

**UNIVERZA V LJUBLJANI
EKONOMSKA FAKULTETA**

MAGISTRSKO DELO

PETRA KOLAREC

UNIVERZA V LJUBLJANI
EKONOMSKA FAKULTETA

MAGISTRSKO DELO

**POROČANJE O DRUŽBENI ODGOVORNOSTI V
SLOVENSКИH PODJETJIH**

Ljubljana, oktober 2013

PETRA KOLAREC

IZJAVA O AVTORSTVU

Spodaj podpisana Petra Kolarec, študentka Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani, izjavljam, da sem avtorica magistrskega dela z naslovom Poročanje o družbeni odgovornosti v slovenskih podjetjih, pripravljenega v sodelovanju s svetovalcem dr. Simonom Čadežem.

Izrecno izjavljam, da v skladu z določili Zakona o avtorskih in sorodnih pravicah (Ur. l. RS, št. 21/1995 s spremembami) dovolim objavo magistrskega dela na fakultetnih spletnih straneh.

S svojim podpisom zagotavljam, da

- je predloženo besedilo rezultat izključno mojega lastnega raziskovalnega dela;
- je predloženo besedilo jezikovno korektno in tehnično pripravljeno v skladu z Navodili za izdelavo zaključnih nalog Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani, kar pomeni, da sem
 - poskrbela, da so dela in mnenja drugih avtorjev oziroma avtoric, ki jih uporabljam v magistrskem delu, citirana oziroma navedena v skladu z Navodili za izdelavo zaključnih nalog Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani, in
 - pridobila vsa dovoljenja za uporabo avtorskih del, ki so v celoti (v pisni ali grafični obliki) uporabljena v tekstu, in sem to v besedilu tudi jasno zapisala;
- se zavedam, da je plagiatorstvo – predstavljanje tujih del (v pisni ali grafični obliki) kot mojih lastnih – kaznivo po Kazenskem zakoniku (Ur. l. RS, št. 55/2008 s spremembami);
- se zavedam posledic, ki bi jih na osnovi predloženega magistrskega dela dokazano plagiatorstvo lahko predstavljalo za moj status na Ekonomski fakulteti Univerze v Ljubljani v skladu z relevantnim pravilnikom.

V Ljubljani, dne _____

Podpis avtorice _____

KAZALO

UVOD	1
1 TRAJNOSTNI RAZVOJ IN DRUŽBENA ODGOVORNOST PODJETIJ	3
1.1 OPREDELITEV TRAJNOSTNEGA RAZVOJA.....	3
1.2 OPREDELITEV DRUŽBENE ODGOVORNOSTI PODJETIJ	4
1.3 CARROLLOVA PIRAMIDA DRUŽBENE ODGOVORNOSTI.....	6
1.4 DIMENZIJE DRUŽBENE ODGOVORNOSTI PODJETIJ.....	8
1.4.1 Notranja dimenzija družbene odgovornosti podjetja	8
1.4.2 Zunanja dimenzija družbene odgovornosti podjetja	9
1.5 RAZLOGI ZA IN PROTI DRUŽBENO ODGOVORNEMU RAVNANJU	9
1.5.1 Razlogi za družbeno odgovornost podjetij	10
1.5.2 Razlogi proti družbeni odgovornosti podjetij.....	11
1.6 UVAJANJE DRUŽBENE ODGOVORNOSTI V PODJETJE.....	12
1.7 PODROČJA DRUŽBENE ODGOVORNOSTI	13
1.8 DELEŽNIKI PODJETJA	15
2 POROČANJE O DRUŽBENI ODGOVORNOSTI	18
2.1 RAZVOJ POROČANJA O DRUŽBENI ODGOVORNOSTI	19
2.2 MOTIVI ZA POROČANJE O DRUŽBENI ODGOVORNOSTI	21
2.3 TEORETIČNE RAZLAGE ZA POROČANJE	22
2.4 KOMUNICIRANJE DRUŽBENE ODGOVORNOSTI.....	22
2.4.1 Oblike poročanja o družbeni odgovornosti.....	23
2.4.2 Vsebina družbenega poročila v okviru letnega (poslovnega) poročila.....	24
3 STANDARDI POROČANJA O DRUŽBENI ODGOVORNOSTI	25
3.1 STANDARD SA8000	25
3.2 STANDARD AA1000	25
3.3 GLOBAL REPORTING INITIATIVE	26
3.4 UNITED NATIONS GLOBAL COMPACT	27
3.5 OHSAS 18001	27
3.6 MEDNARODNA ORGANIZACIJA ZA STANDARDIZACIJO (ISO)	28
3.6.1 ISO 14001	28
3.6.2 ISO 26000.....	28
3.6.3 ISO 9001	29
3.7 SHEMA EMAS	29
4 POROČANJE O DRUŽBENI ODGOVORNOSTI V IZBRANIH SLOVENSKIH PODJETJIH	29
4.1 ZASNOVA RAZISKAVE	31
4.2 OPREDELITEV RAZISKOVALNIH VPRAŠANJ IN HIPOTEZ	32
4.3 DEJANSKA PRAKSA POROČANJA MED LETI 2005 – 2011	34
4.4 STALIŠČA PODJETIJ O DRUŽBENI ODGOVORNOSTI IN POROČANJU O NJEJ.....	41
4.5 PREVERJANJE VELJAVNOSTI HIPOTEZ.....	55

SKLEP	56
LITERATURA IN VIRI	60

KAZALO SLIK

Slika 1: <i>Carrollova piramida družbene odgovornosti</i>	6
Slika 2: <i>Delež podjetij z vzpostavljenim oddelkom za družbeno odgovornost</i>	42
Slika 3: <i>Delež podjetij s posebnim poročilom o družbeni odgovornosti / trajnostnim poročilom</i>	42
Slika 4: <i>Leto začetka poročanja podjetij o družbeni odgovornosti</i>	43
Slika 5: <i>Frekvenca osvojenih standardov družbene odgovornosti</i>	52
Slika 6: <i>Frekvenca pomembnosti deležnikov družbene odgovornosti</i>	53
Slika 7: <i>Razlogi za poročanje o družbeni odgovornosti</i>	53
Slika 8: <i>Delež podjetij glede na mnenje, ali družbena odgovornost pozitivno vpliva na povpraševanje kupcev</i>	54
Slika 9: <i>Delež podjetij glede na mnenje, ali družbena odgovornost pozitivno vpliva na privlačnost podjetja za iskalce zaposlitve</i>	54

KAZALO TABEL

Tabela 1: <i>Primeri izvajanja posameznih tipov družbene odgovornosti</i>	7
Tabela 2: <i>Področja in primeri poslovnih aktivnosti za izboljšanje delovanja družbe</i>	15
Tabela 3: <i>Skupine deležnikov in primeri družbeno odgovornih aktivnosti</i>	17
Tabela 4: <i>Obseg in vsebina poročanja o družbeni odgovornosti v podjetjih med leti 2005 - 2011</i>	39
Tabela 5: <i>Stopnja odgovornosti do zaposlenih – človeški viri</i>	45
Tabela 6: <i>Stopnja odgovornosti do zaposlenih – zdravje in varnost pri delu</i>	46
Tabela 7: <i>Stopnja odgovornosti do kupcev</i>	47
Tabela 8: <i>Stopnja odgovornosti do dobaviteljev</i>	48
Tabela 9: <i>Stopnja odgovornosti do naravnega okolja</i>	49
Tabela 10: <i>Stopnja odgovornosti do skupnosti in države</i>	50
Tabela 11: <i>Poznavanje standardov družbene odgovornosti</i>	51

UVOD

PREDMET OBRAVNAVE

Družbena odgovornost podjetij je v zadnjih letih postala ena izmed najpomembnejših tem svetovnega gospodarstva in s tem tudi slovenskega ekonomskega prostora. S temo se danes srečujemo vsi, in časi, ko podjetja niso skrbela za okolje in družbo, so že zdavnaj minili (Gorenak, b.l.). Organizacije, ki v svoje poslovne odločitve vključujejo družbeno odgovorna ravnanja, pridobijo večji ugled in zvestobo potrošnikov, hkrati pa jim to lahko prinese konkurenčno prednost pred drugimi. Zato je družbena odgovornost lahko konkurenčna prednost organizacij (Bertoncelj, Meško, Naraločnik & Nastav, 2011, str. 130-131).

Koncept družbene odgovornosti nima enotne definicije, ampak v svetu obstajajo različne opredelitve družbene odgovornosti podjetja. V literaturi tako velikokrat zasledimo Carrollovo definicijo, ki omenjeni koncept razčlenjuje na štiri odgovornosti (Carroll, 1991, str. 40): ekonomsko, zakonsko, etično in filantropsko (prostovoljno) odgovornost. Dejstvo pa je, da podjetja v družbeno odgovorna dejanja največkrat prisilijo različni pritiski interesnih skupin, ki od njih vse pogosteje zahtevajo, da so bolj odgovorna do družbe in naravnega okolja.

Tako kot za katerokoli drugo stvar, tudi za družbeno odgovorno ravnanje obstajajo teoretični argumenti za in proti le-temu. Tu bi izpostavila predvsem argumente, ki govorijo v prid družbeni odgovornosti. Post, Lawrence in Weber (2002, str. 65) so mnenja, da družbeno odgovorno delovanje za podjetje pomeni povečanje dolgoročnih dobičkov, omilitev državne regulacije, reagiranje na spreminjajoče se potrebe zainteresiranih skupin in popravljanje povzročenih družbenih problemov, ki so jih storila s svojim poslovanjem. Zato so tudi področja, na katerih naj bi bilo podjetje družbeno odgovorno, številna. Drevenškova (2005, str. 8-9) po ciljnih javnostih deli odgovornost do zaposlenih, do porabnikov, do tekmecev, do državnih ustanov, do lokalnih/regionalnih skupnosti, odgovornost do okolja pa uvršča med problemska področja.

Vse večji pomen družbene odgovornosti podjetja se danes odraža v poročanju o družbeni odgovornosti. V ožjem pomenu so ta razkritja objavljena v letnem poročilu ali v poročilih, ki jih dopolnjujejo. Širše pa s tovrstnim poročanjem razumemo vsa tista razkritja družbene odgovornosti, ki se pojavljajo v drugih oblikah oglaševanja in odnosov z javnostmi – v objavah ali oglasih na televiziji, na internetu, v časopisu ipd. Odločitev za poročanje o družbeni odgovornosti je v Evropski uniji (v nadaljevanju EU) prostovoljna, izjema so Francija in skandinavske države, ki imajo (zlasti o ravnanju z okoljem) predpisano strogo zakonodajo (Bertoncelj et al., 2011; Slapničar, 2005).

NAMEN IN CILJ

Osnovni namen magistrskega dela je identificirati stopnjo odgovornosti slovenskih podjetij na različnih področjih družbene odgovornosti in preučiti, kako se to odraža v poročanju o

družbeni odgovornosti. Cilj naloge pa je s pomočjo empiričnih poglavij testirati veljavnost predpostavljenih hipotez.

Predpostavljene hipoteze:

- H.1: *Slovenska podjetja vse več poročajo o družbeni odgovornosti.*
- H.2: *Slovenska podjetja največ poročajo o odgovornosti do zaposlenih.*
- H.3: *Družbeno odgovornejša podjetja so bolj ugledna in bolj zanimiva za kupce in iskalce zaposlitve.*
- H.4: *Slovenska podjetja najbolj pogosto uporabljajo standarde ISO 9001, ISO 14001 in OHSAS 18001.*

RAZISKOVALNI PRISTOP IN SESTAVA DELA

Magistrsko delo je metodološko razdeljeno na dva dela. Za pisanje obravnavane tematike bom v prvem delu naloge uporabila teoretično metodo, in sicer natančneje pregledne študije. Tako nameravam pregledati domačo in tujo znanstveno ter strokovno literaturo s področja družbene odgovornosti podjetij in njihovega načina poročanja. Sprva bom definirala trajnostni razvoj, katerega del je družbena odgovornost, nato bom opredelila koncept družbene odgovornosti ter predstavila Carrollovo piramido družbene odgovornosti. V nadaljevanju bom opisala notranjo in zunanjo dimenzijo družbene odgovornosti podjetja, kot jo je opredelila Evropska komisija v Zelenem dokumentu, prikazala teoretične razloge za in proti družbeno odgovornemu ravnanju ter korake uvajanja družbene odgovornosti v podjetje. V tem delu ponazarjam tudi področja, do katerih mora biti podjetje družbeno odgovorno in deležnike, ki od podjetij zahtevajo vse več družbeno odgovornih dejanj.

Drugo poglavje namenjam poročanju o družbeni odgovornosti. Sprva opisujem razvoj poročanja o družbeni odgovornosti, nato prikazujem motive, zaradi katerih podjetja pričnejo poročati, teoretične razlage za poročanje ter načine, s pomočjo katerih podjetja komunicirajo svojo družbeno odgovornost širši javnosti.

V okviru družbeno odgovornega ravnanja je pomembno omeniti tudi standarde poročanja o družbeni odgovornosti. V tretjem poglavju magistrskega dela se zato osredotočam predvsem na najpomembnejše standarde, ki urejajo omenjeno področje v svetu in tudi pri nas. To so: SA8000, AA1000, standard GRI, United Nations Global Compact, OHSAS 18001, trije standardi Mednarodne organizacije za standardizacijo in shema EMAS.

V praktičnem oziroma drugem delu naloge pa bom pridobljeno teoretično znanje, skušala podkrepiti z empiričnima metodama. Sprva bom z zbiranjem sekundarnih podatkov analizirala letna poročila izbranih slovenskih podjetij iz različnih panog za 7-letno obdobje. Nato bom ista podjetja analizirala še s primarno metodo – intervjujem v obliki zaprtih in polodprtih vprašanj, ki ga bom po elektronski pošti posredovala izbranim podjetjem.

1 TRAJNOSTNI RAZVOJ IN DRUŽBENA ODGOVORNOST PODJETIJ

V tem poglavju na kratko opredeljujem trajnostni razvoj in širše družbeno odgovornost podjetij.

1.1 OPREDELITEV TRAJNOSTNEGA RAZVOJA

Družbena odgovornost podjetij je sestavni del trajnostnega razvoja. Trajnostni razvoj¹ temelji na treh osnovnih stebrih: na gospodarski rasti kot ekonomski odgovornosti, na ekološkem ravnovesju kot okoljski odgovornosti in na socialnem napredku kot družbeni odgovornosti (Corporate Social Responsibility, 2012; WBCSD, b.l.).

Ravno tako kot koncept družbene odgovornosti ima tudi trajnostni razvoj različne interpretacije. Najbolj znana in tudi najbolj pogosto uporabljena pa je definicija, ki jo je pred več kot četrto stoletje objavila Brundtlandinova komisija² v poročilu Naša skupna prihodnost (angl. *Our Common Future*), ki pravi, da je trajnostni razvoj gospodarski razvoj, ki zadovoljuje potrebe sedanje generacije, ne da bi ogrozili možnosti zadovoljevanja potreb prihodnjih generacij (WCED, 1987, str. 43).

V Riu de Janeiru v Braziliji so se na konferenci o okolju, ki je potekala od 3. do 14. junija 1992, zbrali državniki iz 179 držav. Srečanje je združilo spoznanje o nevarnostih, ki jih prinaša razvoj civilizacije. Glavno sporočilo, ki se je oblikovalo je bilo, da morata skrb za okolje in skrb za trajnostni razvoj postati odgovornost celotnega sveta. Podpisali so t.i. Agendo 21, s katero so sprejeli načela trajnostnega razvoja in akcijski načrt za njihovo uresničevanje. Agenda 21 je pozvala vlade držav, da pripravijo nacionalne strategije za trajnostni razvoj. Odgovornost za sprejetje strategij so prevzele vlade v sodelovanju z mednarodnimi organizacijami, s poslovnim svetom, z regionalnimi in lokalnimi upravami ter z nevladnimi organizacijami (Slovenska fundacija za trajnostni razvoj, 1995, str. 3).

Trajnostno morajo delovati države, organizacije in tudi posamezniki, pri čemer naj bi se cilju trajnosti čim bolj približali. V zadnjih desetletjih je razvoj človeštva zapostavljal načela trajnostnega razvoja, zato želi Organizacija Združenih narodov (v nadaljevanju ZN) vplivati na ustreznejše ravnanje vseh subjektov človeškega delovanja. To še zlasti velja za podjetja (še posebej velika mednarodna podjetja), saj lahko njihovo enostransko delovanje povzroči veliko škodo in zmanjša možnosti za prihodnji razvoj človeštva. Zato je po konferenci ZN leta 1992 o okolju in razvoju trajnostni razvoj postal mednarodno sprejet politični cilj (Potočan & Mulej, 2007; Vežjak, 2002).

¹ Trajnostni razvoj (angl. *sustainable development*) lahko pojmuje tudi: sonaraven, trajno uravnotežen, zadržan, zdržen, okolje ohranjajoč, okoljsko odgovoren, obstojen ali okoljsko pravičen razvoj.

² Svetovna komisija Združenih narodov za okolje in razvoj (angl. *United Nations World Commission on Environment and Development – WCED*), ki je bila ustanovljena leta 1983 (Vežjak, 2002, str. 45).

Gray in Bebbington (v Vežjak, 2002, str. 44) sta mnenja, da je poslovanje podjetja trajnostno, če na koncu obračunskega obdobja, v primerjavi z njegovim začetkom, okolja ne zapušča v slabšem stanju. Tej definiciji bi lahko dodali tudi socialna vprašanja, torej, da ta na koncu obračunskega obdobja niso slabše rešena kot na njegovem začetku in tudi primeren poslovni izid, pri čemer pa ima podjetje ustrezno usposobljene in motivirane zaposlene (Vežjak, 2002, str. 66).

