za gospodinjstva je tudi Poišči potratneža. Uporabniki te storitve dobijo merilnike porabe električne energije, s katerimi lahko izmerijo porabo na domačih aparatih, katerih nazivna moč ne presega 3 kW, ter so na električno omrežje priključeni preko vtičnice. Z njeno pomočjo uporabniki ocenijo delež, ki ga posamezni aparat prispeva k skupni porabi ter posledično stroškom za električno energijo (Elektro novice, maj – julij 2007, str. 15).

Pomemben korak k vzpodbujanju za bolj učinkovito rabo energije so v podjetju naredili tudi z uvedbo progresivnega načina obračuna električne energije za gospodinjstve odjemalce, s katerim je obračunana cena za posameznega odjemalca odvisna od njegove porabe. S tem želi podjetje zmanjšati razliko med vele in maloprodajno ceno električne energije ter spodbujati njeno učinkovito in varčno rabo (Elektro novice, oktober 2008, str. 5).

Poleg ozaveščanja odjemalcev o dragocenosti električne energije jih podjetje spodbuja tudi k nakupu električne energije, proizvedene iz obnovljivih virov. Tovrstno električno energijo podjetje trži v okviru produktov Zelena energija in Modra energija. Zelena energija je blagovna znamka Elektra Ljubljana, d. d., in predstavlja električno energijo, pridobljeno iz

obnovljivih energetske virov, tj. malih hidro in sončnih elektrarn hčerinske družbe Male hidroelektrarne Elektro Ljubljana, d. o. o. V sodelovanju s Holdingom Slovenske elektrarne, d. o. o., pa podjetje trži tudi produkt Modra energija, pri katerem gre za blagovno znamko energije, pridobljene iz obnovljivih virov velikih slovenskih rek. Nosilec te blagovne znamke je Holding Slovenske Elektrarne, d. o. o., Elektro Ljubljana, d. d., pa je le posrednik pri prodaji končnim kupcem (Letno poročilo Elektra Ljubljana, d. d., za leto 2009, str. 79–80). Omenjenima projektoma bom več pozornosti posvetil v nadaljevanju diplomskega dela.

V okviru Sistema ravnanja z okoljem v podjetju potekajo številni okoljskih programi, znotraj katerih (Letno poročilo Elektra Ljubljana, d. d., za leto 2009, str. 81–83):

- po poslovnih stavbah ločeno zbirajo odpadni papir, plastično embalažo, steklo, baterije, kartuše ter druge vrste odpadkov,
- ločeno zbirajo odpadke tudi na področju nadzorništva, prizadevajo pa si za minimiziranje stroškov pri odvozu teh odpadkov,
- neprimerno transformatorsko olje zamenjajo z novim, starega pa predajo pooblaščenemu zbiratelju,
- z namenom zmanjševanja porabe goriva in posledično zmanjšanja oddanih emisij v ozračje izvajajo posebna izobraževanja zaposlenih,
- skrbijo za sanacijo objektov, katerih kritina vsebuje škodljiv azbest,
- odpadke, ki nastanejo pri sanaciji kableske kanalizacije (npr. mulj, pesek, odpadni gradbeni material itn.) ločeno predajajo za to pooblaščenim podjetjem,
- določene naprave v elektrodistribucijskem omrežju podjetja, ki vsebujejo strupene pline, postopoma zamenjujejo z novimi, ki namesto strupenih plinov uporabljajo okoljsko precej sprejemljivejše rešitve.

V letu 2009 so pričeli z izvajanjem projekta Elektro Ljubljana, okolju prijazno podjetje, katerega cilj je varčevanje z električno in toplotno energijo v poslovnih stavbah družbe. Pisarne so tako opremili z nalepkami, ki opozarjajo na preprosta dejanja, s katerimi varčujejo z energijo, npr. ugašanje monitorjev ter luči, zapiranje vode, prezračevanje prostorov itn. (Letno poročilo Elektra Ljubljana, d. d., za leto 2009, str. 80).

5.2. Projekti pridobivanja in prodaje energije iz obnovljivih virov

Poraba električne energije se na splošno iz leta v leto povečuje. Iz klasičnih fosilnih goriv je proizvedeno največ električne energije, vendar imajo ta goriva na okolje negativne posledice, ki niso več omejene le na ožjo lokacijo elektrarn, temveč povzročajo vremenske spremembe in katastrofe po celem svetu. Ker novih in okolju prijaznih tehnologij za pridobivanje električne energije v bližnji prihodnosti ni pričakovati, edino dodatno alternativo tako predstavlja pridobivanje električne energije iz obnovljivih in okolju prijaznih energetske virov (Elektro novice, maj 2010, str. 10).

S proizvodnjo električne energije iz obnovljivih virov se v podjetju Elektro Ljubljana, d.d., ukvarjajo že nekaj desetletij, na začetku z uporabo vodne, v zadnjih letih pa tudi sončne energije (Elektro novice, marec 2009, str. 27). Proizvedene količine in cene tovrstne električne energije sicer niso konkurenčne proizvodnji v velikih elektrarnah, toda dejstva o vse bolj omejenih količinah fosilnih goriv in njihovih negativnih učinkih na okolje so vplivala na zavedanje podjetja, da mora razmišljati tudi v prihodnost (Elektro novice, poletje – jesen 2006, str. 13).