1.2 OPREDELITEV DRUŽBENE ODGOVORNOSTI PODJETIJ

Družbeno odgovorno delovanje podjetij kot eden izmed treh vidikov odgovornosti podjetja je postalo osrednja tema sodobnega, bolj razvitega dela svetovnega gospodarstva v zadnjih nekaj letih. V širšem pomenu je družbena odgovornost etično ravnanje podjetja do družbe. Predvsem to pomeni upravljanje in odgovorno delovanje v odnosu do drugih zainteresiranih strani, ki imajo legitimen interes za poslovanje, torej ne samo delničarji. Predstavlja enega ključnih dejavnikov uspešnosti in ugleda sodobne organizacije, saj mora ta delovati dolgoročno, sistematično in strateško (Bertoncelj et al., 2011; WBCSD, b.l.).

Howard R. Bowen (Carroll, 1999, str. 269) je bil prvi, ki je pričel s povezovanjem poslovanja podjetja in družbene odgovornosti, ko je leta 1953 izdal knjigo »Social Responsibilities of the Businessman«, ki govori o družbeni odgovornosti poslovnežev. Vse od začetka sedemdesetih let prejšnjega stoletja pa se je terminologija spremenila in obravnava družbeno odgovornost podjetij, čeprav so v tistem obdobju redko uporabljali okrajšavo »CSR« (angl. *Corporate Social Responsibility*) oziroma družbena odgovornost podjetij³ (Tepper Marlin & Tepper Marlin, 2003). Carroll (1999, str. 270) zato Bowena navaja za začetnika moderne teorije, in je nemara »oče družbene odgovornosti«.

Splošno sprejemljiva definicija družbene odgovornosti podjetja ne obstaja. V literaturi tako najdemo številne in zato tudi različne opredelitve družbene odgovornosti. Definicija Svetovnega poslovnega sveta za trajnostni razvoj (angl. *World Business Council on Sustainable Development – WBCSD*) pravi, da je družbena odgovornost nenehna zavezanost podjetij, da se bodo vedla skladno z etičnim kodeksom in se osredotočala v gospodarski razvoj, hkrati pa izboljšala kakovost življenja zaposlenih, njihovih družin ter lokalne skupnosti in družbe na splošno (WBCSD, b.l., str. 3).

Swaen in Chumpitaz C. (2008, str. 11) po posameznih avtorjih navajata nekatere definicije družbene odgovornosti podjetja:

- **McGuire (1963)** navaja, da ideja družbene odgovornosti predvideva, da podjetje nima le ekonomskih in zakonskih obveznosti, ampak tudi določene dolžnosti do družbe, ki segajo dlje od teh.

³ Družbeno odgovornost podjetij lahko najdemo pod naslednjimi angleškimi izpeljankami: Corporate Social Responsibility, Corporate Citizenship oziroma Corporate Sustainability.

- **Friedman**⁴ (1970) meni, da mora podjetje, ki je družbeno odgovorno, uporabljati svoja sredstva in delovati za povečevanje dobička znotraj pravil igre, to je v odkritem in svobodnem tekmovanju, ne da bi pri tem delovalo na zavajajoč ali goljufiv način.
- **Davis** (1973) vidi družbeno odgovornost podjetij kot njihov odnos in odgovor na vprašanja, ki presegajo ekonomske, tehnične in pravne zahteve organizacije za doseganje socialnih in ekonomskih ciljev.
- **Davis** in **Blomstrom** (1975) definirata, da je družbena odgovornost podjetij zaveza menedžerjev, da ravnajo tako, da varujejo in prispevajo k izboljšanju družbene blaginje kot celote skupaj z lastnimi interesi organizacije.
- **Carroll** (1979) navaja, da družbena odgovornost podjetij zajema ekonomska, zakonska, etična in filantropska pričakovanja, ki jih družba v danem obdobju postavlja pred organizacije.
- **Kotler** in **Lee** (2005) pa pravita, da je družbena odgovornost podjetij tudi zaveza podjetja za izboljšanje blaginje skupnosti z izvajanjem določenih diskrecijskih poslovnih praks ter povečanje razpoložljivosti virov oziroma sredstev podjetja.

Tudi Marko Jaklič (2009, str. 46-47) v svojem delu opredeljuje družbeno odgovornost podjetja. Po njegovem je ta kontroverzna, draga, tvegana, a ideja, ki obstaja in bo verjetno ostala. Navaja, da vse manj velja načelo, da je podjetje odgovorno le za dobiček, za družbene probleme pa naj bi bila odgovorna država. Zato pravi, da naj se podjetje osredotoča na aktivnosti, ki so dobre tudi za širšo okolje, saj družbeno odgovornost lahko na nek način opredelimo, kot nekaj, kar presega ozke ekonomske ali tehnološke interese podjetja.

Z družbeno odgovornostjo se je začela aktivno ukvarjati tudi EU. Ko se je Evropski svet marca 2000 sestel v Lizboni na Portugalskem, so voditelji EU sprejeli 10-letni program, katerega cilj je bil nov zagon rasti in trajnostni razvoj v EU. Sprejeli so t.i. Lizbonsko strategijo, s katero si je EU zadala nov strateški cilj za naslednje desetletje. Ta cilj je bil, da bi EU do leta 2010 postala najbolj konkurenčno, dinamično ter na znanju temelječe gospodarstvo na svetu, sposobno trajnostne gospodarske rasti, z več in boljšimi možnostmi zaposlitve ter z večjo socialno kohezijo. Nadaljevanje spodbujanja družbene odgovornosti je bilo doseženo leta 2001, ko je Evropska komisija izdala Zeleni dokument z naslovom Promocija Evropskih usmeritev za družbeno odgovornost podjetij⁵. V drugem delu dokumenta je zapisano, da je družbena odgovornost podjetja koncept, znotraj katerega podjetja na prostovoljni osnovi integrirajo družbene in okoljske vidike v svoje poslovanje in v svoja razmerja z interesnimi skupinami. V novejši (in preprostejši) opredelitvi, objavljeni leta 2011 pa zapiše, da je to odgovornost podjetij za njihove vplive na družbo (Commission of the European Communities, 2001; European Commission, 2011; The European Union's Lisbon Strategy, 2006).

⁴ Ameriški ekonomist in Nobelov nagrajenec Milton Friedman (1912-2006) je leta 1970 s člankom v New York Times Magazine zapisal, da je edina družbena odgovornost podjetij povečevanje dobička (Milton Friedman, 2012).

⁵ Angl. *Green paper – Promoting a European framework for Corporate Social Responsibility*.

1.3 CARROLLOVA PIRAMIDA DRUŽBENE ODGOVORNOSTI

Archie B. Carroll je leta 1979 opredelil koncept družbene odgovornosti kot sestav štirih tipov odgovornosti, ki predstavljajo celoto družbene odgovornosti podjetja. To so ekonomska, zakonska, etična in filantropska odgovornost. Te štiri kategorije ali sestavine družbene odgovornosti podjetja lahko upodobimo v obliki piramide, zato se tudi imenuje Carrollova piramida družbene odgovornosti, ki je predstavljena na sliki 1.

Slika 1: Carrollova piramida družbene odgovornosti



Vir: A. B. Carroll & A. K. Buchholtz, *Business & Society: Ethics and Stakeholder Management*, 2000, str. 37.

Piramida je sorodna teoriji hierarhije potreb po Maslowu⁶, saj lahko zadovoljimo potrebe na višji ravni šele takrat, ko so izpolnjene temeljne potrebe na dnu piramide. Na primeru Carrollove piramide družbene odgovornosti, to pomeni, da podjetje ne more biti etično odgovorno, dokler ne postane ekonomsko in zakonsko odgovorno.

S strani družbe so te štiri oblike družbene odgovornosti do določene stopnje zahtevane (ekonomska in zakonska odgovornost), pričakovane (etična odgovornost) in/ali zaželene (filantropska odgovornost). V nadaljevanju na kratko predstavljam vsako izmed odgovornosti (Carroll, 1991; Carroll & Buchholtz, 2000; Jaklič, 2009):

⁶ Ameriški psiholog Abraham Maslow je leta 1943 predstavil motivacijsko teorijo, ki temelji na hierarhiji in pomembnosti človeških potreb. Avtor je človekove potrebe razdelil v pet skupin (najpogosteje so predstavljene v obliki piramide), ki si od najnižje do najvišje sledijo v naslednjem vrstnem redu: fiziološke potrebe, potrebe po varnosti, potrebe po pripadnosti, potrebe po ugledu in potrebe po samouresničevanju. V naštetem zaporedju človekove potrebe tudi nastajajo. To pomeni, da se višje potrebe razvijejo šele takrat, ko so zadovoljene nižje (Hierarhija potreb po Maslowu, 2012).

- **Ekonomska odgovornost:** je primarna odgovornost podjetij, saj morajo le-ta zagotavljati dobrine in storitve za družbo, ki je zanje pripravljena plačati pravično ceno. Glavni cilj podjetij je tako ustvarjanje dobička, ki je hkrati najpomembnejša odgovornost podjetja. Jaklič pri tem tudi navaja, da je podjetje, ki posluje z izgubo, najbolj družbeno neodgovorno, saj s tem ogroža vse interesne skupine.
- **Zakonska odgovornost:** od podjetij zahteva, da poslujejo skladno z zakoni in s predpisi, ki jih predpisujejo zakonodajalci. Gre za temeljna pravila, po katerih morajo podjetja delovati, saj zakonska odgovornost od podjetij zahteva poštene poslovne prakse.
- **Etična odgovornost:** ekonomska in zakonska odgovornost že vključujeta etične norme o poštenosti in pravičnosti, etična odgovornost pa poleg tega zajema tudi standarde, norme in pričakovanja, ki jih od podjetja pričakujejo potrošniki, zaposleni in družba. Ta odgovornost se veže na vse aktivnosti, ki jih pričakuje oziroma zagovarja družba, pa čeprav niso predpisane v zakonih.
- **Filantropska odgovornost:** predstavlja najvišjo raven družbene odgovornosti, saj se od podjetja pričakuje, da bo dober »korporacijski državljan«. Tu gre predvsem za prostovoljna ravnanja podjetij, kar pomeni, da jih ne zahteva zakon ali etični standardi. Največkrat gre za dobrodelne aktivnosti, pri čemer podjetja prispevajo finančna sredstva in človeške vire za izboljšanje kakovosti življenja skupnosti. Če podjetje pri tem ne sodeluje, družba podjetja ne bo štela za neetičnega.

Namen piramide je prikazati, da družbena odgovornost poslovanja obsega različne sestavne dele, ki gledano skupaj tvorijo celoto. Ti sestavni deli se med seboj ne izključujejo, ampak se tesno prepletajo. Skupna družbena odgovornost podjetij torej pomeni hkratno izpolnjevanje ekonomskih, zakonskih, etičnih in prostovoljnih odgovornosti v podjetju. V tabeli 1 povzemam konkretne primere izvajanja posameznih tipov družbene odgovornosti v praksi.

Tabela 1: Primeri izvajanja posameznih tipov družbene odgovornosti

<i>Vrsta odgovornosti</i>	<i>Pričakovanja družbe</i>	<i>Primeri</i>
FILANTROPSKA ODGOVORNOST	Zaželeno	Prostovoljne aktivnosti Donatorstvo in sponzorstvo Programi, ki podpirajo (lokalno) skupnost
ETIČNA ODGOVORNOST	Pričakovano	Izogibanje dvomljivim dejavnostim Sprejemanje zakonov Sprejemanje etičnih načel
ZAKONSKA ODGOVORNOST	Zahtevano	Podrejanje vsem zakonom Tehnični predpisi Izpolnjevanje pogodbenih obveznosti
EKONOMSKA ODGOVORNOST	Zahtevano	Dobičkonosnost Maksimizacija vrednosti prodaje Minimizacija stroškov Povečevanje vrednosti podjetja

Vir: M. Jaklič, Poslovno okolje in gospodarski razvoj, 2009, str. 48.

1.4 DIMENZIJE DRUŽBENE ODGOVORNOSTI PODJETIJ

Evropska komisija v Zelenem dokumentu predstavlja dve dimenziji družbene odgovornosti podjetja. To sta notranja in zunanja dimenzija, njune osnovne komponente pa opisujem v nadaljevanju.

1.4.1 Notranja dimenzija družbene odgovornosti podjetja

Družbeno odgovorna praksa znotraj podjetja prvotno vključuje zaposlene in se navezuje na področja kot so investiranje v človeški kapital, zdravje in varnost zaposlenih pri delu, upravljanje s spremembami, medtem ko se okolju prijazne prakse nanašajo predvsem na ravnanje z naravnimi viri, uporabljenimi v proizvodnji (Commission of the European Communities, 2001, str. 8-11):

- **Ravnanje s človeškimi viri:** pri pridobitvi in ohranitvi sposobnih zaposlenih je ključno vseživljenjsko učenje, pooblaščenje zaposlenih, dobra komunikacija znotraj podjetja, boljše ravnovesje med delom, družino in prostim časom, raznovrstna delovna sila, pravično plačilo in možnost napredovanja za ženske ter varnost zaposlitve. Prav tako je pomembno, da se podjetje zavzema za nediskriminacijo na delovnem mestu. To predstavlja odgovorne prakse zaposlovanja, ki prispevajo k zmanjševanju stopnje nezaposlenosti, povečevanju stopnje zaposlenosti in boju proti izločenosti v družbi.
- **Zdravje in varnost pri delu:** tradicionalno sta zdravje in varnost pri delu obravnavana preko zakonodaje. Vendar pa danes podjetja in druge organizacije pospešeno iščejo dodatne načine za promocijo zdravja in večje varnosti zaposlenih pri delu. Tako kot se povečuje pozornost do varnosti in zdravja ter do kakovosti izdelkov in storitev, se povečuje tudi potreba po merjenju ter dokumentiranju in po sporočanju javnosti o tem.
- **Prilagajanje spremembam:** zaradi vse pogostejših preoblikovanj podjetij, ki potekajo v Evropi, je prisoten strah zaposlenih in drugih interesnih skupin pred zapiranjem podjetij ali pred odpuščanjem zaposlenih. Posledično lahko skupnost zapade v veliko ekonomsko, socialno ali politično krizo. Zato je pomembno, da se prestrukturiranje izvede družbeno odgovorno, pri čimer se upošteva interese vseh tistih deležnikov, ki spremembe občutijo na lastni koži, zlasti z odprtim komuniciranjem in s posvetovanjem.
- **Upravljanje okoljskih vplivov in naravnih virov:** v splošnem lahko vpliv na okolje zmanjšamo z manjšo potrošnjo naravnih virov in z zmanjševanjem obsega onesnaženih emisij in odpadkov. Skrb za okolje znižuje stroške energije, rešuje probleme odstranjevanja odpadkov, kakor tudi stroške sanacij okolja. Avtorji Zelenega dokumenta ugotavljajo, da so nekatera podjetja že spoznala, da manjša poraba naravnih virov lahko privede do večje dobičkonosnosti in konkurenčnosti.

1.4.2 Zunanja dimenzija družbene odgovornosti podjetja

V okviru družbene odgovornosti podjetja je pomembno tudi zunanje okolje, ki obsega razmerja s širokim krogom različnih deležnikov. Poleg zaposlenih in delničarjev so med drugim pomembni tudi poslovni partnerji in dobavitelji, kupci ter predstavniki lokalnih skupnosti. Prav tako pa ima izreden pomen tudi varovanje naravnega okolja. Zeleni dokument v sklopu zunanje dimenzije družbene odgovornosti obravnava naslednje štiri teme (Commission of the European Communities, 2001, str. 11-15):

- **Lokalne skupnosti:** podjetja morajo biti družbeno odgovorna do lokalnega okolja tako, da zagotavljajo zaposlitve, plače in ugodnosti ter davčne prispevke. Po drugi strani pa so podjetja odvisna od stanja in stabilnosti skupnosti, znotraj katerih poslujejo, saj pridobivajo nove zaposlene večinoma iz lokalnega trga delovne sile. Na konkurenčnost podjetja v veliki meri vpliva njegov ugled v lokalnem okolju, ki ga predstavlja kot delodajalca in proizvajalca. Dobri odnosi z lokalno skupnostjo pa so še posebej pomembni za podjetja, ki delujejo na globalnem trgu.
- **Poslovni partnerji, dobavitelji in kupci:** dobri medsebojni odnosi s poslovnimi partnerji za podjetje predstavljajo zmanjšano negotovost poslovanja, znižujejo stroške in povečujejo kakovost. Tudi pri izbiri dobaviteljev se le-teh ne izbira po kriteriju najcenejše ponudbe. Dolgoročna gradnja odnosov s poslovnimi partnerji in z dobavitelji lahko privede do ugodnih cen, pogojev in pričakovanj, skupaj s kakovostjo in z zanesljivostjo dobav. Od podjetij pa se pričakuje, da so družbeno odgovorna tudi do kupcev izdelkov in storitev na etičen in ekološko ozaveščen način, saj le-to za podjetje predstavlja večjo profitabilnost.
- **Človekove pravice:** zlasti v povezavi z mednarodnimi aktivnostmi in z globalno dobaviteljsko verigo, so človekove pravice močna komponenta družbene odgovornosti podjetij, ki jo obravnavajo številni mednarodni predpisi. Človekove pravice so zelo zapleten predmet razprave, ki vsebuje politične, pravne in moralne dileme. EU ima dolžnost, da v okviru politike s socialnimi partnerji zagotovi dosledno upoštevanje delovnih predpisov, varstva okolja in človekovih pravic.
- **Globalni okoljski vidiki:** podjetja so pomembni akterji tudi znotraj globalnega okolja, zaradi številnih z okoljem povezanih problemov in porabe naravnih virov iz različnih delov sveta. Zato si morajo prizadevati za družbeno odgovornost tako v Evropi, kakor tudi v mednarodnem okolju. Generalni sekretar ZN je lansiral iniciativo »Global compact«, ki naj bi bila podjetjem v pomoč pri doseganju socialnih in okoljskih izboljšav po svetu.

1.5 RAZLOGI ZA IN PROTI DRUŽBENO ODGOVORNEMU RAVNANJU

Tako kot ne obstaja enotna definicija družbene odgovornosti podjetja, tako tudi v teoriji prihaja do odstopanj pri ugotavljanju, ali je družbena odgovornost potrebna oziroma ali je ta

za podjetje nepotrebna ali celo nekoristna. V nadaljevanju zato predstavljam nekatere razloge za in proti prevzemu družbene odgovornosti s strani podjetij.

1.5.1 Razlogi za družbeno odgovornost podjetij

Veliko poslovnežev verjame, da je družbeno odgovornost za podjetje dobra ideja. Jernejčič Dolinarjeva (2009, str. 310) opredeljuje, da je glavni namen družbeno odgovornega podjetja, poleg zasledovanja dobička ter finančne, poslovne in ekonomske uspešnosti tudi upoštevanje širše družbene skupnosti in okolja, s čimer prispeva k splošni blaginji. S tem podjetje zasleduje enega izmed ciljev EU, saj posredno povečuje svojo konkurenčnost na trgu. Z družbeno odgovornimi ravnanji si tako lahko posamezna podjetja, lokalne in regionalne skupnosti, države in EU okrepijo svoj konkurenčni položaj. Najpomembnejši argumenti, ki govorijo v prid družbeno odgovornemu ravnanju so (Post et al., 2002; Sree, 2009):

- **Uravnoteženje moči in odgovornosti** (imenovano tudi železno pravilo odgovornosti): danes imajo podjetja v družbi veliko moč in vpliv. Vendar pa lahko to moč izgubijo, če zlorabijo svoja pooblastila v svoje interese in tako delujejo na načine, ki jih družba šteje za družbeno neodgovorne.
- **Omilitve državne regulacije:** prostovoljna družbeno dejanja zmanjšujejo število državnih predpisov, saj so le-ti pogosto povezani z dodatnimi stroški, poleg tega pa podjetju omejujejo fleksibilnost odločanja. Zato naj podjetja s svojimi družbeno odgovornimi ravnanji preprečijo nove omejitve vlade, z doseganjem dobrega za svojo korist in za korist družbe.
- **Povečanje dolgoročnih dobičkov:** zniževanje nekaterih stroškov (npr. skrbno ravnanje s surovinami in z materialom) ter povečevanje prihodkov (npr. zaradi zvestobe kupcev, visoke kakovosti izdelkov in storitev, okolju prijazne tehnologije) izboljšujeta poslovni izid podjetja (dobiček). Poleg tega pa tudi pravilna razdelitev sredstev za družbeno odgovorne dejavnosti lahko podjetjem prinese večje dolgoročne dobičke.
- **Reagirane na zahteve interesnih skupin:** družba od podjetij zahteva čistejše okolje, varne proizvode, pravičnost na delovnem mestu, varovanje zasebnosti in podobne elemente socialne problematike. Zato so podjetja pozvana, da se hitreje in natančneje odzovejo na spreminjajoče se zahteve različnih interesnih skupin.
- **Popravljanje družbenih problemov, povzročenih s strani podjetij:** gre za moralno in družbeno odgovornost podjetij, da odpravijo napake in probleme, ki so jih povzročila s svojim poslovanjem družbi (npr. onesnaževanje okolja, izdelki z napako ipd.).
- **Izboljšanje javne podobe:** podjetja si prizadevajo izboljšati svojo javno podobo, saj le-ta privablja več strank, boljše zaposlene, boljši dostop do denarnih trgov in druge ugodnosti. Odkar javnost meni, da so družbeni cilji pomembni, si lahko podjetja ustvarijo pozitivno podobo v javnosti z uresničevanjem skupnih družbenih ciljev.
- **Družbeno odgovornost je etična obveza podjetja:** podjetje naj bi imelo vest, kar pomeni, da se resno in odgovorno vede do svojih dejanj. Posli naj bi tako bili družbeno odgovorni, saj se odgovorna dejanja, ki jih storijo, štejejo v lastno dobro podjetja.

- **Podjetja razpolagajo s sredstvi:** podjetja imajo različna sredstva, kot so kapital, delo in znanje, s katerimi lahko zagotovijo podporo pri reševanju družbenih problemov.
- **Preventiva je boljša kot kurativa:** podjetja morajo ukrepati pravočasno, preden družbena vprašanja postanejo resen in drag problem, ki za podjetje lahko tudi pomeni nezmožnost pravočasnega proizvodnje izdelkov in storitev.

1.5.2 Razlogi proti družbeni odgovornosti podjetij

Glede na zgoraj predstavljene trditve, vidimo, da obstaja precej argumentov, ki govorijo v prid družbeni odgovornosti podjetij. Vendar pa spet drugi avtorji menijo, da naj se podjetja strogo usmerjajo le v povečevanje dobička, medtem ko naj vprašanja povezana s socialno tematiko pustijo v reševanje drugim skupinam v družbi. Nekatere ekonomiste namreč skrbi, da bi zasledovanje družbenih ciljev zmanjšalo pripravljenost podjetij za doseganje ekonomske učinkovitosti, s čimer se družbi onemogoči zagotavljanje izdelkov in storitev. Razlogi, ki govorijo proti družbeno odgovornemu ravnanju po mnenju kritikov predstavljajo le dodatno breme za podjetja. Ti argumenti so predvsem naslednji (Jaklič, 2009; Post et al., 2002; Sree, 2009):

- **Primarna odgovornost podjetja je maksimiranje dobička:** podjetja so ustanovljena za ustvarjanje dobičkov lastnikom oziroma delničarjem, zato se naj ne bi ukvarjala z reševanjem družbenih vprašanj.
- **Višji stroški ter znižanje ekonomske učinkovitosti in dobičkov:** aktivnosti povezane z družbeno odgovornostjo povečujejo stroške. Podjetje lahko tvega izgubo učinkovitosti, če z uporabo svojih resursov vztraja pri aktivnostih, ki so za družbo koristne, a za podjetje ekonomsko neučinkovite. Posledično se lahko zmanjša učinkovitost in s tem konkurenčnost ter finančni rezultat podjetja. Zaradi slednjega delničarji prejmejo nižje donose od svojih investicij, podjetje pa težje pridobi dodaten kapital za nadaljnjo rast.
- **Vnašanje prikritih stroškov v družbo:** številne družbeno odgovorne aktivnosti se ekonomsko ne izplačajo, zato mora zanje plačati družba, bodisi v obliki nižjih dividend delničarjem, nižjih plač za zaposlene ali pa se ti stroški odražijo v višjih cenah izdelkov, ki jih plačajo potrošniki. Kritiki so zato mnenja, da javnost verjetno ne bi vztrajala pri družbeni odgovornosti podjetij, če bi vedela, kako resnično visoki so bili ti stroški in da jih je krila družba sama.
- **Pomanjkanje znanj za izvajanje družbenih aktivnosti:** poslovneži naj bi imeli ustrezna znanja na področju proizvodnje in financ, nimajo pa ustreznega znanja in izkušenj, ki so potrebna za sprejemanje družbenih odločitev. S svojimi ravnanji lahko povzročijo napake, zato so analitiki mnenja, da morajo družbena vprašanja reševati javni uslužbenci, ki so za to tudi izvoljeni s strani državljanov.
- **Odgovornost se prenaša na organizacije, namesto na posameznike:** odločitve sprejemajo ljudje, ne pa organizacije, zato ne morejo biti za svoja dejanja odgovorne organizacije, temveč posamezniki, ki so vključeni v spodbujanje in izvajanje politike. Zato je napačno govoriti o družbeni odgovornosti podjetja.

- **Oslabitev nacionalne bilance plačil:** podjetja si povrnejo stroške, ki jih povzroča njihova vpletenost v družbene programe, s povečanjem cen izdelkov.
- **Podjetja pridobijo preveliko moč:** podjetja imajo že sama po sebi dovolj ekonomske, okoljske in tehnološke moči, z uresničevanjem družbenih ciljev pa bi je imela še več. Dodatna moč bi namreč zanemarila potencialno moč podjetij za ustvarjanje javno dobrega.
- **Pomanjkanje odgovornosti:** javnost nima neposrednega vpliva na organizacije oziroma njihove poslovne odločitve. Za neustrezno ravnanje organizacij ni pravih sankcij, medtem ko te obstajajo za politične predstavnike, ko jim napake onemogočijo ponovno izvolitev. Poslovneži torej nimajo volilne odgovornosti do svojih volivcev.
- **Pomanjkanje splošne podpore:** ideja o sodelovanju podjetij pri doseganju družbenih ciljev ni široko podprta s strani številnih skupin v družbi.

1.6 UVAJANJE DRUŽBENE ODGOVORNOSTI V PODJETJE

Kot opredeljuje Jernejčič Dolinarjeva (2009, str. 310), obstajata dva ključna razloga, zakaj se podjetja odločajo za uvajanje družbene odgovornosti, in sicer moralni ter ekonomski. Pri moralnem razlogu se podjetja zavedajo, da delujejo v soodvisni družbi, kjer imajo poleg ustvarjanja dobička odgovornost ustvarjati dodano vrednost za družbo in izboljšati njeno kakovost življenja. Ekonomski razlog pa pomeni, da imajo družbeno odgovorna podjetja večji ugled in zvestobo med potrošniki, so bolj zaželeni s strani iskalcev zaposlitve, z zmanjševanjem emisij in odpadkov zmanjšujejo onesnaževanje okolja in svoje lastne stroške ter so bolj privlačna za vlagatelje kapitala.

Družbena odgovornost torej poleg ostalega podjetjem prinaša večji ugled in povečuje vrednost blagovne znamke, povečuje prodajo in zvestobo strank, izboljša finančno uspešnost, znižuje stroške poslovanja, omogoča različnost delovne sile, poleg tega pa podjetje na trgu lažje pridobi nove kadre in obdrži obstoječe. Koristi se podjetjem, ki vlagajo v družbeno odgovorne podjetniške prakse, kažejo predvsem na dolgi rok, poleg tega pa njihovo vlaganje prispeva tudi k izboljšanju širše družbene skupnosti (Overview of Corporate Social Responsibility, 2013).

Družbeno odgovorno poslovanje je zato postalo ključni element strategije poslovanja. Potreba po zasledovanju cilja družbene odgovornosti zahteva spremenjen način upravljanja, v smeri večjega upoštevanja interesov udeležencev podjetja. Trajnejše konkurenčne prednosti v sodobnem poslovnem okolju pa ni mogoče dosegati, če podjetje ne zadovoljuje ciljev vseh ključnih udeležencev podjetja. Poleg lastnikov mora podjetje zasledovati tudi druge interesne skupine, in sicer zaposlene, kupce, dobavitelje, javnost, lokalno skupnost in državo. Glede na dejstvo, da uspešna dolgoročna strategija podjetja vedno izhaja iz njegovega poslanstva, poslanstvo pa vključuje tudi družbeno odgovorno delovanje, potem lahko poenostavimo, da je družbeno odgovorno poslovanje postalo potreben pogoj za doseganje trajnejše konkurenčne prednosti (Lahovnik, 2008, str. 65).

Da pa so koristi od družbeno odgovornih dejanj vidne, je pomembno kakovostno načrtovanje družbene odgovornosti v podjetje. Dolgoročno koristen in učinkovit je namreč lahko le načrtovan proces k družbeni odgovornosti. Takšen pristop zajema skrben razmislek podjetja o njegovi dejavnosti, o značilnostih okolja, v katerem posluje, o ključnih interesnih skupinah ter njihovih vrednotah in o pričakovanjih v odnosu do podjetja (Drevenšek, 2005, str. 6).

Podjetja se razlikujejo v tem, kako bodo izvajala družbeno odgovornost podjetij. Vsako podjetje je namreč drugačno in bo pristop družbene odgovornosti izvajalo na različne načine. Razlike so odvisne od dejavnikov, kot so velikost podjetja, panoga, kultura in zavzetost vodstva. Nekatera podjetja se osredotočajo na samo eno področje, medtem ko si druga podjetja prizadevajo za vključitev koncepta družbene odgovornosti v vse vidike svojega poslovanja (Overview of Corporate Social Responsibility, 2013).

Uvajanje družbene odgovornosti podjetja ni enkratno dejanje, temveč dolgotrajen proces, ki je sestavljen iz naslednjih sedmih korakov (Jernejčič Dolinar, 2009, str. 311):

- Podjetje mora najprej oblikovati vrednote in vanje vključiti načela družbene odgovornosti.
- Nato mora pregledati poslanstvo, vizijo, cilje in poslovno strategijo ter vanje vključiti družbeno odgovornost.
- Podjetje izbere način vključevanja družbene odgovornosti v svoje poslovanje (samostojna strategija ali obstoječa strategija po posameznih funkcijah podjetja). Pomembno je, da strategija zajema odnose z vsemi deležniki podjetja (tj. odnose z zaposlenimi, s potrošniki, z dobavitelji, z lokalno skupnostjo in z drugimi), ki tudi sodelujejo pri njenem nastajanju.
- Nato začne podjetje aktivno izvajati način vključevanja družbene odgovornosti s pomočjo izbrane strategije, pri tem pa mora obvezno seznaniti zaposlene o vseh spremembah in o morebitnih novostih v poslovanju podjetja.
- Podjetje mora ves čas spremljati izvajanje strategije in biti pozorno na pozitivne ter negativne strani izvajanja.
- Po potrebi podjetje strategijo sproti izboljšuje.
- Podjetje na koncu komunicira rezultate svojega dela javnosti, s čimer prispeva k svojemu ugledu, hkrati pa spodbuja druga podjetja k družbeno odgovornim dejanjem.

1.7 PODROČJA DRUŽBENE ODGOVORNOSTI

Ključna področja družbene odgovornosti podjetij lahko opredelimo v skladu s temeljnimi načeli uresničevanja družbene odgovornosti podjetij. Drevenškova (2005, str. 7-8) navaja pet temeljnih načel, ki so univerzalna, vendar pa imajo podjetja pri njihovi izpolnitvi v lastnih programih družbene odgovornosti pogosto nemalo težav. Ta načela so: pošteno in enakopravno obravnavanje zaposlenih, etično in pošteno poslovanje, spoštovanje temeljnih

človekovih pravic, odgovorno ravnanje z okoljem (skrb za prihodnje generacije) ter skrben odnos do ožje lokalne skupnosti in širšega družbenega okolja, v katerem podjetje deluje.

Podjetje lahko izboljša uspešnost in učinkovitost svojega delovanja, če pozna dejavnike, ki vplivajo nanj. Še zlasti so pomembni velikost podjetja, panoga delovanja, kultura in vodstvo. Ker je teh dejavnikov veliko, jih je smiselno sistematično razvrstiti po področjih. Frederick, Davis in Post (v Bertonec et al., 2011, str. 118) tako navajajo najpomembnejša področja družbene odgovornosti, ki jih zasledimo v strokovni literaturi. Ta področja so: kakovost in varnost izdelkov, odnosi s potrošniki, odnosi z zaposlenimi, odnosi s konkurenco, odnosi z lokalno skupnostjo, dobrotelost in skrb za ljudi, odgovornost do države oziroma vlade, skrb za okolje in ekonomski vplivi.

Drevenškova (2005, str. 8-9) področja družbene odgovornosti razčlenjuje v tri skupine, in sicer navaja področja po ciljnih javnostih, po funkcijskih ter problemskih področjih. Prva skupina je navadno geografsko in interesno tesno prepletena s predstavniki lokalnih skupnosti. V to skupino sodijo področja družbene odgovornosti do zaposlenih, do porabnikov, do tekmecev, do državnih ustanov in odgovornost do lokalnih/regionalnih skupnosti. Po funkcijskih področjih v podjetju se področja družbene odgovornosti delijo na finance, računovodstvo, nabavo, raziskave in razvoj ter trženje. V zadnjo skupino pa spadajo delovno mesto, trg, skupnost, okolje in vladanje podjetjem.

V nadaljevanju prikazujem primere vsebin družbene odgovornosti za področja ciljnih javnosti in odgovornosti do okolja kot problemskega področja (Drevenšek, 2005; Jernejčič Dolinar, 2009; Mijatovic & Stokic, 2010):

- **Družbena odgovornost do zaposlenih** vključuje ustrezni plačilni sistem in sistem nagrajevanja, skrb za osebni razvoj zaposlenih, zagotavljanje ustreznih pogojev za delo, spodbujanje raznolikosti glede na spol, starost, invalidnost, odnos do etičnih skupin itd.
- **Družbena odgovornost do porabnikov** vsebuje transparentno cenovno politiko, zagotavljanje verodostojnih informacij o kakovosti proizvodov, etično oglaševanje, zagotavljanje varnosti proizvodov, omogočanje pritožb in hitro reševanje reklamacij itd.
- **Družbena odgovornost do tekmecev** zajema izogibanje nelojalni konkurenci, izogibanje uporabi dumpinga, spoštovanje patentnih zaščit itd.
- **Družbena odgovornost do domačih in tujih državnih ustanov** vključuje redno plačevanje davkov in drugih obveznosti, etičnost podjetja pri prenosu mednarodnih dobičkov, odgovornost podjetja pri odpuščanju delavcev, spoštovanje lastninskih pravic v tretjem svetu itd.
- **Družbena odgovornost do lokalnih skupnosti** obsega sodelovanje podjetij pri oblikovanju boljših splošnih pogojev v lokalni skupnosti in varovanje njihovega okolja, etično obnašanje podjetja do prebivalcev lokalnih skupnosti, donacije in sponzorstva, tehnično pomoč lokalnim oblastem itd.

- **Družbena odgovornost do naravnega okolja** zajema izpolnjevanje zakonskih obvez in standardov, uporabo tehnik za recikliranje, učinkovito upravljanje z naravnimi viri, sodelovanje z državnimi organi, znanstvenimi ustanovami in nevladnimi organizacijami v smeri varovanja okolja itd.