Elektro Ljubljana se zaveda, kakšno je njegovo poslanstvo tako na poslovnem kot tudi širšem družbenem področju, zato se zavzemajo za takšno energetske politiko, ki bo s spodbujanjem izgradnje elektrarn na obnovljive vire in s programi učinkovite rabe energije dolgoročno vsaj ohranila naše okolje takšno, kot so nam ga zapustili predniki. Svojo okoljsko naravnost potrjujejo s povečevanjem proizvodnje električne energije iz obnovljivih virov v lastnih elektrarnah, sodelovanjem pri projektih novih, okolju prijaznih tehnologij pridobivanja električne energije, podpiranjem neodvisnih proizvajalcev električne energije ter sklepanjem pogodb s kvalificiranimi proizvajalci (Naraščajoč pomen malih elektrarn na obnovljive vire, interno gradivo Elektro Ljubljana, d. d., 2004).

5.2.1. Zelena energija

5.2.1.1. Opis projekta

Skladno s svojo okoljsko usmeritvijo so v podjetju razvili blagovno znamko Zelena energija, ki predstavlja prodajo električne energije iz obnovljivih in okolju prijaznih virov energije. Električna energija, ki jo prodajajo v okviru omenjenega programa, je proizvedena v 10 malih hidroelektrarnah, katere ne zahtevajo velikih posegov v prostor in se skoraj zlijejo z okoljem, ter 10 sončnih elektrarnah (Elektro novice, januar – februar 2006, str. 16).

Zaradi zakonodaje v preteklosti podjetja za distribucijo električne energije niso mogla graditi lastnih proizvodnih enot in proizvajati električne energije. Zato so v podjetju ustanovili hčerinsko družbo Male hidroelektrarne Elektro Ljubljana, d. o. o., ki ima v lasti omenjenih 10 hidro in 10 sončnih elektrarn (Elektro novice, marec 2008, str. 6). Male hidroelektrarne Elektro Ljubljana, d. o. o., vključujejo naslednje hidroelektrarne: MHE Sušjek, MHE Sopota, MHE Zala, MHE Sora Fužine, MHE Zagradec, MHE Belica, MHE Črni potok, MHE Stare žage, v zakupu pa imajo še: MHE Sava Brod in MHE Prečna. V zadnjem času v družbi MHE, d. o. o., poleg vodne veliko pozornosti namenjajo izkoriščanju tudi sončne energije, ki velja s stališča varovanja okolja za najboljši način pridobivanja električne energije iz obnovljivih virov (Elektro novice, oktober 2008, str. 34).

Elektro Ljubljana, d. d., se je kot prvo med distribucijskimi podjetji v Sloveniji posvetilo gradnji sončnih elektrarn, saj je že leta 2001 finančno in tehnično podprlo gradnjo prve sončne elektrarne (v nadaljevanju SE) v Sloveniji, ki je postavljena na strehi poslovno-

trgovskega objekta v Ljubljani (SE Litijska cesta). To je pilotni projekt in služi tudi v promocijske namene (Elektro novice, december 2008, str. 5). Leta 2004 so postavili SE na Planinski koči pri Jelenovem studencu, tej pa je leta 2007 sledila SE na Srednji šoli tehniških strok Šiška, ki služi predvsem promociji večjega izkoriščanja solarne energije ter za demonstracijske, raziskovalne in izobraževalne namene. Leta 2008 pa so v podjetju postavili 2 SE, in sicer SE v Primči vasi in SE na strehi skladišča distribucijske enote Elektra Ljubljane, d. d., v Kočevju (Letno poročilo Elektra Ljubljana, d. d., za leto 2009, str. 78).

V letu 2009 so v podjetju še povečali aktivnosti na področju obnovljivih virov električne energije, saj so zgradili oziroma sodelovali pri gradnji 20 SE, od katerih jih je 16 v lasti zunanjih investitorjev (Elektro novice, maj 2010, št. 2). Preostale 4, ki so v lasti podjetja, pa so SE razdelilna transformatorska postaja (v nadaljevanju RTP) Litostroj, SE nadzorništvo Metlika, SE RTP Radeče ter SE nadzorništvo Radeče (Letno poročilo Elektra Ljubljana, d. d., za leto 2009, str. 78). V letu 2010 v podjetju nameravajo nadaljevati z dosedanjimi aktivnostmi na tem področju ter postaviti še 4 do 5 novih SE na objektih Elektra Ljubljana, in sicer na RTP Domžale, nadzorništvo Domžale, RTP Črnomelj, nadzorništvo Črnomelj, RTP Vič (Elektro novice, maj 2010, št. 2).

Projekt Zelena energija so v podjetju lansirali v maju leta 2004, vse od njegovega začetka pa število novih odjemalcev narašča, kar nakazuje, da se vse več ljudi zaveda pomembnosti pridobivanja energije iz obnovljivih virov. Do danes pa se je za nakup Zelene energije odločilo že skoraj 1000 kupcev, po mnenju vodstva pa se bo število odjemalcev v prihodnosti še povečalo, saj so dandanes mlajše generacije v primerjavi s starejšimi precej bolj osveščene o pomenu varovanja in ohranjanja okolja (Volfand, 2009, str. 38–39).

Cena, ki jo plačujejo odjemalci Zelene energije, je določena kot dodatek k ceni električne energije, ki jim predstavlja do 12 % povečanje računa za električno energijo, kar v praksi pomeni, da bo povprečno gospodinjstvo, ki mesečno porabi 289 kWh, dodatno plačevalo 3,47 €, z upoštevanim DDV (Volfand, 2009, str. 38–39). Sredstva, ki jih podjetje pridobi s prodajo Zelene energije, se zbirajo na računu podjetja Male hidroelektrarne Elektro Ljubljana, d. o. o., porabljajo pa se za vzdrževanje obstoječih in izgradnjo novih kapacitet za proizvodnjo okolju prijazne električne energije ter za pospeševanje racionalne rabe energije (Elektro novice, marec 2008, str. 6).