Aktivnosti po posameznih področjih, ki naj bi vplivale na izboljšanje delovanja družbe, je že leta 1971 predstavil Odbor za gospodarski razvoj (angl. *Committee for Economic Development*). Ta je opredelil naslednja področja in primere poslovnih aktivnosti (Post, Frederick, Lawrence & Weber, 1996, str. 45):

Tabela 2: Področja in primeri poslovnih aktivnosti za izboljšanje delovanja družbe

PODROČJA DRUŽBENO ODGOVORNEGA DELOVANJA	PRIMERI POSLOVNIH AKTIVNOSTI ZA IZBOLJŠANJE DELOVANJA DRUŽBE
Gospodarska rast in učinkovitost	<ul style="list-style-type: none"> • Izboljšanje produktivnosti • Sodelovanje z vlado
Izobraževanje	<ul style="list-style-type: none"> • Podpora šolam in univerzam • Pomoč pri upravljanju šol in univerz
Zaposlovanje in usposabljanje	<ul style="list-style-type: none"> • Usposabljanje težko zaposljivih delavcev • Prekvalificiranje delavcev
Človekove pravice in enake možnosti	<ul style="list-style-type: none"> • Zagotavljanje enakih zaposlitvenih možnosti • Gradnja tovarn v mestih
Obnova mest in njihov razvoj	<ul style="list-style-type: none"> • Gradnja nizko cenovnih stanovanj • Posodobitev transportnega sistema
Zmanjševanje onesnaževanja	<ul style="list-style-type: none"> • Namestitev kontrol onesnaževanja • Razvoj programov recikliranja
Kultura in umetnost	<ul style="list-style-type: none"> • Podpora kulturnim institucijam
Zdravstvena oskrba	<ul style="list-style-type: none"> • Načrtovanje stroškovno sprejemljivih programov zdravstvene oskrbe v skupnosti
Vlada	<ul style="list-style-type: none"> • Izboljšave pri upravljanju • Posodobitev in reorganizacija vlade

Vir: J. E. Post, W. C. Frederick, A. T. Lawrence & J. Weber, Business & Society: Corporate Strategy, Public Policy, Ethics, 1996, str. 45.

1.8 DELEŽNIKI PODJETJA

Ko se pojavi zamisel o odgovornosti podjetij, se običajno postavi vprašanje, komu je podjetje odgovorno. Klasična ekonomija podaja poenostavljen odgovor, ki pravi, da je podjetje odgovorno izključno delničarjem, torej lastnikom, ki jih (vsaj v teoriji) ne zanima

drugega kot čim večji dobiček. V skladu s konceptom deležnikov⁷ pa so podjetja sedaj zavezana vsem zainteresiranim udeležencem, torej vsem tistim, na katere obstoj podjetja kakorkoli vpliva, vključno s sosedi, javnimi organizacijami in vladami (Tóth, 2008, str. 31).

Prvi pravi poskus opredelitve deležnikov izhaja že iz leta 1963, ko so raziskovalci »Stanford Research Institute« le-te opredelili kot tiste skupine, brez podpore katerih bi organizacija prenehala obstajati. Tudi Freeman, kot začetnik teorije deležnikov, je zapisal več definicij, ki opredeljujejo ta koncept. Sprva (1984) je deležnike tradicionalno opredelil kot katerokoli skupino ali posameznika, katerih delovanje vpliva oziroma je pod vplivom poslovanja podjetja. V eni od svojih novejših definicij (2004) jih je opredelil kot tiste skupine, ki so bistvenega pomena za preživetje in uspeh organizacije. Kasneje je še dodal, da lahko deležniki vložijo tožbo proti podjetjem v primeru neizpolnjevanja zahtevanih dolžnosti skrbnega ravnanja (Fontaine, Haarman & Schmid, 2006, str. 3-4, 6).

Clarkson (1995), (v Fontaine et al., 2006, str. 21) uvede razlikovanje med primarnimi in sekundarnimi deležniki. Primarni so tisti, ki so ključnega pomena za dolgoročen obstoj podjetja in za njegove dejavnosti. Wheeler in Sillanpää mednje uvrščata delničarje in investitorje, zaposlene in menedžerje, kupce, lokalno skupnost, dobavitelje ter druge poslovne partnerje. Sekundarni deležniki pa so ljudje in skupine v družbi, na katere neposredno ali posredno vplivajo aktivnosti podjetja in njihove poslovne odločitve, vendar ti niso vključeni v neposredne transakcije s podjetjem, niti niso bistvenega pomena za preživetje podjetja. V to skupino spadajo vlada in zakonodajalci, civilne organizacije, skupine pritiska, mediji, univerze, trgovske organizacije in konkurenti (Carroll & Buchholtz, 2000; Post et al., 2002).

Tudi Jaklič (2009, str. 42-44) je mnenja, da je za podjetje ključnega pomena, da ugotovi, kdo in kakšni so subjekti (so)vplivanja oziroma interesne skupine. Le-te ločuje na primarne in sekundarne glede na to, ali so s podjetjem neposredno povezani in nujni za izvajanje njegovega osnovnega poslanstva ali pa so pripadniki drugih družbenih skupin, ki izražajo interes ali zaskrbljenost zaradi delovanja podjetja, vendar zato niso manj pomembni, čeprav so le posredno povezani s poslanstvom podjetja.

Wheeler in Sillanpää (v Carroll & Buchholtz, 2000, str. 69) poleg primarnih in sekundarnih družbenih deležnikov navajata tudi novo kategorijo, nedružbene deležnike. Poleg naravnega okolja, prihodnjih generacij in nečloveških virov kot primarnih nedružbenih deležnikov, opredeljujeta tudi različne skupine okoljevarstvenih pritiskov in organizacije za varstvo živali (tj. sekundarni nedružbeni deležniki).

Deležnike je Evropski observatorij (angl. *Observatory of European*) opredelil kot tiste osebe ali skupine, ki imajo ali zahtevajo lastništvo, pravico ali izražajo interes do podjetja in do

⁷ Deležnike (angl. *stakeholders*) lahko imenujemo tudi udeleženci, zainteresirani udeleženci, udeležene strani, vplivneži, interesne skupine, zainteresirana javnost (Bertoncelj et al., 2011, str. 125).

njegovih preteklih, sedanjih in prihodnjih aktivnosti (European Commission, 2002, str. 13). Tabela 3 vsebuje skupine deležnikov in nekatere primere družbeno odgovornih aktivnosti podjetja do posameznih skupin.

Tabela 3: Skupine deležnikov in primeri družbeno odgovornih aktivnosti

SKUPINE DELEŽNIKOV	PRIMERI DRUŽBENO ODGOVORNIH AKTIVNOSTI
Delničarji in lastniki	<ul style="list-style-type: none"> • Poročanje delničarjem o družbeno odgovornih aktivnostih. • Opredelitev poslanstva, ki vključuje tudi nefinančne cilje.
Zaposleni	<ul style="list-style-type: none"> • Dajanje večjih pooblastil zaposlenim. • Reševanje problemov na področju zdravja in varnosti pri delu. • Spodbujanje komuniciranja med zaposlenimi in menedžerji. • Podpiranje zaposlenih pri uravnoveženju dela, družine in osebnega razvoja.
Potrošniki	<ul style="list-style-type: none"> • Nadziranje kakovosti, varnosti in okoljskih vplivov proizvodov in storitev. • Takojšen odziv na pritožbe potrošnikov.
Naravno okolje	<ul style="list-style-type: none"> • Prizadevanje za zmanjšanje negativnih vplivov in optimiziranje resursov. • Analiza zmogljivosti življenjskega cikla proizvodov in storitev. • Vključevanje okoljskih vrednot v nakupne odločitve.
Širša skupnost (vključno z javnimi oblastmi)	<ul style="list-style-type: none"> • Vključevanje v prostovoljne aktivnosti, ki zadovoljujejo potrebe skupnosti. • Partnerstvo z organizacijami, ki temeljijo na skupnosti in podpirajo poslovni uspeh (npr. spodbujanje podjetniške iniciative v regiji). • Zaposlovanje težko zaposljivih skupin. • Dovzetnost za lokalne običaje in kulturo. • Usklajenost s standardi človekovih pravic.
Pogodbeniki / dobavitelji	<ul style="list-style-type: none"> • Vključevanje družbenih in okoljskih vrednot v nakupne odločitve. • Izogibanje poslovnim razmerjem s podjetji, ki uporabljajo nezakonito prakso (npr. otroško delo). • Aktivno sodelovanje pri upravljanju s tveganji v dobaviteljevi verigi. Preverjanje družbeno odgovornih praks v celotni verigi. • Takojšen odziv na pritožbe dobaviteljev.

Vir: European Commission, Observatory of European SMEs 2002, No. 4 – European SMEs and social and environmental responsibility, 2002, str. 14.

Razlikujemo (European Commission, 2002, str. 14) tudi med notranjimi in zunanji deležniki. Medtem, ko med notranje deležnike uvrščamo zaposlene, delničarje ter menedžerje/lastnike, spadajo med zunanje deležnike poslovni partnerji in dobavitelji, kupci,

lokalna skupnost in navsezadnje tudi naravno okolje. Pri tem Kozoderc (2009, str. 4) med zunanje okolje podjetja uvršča še finančne in vladne institucije ter odnose s skupnostjo in z nevladnimi organizacijami.

2 POROČANJE O DRUŽBENI ODGOVORNOSTI

Od podjetij se pričakuje, da bodo delovala v korist družbe in okolja ter da bodo razkrivala pozitivne in negativne vplive svojega poslovanja na posamezne deležnike in tudi na naravno okolje. Primerno obveščanje vseh deležnikov o delovanju podjetja je velik in pomemben del družbene odgovornosti. Gre za poročanje različnim interesnim skupinam, ki jih ekonomsko ali kako drugače zadeva poslovanje podjetja. Vse bolj se namreč uveljavlja spoznanje, da podjetje ne more dolgoročno preživeti, če ne uresničuje interesov različnih skupin, ki sodelujejo z njim. Zato mora podjetje, ki želi imeti korist od tega, da ima odgovoren odnos do različnih interesnih skupin, o tem tudi poročati (Bertoncelj et al., 2011; Slapničar, 2005).

Gray, Owen in Adams (1996, str. 3) so poročanje o družbeni odgovornosti opredelili kot proces komuniciranja podjetij o družbenih in okoljskih vplivih, ki so posledica njihovega delovanja, določenim interesnim skupinam znotraj podjetja in družbe kot celote. Takšno poročanje zahteva razširitev odgovornosti podjetja s tradicionalne vloge računovodskega zagotavljanja finančnih poročil lastnikom kapitala, natančneje delničarjem. Gre torej za širšo odgovornost, ki jo imajo podjetja do družbe, in ne le za zagotavljanje dobička delničarjem.

Vloga družbenega poročanja je razkritje družbene odgovornosti, iz česar sledi, da je tovrstno poročanje razširitev koncepta družbene odgovornosti podjetja. Parker (v Tilling, b.l., str. 2) navaja, da družbeno poročanje ocenjuje družbene in okoljske vplive, ki jih imajo dejavnosti podjetja na družbo kot celoto, meri učinkovitost in uspešnost družbenih in okoljskih programov, ki jih podjetje izvaja, ter predstavlja zunanji in notranji informacijski sistem, ki omogoča celovito oceno vseh poslovnih virov ter družbenih, okoljskih in ekonomskih vplivov.

Poročanje o družbeni odgovornosti v zadnjih letih precej narašča. Mednarodna raziskava, ki jo je leta 2002 opravila revizijska hiša KPMG, je namreč pokazala, da 45 % največjih svetovnih podjetij iz skupine G250⁸ pripravlja tudi okoljska in družbena poročila ali pa poročila o trajnostnem razvoju, medtem, ko je bilo leta 1999 takšnih podjetij 35 %. Trend v izdajanju poročil je vseskozi naraščal tudi do leta 2011, saj je v tem letu poročila o svojih dejavnostih družbene odgovornosti izdalo že 95 % podjetij skupine G250 (Adams & Zutshi, 2004; KPMG, 2011).

⁸ V skupino G250 podjetij, sodijo podjetja iz seznama Fortune Global 500, in predstavljajo več kot ducat podjetij iz industrijske panoge. V vzorcu prevladujejo podjetja iz finančne in zavarovalne dejavnosti ter panoge vrednostnih papirjev, sledijo jim trgovska dejavnost in trgovina na drobno, sektor nafte in plina ter elektronike in računalništva. Izmed 250 podjetij jih 208 trguje na borznem trgu (KPMG, 2011, str. 7).

Ugotovitve raziskave KPMG iz leta 2011 v primerjavi z raziskavo izvedeno v letu 2008⁹, kažejo tudi spremembe v vsebini poročanja o družbeni odgovornosti. Največja razlika je vidna v poročanju o ekonomskih vsebinah, saj so le-te leta 2008 predstavljale drugo najpomembnejšo vsebino poročanja podjetij, v letu 2011 pa zasedle 7. mesto. Po podatkih raziskave, podjetja največ poročajo o ugledu in blagovni znamki, ki se je povzpela iz tretjega na prvo mesto. Na drugem mestu so etične vsebine, na tretjem pa motiviranje zaposlenih, ki je bilo v letu 2008 na 5. mestu (KPMG, 2011, str. 19).

2.1 RAZVOJ POROČANJA O DRUŽBENI ODGOVORNOSTI

Poročanje o specifičnih družbenih in okoljskih vsebinah so podjetja izvajala vse od začetka finančnega poročanja. Dejavniki, ki so povzročili povečano potrebo po večji odgovornosti podjetij v zadnjih 25-letih so: povečana ozaveščenost javnosti, pritiski deležnikov, socialne skrbi o problemu bedno plačanih delavcev in okoljske katastrofe. V poznih šestdesetih letih prejšnjega stoletja pa je tudi tehnološki napredek, čigar posledica je bilo hitro izkoriščanje virov, spodbudil zahtevo po večji odgovornosti podjetij (Tschopp, Wells & Barney, 2012, str. 3).

Skrb in interes javnosti glede socialnih dimenzij pri delovanju organizacij se je povečevala v poznih 60. letih in je od takrat ostala intenzivna. V odgovor na stopnjevanje pritiska zunanjih interesnih skupin (npr. socialnih aktivistov, univerz, delavskih sindikatov, pokojninskih skladov, cerkvenih organizacij), so številne organizacije začele obravnavati svoje družbene programe v svojih letnih poročilih delničarjem, pa tudi v svojem oglaševanju in posebnih publikacijah. John J. Corson in George A. Steiner sta izvedla raziskavo 750 gospodarskih družb v letu 1974. 76 % večinoma velikih družb je poročalo, da ocenjujejo svoje družbene aktivnosti, toda redkokatera družba je o tem obveščala javnost. Med družbami s celovitimi in splošno dostopnimi poročili o družbenih aktivnostih so bile Bank of America, CNA Financial Corporation, Dayton-Hudson Corporation, Eastern Gas and Fuel Associates, Ford Motor Company in General Motors Corporation (Marx, 1992-1993, str. 38-39).

V zgodnjih 70. letih prejšnjega stoletja so začela podjetja implementirati družbene in okoljske cilje in poročati o rezultatih. Vendar je bilo žal mnogo teh zgodnjih poskusov neuspešnih, ker so manjkali skupni standardi za vsebino, merjenje in obliko poročila. Zato sedemdeseta leta prejšnjega stoletja, do zgodnjih osemdesetih let predstavljajo prvo fazo razvoja družbeno odgovornega poročanja. To fazo so označevala t.i. »greenwash« poročila¹⁰ in ekološke marketinške kampanje brez vsebinske vrednosti in z zavajajočimi rezultati (Tschopp et al., 2012, str. 3).

⁹ Revizijska hiša KPMG opravlja raziskave s področja družbene odgovornosti na vsake 3 leta.

¹⁰ Tovrstna poročila predstavljajo zavajajoče orodje oglaševanja. Podjetje skuša prevarati potrošnika, s tem ko sebe in svoje izdelke načrtno predstavlja kot zelene, okolju prijazne, a to dejansko niso (Greenwashing, 2012).

V poznih osemdesetih letih je poleg neposrednega vpliva delničarjev naraščal širši vpliv deležnikov podjetja. V poznih 80. in zgodnjih 90. letih prejšnjega stoletja se je tudi začela druga faza družbeno odgovornega poročanja, z bolj vsebinskimi poročili, informacije pa so bile bolj merljive in preverljive. Sem sodi predvsem poročanje, kot so ga izdali Body Shop, Shell Canada in Ben & Jerry's (Tschopp et al., 2012, str. 3-4). Horvatova (2003, str. 311) tudi navaja, da so se prva poročila o ravnanju z okoljem začela pojavljati prav v začetku devetdesetih let 20. stoletja. Druga faza se je začela, ko je leta 1989 Ben & Jerry pooblastil neodvisnega družbenega revizorja J. T. Marlina, ki je imel neovirano možnost intervjuvati kogarkoli v gospodarski družbi. Predlagal je, da njegovo poročilo nosi ime Poročilo deležnikov (angl. *Stakeholders Report*), sam pa je takrat deloval v pomanjkanju splošno sprejetih standardov (Tepper Marlin & Tepper Marlin, 2003).

Vse to je med največjimi ameriškimi družbami vodilo do sedanje tretje faze poročanja o družbeni odgovornosti in vključuje najširši krog deležnikov, ki so s socialnimi in okoljskimi skrbmi pridobili močnejši glas (Tschopp et al., 2012, str. 4).

Izmed seznama največjih korporacij, objavljenih aprila 1990 v skupini »Fortune 500«, je bil septembra 1991 poslan vprašalnik 250 največjim podjetjem. Rezultati pri prejetih 138 odgovorih kažejo, da 90 % družb ni nikoli izdalo izčrpnega poročila, ki bi pokrivalo večino glavnih socialnih vsebin, ki vplivajo na družbo. Glavni razlog za to je izviral iz skrbi, da bi bil to prevelik strošek, oziroma iz trditve, da so socialne vsebine že vsebovane v drugih publikacijah, kot so: poročila o posamezni tematiki, prospekti, reklame, vključenost vsebine v poročilih za delničarje, časopisi za zaposlene ipd. Najbolj pogosto obravnavane teme v njihovih poročilih pa so bile: skrb za okolje, dobrodelnost, cilji menedžmenta, zdravje, manjšine, varnost v tovarnah, energija, razvoj zaposlenih, odnosi z lokalno skupnostjo in poslovni pogoji. Relativno pomanjkanje pozornosti o izobraževanju zaposlenih in o varnosti samih proizvodov pa je nekoliko presenetljivo (Marx, 1992-1993, str. 39-44).