Da pa bi zagotovili tudi sledljivost električne energije, ki jo prodajajo pod to blagovno znamko, vsi kupci prejmejo potrdilo o izvoru, s čimer jim podjetje zagotavlja, da je dobavljena električna energija dejansko proizvedena iz obnovljivih virov (Pregled dela projektne skupine za razvoj in preoblikovanje produkta Zelena energija, interno gradivo Elektro Ljubljana, d. d., 2005).

Zelena energija je namenjena prodaji tistim gospodinjskim odjemalcem, ki se zavedajo nevarnosti prevelike energetske potratnosti sveta. Tisti, ki se torej odločijo za nakup Zelene energije, na ta način prispevajo k čistemu okolju tudi za prihodnje rodove ter s tem izkažejo svojo okoljsko naravnost in ozaveščenost. Ključna vzroka, da se je Elektro Ljubljana odločil za uvajanje in izvedbo tega projekta, sta, da podjetje verjame, da lahko s (Elektro novice, maj 2010, str. 10):

- svojim odgovornim ravnanjem z okoljem pripomore k varovanju in ohranjanju čistega in zdravega okolja,
- skrbno načrtovanim vlaganjem sredstev v obnovljive vire energije pomaga zmanjševati negativne posledice, ki jih prinaša dolgotrajna uporaba klasičnih fosilnih goriv.

Glavni namen izvajanja projekta Zelena energija je oblikovati trg z zeleno energijo v Sloveniji, povečati zavedanje potrošnikov o prednostih, ki jih prinaša tovrstna energija, širiti ekološko ozaveščenost med odjemalci, in kot smo že omenili, podpirati projekte vzdrževanja obstoječih in izgradnje novih proizvodnih kapacitet ter pospeševati racionalno rabo energije (Projekt Zelena energija, interno gradivo Elektro Ljubljana, d. d., 2004).

Cilji projekta so (Projekt Zelena energija, interno gradivo Elektro Ljubljana, d. d., 2004):

- 1) organiziranje trga z električno energijo, proizvedeno iz obnovljivih virov energije (v nadaljevanju E-OVE) in njegovo razčlenitev (tarifni, upravičeni odjemalci),
- 2) oblikovanje skupne strategije trženja E-OVE pod enotno blagovno znamko,
- 3) usklajevanje aktivnosti in s tem preprečitev drobitve trga.

Med naloge projekta pa spadajo (Projekt Zelena energija, interno gradivo Elektro Ljubljana d.d., 2004):

- zagotavljanje, da je kakovost produktov E-OVE enakomerna in preverljiva,
- povečanje povpraševanja v Sloveniji po E-OVE,
- sodelovanje pri oblikovanju zakonodaje in podzakonskih aktov,
- oblikovanje strategije trženja E-OVE, ki zajema razčlenitev trga, strukturo proizvodov v posameznem segmentu in cenovno politiko,
- izvajanje trženja E-OVE, kamor spada ozaveščanje javnosti, oglaševanje in prodaja,
- preprečitev, da bi se trg drobil, do česar bi lahko prišlo z uvedbo več energijskih nalepk.

Z namenom večje prepoznavnosti programa ter pridobitve čim večjega števila kupcev v podjetju oglašujejo Zelena energija (Elektro novice, maj – junij 2006, str. 21):

- na svojih spletnih straneh,
- na vseh svojih informacijskih mestih, kjer odjemalcem delijo kratko informativno gradivo,
- z zgibanko, ki jo občasno pošiljajo svojim odjemalcem skupaj s kontrolnimi računi, vsebuje pa informacije o energetske zakonodaji, tarifne skupine in tarifne čase,
- z rednimi članki v Elektro novicah.

5.2.1.2. Zakonodaja

Politika EU podpira razvoj proizvodnje in rabe obnovljivih virov energije s pomočjo vrste direktiv, med drugim: direktiva o zeleni elektriki, direktiva o soproizvodnji električne energije in toplote, direktiva o spodbujanju proizvodnje električne energije iz obnovljivih virov energije na notranjem trgu z električno energijo, direktiva o trgovanju z emisijami toplogrednih plinov ter direktiva o restrukturiranju obdavčitve energetske proizvodnje in elektrike (Projekt Zelena energija, interno gradivo Elektro Ljubljana, d. d., 2004). V Prilogi 1 pa predstavljam najpomembnejše zakone in podzakonske akte na področju proizvodnje električne energije iz obnovljivih virov.

5.2.1.3. Koristi za podjetje

Električna energija, ki jo podjetje prodaja pod okriljem blagovne znamke Zelena energija, je namenjena posameznim gospodinjstvom. Iz primerjave celotne prodaje Zelene energije s celotno prodajo vsem gospodinjstvom lahko razberemo, da dobi podjetje iz omenjenega projekta le zanemarljiv delež prihodkov. Poleg majhnega odstotka prodaje iz Zelene energije v primerjavi s celotno prodajo gospodinjstvom lahko kot dejstvo, da projekt podjetju ne prinaša veliko prihodkov, upoštevamo tudi število vseh kupcev omenjenega programa ter količino proizvedene električne energije malih hidroelektrarn, iz katerih je Zelena energija pridobljena. Kupcev je trenutno samo okoli 1000, kar je po mojem mnenju zelo malo, še posebej, če upoštevamo dejstvo, da ima Elektro Ljubljana, d. d., skupaj kar 320.000 odjemalcev. Male hidroelektrarne pa letno proizvedejo okoli 10 tisoč MWh električne energije, s čimer lahko podjetje pokrije samo približno 0,3 % celotnih potreb po električni energiji v enem letu (www.elektro-ljubljana.si/).