Sedanja tretja faza družbeno odgovornega poročanja je zagotovo najbolj zanimiva, ker vključuje ne samo certificiranje poročil s strani tretjih oseb, temveč certificiranje s strani akreditiranih teles, ki so zadolžena za ovrednotenje družbenih in okoljskih standardov. To spravlja v življenje same standarde in povečuje kontrolo na sami lokaciji družbe (Tepper Marlin & Tepper Marlin, 2003). Tschopp s sodelavci (2012, str. 4) navaja, da je primarni razlog za sedanjo stopnjo poročanja družbene odgovornosti, zagotoviti deležnikom informacije, ki jih potrebujejo pri sprejemanju odločitev. Globalno pa vodi tretjo fazo na družbenem področju organizacija SAI (angl. *Social Accountability International*), ustanovljena v letu 1997 (Tepper Marlin & Tepper Marlin, 2003).

Družbeno poročanje podjetij bo najverjetneje raslo tudi v prihodnosti, in sicer pod vplivom različnih ustanov oziroma organizacij. O'Rourke (v Tschopp et al., 2012, str. 6) je mnenja, da je tu pomemben pritisk vlad, saj lahko le-te ustvarijo okolje za izdelavo poročil družbene

odgovornosti z legalnim določanjem zahtev z zakoni, regulacijo delovanja pokojninskih skladov, okoljskih zahtev, ali pa s privolitvijo v nad-nacionalne dogovore.

2.2 MOTIVI ZA POROČANJE O DRUŽBENI ODGOVORNOSTI

Kozoderc (2009, str. 14) navaja, da poročanje o družbeni odgovornosti pove veliko o podjetju, njegovi stabilnosti in perspektivnosti tako z vidika vlaganja kot tudi poslovanja in zaposlovanja v podjetju ter konkretnega vpliva na okolje. Z vidika podjetja pa lahko poročanje podjetju prinese dodano vrednost, ki vpliva na prodajo in na povpraševanje delavcev po zaposlitvi v podjetju.

Literatura navaja dve skupini motivov, da podjetja pričnejo poročati o družbeni odgovornosti, ki pa se med seboj ne izključujeta. Prva skupina navaja, da se podjetja za takšna dejanja odločijo zaradi svojih temeljnih vrednot, s katerimi želijo seznaniti druga podjetja in svoje potrošnike ter s tem prispevati k povečevanju družbene odgovornosti podjetij in posameznikov nasploh. Tem podjetjem poročanje o družbeni odgovornosti pomeni predvsem nekakšno nadzorno funkcijo, s pomočjo katere neprestano preverjajo in zagotavljajo, da je njihovo ravnanje v skladu z lastno zapisanimi vrednotami (Drevenšek, 2005, str. 10).

Druga skupina motivov se imenuje oportunistična skupina motivov, ki jo obsegajo različni motivi in predstavljajo koristi od poročanja o družbeni odgovornosti podjetij. Te koristi so lahko (Drevenšek, 2005, str. 10): povečanje ugleda podjetja v lokalni, regionalni in drugi skupnosti, doseganje boljšega razumevanja poslovnega okolja, s čimer si podjetje pridobi pomembne informacije o potrebah in željah ciljnih javnosti, pridobivanje boljšega ugleda med finančnimi institucijami, privabljanje in zadrževanje najboljših kadrov, s poročanjem pa podjetje tudi preprečuje krize in konflikte s skupinami pritiska.

Poleg zgoraj naštetih koristi Deegan (2002, str. 291-292) navaja tudi druge motive, zaradi katerih začnejo podjetja razkrivati svoje družbene in okoljske informacije:

- izpolnjevanje zakonskih zahtev;
- »ekonomska racionalnost«, v smeri delanja pravih stvari, ki podjetju prinaša konkurenčne prednosti;
- prepričanje, da je poročanje o družbeni odgovornosti dolžnost podjetja;
- izpolnjevanje zahtev posojilodajalcev, ki zahtevajo razkritje različnih podatkov o družbeni in okoljski politiki ter uspešnosti posojilojemalcev;
- poročanje o družbeni odgovornosti kot orodje za zagotavljanje legitimnosti podjetja (izpolnjevanje sklenjene »družbene pogodbe« s skupnostjo);
- obvladovanje določenih interesnih skupin;
- privabljanje investicijskih skladov, z namenom pridobivanja vse pomembnejših »etičnih investicij«;

- izpolnjevanje panožnih zahtev in posebnih kodeksov ravnanja (npr. kodeks ravnanja z okoljem);
- preprečevanje sprejetja strožjih predpisov v zvezi z vsebino družbenih poročil s strani vlade;
- pridobitev nagrade za dobro družbeno poročilo, kar posledično prinese podjetju večjo prepoznavnost in večji ugled.

2.3 TEORETIČNE RAZLAGE ZA POROČANJE

Razloge, zaradi katerih podjetja poročajo o družbeni odgovornosti, skušajo pojasniti naslednje štiri teorije (Bertoncelj et al., 2011; Slapničar, 2004):

- **Teorija iger:** podjetja prostovoljno razkrivajo informacije, da bi maksimirala vrednost čistega premoženja po odštetju pričakovanih političnih stroškov (npr. inšpekcijski pregledi, pritiski strožjih zakonskih zahtev, bojkot proizvodov).
- **Teorija deležnikov:** računovodsko poročanje služi tistim, ki so v podjetje vložili kapital in so upravičeni do donosov, poročanje o družbeni odgovornosti pa služi drugim pomembnim interesnim skupinam. Poročati njim pomeni ustvariti in utrjevati dolgoročna razmerja in iz tega izhajajočih koristi.
- **Teorija legitimnosti:** podjetja imajo z družbo sklenjeno t.i. družbeno pogodbo, kar pomeni, da se strinjajo z izvajanjem različnih družbeno zaželenih dejanj, v zameno pa jim družba odobri delovanje, koristi in njihov obstoj. Podjetje zato ne sme kršiti družbenih vrednot in norm, saj lahko preveliko neskladje med cilji podjetja in družbenim vrednostnim sistemom ogroža legitimnost (upravičenost) preživetja podjetja.
- **Teorija politične ekonomije¹¹:** motiv poročanja o družbeni odgovornosti je mnogo manj v legitimiziranju obstoja podjetja ali informiranju različnih interesnih skupin, kot v poskusu menedžerjev, da ohranijo svoj primat.

2.4 KOMUNICIRANJE DRUŽBENE ODGOVORNOSTI

Poročanje o družbeni odgovornosti podjetij zajema najrazličnejša področja, podobno kot sama družbena odgovornost. To pomeni, da podjetje pri svojem poročanju nikakor ne more pokriti vseh tem, saj bi bila takšna poročila za bralce tudi preobsežna. Zato je pomembno, da podjetje najde učinkovit način komuniciranja za prenos informacij, ki je primeren tako za podjetje kot tudi za ciljno javnost, ki so ji informacije namenjene (Drevenšek, 2005; Evropska komisija: Generalna direkcija za podjetništvo, b.l.).

Drevenškova (2007, str. 2) opredeljuje najpogostejša orodja, s pomočjo katerih podjetja komunicirajo svojo družbeno odgovornost: poročanje v okviru letnih poročil (samostojna

¹¹ Gray s sodelavci (1996, str. 47-48) opredeljuje dve različici teorije politične ekonomije: klasično in buržoazno. Po klasični teoriji so družbena poročila le orodje za vzdrževanje legitimnosti.

poročila ali posebna poglavja v okviru le-tega), poročanje vsebine oziroma rubrike na spletnih straneh podjetij, dogodki (v širšem smislu so to lahko humanitarni koncerti, dobrodelne dražbe, medtem kot so v ožjem pomenu lahko post-družbeno odgovorne aktivnosti) ter preko odnosov z mediji. Poleg omenjenih pa obstajajo tudi drugi načini, ki so primerni za komuniciranje družbene odgovornosti podjetij, kot so: oznake na izdelkih, embalaža, tematska srečanja, posterji, letaki, prospekti, brošure, oglasi, informacijske zbirke in ustno izročilo (Evropska komisija: Generalna direkcija za podjetništvo, b.l., str. 5).

Komuniciranje družbene odgovornosti se po mnenju Drevenškove (2005, str. 10) začne takoj v začetnih fazah načrtovanja družbene odgovornosti. Takrat namreč podjetje skozi dialog z lokalno oziroma regionalno skupnostjo ugotavlja, katere teme so glede na specifične potrebe in interese skupnosti najbolj relevantne. Podjetja morajo organizirati zbiranje, obdelovanje in objavljane podatkov o svojih družbeno odgovornih ravnanjih. Te naloge so navadno v pristojnosti službe za odnose z javnostmi, pa tudi vodij oddelkov za informatiko, računovodstvo, trženje in prodajo. Prav tako pa morajo biti v ta proces vključeni tudi strokovnjaki, ki so odgovorni za določeno vsebinsko področje, o katerem želi podjetje poročati.

2.4.1 Oblike poročanja o družbeni odgovornosti

Ločimo tri oblike družbenega poročanja. To so obvezno, spodbujeno in prostovoljno poročanje (Tschopp et al., 2012; Van der Laan, 2009):

- Leta 2003 je Francija postala prva država, v kateri morajo javne delniške družbe **obvezno** predložiti letno poročilo o družbeni odgovornosti, prav tako pa se tudi v drugih skandinavskih državah (Belgija, Danska) že regulira področje poročanja družbene odgovornosti. Zagovorniki obveznega poročanja so namreč mnenja, da bi morala zakonodaja bolj regulirati področja in obseg poročanja, s čimer bi zagotovila poročanje o pomembnih informacijah v družbi.
- Vse več se uveljavlja **spodbujeno** poročanje, s strani deležnikov (npr. nevladne organizacije, sindikalisti, informacijski posredniki), ki spodbujajo podjetja, da posredujejo informacije o svojih družbeno odgovornih aktivnostih. Le-te običajno posredujejo v obliki odgovorov na vprašalnike in v obliki intervjujev.
- Mnoga podjetja pa razkrivajo informacije o družbeno odgovornih ravnanjih **prostovoljno**. Ta razkritja so lahko podana v okviru letnih poročil, spletnih strani, ali pa so razkrita ločeno, kot samostojno družbeno, trajnostno ali okoljsko poročilo. Pri tej vrsti poročanja predvsem niso določena oblika, vsebina in podrobnost takšnih razkritij, kar pomeni, da se poročevalec sam odloči kaj bo poročal, kako in kolikšen obseg informacij bo razkril. Posledično so zato takšna poročila preveč pozitivno naravnana, saj podjetje vanj ne vključi neugodnih informacij o družbenih in okoljskih problemih. Namen prostovoljnih razkritij je običajno tudi orodje za zagotavljanje legitimnosti podjetja.

2.4.2 Vsebina družbenega poročila v okviru letnega (poslovnega) poročila

Po navedbah Petrinje (2009a, 2009b) je letno poročilo najpomembnejša periodična listina, s katero se podjetje predstavi javnosti. Prek informacij, razkritih v letnem poročilu, podjetje komunicira s sedanji in potencialnimi lastniki, zaposlenimi, kupci, posojilodajalci, državo in drugimi. Ključne interesne skupine od podjetja pričakujejo odgovorno in pregledno poročanje. Poleg računovodskih informacij, ki so osrednji del računovodskega poročila in prikazujejo finančno sliko podjetja v sedanosti, si interesne skupine želijo vse več neračunovodskih informacij pa tudi razkrivanje gospodarskih, okoljskih in družbenih vplivov poslovanja podjetja. Vse to je zajeto v poslovnem poročilu, ki mu v zadnjem desetletju slovenska podjetja namenjajo vse več pozornosti, saj je iz njega mogoče ugotoviti, kakšni so načrti podjetja v prihodnosti, kakšno je njegovo gospodarsko okolje, tržni delež, kakšen je odnos podjetja do okolja in zaposlenih ter še mnogo več.

Horvatova (2003, str. 245-246) navaja, da so razkritja družbene odgovornosti podjetja prostovoljna razkritja, kar pomeni, da so zunaj obveznih razkritij, kot jih zahtevajo Zakon o gospodarskih družbah (ZGD) in Slovenski računovodski standardi (SRS). S prostovoljnimi razkritji oziroma pojasnili željo podjetja povečati ugled in pokazati, da jih ne zanima le dobiček, ampak, da se zavedajo svoje sociale odgovornosti in skrbi za okolje. Po navedbah Perks (v Kavčič, 1998, str. 31) pa naj bi družbeno poročilo pokazalo:

- vpliv na okolje (onesnaževanje okolja, akcije za preprečitev in odpravo negativnih posledic na okolje);
- porabo energije;
- delovanje podjetja s socialnega in širšega družbenega vidika, še posebej glede odnosa do manjšin, nezaposlenih, invalidov, mladih, žensk;
- skrb za zaposlene, zlasti z vidika varstva pri delu, izobraževanja, komunikacije;
- sodelovanje z družbeno političnimi skupnostmi, zlasti z vidika odnosa do splošne zdravstvene ravni, do umetnosti, kulture;
- proizvode, posebej z vidika varnosti njihove uporabe;
- druge vplive na družbo, kjer naj bi podjetja predstavila splošno usmeritev do okolja.

Slapničarjeva (2005, str. 47) navaja, da se od podjetij danes pričakuje, da tudi poročajo, in ne le, da skrbijo za odnose z interesnimi skupinami. Po njenem mora biti poročilo verodostojno in relevantno tako za investitorje kot za druge interesne skupine, in biti mora preverljivo s strani širše javnosti ali neodvisne strokovne organizacije. Adams in Zutshi (2004, str. 36) pa dobro družbeno poročilo opredeljujeta kot tisto, ki ima naslednje lastnosti:

- biti mora pregledno;
- prikazovati mora pristno odgovornost do vseh ključnih deležnikov;
- zajemati mora tako negativne kot pozitivne učinke na družbo in njeno okolje;

- vsebovati mora sprejete družbene, etične in okoljske odgovornosti;
- biti mora popolno, kar pomeni, da vključuje podrobne vplive svojega poslovanja na skupnost in okolje, ki so pomembni za ključne interesne skupine.

3 STANDARDI POROČANJA O DRUŽBENI ODGOVORNOSTI

Vzporedno z razvojem družbeno odgovornega poročanja so se začeli razvijati tudi standardi poročanja o družbeni odgovornosti. Enotnega standarda, ki bi urejal področje družbene odgovornosti, sicer še ni, obstajajo pa nekateri drugi standardi, ki obravnavajo tudi to področje. Standard Social Accountability 8000 (v nadaljevanju SA8000) obravnava predvsem odnose z zaposlenimi, standard AccountAbility 1000 (v nadaljevanju AA1000) se uporablja za področje družbeno odgovornega računovodskega poročanja, uporabljajo pa se tudi drugi. Ti standardi so: Global Reporting Initiative za uresničevanje trajnostnega razvoja, United Nations Global Compact, ki obravnava načela na področju človekovih pravic, dela, okolja in anti-korupcije, OHSAS 18001 za področje varnosti in zdravja pri delu, standardi Mednarodne organizacije za standardizacijo: ISO 26000, ki upošteva trg in globalizacijo, ISO 14001 za področje ravnanja z okoljem in standard kakovosti ISO 9001, ter shema EMAS, ki je namenjena spodbujanju primernejšega ravnanja z okoljem. V nadaljevanju na kratko predstavljam vsakega izmed naštetih standardov.

3.1 STANDARD SA8000

Standard SA8000 je prvi svetovni etični standard, ki ga je razvila mednarodna organizacija SAI v sodelovanju z različnimi organizacijami za človekove pravice, predstavniki podjetij in sindikati za izboljšanje razmer na delovnem mestu. Prvič so ga objavili oktobra 1997, z namenom, da bi odpravili nepoštene odnose in nehumano ravnanje z delovno silo. Standard je bil prvič revidiran leta 2001, leta 2008 pa so ga ponovno posodobili. Trenutno je v veljavi SA8000:2008, za njegovo pridobitev pa se odločijo organizacije same (What is Social Accountability (SA) 8000 Standard?, 2013).

Standard temelji na Splošni deklaraciji o človekovih pravicah, Konvenciji ZN za pravice otrok in konvencijah Mednarodne organizacije za delo (angl. *International Labour Organization – ILO*) in je primeren za implementacijo v podjetjih vseh velikosti. Standard pokriva osem področij, in sicer: zaposlovanje otrok, prisilno delo, zdravje in varnost pri delu, svobodo združevanja in pravico do kolektivnih pogajanj, diskriminacijo, disciplinske ukrepe, delovni čas in plačilo (What is Social Accountability (SA) 8000 Standard?, 2013).

3.2 STANDARD AA1000

Standard AA1000 je oblikovala britanska nevladna organizacija ISEA (angl. *Institute for Social and Ethical Accountability*) v sodelovanju z več sto predstavniki podjetij, civilne družbe in vlade, leta 1999. Je procesni standard in je usmerjen predvsem k družbeno

odgovornemu računovodstvu, presojanju ter poročanju o uspešnosti, z namenom uveljaviti etično poslovanje. Njegovo glavno načelo je vključevanje interesnih skupin v vsako fazo procesa. Predstavlja osnovo za izvedbo tako notranje kot tudi zunanje presoje. Uporabljajo ga lahko organizacije vseh velikosti in oblik (tj. javne, zasebne in nepridobitne organizacije). Le-te lahko standard uporabijo na dva načina (AA 1000 – A standard for ethical performance, 2012):

- kot osnovo za specializirane standarde odgovornosti (podjetja standard povežejo ali nadgradijo z drugimi standardi);
- kot samostojen sistem (podjetja začnejo postopno poročati o družbeni odgovornosti).

3.3 GLOBAL REPORTING INITIATIVE

Global Reporting Initiative (v nadaljevanju GRI) je mednarodna organizacija, ki je vzpostavila prvi in najbolj uporabljen okvir smernic za poročanje nefinančnih informacij o trajnostnem poslovanju. Ustanovljena je bila leta 1997 na pobudo nevladnih organizacij in podjetij, ki so delovala v sklopu organizacije CERES¹², v sodelovanju s Programom ZN za okolje (angl. *United Nations Environment Programme – UNEP*). Leta 2002 GRI postane neodvisna organizacija, katere sedež je v Amsterdamu (Betianu, 2010, str. 15).