Ker si s tem projektom Elektro Ljubljana, d. d., ne ustvari veliko prihodkov, lahko sklepam, da je interes podjetja izboljšati svojo javno podobo ter odnose z različnimi deležniki (kupci, dobavitelji, lokalne skupnosti, država itn.) in ne ustvarjanje dobičkov. Prodajo Zelene energije v podjetju ne jemljejo kot dobičkonosno dejavnost, temveč kot obvezo pri ozaveščanju odjemalcev o koristnosti proizvodnje električne energije iz obnovljivih virov ter njene racionalne rabe.

5.2.2. Modra energija

5.2.2.1. Opis projekta

Električna energija, dobavljena v okviru programa Modra energija, je prav tako kot Zelena pridobljena izključno iz obnovljivih in naravi prijaznih virov, za razliko od Zelene energije pa je Modra pridobljena iz hidroelektrarn velikih slovenskih rek, kot so Dravske elektrarne Maribor, Savske elektrarne Ljubljana ter Soške elektrarne Nova Gorica. Blagovna znamka

Zelena energija je v lasti podjetja Elektro Ljubljana, d. d., medtem ko je Modra energija v lasti družbe Holding Slovenske elektrarne, d. o. o., Elektro Ljubljana, d. d., pa igra le vlogo posrednika.

Modra energija se je na trgu pojavila leta 2004, njena ciljna skupina so sprva bila samo podjetja, nato pa se je ob popolnem odprtju trga električne energije ponudba razširila tudi na gospodinjske odjemalce (www.hse.si). Kupcev Modre energije je nekaj manj kot 600, največjega kupca pa predstavlja družba Krka, d. d. Z razvojem in večanjem ugleda znamke Modra energija želi Elektro Ljubljana, d. d., k sodelovanju kot odjemalce pritegniti tudi druga ugledna slovenska podjetja. V podjetju menijo, da se bo za nakup Modre energije v prihodnje odločilo največ podjetij, katerih dejavnost je prepoznavna v povezavi z zdravim načinom življenja, to so predvsem podjetja s področja turizma, zdravstvenih storitev, nege in rekreacije, energetike, ekologije (Volfand, 2009, str 38–39).

Projekt Modra energija je bil zasnovan z namenom spodbujati razvoj električne energije iz obnovljivih virov, oblikovanje trga s tovrstno energijo in njena prodaja v Sloveniji. Poslanstvo projekta je spodbujanje odgovornega ravnanja z energijo, ki je ključno za zagotavljanje kvalitetnega življenja in zdravja sedanjih in prihodnjih generacij ter za varovanje okolja. Vizija projekta pa je s proizvodnjo in prodajo okolju prijazne energije povečati zavedanje posameznikov in podjetij v Sloveniji glede pomena varovanja okolja.

Kakovost električne energije pod blagovno znamko Modra energija se lahko dokazuje z ustreznimi certifikati ter strogimi mednarodnimi ekološkimi standardi, ki jih ta blagovna znamka izpolnjuje. Za dokazovanje kakovosti in sledljivosti se uporabljajo certifikati RECS, za vsako MWh prodane Modre energije je namreč zagotovljeno unovčenje tega certifikata, s čimer je onemogočena ponovna prodaja energije (www.hse.si).

Cena, ki jo plačujejo odjemalci Modre energije, je prav tako kot pri Zeleni določena kot dodatek k ceni električne energije. Nakup Modre energije kupcu predstavlja največ 6 % povečanje končne cene za električno energijo, preračunano na njegovo povprečno letno porabo. Sredstva, ki jih kupci prispevajo z nakupom Modre energije, so namenjena predvsem spodbujanju pridobivanja energije iz obnovljivih virov, raziskavam na tem področju ter obnovi in izgradnji enot, ki proizvajajo okolju prijazno energijo. Tako tudi kupci sami prispevajo k varovanju okolja in zdravja ter k večji zanesljivosti dobave električne energije (Volfand, 2009, str. 38–39).

5.2.2.2. Koristi za podjetje

Ljudje se vse bolj zavedamo, da s takim načinom življenja, kot ga poznamo danes, povzročamo ogromno škodo okolju, ki odločilno vpliva na kakovost našega življenja in prinaša dolgoročne negativne posledice, če se ne bomo pravilno in pravočasno odzvali. Nakup Modre energije za Elektro Ljubljana, d. d., pomeni priložnost (www.modra-energija.si/si/):

- izboljšati svojo javno podobo, ker se pri svoji dejavnosti ozira tudi na okolje in to potrjuje s sodelovanjem v tem projektu, kar pa lahko vključi tudi v svoje oglaševanje in si s tem zagotovi večjo možnost pri pridobivanju novih odjemalcev ter povečanje zadovoljstva obstoječih odjemalcev,
- izboljšati odnose z različnimi deležniki podjetja, saj je uporaba Modre energije dokaz zavestnega varovanja okolja in skrbi za kakovostno življenje,
- lažjega uresničevanja naravovarstvenih ciljev, ki jih med drugimi predvideva tudi certifikat ISO 14001,
- večjega razlikovanja proizvodov in storitev,
- povečanja uporabe obnovljivih virov v Sloveniji,
- uporabe obnovljivega vira energije v promocijske namene ter pri komuniciranju z javnostmi.