GRI je kratica za trajnostno poročanje v smislu ekonomske, okoljske in družbene uspešnosti (pristop znan tudi kot trojni izid – angl. *triple bottom line*¹³). Prvotna različica smernic GRI je bila objavljena leta 2000, do danes pa je bilo izdanih že več različic. Od maja 2013 se organizacije tako sklicujejo na četrto izdajo smernic G4, ki danes predstavljajo najbolj obsežne napotke za trajnostno poročanje. Le-te med drugim vključujejo razkritja o upravljanju, etiki in integriteti, boju proti korupciji ter emisiji toplogrednih plinov. Predstavljene so v dveh med seboj povezanih delih: načela poročanja in standardi razkritja ter izvedbeni priporočnik za pripravo trajnostnega poročila. Gradivo organizacije spodbuja, da zagotovijo le tiste informacije, ki so ključnega pomena za njihovo poslovanje in odnose z njihovimi interesnimi skupinami (Betianu, 2010; G4 Guidelines, 2013).

Število podjetij, ki uporablja smernice GRI se iz leta v leto stopnjuje, v Sloveniji pa sta najpomembnejši referenci preverjanja poročila po GRI Telekom Slovenije d.d. in Mercator d.d. Smernice so namenjene vsem organizacijam, ne glede na njihovo velikost, sektor ali lokacijo. Prav tako pa je zanje značilno tudi to, da jih lahko uporabljajo tako izkušeni poročevalci kot tudi tisti, ki se s tovrstnim poročanjem srečujejo prvič (G4 Guidelines, 2013). Sestavljene so iz dveh skupin načel poročanja (GRI, 2013, str. 16-18):

¹² CERES (angl. *Coalition for Environmentally Responsible Economies*) je Koalicija okoljsko odgovornih ekonomij (Tóth, 2008, str. 63).

¹³ Izraz lahko pojmuje tudi 3P, ki predstavlja sestav ljudi, okolja in dobička (angl. *people, planet, profit*). V ožjem pomenu se pojem nanaša na okvir, ki omogoča merjenje in poročanje rezultatov podjetja v skladu z družbenimi, okoljskimi in ekonomskimi parametri (Betianu, 2010, str. 15).

- načela, ki določajo **vsebino** poročila: vključitev interesnih skupin, trajnostni okvir poročanja, pomembnost in celovitost;
- načela, ki zagotavljajo **kakovost** informacij v poročilu: uravnoteženo poročanje o pozitivnih in negativnih vplivih podjetja, primerljivost, natančnost, pravočasnost, jasnost in zanesljivost informacij.

3.4 UNITED NATIONS GLOBAL COMPACT

United Nations Global Compact je pobuda ZN za spodbujanje podjetij po vsem svetu, da sprejmejo trajnostne in družbeno odgovorne politike ter da poročajo o njihovem izvajanju. Projekt Global Compact je leta 1999 predstavil tedanji generalni sekretar ZN Kofi Annan na Svetovnem gospodarskem forumu v Davosu v Švici, in se je leta 2000 tudi začel izvajati. Global Compact poziva podjetja, naj sprejmejo 10 univerzalnih načel korporativnega državljanstva, na področju človekovih pravic, dela, okolja in boja proti korupciji (Bitanga & Bridwell, 2010, str. 265-266):

- **Človekove pravice:** spoštovanje mednarodnih človekovih pravic in varstvo človekovih pravic v podjetju.
- **Delo:** svoboda združevanja v sindikate in priznavanje sposobnosti sklepanja kolektivnih pogodb, odpravljanje vseh oblik prisilnega dela, odprava otroškega dela in zavzemanje podjetij za odpravo vseh oblik diskriminacije pri zaposlovanju in opravljanju dela.
- **Okolje:** spodbujanje pristopa h okoljski problematiki, spodbujanje večje okoljske odgovornosti in spodbujanje razvoja ter uporabe okolju prijaznih tehnologij.
- **Boj proti korupciji:** delovanje proti vsem oblikam korupcije, vključno z izsiljevanjem in podkupovanjem.

3.5 OHSAS 18001

OHSAS 18001 je britanski mednarodni sistem ocenjevanja poklicnega zdravja in varnosti zaposlenih. Nastal je kot pobuda trinajstih nacionalnih organizacij za standardizacijo, organov, ki dodeljujejo certifikate, in strokovnih svetovalcev. Standard je izpeljan iz BS 8800 (1996), ki pa se ni uporabljal kot podlaga za izdajo certifikata, zato je bil za rešitev tega problema leta 1999 razvit OHSAS 18001. Narejen je bil po zgledu sistemov vodenja ISO, ki poudarjajo učinkovitost, uspešnost in stalno izboljševanje sistemov upravljanja. Vključuje zahteve glede splošnega vodenja varnosti, kot so usposabljanje, ocenjevanje tveganja, varovanje pred hrupom ter nevarnimi snovmi ipd. Podjetja, ki implementirajo ta standard v svoje poslovanje, zmanjšujejo tveganje za nastanek nezgod na delovnem mestu in poklicnih boleznih, posledično pa se jim zmanjšajo stroški. Od julija 2007 je na voljo posodobljena specifikacija OHSAS 18001:2007, ki je bolj usklajena s standardom ISO 9001:2000, še bolj pa s standardom ISO 14001:2004, ki ju podrobneje predstavljam v nadaljevanju. Poleg

omenjenega pa daje standard tudi večji poudarek zdravju, saj podaja nove definicije, ki jih je sedaj 23, v primerjavi s prej, ko ji je bilo 17 (OHSAS 18001, 2012; Tóth, 2008).

3.6 MEDNARODNA ORGANIZACIJA ZA STANDARDIZACIJO (ISO)

V okviru Mednarodne organizacije za standardizacijo (v nadaljevanju ISO – angl. *International Organization for Standardization*) so pomembni standardi ISO 14001, ISO 26000 in ISO 9001, ki obravnavajo različna področja družbene odgovornosti in jih na kratko predstavljam v nadaljevanju.

3.6.1 ISO 14001

ISO 14001 je sistem ravnanja z okoljem (angl. *Environmental Management System*), ki obravnava celotno obvladovanje okoljskih vidikov proizvodne in storitvene dejavnosti, uravnavanje stroškov, učinkovito izkoriščanje virov ter skrb za preprečevanje onesnaževanja. Orodje pomaga podjetjem in organizacijam opredeliti in nadzorovati njihov vpliv na okolje ter nenehno izboljševati njihovo okoljsko uspešnost. Standard je bil prvič objavljen septembra 1996, leta 2004 pa nekoliko spremenjen. Uporablja ga lahko katerakoli organizacija, ne glede na dejavnost ali sektor. Prednosti uporabe ISO 14001:2004 v podjetju so predvsem (ISO 14000 – Environmental management, 2012):

- manjši stroški pri ravnanju z odpadki;
- prihranki pri porabi energije in materialih;
- nižji stroški distribucije;
- izboljšana celostna podoba podjetja s strani regulatorjev, potrošnikov in javnosti.

3.6.2 ISO 26000

ISO 26000 je prišel v veljavo novembra 2010, po petih letih pogajanj z različnimi interesnimi skupinami po vsem svetu. V njegov razvoj so bili vključeni predstavniki vlad, nevladne organizacije, industrije, potrošniške skupine in delavske organizacije iz vsega sveta, kar pomeni, da predstavlja mednarodni konsenz. Standard vsebuje navodila (in ne zahtev) o tem, kako lahko podjetja in organizacije delujejo na družbeno odgovoren način, s čimer jim pomaga prispevati k trajnostnem razvoju. To pomeni, da podjetje deluje etično in prispeva k zdravju ter splošni blaginji družbe (ISO 26000 – Social responsibility, 2013).

Standard je namenjen vsem organizacijam, ne glede na njihovo dejavnost, velikost ali lokacijo. Organizacije vodi skozi sedem področij družbene odgovornosti (Jacobsen, 2011, str. 21-23): organizacijsko upravljanje, človekove pravice, delovne prakse, okolje, poštene prakse poslovanja, odnos do potrošnikov ter vključenost v lokalno okolje in razvoj.

3.6.3 ISO 9001

ISO 9001 je mednarodni standard za vodenje kakovosti, in je primeren za katerokoli organizacijo iz različnih gospodarskih sektorjev in dejavnosti. Je najbolj razširjen standard za sisteme vodenja na svetu, in je bil prvič izdan leta 1987. Prvi izdaji so sledile še tri, tako da je trenutno veljavna četrta izdaja iz leta 2008, z oznako ISO 9001:2008. Osredotoča se predvsem na učinkovitost sistema vodenja kakovosti pri izpolnjevanju zahtev odjemalcev. Standard določa zahteve, ki so podane v petih poglavjih in se nanašajo na sistem vodenja kakovosti, odgovornost vodstva, vodenje virov, realizacijo proizvoda oziroma storitve ter merjenje, analiziranje in izboljševanje. ISO 9001:2008 ne vsebuje novih zahtev v primerjavi z izdajo v letu 2000, katero tudi nadomešča, ampak vsebuje le pojasnila obstoječih zahtev ISO 9001:2000. S certifikatom ISO 9001 organizacija dokazuje zavezanost h kakovosti in nenehnemu dvigovanju zadovoljstva svojih strank (SGS, 2009, str. 2).

3.7 SHEMA EMAS

Zanimanje za okoljske uspešnosti organizacij se nenehno povečuje. Organizacije s proaktivnim pristopom k okoljskim izzivom iščejo načine za nenehno izboljševanje svoje okoljske uspešnosti. Shema EMAS (angl. *Eco-Management and Audit Scheme*) oziroma sistem okoljskega ravnanja in presojanja je orodje za doseg tega cilja. Je prostovoljen instrument upravljanja Evropske komisije za ocenjevanje, poročanje in izboljšanje okoljske učinkovitosti podjetij in drugih organizacij. Shema je na voljo od leta 1995 in je bila sprva omejena na družbe v industrijskem sektorju, danes pa je dostopna vsem gospodarskim panogam po vsem svetu. Namenjena je spodbujanju primernejšega ravnanja z okoljem in seznanjanju javnosti o vplivih njihovega delovanja na okolje. Uredba EMAS z večjo odprtostjo in periodičnim obveščanjem nagraduje sistem ravnanja z okoljem ISO 14001. V primerjavi s standardom ISO 14001 ima shema EMAS višje zahteve v povezavi s krepitvijo uspešnosti, pravno usklajenostjo, sodelovanjem zaposlenih in razkrijem informacij javnosti preko okoljske izjave (EMAS Presentation, 2013).

4 POROČANJE O DRUŽBENI ODGOVORNOSTI V IZBRANIH SLOVENSКИH PODJETJIH

Pred nekaj leti se v Sloveniji še ni toliko govorilo o družbeni odgovornosti, marsikomu je bil ta pojem še povsem neznan, redka pa so bila podjetja, ki so družbeno odgovornost vključevala v svojo poslovno prakso. Danes pa se družbeno odgovorno podjetništvo v Sloveniji postopoma razvija, prepoznavanje družbene odgovornosti kot konkurenčne prednosti pa je še v povojih. Nekatera slovenska podjetja sicer že namenjajo del sredstev družbeno odgovornim projektom, vendar ta še zdaleč niso v takšnem obsegu, kot jih namenjajo podjetja v državah, kjer področje družbene odgovornosti obstaja že desetletja in je zato tudi bolj razvito (Gorenak, b.l.; Hrast, b.l.).

Zadnjih nekaj let se Slovenija vključuje v akcije za družbeno odgovornost v EU. Ukrepe za krepitev tega področja pa od Slovenije zahteva tudi mednarodna Organizacija za gospodarsko sodelovanje iz razvoj (OECD). V preteklih letih je bilo v Sloveniji izvedenih precej aktivnosti, predvsem v okviru civilne družbe. Razne strokovne organizacije in ustanove so začele v programe svojega dela vključevati ustrezne vsebine, strokovnjaki se dodatno izobražujejo, krepi se raziskovanje, a še premalo, saj zelo zaostajamo za EU. Vlada Republike Slovenije je leta 2005 tudi oblikovala medresorsko delovno skupino za razvoj družbene odgovornosti, konec istega leta pa pripravila Nacionalno poročilo o javni politiki na področju družbene odgovornosti podjetij v Sloveniji (Hrast, 2010; Hrast, b.l.).

Ker je družbena odgovornost eden izmed dejavnikov dviga konkurenčnosti podjetij in celotne skupnosti, so se tudi pri nas začeli izvajati projekti, ki bodo spodbujali družbeno odgovornost. Najpomembnejši je projekt »CSR – Code to Smart Reality for SMEs« (maj 2006 – november 2007) Gospodarske zbornice Slovenije – Območne Zbornice Maribor, ki ga je izvedla v sodelovanju s slovenskimi¹⁴ in angleškim partnerjem »North East Business Innovation Centre«, s pomočjo sredstev EU. Namen projekta je dvigniti zavest o pomenu družbene odgovornosti v Sloveniji ter vzpostaviti podporno okolje za razvoj družbeno odgovornega podjetništva, zlasti malih in srednje velikih podjetij. Projekt nudi malim in srednje velikim podjetjem dostop do informacij o družbeni odgovornosti, standarde, izmenjavo izkušenj in družbeno odgovorne prakse z drugimi podjetji, podjetniškim svetovalcem pa zagotavlja izbor člankov, priročnikov, program za usposabljanje ter vključitev v mrežo svetovalcev za družbeno odgovornost (Projekt o družbeni odgovornosti MSP, 2013).

V Sloveniji imamo na področju družbene odgovornosti ustanovljene številne organizacije, nekatere izmed njih in tudi druge pa prirejajo različna tekmovanja. Le-ta so: medijsko-raziskovalni projekt Zlata nit – izbor najboljšega zaposlovalca, v okviru časnika Dnevnik, tekmovanje za najboljše letno poročilo poslovnega dnevnika Finance in Poslovne akademije Finance, ki bo v letošnjem letu organizirano že štirinajstič in vključuje tudi sekcijo trajnostnega razvoja, priznanje Republike Slovenije za poslovno odličnost organizacijam za dosežke na področju kakovosti proizvodov in storitev ter kakovosti poslovanja kot rezultata razvoja znanja in inovativnosti ter Slovenska nagrada za družbeno odgovornost – Horus, ki jo v sodelovanju s številnimi strokovno-interesnimi organizacijami enkrat letno podeljujeta Inštitut za razvoj družbene odgovornosti¹⁵ in Slovensko društvo za odnose z javnostmi, od leta 2009. Slovenska podjetja lahko v okviru Ekvilib Inštituta pridobijo tudi osnovni ali polni certifikat Družini prijazno podjetje, ki predstavlja družbeno odgovoren princip upravljanja in

¹⁴ Slovenski partnerji projekta CSR – Code to Smart Reality for SMEs so bili: Ekonomski inštitut Maribor – Center razvoja človeških virov, Ustanova Novelus, Zveza svobodnih sindikatov Slovenije – Območna organizacija Podravje (Projekt o družbeni odgovornosti MSP, 2013).

¹⁵ Inštitut za razvoj družbene odgovornosti (v nadaljevanju IRDO) je neprofitni zavod s sedežem v Mariboru, ki je bil ustanovljen leta 2004. Z raziskovanjem, informiranjem in osveščanjem prispeva k razvoju in k izmenjavi znanja in izkušenj o družbeni odgovornosti v Sloveniji in v svetu (Hrast, 2010).

je edini tovrsten certifikat pri nas (Horus, 2012; Kaj je Zlata nit?, 2013; Najboljše letno poročilo, 2013; O certifikatu, 2013; Poslovna odličnost (PRSP), 2013).

Šele v zadnjem desetletju pa se pri nas pojavlja poročanje o družbeni odgovornosti, zato je tudi raziskav, ki bi obravnavale Slovenijo na tem področju malo. Doslej sta Slovenijo v svojo mednarodno študijo vključili raziskava KPMG in East West Management Institute. Raziskava KPMG iz leta 2002 je Slovenijo uvrstila na 17. mesto izmed 19 držav. Rezultati kažejo, da je izmed 100 največjih slovenskih podjetij informacije o družbeni odgovornosti v letno poročilo vključilo 35 % podjetij, medtem ko je samostojna poročila o družbeni odgovornosti izdalo le 5 % podjetij. Raziskava organizacije East West Management Institute pa je v primerjavi z raziskavo revizijske hiše KPMG Slovenijo že večkrat vključila (saj raziskave izvaja polletno) v svoje študije. V raziskavi, objavljeni septembra 2009, primerja poročanje desetih¹⁶ največjih podjetij v enajstih državah srednje in vzhodne Evrope. Izmed vseh 11 držav so imela vsa podjetja spletne strani v angleškem jeziku, razen podjetja iz držav Hrvaške, Romunije in Slovenije. 41 % podjetij izmed vseh analiziranih (tj. 110 podjetij) izdaja samostojna poročila o okolju, družbi in upravljanju podjetja v angleškem jeziku, med slovenskimi podjetji pa so takšna le tri (v primerjavi z Estonijo, ki ima takšnih 8 podjetij) podjetja (EWMI, 2009; KPMG, 2002).

Leta 2011 je pilotno študijo o razumevanju družbene odgovornosti med slovenskimi podjetji izvedla tudi Sekcija za spodbujanje družbene odgovornosti skupaj z raziskovalnim partnerjem, podjetjem Interstat d.o.o. Študija je pokazala, da slovenske organizacije v veliki meri razumejo kaj družbena odgovornost pomeni in kateri so glavni razlogi za izvajanje tovrstnih aktivnosti. Kljub temu, pa so zaznali težave pri dejanski izvedbi družbene odgovornosti v organizacijah, torej kako se pravilno lotiti družbeno odgovornih aktivnosti v praksi (Raziskava – razumevanje družbene odgovornosti, 2013).