6. GLAVNE UGOTOVITVE IN PREDLOGI ZA IZBOLJŠAVE

Preden sem pričel z izdelavo diplomskega dela, sem si postavil 2 hipotezi. Prva je bila ta, da se podjetje Elektro Ljubljana, d. d., obnaša družbeno odgovorno. Skrb za zaposlene v podjetju kažejo s tem, da jim omogočajo dodatna izobraževanja ter usposabljanja, velik poudarek pa dajejo tudi spodbujanju inovativnosti. Prav tako sta zelo pomembna varnost in zdravje zaposlenih, da pa si podjetje prizadeva za čim večjo usklajenost družinskega in poklicnega življenja svojih zaposlenih, dokazuje tudi pridobitev certifikata Družini prijazno podjetje. Poleg svojih zaposlenih skrbijo tudi za ostale javnosti, kar dokazujejo z donacijami v denarni in materialni obliki različnim ustanovam, društvom ter institucijam, redno pa sodelujejo tudi z osnovnimi in srednjimi šolami. Tudi skrb za okolje je eno od področij, ki mu Elektro Ljubljana, d. d., namenja veliko pozornosti. Odjemalce ozaveščajo o dragocenosti električne energije, s čimer želijo doseči, da bi ti zmanjšali njeno porabo, kar bi zmanjšalo njeno proizvodnjo ter posledično negativne učinke, ki ob tem nastajajo. Zavedajo se pomembnosti ohranjanja čistega in zdravega okolja za naše zanamce, zato tudi spodbujajo k nakupu električne energije, proizvedene iz okolju prijaznih obnovljivih virov, katero tržijo v okviru produktov Zelena energija in Modra energija. V podjetju dobro komunicirajo s svojimi interesnimi skupinami. Zaposleni so o aktualnih dogajanjih v zvezi s podjetjem dobro obveščeni, saj podjetje letno izda 5 številčk internega glasila Elektro novice. Prizadevajo se tudi, da medijem posredujejo resnične, popolne in pravočasne informacije o vprašanih, ki zadevajo njihovo delovno področje. Na osnovi proučevanja družbene odgovornosti podjetja na področju skrbi za zaposlene, skrbi za ostale javnosti, skrbi za okolje ter komuniciranja z interesnimi skupinami sem prišel do ugotovitve, ki potrjuje zastavljeno hipotezo, da podjetje Elektro Ljubljana, d. d., ravna družbeno odgovorno.

Druga hipoteza, ki sem si jo zastavil pred začetkom svojega raziskovalnega dela, pa je bila ta, da podjetje Elektro Ljubljana, d. d., vse več vlaga v programe, kot je Zelena energija, ki temeljijo na obnovljivih virih energije. Sončne elektrarne poleg malih hidroelektrarn predstavljajo glavni vir električne energije, ki jo podjetje prodaja pod to blagovno znamko.

Pri opisu projekta Zelena energija (5. poglavje) sem prikazal gradnjo novih sončnih elektrarn skozi leta. Razvidno je, da podjetje število sončnih elektrarn skozi leta povečuje. Tako lahko, prav tako kot prvo, tudi to hipotezo potrdim, saj podatek o vse večjih vlaganjih v gradnjo številnih sončnih elektrarn dokazuje, da se podjetje zaveda pomembnosti električne energije, proizvedene iz obnovljivih virov, ter vse več investira v programe učinkovite rabe energije.

Vendar pa podjetje s programom Zelena energija ne ustvari veliko prihodkov. Z namenom povečanja prihodkov iz omenjenega programa bi podjetje Elektro Ljubljana, d. d., po mojem mnenju lahko uvedlo številne izboljšave. Ena izmed pomembnejših je poudarek na večjem oglaševanju, saj podjetje trenutno zelo malo sredstev vlaga v tovrstne aktivnosti. K računom za električno energijo bi morali pogosteje prilagati promocijske materiale v obliki letakov ali brošur, s čimer bi lahko pridobili veliko novih odjemalcev. Poleg večjega oglaševanja pa bi podjetje lahko oblikovalo tudi nove produkte za oskrbo končnih odjemalcev. Ker je produkt Zelena energija namenjen izključno prodaji gospodinjskim odjemalcem, bi si podjetje z razvojem paketa za poslovne odjemalce, predvsem za velike industrijske kupce, lahko znatno povečalo obseg prihodkov ter posledično tudi tržni delež. Eden izmed predlogov za izboljšave je tudi vlaganje naporov v lobiranje politikov za doseg zakonov, ki omogočajo večje subvencije za proizvajalce tovrstne električne energije. To bi spodbudilo nove proizvajalce k proizvodnji tovrstne energije, z večjo ponudbo pa bi se zmanjšala njena cena.

SKLEP

Družbeno odgovorno ravnanje je dandanes postalo ključni element strategije podjetja. Podjetja ne morejo doseči trajnejših konkurenčnih prednosti, če ne zadovoljujejo ciljev vseh deležnikov, ki so poleg lastnikov še zaposleni, kupci, dobavitelji, lokalna skupnost, država, nevladne organizacije, interesna združenja, družine zaposlenih ter tudi naravno okolje, v katerem poslujejo. Podjetja z upoštevanjem njihovih potreb vlagajo v svojo prihodnost, od družbeno odgovornega ravnanja pa pričakujejo, da jim bo to povečalo dobičkonosnost.

Za podjetje Elektro Ljubljana, d. d., lahko trdimo, da ravna družbeno odgovorno. Zaposleni imajo dobre pogoje za nenehno izobraževanje in izpopolnjevanje, poleg tega pa veliko pozornosti posvečajo tudi inovativnosti svojih zaposlenih. Donacije v denarni in materialni obliki so tudi ena od oblik, s pomočjo katerih podjetje ravna v skladu z načelom družbene odgovornosti. Pogosto pa sodelujejo tudi z različnimi izobraževalnimi institucijami, predvsem osnovnimi šolami, veliko pozornosti pa posvečajo tudi materialni in finančni podpori kulturnim, športnim in družbeno-socialnim dogodkom v lokalni skupnosti z donacijami in sponzorstvi. Podjetje dobro skrbi tudi za informiranost svojih zaposlenih, predstavnikov medijev ter predvsem svojih odjemalcev.

V današnjem poslovnem svetu morajo podjetja upoštevati tudi pomembnost ohranjanja čistega in zdravega okolja, saj jih v nasprotnem primeru lahko to zelo hitro izloči s trga, zato vse več podjetij spoznava prednosti odgovornega ravnanja z okoljem. Pod odgovorno

ravnanje z okoljem lahko uvrščamo tudi uporabo obnovljivih virov energije, ki predstavljajo alternativo klasičnim fosilnim gorivom. Za zagotovitev mirne prihodnosti človeštva je potreben postopni prehod na obnovljive vire energije, česar se dobro zaveda tudi Elektro Ljubljana, d. d.. V zadnjih letih so pričeli z izvajanjem programov Zelene in Modre energije, v okviru katerih svojim odjemalcem nudijo možnost nakupa električne energije, proizvedene iz obnovljivih in okolju prijaznih virov energije.

Zelena energija je namenjena gospodinjskim odjemalcem, ki se zavedajo nevarnosti prevelike energetske potratnosti sveta. Kupci Zelene energije prispevajo majhen, toda nezanimljiv delež k čistemu okolju tudi za prihodnje rodove ter s tem izkažejo svojo okoljsko naravnost. V Elektru Ljubljana, d. d., pa menijo, da se bo za nakup Modre energije v prihodnje odločilo največ podjetij, katerih dejavnost je prepoznavna v povezavi z zdravim načinom življenja, to so predvsem podjetja s področja turizma, zdravstvenih storitev, nege in rekreacije, energetike, ekologije.

LITERATURA IN VIRI

1. Ambec, S., & Lanoie, P. (2008). Does it pay to be green? A systematic overview. Najdeno 8. junija 2010 na spletnem naslovu <http://proquest.umi.com/nukweb/nuk.uni-lj.si/pqdweb?did=1622184401&sid=16&Fmt=2&clientId=16601&RQT=309&VName=PQD>
2. Cadbury, A. (2002). *Corporate Governance and Chairmanship: a personal view*. New York: Oxford University Press Inc.
3. Carroll, A. B. (1991). The pyramid of corporate social responsibility: toward the moral management of organizational stakeholders. Najdeno 1. junija 2010 na spletnem naslovu <http://www.cba.ua.edu/~aturner/MGT341/MGT341%20Readings/Pyramid.pdf>
4. Drevenšek, M. (2005). Družbena odgovornost: kaj, zakaj, kako? V: Avberšek, A. (2005). *Družbena odgovornost- danes, jutri...: zbornik referatov*. Velenje: Društvo za kakovost in ravnanje z okoljem.
5. Elektro Ljubljana d.d. (2004). *Naraščajoč pomen malih elektrarn na obnovljive vire* (interno gradivo). Ljubljana: Elektro Ljubljana d.d.
6. Elektro Ljubljana d.d. (2004). *Projekt Zelena energija* (interno gradivo). Ljubljana: Elektro Ljubljana d.d.
7. Elektro Ljubljana d.d. (2005). *Pregled dela projektne skupine za razvoj in preoblikovanje produkta Zelena energija* (interno gradivo). Ljubljana: Elektro Ljubljana d.d.

8. Elektro Ljubljana d.d. (2006). Elektro novice (interno gradivo). Ljubljana: Elektro Ljubljana d.d.
9. Elektro Ljubljana d.d. (2007). Elektro novice (interno gradivo). Ljubljana: Elektro Ljubljana d.d.
10. Elektro Ljubljana d.d. (2008). Elektro novice (interno gradivo). Ljubljana: Elektro Ljubljana d.d.
11. Elektro Ljubljana d.d. (2009). Elektro novice (interno gradivo). Ljubljana: Elektro Ljubljana d.d.
12. Elektro Ljubljana d.d. (2010). Elektro novice (interno gradivo). Ljubljana: Elektro Ljubljana d.d.
13. Elektro Ljubljana d.d. Najdeno 10. junija 2010 na spletnem naslovu <http://www.elektro-ljubljana.si>
14. Fras Haslinger, N. (b.l.). Kadrovanje v duhu družbene odgovornosti. Najdeno 14. junija 2010 na spletnem naslovu http://www.center-rcv.org/public/DOP-25/lanki_in_drugi_referenni_materiali.html
15. Galbreath, J. (2008). Building corporate social responsibility into strategy. Najdeno 10. julija 2010 na spletnem naslovu <http://www.emeraldinsight.com.nukweb.nuk.uni-lj.si/Insight/viewPDF.jsp?contentType=Article&Filename=html/Output/Published/EmeraldFullTextArticle/Pdf/0540210201.pdf>
16. Gorenak, M. (2009). Kako lahko družbena odgovornost postane del vašega podjetja? Najdeno 4. julija 2010 na spletnem naslovu <http://www.poslovnisvet.si/clanki/podjetnistvo/kako-lahko-druzbeno-odgovornost-postane-del-vasega-podjetja>
17. Gorjanc, M. (b.l.). Družbena odgovornost in spremembe v delovanju podjetij: modna muha ali trend? Najdeno 14. junija 2010 na spletnem naslovu http://www.center-rcv.org/public/DOP-25/lanki_in_drugi_referenni_materiali.html
18. Graham, I. (2000). *Energija prihodnosti: vodna energija*. Ljubljana: Tehniška založba Slovenije.
19. Green paper. Promoting a European framework for Corporate Social Responsibility (2001). Najdeno 7. junija 2010 na spletnem naslovu