4.1 ZASNOVA RAZISKAVE

V raziskavi se bom osredotočila na vzorec slovenskih podjetij, njihovo družbeno odgovornost in njihovo poročanje o družbeni odgovornosti. Izbrana podjetja bom analizirala z zbiranjem primarnih in sekundarnih podatkov. Primarni podatki bodo zbrani z vprašalnikom, ki bo poslan v slovenska podjetja iz različnih dejavnosti (vprašalnik je prikazan v prilogi 2). Sekundarni podatki bodo zbrani s pregledom spletnih strani in letnih poročil¹⁷ podjetij, ki bodo odgovorila na vprašalnik, v letih 2005 do 2011. V študiji se omejim samo na večja slovenska podjetja (tj. število zaposlenih nad 70), predvsem zaradi obsega in dostopnosti njihovih letnih poročil v daljšem časovnem obdobju.

¹⁶ Med slovenskimi podjetji so bila v raziskavo vključena naslednja podjetja: Krka, Petrol, Telekom Slovenije, Sava, Mercator, Zavarovalnica Triglav, NKBM, Pivovarna Laško, Luka Koper in Abanka Vipava (EWMI, 2009, str. 53).

¹⁷ Letna poročila (kot tudi okoljska poročila podjetij) sem pridobila na spletnih straneh analiziranih podjetij. Le-ta predstavljajo sekundarne enote preučevanja in ne bibliografske vire, zaradi česar niso uvrščena na seznam literature in virov.

Ker sem v raziskavo želela vključiti čim večje število podjetij, sem v vprašalniku podjetjem zagotovila, da bodo njihovi odgovori ostali anonimni, s čimer podjetja v nalogi ne bom poimenovala imensko, ampak vsako izmed njih le označila z velikimi tiskanimi črkami (podjetje A, podjetje B itd)¹⁸. Ko sem sestavila seznam relevantnih podjetij (tj. velika podjetja z dostopom letnih poročil v daljšem horizontu), sem jih sprva telefonsko kontaktirala, saj sem želela pridobiti informacijo o tem, ali je posamezno podjetje sploh pripravljeno sodelovati. Tako sem preko elektronske pošte poslala vprašalnik 34 slovenskim podjetjem, in na koncu prejela v celoti ustrezno izpolnjenih 18 vprašalnikov (teden dni pred rokom za izpolnitev vprašalnika, sem podjetja, ki mi do takrat še niso odgovorila, ponovno poklicala in pozvala k sodelovanju).

4.2 OPREDELITEV RAZISKOVALNIH VPRAŠANJ IN HIPOTEZ

Prva štiri raziskovalna vprašanja (v nadaljevanju RV) se nanašajo na dejansko prakso poročanja. Ta vprašanja so:

RV.1: *Obseg poročanja o družbeni odgovornosti v letih od 2005 do 2011.*

RV.2: *Vsebina poročanja v letu 2005 in 2011.*

RV.3: *Identifikacija terminologije o družbeni odgovornosti v letnih poročilih.*

RV.4: *Upoštevanje standarda GRI.*

Ostala raziskovalna vprašanja se nanašajo na stališča anketiranih glede družbene odgovornosti in poročanja o njej:

RV.5: *Obstoj samostojnega oddelka za družbeno odgovornost.*

RV.6: *Obstoj samostojnega poročila o družbeni odgovornosti oziroma trajnostnem razvoju.*

RV.7: *Oblike poročanja, kjer podjetje izkazuje svojo družbeno odgovornost.*

RV.8: *Leto začetka poročanja o družbeni odgovornosti.*

RV.9: *Stopnja odgovornosti podjetja do zaposlenih v okviru človeških virov ter zdravja in varnosti pri delu.*

RV.10: *Stopnja odgovornosti podjetja do kupcev.*

RV.11: *Stopnja odgovornosti podjetja do dobaviteljev.*

RV.12: *Stopnja odgovornosti podjetja do naravnega okolja.*

RV.13: *Stopnja odgovornosti podjetja do skupnosti in države.*

RV.14: *Poznavanje standardov, ki obravnavajo družbeno odgovornost.*

RV.15: *Osvojeni standardi s strani podjetij.*

RV.16: *Najpomembnejše skupine deležnikov družbene odgovornosti.*

RV.17: *Motivi za poročanje o družbeni odgovornosti.*

RV.18: *Vpliv družbeno odgovornih ravnanj na povpraševanje kupcev.*

RV.19: *Vpliv družbeno odgovornih ravnanj na privlačnost za zaposlovanje.*

¹⁸ Zaradi istega razloga tudi nisem navedla internetnih naslovov spletnih strani podjetij na seznamu literature in virov, ampak le zapisala Spletna stran analiziranega podjetja A itd.

Naslednje štiri hipoteze, ki sem jih opredelila v uvodnem delu te naloge, v nadaljevanju na kratko opredeljujem:

H.1: *Slovenska podjetja vse več poročajo o družbeni odgovornosti.*

Prvo hipotezo opredeljujem zaradi dejstva, da področje družbene odgovornosti in poročanja o njej postaja vse bolj aktualna tema tudi pri nas, saj deležniki od podjetij zahtevajo vse več družbeno odgovornih dejanj in informacij. Študija (EU-China Environmental Governance Programme, 2013, str. 55) objavljena januarja 2013 je pokazala, da obstaja trend povečanja glede razkrivanja družbeno odgovornih informacij v vseh proučevanih državah¹⁹ v zadnjem desetletju, zato menim, da posledično tudi slovenska podjetja poročajo o tematiki družbene odgovornosti v zadnjih letih več.

H.2: *Slovenska podjetja največ poročajo o odgovornosti do zaposlenih.*

Študija o razumevanju družbene odgovornosti v slovenskih organizacijah (Raziskava – razumevanje družbene odgovornosti, 2013), izvedena v letu 2011 je pokazala, da dajejo organizacije največjo težo, v kontekstu družbene odgovornosti, svojim odjemalcem (kupcem), v nekoliko manjši meri pa zaposlenim in okoljskim temam. Kljub temu menim, da slovenska podjetja najbolj izčrpno poročajo o svojih zaposlenih, saj se družbena odgovornost po zapisih Aleša Hauca (2008, str. 67) prične najprej v podjetju samem. To pomeni, da naj bi podjetje poleg skrbi za kupce in zunanje poslovne partnerje poskrbelo najprej za svoje zaposlene. Pa ne v prvi vrsti s plačo, ampak s primernimi delovnimi pogoji in s pozitivnim vzdušjem med zaposlenimi ter z motivacijo.

H.3: *Družbeno odgovornejša podjetja so bolj ugledna in bolj zanimiva za kupce in iskalce zaposlitve.*

Pri tej hipotezi predpostavljam, da družbena odgovornost kot del celostne politike, s katero si podjetje povečuje ugled, posledično povečuje tudi število kupcev in iskalcev zaposlitve. Prvi del hipoteze potrjujejo tudi podatki ameriške raziskave (Luan & Ailawadi, 2011), izvedene z zbiranjem informacij s pomočjo več kot 3000 nakupovalcev v glavnih trgovinah na drobno, ki kažejo na to, da družbeno odgovorna dejanja podjetij (prijaznost do okolja, pravično obravnavanje zaposlenih, podpora skupnosti) pozitivno vplivajo na zvestobo potrošnikov.

H.4: *Slovenska podjetja najbolj pogosto uporabljajo standarde ISO 9001, ISO 14001 in OHSAS 18001.*

Število podeljenih certifikatov za sisteme vodenja pri nas narašča za okoli 10 % na leto, vse več pa je tudi certifikatov za sistem ravnanja z okoljem ter certifikatov za varnost in zdravje pri delu (Kukovič, 2008). Po številu podeljenih standardov ISO 14001 sodi Slovenija v evropskem merilu nad povprečje EU-27, nekoliko slabše je na področju EMAS, kjer se Slovenija v skupini držav EU-27 uvršča na sam rob (Uvajanje sistemov za ravnanje z

¹⁹ V raziskavo so bile zajete naslednje države: Belgija, Danska, Francija, Nizozemska, Švedska, Velika Britanija, Avstralija, Norveška in Združene države Amerike (EU-China Environmental Governance Programme, 2013, str. 1).

okoljem, 2013). Ker pa naj bi bili po navedbah direktorice IRDO gospe Hrast (b.l.) standardi ISO 9001, ISO 14001 in OHSAS 18001 med najbolj pogostimi standardi pri nas, želim to trditev tudi sama preveriti na vzorcu slovenskih podjetij.

4.3 DEJANSKA PRAKSA POROČANJA MED LETI 2005 – 2011

Na spletnih straneh večine podjetij lahko danes najdemo prostor, ki je namenjen prav družbeni odgovornosti. O družbeni odgovornosti posameznih podjetij tako lahko beremo na njihovih spletnih straneh, v poslovnih poročilih znotraj letnih poročil, nekatera podjetja pa so že korak naprej, saj objavljajo ločena poročila o družbeno odgovornem ravnanju podjetja (zlasti tuja podjetja). Vendar pa vsako podjetje ne poroča o vseh področjih družbene odgovornosti, temveč le o tistih, ki so skladna z njegovimi poslovnimi cilji in dejavnostjo. V nadaljevanju predstavljam proučevana podjetja in pregled (tabela 4) njihovega poročanja med leti 2005 do 2011. S pomočjo pregleda letnih poročil in okoljskih poročil pa v prilogi 1 prikazujem podrobnejšo vsebino in ključna področja njihove družbene odgovornosti.

Podjetje A

Podjetje A je holdinška družba za gospodarjenje z naložbami, naložbe odvisnih družb pa razporeja v pet ključnih dejavnosti. S sodobnimi upravljavskimi procesi in visoko stopnjo družbene odgovornosti prinaša mnoge nove standarde v regionalno poslovanje, ključni razvojni poudarek pa namenja ljudem in znanju. Temeljna načela, ki opredeljujejo vrednote v odnosu do deležnikov (tj. delničarji in drugi vlagatelji, zaposleni, kupci), družbe in okolja je podjetje zapisalo tudi v svoje strateške dokumente. Družba je tudi članica mreže ZN za trajnostni razvoj United Nations Global Compact (Spletna stran analiziranega podjetja A, 2013).

Podjetje B

Podjetje B je druga največja slovenska zavarovalnica, ki prevzema tveganja na področju premoženjskih, zdravstvenih, življenjskih in pokojninskih zavarovanj. V letu 2008 je pridobila posodobljeno različico certifikata za sistem vodenja kakovosti po standardu ISO 9001:2008. Razvoju zaposlenih, njihovi motivaciji in dobri organizacijski klimi posvečajo veliko pozornost, kar predstavlja tudi središče njihove strategije upravljanja s človeškimi viri (Spletna stran analiziranega podjetja B, 2013).

Podjetje C

Podjetje opravlja storitveno dejavnost, ki temelji na izpolnjevanju širših družbenih potreb po rednem, varnem in nemotenem zračnem prometu. Ena izmed vrednot podjetja je tudi trajnostni razvoj, saj se družba zaveda, da letalska industrija povzroča širše družbene posledice. Zato premišljeno in načrtovano posvečajo svojo pozornost naravi in širši družbi. Podjetje vključuje skrb za okoljske probleme v svoje poslovanje, ki se odraža v odnosu do zaposlenih (vključili so se tudi v postopek za pridobitev polnega certifikata Družini prijazno podjetje), do družbe in ravnanja z okoljem (Spletna stran analiziranega podjetja C, 2013).

Podjetje D

V podjetju se že vrsto let ukvarjajo z zaščito lesa, z razvojem in s proizvodnjo novih, vedno boljših sredstev, ki les zaščitijo in ga oplemenitijo. Za svoje izdelke so pridobili certifikate, ki potrjujejo njihovo kakovost, učinkovitost in ekološko sprejemljivost. Njihova primarna družbena odgovornost je odgovornost do zaposlenih, do lastnikov in do uspešnosti poslovanja, ki se odraža v koristi za širšo družbo. K elementarni družbeni odgovornosti pa širše sodi tudi odnos do okolja in narave. V ospredju njihove pozornosti je tudi odnos do lokalne skupnosti, v okviru katere podpirajo različne dejavnosti (Spletna stran analiziranega podjetja D, 2013).

Podjetje E

Podjetje E sodi med največja slovenska kemično-predelovalna podjetja. V podjetju se zavedajo, da s svojim obstojem vplivajo na okolje, zato nenehno skrbijo za posodabljanje tehnoloških postopkov v skladu z najboljšimi razpoložljivimi tehnikami in s tem zmanjšujejo vplive na okolje na minimum. Prav tako skrbijo tudi za zaposlene, z zagotavljanjem zdravega in varnega dela ter zaposlene nenehno izobražujejo. Kot družbeno odgovorno podjetje podpirajo športne (66 %), kulturne (11 %) in okoljsko naravnane dejavnosti (23 %). Pohvalijo se lahko s pridobitvijo standardov ISO 9001, ISO 14001, OHSAS 18001 in uredbo EMAS (Spletna stran analiziranega podjetja E, 2013).

Podjetje F

Skupina spada med vodilne evropske izdelovalce aparatov za dom z več kot šestdesetletno zgodovino. Pri svojem poslovanju dosledno spoštuje temeljna načela družbene odgovornosti. Poslovanje usmerja v dolgoročno uspešnost, ki upošteva cilje in potrebe vseh deležnikov. Poleg poslovnih rezultatov je v središču njihove pozornosti vedno tudi skrb za zaposlene, družbeno in naravno okolje. V sklopu organizacije Poslovne akademije Financ je družba leta 2009 prejela nagrado za najboljše letno poročilo med podjetji v kategoriji komuniciranja. Glavna področja na katerih izkazuje družbeno odgovornost so: zaposleni, uporabniki, okolje in sponzorstvo (Spletna stran analiziranega podjetja F, 2013).

Podjetje G

Je največja slovenska organizacija s področja elektroenergetike ter največji proizvajalec in trgovec z električno energijo na veleprodajnem trgu v Sloveniji. Združuje hidroelektrarne, termoelektrarne in premogovnik v eno blagovno znamko. Dejavnost podjetja zajema predvsem področje upravljanja z energijo in okoljem ter obvladovanje s tem povezanih procesov in tveganj. Njihova politika vodenja združuje kakovost, ravnanje z okoljem, varnost in zdravje pri delu ter upravljanje varovanja informacij. Odgovornost do družbe izkazuje skozi strategijo sponzorstev in donacij, predvsem na področjih športa, kulture, izobraževanja, varstva okolja in ohranjanja obnovljivih virov energije ter skrbi za otroke iz socialno ogroženih družin. Podjetje ima osnovni certifikat Družini prijazno podjetje (Spletna stran analiziranega podjetja G, 2013).

Podjetje H

Skupino sestavlja globalna mreža proizvodnih, trgovskih in razvojno-raziskovalnih družb, s katerimi upravlja matična družba v Sloveniji, in zaposluje pretežno ljudi s tehnično izobrazbo. V poslovno odličnost in zagotavljanje trajnostnega razvoja jih vodi visoka kakovost in inovativnost ter sledenje trendom trajnostnega razvoja in izrabe obnovljivih virov energije. Skupina si prizadeva uspešno in dolgoročno sodelovanje s kupci in partnerji zagotavljati z nenehno kakovostjo na vseh nivojih. Do sedaj so pridobili standarda ISO 9001 in ISO 14001 ter certifikat OHSAS 18001 (Spletna stran analiziranega podjetja H, 2013).

Podjetje I

Podjetje I se uvršča v vrh generičnih farmacevtskih podjetij v svetu. Že od ustanovitve dalje se zavedajo, da so poleg ustvarjanja dobrih poslovnih rezultatov pomembne tudi stvari, ki zaposlenim in prebivalcem v okolju, v katerem podjetje deluje, omogočajo bogatejše, bolj kakovostno in lepše življenje. Zato se njihova družbena odgovornost kaže v spoštljivem odnosu do zaposlenih, poslovnih partnerjev, kupcev, dobaviteljev in lastnikov ter širše lokalne skupnosti. Pristno vez z okoljem pa utrjujejo s sodelovanjem, sponzorstvom in donatorstvom (Spletna stran analiziranega podjetja I, 2013).

Podjetje J

Osnovna dejavnost podjetja J je izvajanje pristaniških in logističnih storitev. Leta 2006 je prejelo nagrado za uvrstitev med finaliste evropske nagrade za poslovno odličnost. Podjetje podpira delovanje organiziranih skupin in posameznikov, ki izvajajo projekte ali dejavnosti s pozitivnim vplivom na razvoj lokalnega okolja, dejavni pa so tudi kot donatorji in sponzorji. Spremljanje in obvladovanje vplivov na okolje je postalo del njihovih rednih delovnih aktivnosti. Od leta 2009 njihovo delo odlikuje okoljski certifikat EMAS, kakovost njihovega dela pa jamčijo številni drugi certifikati: leta 1997 so pridobili certifikat ISO 9002, leta 2000 ISO 14001, v letu 2002 priznanje Republike Slovenije za poslovno odličnost, leta 2008 OHSAS 18001:2007, leta 2009 prenovljeno različico ISO 9001:2008 in druge (Spletna stran analiziranega podjetja J, 2013).

Podjetje K

Osnovna dejavnost podjetja K je zbiranje in distribucija pitne vode. Njihova temeljna poslovna usmeritev je zadovoljstvo porabnikov proizvodov in storitev, zato si prizadevajo za kakovost proizvodov in storitev skozi kakovostno opravljanje vseh dejavnosti, kar je naloga vseh zaposlenih. Pri poslovanju si podjetje prizadeva za preseganje zakonskih okvirjev in inovativen pristop k trajnostnemu in družbeno odgovornemu razvoju, saj dojema potrebe okolja, v katerem deluje in živi, take kot so in bi morale biti. Njihova glavna področja družbene odgovornosti so odnos do okolja, do zaposlenih ter odnos do lokalne skupnosti. Družba ima izgrajen in vzdrževan sistem kakovosti, ki izpolnjuje zahteve standarda kakovosti ISO 9001:2008, v letu 2011 pa je prejela tudi osnovni certifikat Družini prijazno podjetje (Spletna stran analiziranega podjetja K, 2013).