20. Holding slovenske elektrarne d.o.o Najdeno 25. junija 2010 na spletnem naslovu <http://www.hse.si/>
21. Hrast, A. (b.l.). Slovenija postaja vse bolj aktivna na področju družbene odgovornosti podjetij. Najdeno 14. junija 2010 na spletnem naslovu http://www.center-rcv.org/public/DOP-25/lanki_in_drugi_referenni_materiali.html
http://ew.eea.europa.eu/Industry/Reporting/cec__corporate_responsibility/com2001_0366en01.pdf
22. Jančič, Z. (b.l.). Nova družbena odgovornost podjetij. Najdeno 15. julija 2010 na spletnem naslovu www.delavska-participacija.com/clanki/ID021204.doc
23. Jernejčič Dolinar, B. (2010). Družbena odgovornost podjetij. Najdeno 18. julij 2010 na spletnem naslovu <http://www.fm-kp.si/zalozba/ISBN/978-961-266-033-8/prispevki/Jernejcic%20Dolinar%20Barbara.pdf>
24. Knez-Riedl, J. (b.l.). Standardi družbene odgovornosti. Najdeno 14. junija 2010 na spletnem naslovu http://www.center-rcv.org/public/DOP-25/lanki_in_drugi_referenni_materiali.html
25. Lahovnik, M. (2006). Družbena odgovornost organizacij kot ključni element strategije poslovanja. V: Rozman, R., & Kovač, J. (2006). *Družbena odgovornost in etika v organizacijah: zbornik referatov*. Brdo pri Kranju: Ekonomska fakulteta.
26. Letno poročilo družbe Elektro Ljubljana d.d. za leto 2007.
27. Letno poročilo družbe Elektro Ljubljana d.d. za leto 2008.
28. Letno poročilo družbe Elektro Ljubljana d.d. za leto 2009.
29. Marcus, A. A., & Fremeth A. R. (2009). Green management matters regardless. Najdeno 8. junija na spletnem naslovu <http://proquest.umi.com.nukweb.nuk.uni-lj.si/pqdweb?did=1838116381&sid=22&Fmt=2&clientId=16601&RQT=309&VName=PQD>
30. McDonagh, P., & Prothero, A. (1997). *Green Management: a reader*. London: The Dryden Press.
31. Molina-Azorin, J. F., Claver-Cortes, E., Lopez-Gamero, M. D., & Tari J. J. (2009). Green management and financial performance: a literature review. Najdeno 4. junija na spletnem naslovu <http://www.emeraldinsight.com.nukweb.nuk.uni-lj.si/Insight/viewPDF.jsp?contentType=Article&Filename=html/Output/Published/EmeraldFullTextArticle/Pdf/0010470704.pdf>

32. Mulej, M. (2006). Družbena odgovornost trajnostnega podjetja. V: Rozman, R., & Kovač, J. (2006). *Družbena odgovornost in etika v organizacijah: zbornik referatov*. Brdo pri Kranju: Ekonomska fakulteta.
33. Pane Haden, S. S., Oyler J. D., & Humphreys J. H. (2009). Historical, practical, and theoretical perspectives on green management: an exploratory analysis. Najdeno 3. junija na spletnem naslovu <http://www.emeraldinsight.com.nukweb.nuk.uni-lj.si/Insight/viewPDF.jsp?contentType=Article&Filename=html/Output/Published/EmeraldFullTextArticle/Pdf/0010470701.pdf>
34. Peattie, K. (1995). *Environmental marketing management: meeting the green challenge*. London: Pitman publishing.
35. Perrini, F., Pogutz, S., & Tencati A. (2006). *Developing corporate social responsibility*. Northampton: Edward Elgar Publishing, Inc.
36. Plut, D. (2004). *Zeleni planet? Prebivalstvo, energija in okolje v 21. stoletju*. Radovljica: Didakta.
37. Poročilo o ravnanju z okoljem Elektra Ljubljana d.d. za leto 2004.
38. Rozman, R. (2006). Družbena odgovornost kot načelo uspešnosti združb. V: Rozman, R., & Kovač, J. (2006). *Družbena odgovornost in etika v organizacijah: zbornik referatov*. Brdo pri Kranju: Ekonomska fakulteta.
39. Siegel, D.S. (2009) Green management matters only if it yields more. Green: an economic/strategic perspective. Najdeno 8. junija 2010 na spletnem naslovu <http://proquest.umi.com.nukweb.nuk.uni-lj.si/pqdweb?did=1838116371&sid=2&Fmt=2&clientId=16601&RQT=309&VName=PQD>
40. Tavčar, M. (2006). Družbena odgovornost ali etika podjetja. V: Rozman, R., & Kovač, J. (2006). *Družbena odgovornost in etika v organizacijah: zbornik referatov*. Brdo pri Kranju: Ekonomska fakulteta.
41. Volfand, J. (2009). Kupcev je vse več. *Revija EOL*, 43, str. 38-39.
42. Waddock, S. (2008). Building a new institutional infrastructure for corporate responsibility. Najdeno 8. junija na spletnem naslovu <http://proquest.umi.com.nukweb.nuk.uni-lj.si/pqdweb?did=1581397781&sid=18&Fmt=2&clientId=16601&RQT=309&VName=PQD>

43. Werther, W. B., & Chandler, D. (2006). *Strategic corporate social responsibility: stakeholders in a global environment*. Thousand Oaks: Sage Publications, Inc.
44. Yunus, M. (2007). *Novemu kapitalizmu naproti: socialno podjetništvo za svet brez revščine*. Ljubljana: Narodna in univerzitetna knjižnica.
45. Žaucer Šefman, B., & Štebih, M. (2007). Družbeno odgovorno poslovanje v vzponu. Najdeno 15. junija 2010 na spletnem naslovu http://www.center-rcv.org/public/RAZNO/DOP-ostalo/Trendi_DOP_2007_PRSS-FINAL.pdf
46. *Obnovljivi viri energije*. Najdeno 12. julija na spletnem naslovu <http://www.modra-energija.si/si/izobrazevalno-sredisce/viri-energije/obnovljivi-viri-energije>
47. *Prednosti za uporabnike*. Najdeno 13. julija na spletnem naslovu <http://www.modra-energija.si/si/postanite-kupec/za-podjetja/prednosti-za-uporabnike>

PRILOGE

KAZALO PRILOG

PRILOGA 1: Zakonodaja na področju proizvodnje električne energije iz obnovljivih virov ... 1

PRILOGA 1: Zakonodaja na področju proizvodnje električne energije iz obnovljivih virov

Med najpomembnejše zakone in podzakonske akte na področju proizvodnje električne energije iz obnovljivih virov uvrščamo:

- Energetski zakon (Uradni list RS, št. 27/07 – 70/08, 22/10),
- Zakon o varstvu okolja (Uradni list RS, št. 108/2009),
- Resolucija o Nacionalnem energetskem programu (Uradni list RS, št. 57/2004),
- Pravilnik o spodbujanju učinkovite rabe energije in rabe obnovljivih virov energije (Uradni list RS, št. 89/08, 25/09),
- Pravilnik o dodeljevanju sredstev za spodbujanje učinkovite rabe energije in izrabe obnovljivih virov (Uradni list RS, št. 49/03, 38/05),
- Uredba o podporah električni energiji, proizvedeni iz obnovljivih virov energije (Uradni list RS, št. 37/09, 53/09, 68/09, 76/09, 17/10),
- Sklep o premijah za električno energijo, proizvedeno v hidroelektrarnah (Uradni list RS, št. 85/09),
- Sklep o cenah in premijah za odkup električne energije od kvalificiranih proizvajalcev električne energije (Uradni list RS, št. 65/08, 98/08 in 105/08),
- Uredba o načinu določanja in obračunavanja prispevka za zagotavljanje podpor proizvodnji električne energije v soproizvodnji z visokim izkoristkom in iz obnovljivih virov (Uradni list RS, št. 2/09),
- Sklep o določitvi višine prispevka za zagotavljanje podpor proizvodnji električne energije v soproizvodnji z visokim izkoristkom in iz obnovljivih virov (Uradni list RS, št. 113/09),
- Uredba o načinu določanja in obračunavanja prispevka za zagotavljanje zanesljive oskrbe z električno energijo z uporabo domačih virov primarne energije (Uradni list RS, št. 8/09),
- Sklep o določitvi višine prispevka za zagotavljanje zanesljive oskrbe z uporabo domačih virov primarne energije za proizvodnjo električne energije (Uradni list RS, št. 82/09),
- Uredba o izvedbi javnega razpisa za zagotavljanje zanesljive oskrbe z električno energijo z uporabo domačih virov primarne energije (Uradni list RS, št. 19/09),
- Uredba o izdaji deklaracij za proizvodne naprave in potrdil o izvoru električne energije (Uradni list RS, št. 8/09),
- Uredba o obveznih meritvah na proizvodnih napravah, ki prejemajo za proizvedeno električno energijo potrdila o izvoru in podpore (Uradni list RS, št. 21/09, 33/10),
- Uredba o pravilih za pripravo napovedi položaja proizvodnih naprav na obnovljive vire energije in s soproizvodnjo z visokim izkoristkom na trgu z električno energijo (Uradni list RS, št. 83/09),
- Uredba o podporah električni energiji, proizvedeni v soproizvodnji toplote in električne energije z visokim izkoristkom (Uradni list RS, št. 37/09, 53/09, 68/09, 76/09, 17/10),
- Akt o uporabi registra potrdil o izvoru električne energije in načinu sporočanja podatkov o proizvodnji električne energije (Uradni list RS, št. 33/09),
- Pravila za delovanje Centra za podpore (Uradni list RS, št. 86/09),
- Uredba o zagotavljanju prihrankov energije pri končnih odjemalcih (Uradni list RS, št. 114/09).