Podjetje L

Družba opravlja trgovsko dejavnost in izvaja različne koncernske naloge za družbe v skupini. Družbeno odgovornost razumejo kot temelj nadaljnjega uspeha njihove največje trgovske skupine v regiji. Podjetje se zaveda pomena vpletenosti v družbeno in naravno okolje, spodbuja gospodarski, socialni in družbeni razvoj vsakega lokalnega okolja, v katerem deluje, ustvarja širše gospodarske in družbene učinke, oblikuje prijazna in urejena okolja za potrošnike in zaposlene (decembra 2010 je prejelo polni certifikat Družini prijazno podjetje) ter povečuje kakovost ponudbe blaga in storitev. Je prvo in edino trgovsko podjetje na debelo in drobno z izdelki široke potrošnje v Sloveniji, ki ima certifikat ISO 14001 (Spletna stran analiziranega podjetja L, 2013).

Podjetje M

Je sodobna in donosna banka, ki je regionalno prisotna na področju jugovzhodne Evrope. Je članica IRDO in članica CEERIUS indeksa trajnostnega razvoja na dunajski borzi²⁰. Banka vzpodbuja in uresničuje odgovornost na vseh področjih delovanja – zaposleni, družbeno in gospodarsko okolje, naravno okolje, etični kodeks in zunanja javnost. Leta 2009 je prejela certifikat ISO 9001:2008 za področje poslovanja s prebivalstvom, v letu 2011 pa tudi osnovni certifikat Družini prijazno podjetje (Spletna stran analiziranega podjetja M, 2013).

Podjetje N

Podjetje N je največja slovenska energetska družba, največji slovenski uvoznik, pa tudi eno največjih slovenskih trgovskih družb. Osrednjo poslovno dejavnost družbe predstavlja trgovanje z naftnimi derivati, plinom in ostalimi energenti. Svojo družbeno odgovorno držo kažejo s podporo številnim športnim, kulturnim, humanitarnim in okoljevarstvenim projektom. »Živimo skupaj« je krovno ime za njihovo zavezo k družbeni odgovornosti, podpora okolju pa ostaja med glavnimi prioritetami družbe. V letu 2007 in 2008 je družba prejela tudi priznanje Zlata nit za najboljšega zaposlovalca, leta 2010 pa osnovni certifikat Družini prijazno podjetje (Spletna stran analiziranega podjetja N, 2013).

Podjetje O

Podjetje je del mednarodne telekomunikacijske skupine in prvi zasebni mobilni operater v Sloveniji. Korporativno družbeno odgovornost podjetje vgrajuje v komunikacijsko strategijo. Njihovo družbeno odgovorno ravnanje zaznamujejo predvsem tiste aktivnosti in projekti, skozi katere soodgovorno pripomorejo k razvijanju odgovornosti do narave, kulturne dediščine in ljudi, predvsem mladih. Pri tem ne pozabljajo na svoje zaposlene. Na področju usklajevanja poklicnega in družinskega življenja je podjetje tako prejelo polni certifikat Družini prijazno podjetje, prepoznali pa so ga tudi kot enega najuglednejših slovenskih zaposlovalcev in mu zato dodelili certifikat Ugleden delodajalec. Podjetje se lahko pohvali še z okoljskim certifikatom ISO 14001 ter priznanjem Zlata nit za najboljšega delodajalca v kategoriji velikih podjetij (Spletna stran analiziranega podjetja O, 2013).

²⁰ CEERIUS indeks trajnostnega razvoja na dunajski borzi vključuje glede na družbeno in ekološko kakovost vodilna podjetja v srednji in vzhodni Evropi (Spletna stran analiziranega podjetja M, 2012).

Podjetje P

Je sodobna, inovativna banka in pobudnica na različnih področjih razvoja slovenskega bančnega sistema. Skrb in odgovornost do ljudi in prostora, v katerem delajo in živijo, je ena izmed njihovih temeljnih vrednot. Družbeno odgovornost izražajo v transparentni poslovni praksi, ki temelji na etičnih vrednotah – spoštujejo življenje, delo in ustvarjalnost zaposlenih, ožje skupnosti in širšega družbenega okolja. Zavzemajo se za dobre medčloveške odnose ter zdravo in pozitivno okolje. S finančno podporo kulturnim, športnim in človekoljubnim organizacijam ter njihovim projektom skušajo zgraditi boljši in lepši svet do strank in okolja, v katerem delujejo (Spletna stran analiziranega podjetja P, 2013).

Podjetje R

Podjetje je vodilni slovenski ponudnik elektronskih komunikacij. Zasebnim in poslovnim uporabnikom ponuja prvovrstne storitve s področja mobilnih, fiksnih in IP komunikacij ter multimedijskih vsebin in storitev. Načela trajnostnega razvoja v največji možni meri vgrajuje v svoje poslovanje, izdelke, storitve in vsebine. V ospredje skrbi za zaposlene postavlja izvajanje ukrepov v sklopu polnega certifikata Družini prijazno podjetje. Njihovo temeljno vodilo pri uresničitvi odgovornega odnosa do naravnega okolja je omogočiti vsem deležnikom zdrav način življenja, za uresničenje okoljskih ciljev pa izvaja številne dejavnosti za zmanjševanje porabe energije in omejevanje emisij v okolje. Ključna področja sodelovanja z družbenim okoljem vsako leto opredeli v strategiji sponzorstev in donacij, kjer začrta sodelovanje z različnimi akterji na področju športa, izobraževanja in znanosti, humanitarnosti in kulture ter naravne dediščine (Spletna stran analiziranega podjetja R, 2013).

Podjetje S

Podjetje S je vodilna zavarovalno-finančna skupina v Sloveniji in ena vodilnih v jugovzhodni Evropi. Družbeno odgovornost so opredelili kot eno ključnih vrednot in strateških usmeritev skupine. Odgovornost do družbenega okolja razumejo kot temelj trajnostnega razvoja, zato želijo prispevati k pozitivnim spremembam za ljudi in naravo. Temelj za odgovorno poslovanje so postavili v Kodeksu dobrega poslovnega ravnanja. Odgovornost do strank, do zaposlenih, do vlagateljev, okoljski vplivi ter odnosi z dobavitelji so njihova ključna področja družbene odgovornosti. Za večjo prepoznavnost družbene odgovornih aktivnosti so oblikovali logotip rožice, ki predstavlja družbeno odgovorne aktivnosti podjetja in njihovih zaposlenih (decembra 2012 so prejeli osnovni certifikat Družini prijazno podjetje). Rožica izraža usmerjenost k ekologiji, varstvu okolja, korporativnemu prostovoljstvu in odgovornemu poslovanju. Skupina je tudi članica IRDO (Spletna stran analiziranega podjetja S, 2013).

Tabela 4, ki jo predstavljam na naslednjih straneh, povzema podatke o dejanski praksi poročanja o družbeni odgovornosti v proučevanih podjetjih, s katerimi odgovarjam na raziskovalna vprašanja 1 do 4.

Tabela 4: Obseg in vsebina poročanja o družbeni odgovornosti v podjetjih med leti 2005 - 2011

	Vrsta podjetja (panoga dejavnosti)	Obseg poročanja med leti 2005 in 2011*	Vsebina poročanja v letu 2005* v primerjavi z letom 2011	Različna poimenovanja poglavja, ki govori o DO*	GRI*
A	<i>Holdinška družba z diferenciranimi naložbami</i>	2005=11; 2006=22; 2007=12; 2009=5,5; 2010=5; 2011=17.	2005 = upravljanje človeških virov, upravljanje kakovosti poslovanja, skrb za okolje. 2011 = odgovorno upravljanje trajnostnega razvoja, odg. do zaposlenih, odg. do naravnega okolja, odg. do družbenega okolja.	- TR; - TR in DO; - Trajnostno poročilo.	Ne
B	<i>Zavarovalna družba</i>	2005=5; 2006=4,5; 2007=4; 2008=4; 2009=4; 2010=5; 2011=6.	2005 = zaposleni, odnos do družbenega in naravnega okolja. 2011 = zaposleni, odnos do družbenega in naravnega okolja.	- Poročilo o TR.	Ne
C	<i>Letalska družba</i>	2005=5; 2006=7; 2007=5; 2008=3; 2009=4; 2010=8; 2011=8.	2005 = DO, okoljska dejavnost, kakovost poslovanja, varnost na letališču. 2011 = skrben in varen zaposlovalec, potniki in splošna javnost, sponzorstva in donatorstva, varovanje okolja.	- Trajnostno poročilo; - TR.	Ne
D ♦	<i>Družba za zaščito lesa</i>	2006=1/3; 2007=1/3; 2008=1/3; 2009=1/3; 2010=1/3; 2011=1/3.	2006 = poglavje nima razčlenjene vsebine. 2011 = poglavje nima razčlenjene vsebine.	- DO; - Vsebina zajeta tudi v poglavjih: kupci, zaposleni, dobavitelji, raziskave in razvoj, okoljevarstveno delovanje.	Ne
E	<i>Kemično - predelovalna družba</i>	2005=3; 2006=3; 2007=4; 2008=4,5; 2009=4; 2010=4; 2011=2.	2005 = zaposleni, naložbe, razvojna dejavnost, zagotavljanje kakovosti, ravnanje z okoljem. 2011 = ravnanje z okoljem, varnost in zdravje, družbeni projekti, donacije in sponzorstva.	- Temelji razvoja; - Temelji razvoja in DO; - DO.	Ne
F	<i>Kovinsko - predelovalna družba</i>	2005=14; 2006=10; 2007=10; 2008=5; 2009=10; 2010=8; 2011=20.	2005 = odg. do zaposlenih, odg. do uporabnikov izdelkov in storitev, odg. do ožje in širše družbene skupnosti, odg. do naravnega okolja, EMAS okoljska izjava. 2011 = zaposleni, družbeno okolje, skrb za okolje.	- Poročilo o DO; - DO.	Ne
G	<i>Elektroenergetska družba</i>	2005=5,5; 2006=7; 2007=7; 2008=7; 2009=6; 2010=8; 2011=7.	2005 = odg. do zaposlenih, odg. do ožje in širše družbene skupnosti, odg. do naravnega okolja. 2011 = odg. do zaposlenih, odg. do naravnega okolja, odg. do širše družbene skupnosti.	- Poročilo o DO.	Ne
H	<i>Avtomobilska industrija</i>	2005=1; 2006=1; 2007=1; 2008=1; 2009=1; 2010=1; 2011=1,5.	2005 = poglavje nima razčlenjene vsebine. 2011 = vpliv na ljudi in skupnosti, poročilo o trajnostnem razvoju – vpliv na okolje.	- Odg. do družbe; - Vsebina zajeta tudi v poglavjih: nabava in dobavitelji, ravnanje z ljudmi, kakovost in poslovna odličnost, vpliv na okolje.	Ne
I	<i>Farmaceutvska družba</i>	2005=12; 2006=12; 2007=15; 2008=13; 2009=16; 2010=17; 2011=14.	2005 = zaposleni, komuniciranje, odg. do naravnega okolja. 2011 = odg. do zaposlenih, odg. do vlagateljev, odg. do odjemalcev, odg. do družbenega okolja, odg. do naravnega okolja.	- DO; - TR.	Ne
J	<i>Logistika</i>	2005=2+5; 2006=10; 2007=11; 2008=5; 2009=12; 2010=20; 2011=20.	2005 = aktivno partnerstvo z lokalnim okoljem, načrti za večjo kakovost bivanja. Okoljsko poročilo je predstavljajo svoje poglavje. 2011 = naravno okolje, upravljanje kadrov, družbeno okolje, dobavitelji in odjemalci, poslovna odličnost in sistem vodenja kakovosti.	- Poročilo o TR + ločeno poglavje: okoljsko poročilo; - Trajnostno poročilo; - TR; - Poročilo o TR; - TR.	Ne

se nadaljuje

nadaljevanje

	Vrsta podjetja (panoga dejavnosti)	Obseg poročanja med leti 2005 in 2011*	Vsebina poročanja v letu 2005* v primerjavi z letom 2011	Različna poimenovanja poglavja, ki govori o DO*	GRI*
K	Javno podjetje – vodovod	2005=0; 2006=0; 2007=0; 2008=0; 2009=0; 2010=4; 2011=2.	2010 = DO za zagotavljanje zdrave in neoporečne pitne vode, DO do ohranjanja okolja in seznanjanja najširše javnosti, DO do ožje lokalne in širše družbene skupnosti, družini prijazno podjetje in odg. do zaposlenih. 2011 = poglavje nima razčlenjene vsebine.	- Vsebina pred letom 2010 je bila zajeta v poglavjih: zaposleni, oskrba z vodo, ISO in kakovost vode; - DO.	Ne
L	Trgovska družba	2005=4; 2006=9; 2007=12; 2008=10; 2009=1+6; 2010=25; 2011=31.	2005 = vpetost v družbeno okolje, okoljevarstvene aktivnosti. V tem letu zaposleni predstavljajo svoje poglavje. 2011 = odgovorno upravljanje trajnostnega razvoja, trajnostno delovanje po področjih: odg. do kupcev, zaposlenih, naravnega okolja, družbenega okolja, dobaviteljev, zagotavljanja varnosti, kakovosti.	- Družbeno odgovorno delovanje; - DO; - DO + ločeni poglavji: skrb za okolje ter razvoj zaposlenih; - Trajnostno poročilo.	Da (prvič v letu 2011)
M	Banka	2005=0; 2006=0; 2007=3,5; 2008=5; 2009=2; 2010=5; 2011=7.	2007 = vpetost v družbeno okolje, skrb za ohranjanje naravnega okolja, skrb za zadovoljstvo zaposlenih, skrb za kakovostno informiranje. 2011 = bistvene aktivnosti na področju DO v letu 2011, pretekle izkušnje, kratka predstavitev programa DO in trajnostnega razvoja.	- Vsebina pred letom 2007 je zajemala le upravljanje človeških virov; - DO.	Ne
N	Energetska (naftina) družba	2005=2,5; 2006=12; 2007=18; 2008=20; 2009=17; 2010=15; 2011=16.	2005 = poslovna in tehnična standardizacija, skrb za naravno okolje, DO. 2011 = zaposleni, merjenje zadovoljstva kupcev, nadzor kakovosti, naložbe, informacijska tehnologija, varstvo okolja, DO.	- Standardi poslovanja + naložbe in razvoj, zaposleni, kupci; - Sistem kakovosti, varovanje okolja in DO; - TR + ločeno poglavje: okoljska dejavnost; - TR.	Ne
O	Telekomunikacijska družba	2005=5; 2006=6; 2007=17; 2008=9,5; 2009=14; 2010=8; 2011=11.	2005 = objem z razlogom, naklonjeni uporabniku, okolju prijazni. 2011 = odg. do zaposlenih, poslovna odg., odg. do okolja, odg. do ljudi.	- DO; - TR; - Re.misli; - DO.	Ne
P	Banka	2005=1,5; 2006=3/4; 2007=3; 2008=1,5+2; 2009=4+1; 2010=9; 2011=6.	2005 = kultura, filantropija, šport. 2011 = gospodarski razvoj, socialni razvoj, varstvo okolja.	- Povezanost in vpetost v okolje; - DO; - Povezanost in vpetost v okolje + ločeno poglavje: zaposleni; - TR in DO.	Ne
R	Komunikacijska družba	2005=2; 2006=10; 2007=15; 2008=19; 2009=24; 2010=28; 2011=26.	2005 = DO, okoljska odg. Ločena poglavja: merjenje ugleda in zadovoljstva porabnikov, kakovost, upravljanje s človeškimi viri. 2011 = odg. do zaposlenih, odg. do družbenega okolja, odg. do naravnega okolja, odg. do sistemov kakovosti, odg. do varovanja.	- Družbena in okoljska odg.; - Trajnostno poročilo.	Da (prvič v letu 2009)
S	Zavarovalna družba	2005=1,5; 2006=5; 2007=8; 2008=7; 2009=14; 2010=16; 2011=21.	2005 = poglavje nima razčlenjene vsebine. Ločeno poglavje: upravljanje človeških virov. 2011 = DO, upravljanje človeških virov, komuniciranje z deležniki, dobavitelji in poslovni partnerji, odgovoren odnos do zavarovancev, odgovoren odnos do družbenega okolja, odgovoren odnos do naravnega okolja.	- DO (omenjena le sponzorstva in donacije); - Poročilo o TR; - TR.	Da (prvič v letu 2009)

Legenda:

* Obseg poročanja med leti 2005 in 2011 glede na razpoložljivost letnih poročil. Obseg je merjen v straneh.

se nadaljuje

nadaljevanje

- ♣ Vsebina poročanja v letu 2005 oziroma v prvem letu, ko je podjetje poročalo o družbeni odgovornosti oziroma trajnostnem razvoju, v primerjavi z letom 2011. V stolpcu je okrajšana beseda odgovornost kot odg. in družbena odgovornost kot DO.
- ♦ DO = družbena odgovornost; TR = trajnostni razvoj.
- ♠ Stolpec nam pove ali letno poročilo podjetja prikazuje vsebinsko kazalo skladno s smernicami GRI.
- ♠ Podjetje D je edino podjetje, ki je imelo letna poročila razpoložljiva med leti 2006 in 2011.

Podatki predstavljeni v tabeli 4 so pridobljeni iz letnih poročil podjetij. Tabela prikazuje vseh 18 proučevanih podjetij, poimenovanih s črkami od A do S. Glede na vrsto podjetja le-ta spadajo v različne panoge, od tega sodita dve podjetji v bančni sektor, dve v zavarovalništvo, dve podjetji v panogo komunikacij, preostala podjetja pa predstavljajo drugo dejavnost. Med leti 2005 in 2011 je obseg poročanja med posameznimi podjetji različen, saj nekatera namenljajo tematiki družbene odgovornosti in trajnostnega razvoja večji obseg kot druga. Prav tako pa je obseg poročanja, merjen v straneh, različen tudi znotraj vsakega posameznega podjetja. Kot vidimo se število strani ne povečuje linearno, temveč znotraj proučevanega obdobja le-to pri večini podjetij niha. Tudi vsebina poročanja, ki predstavlja četrti stolpec te tabele in prikazuje primerjavo med prvim in zadnjim letom proučevanega obdobja, se med posameznimi podjetji in znotraj posameznega podjetja razlikuje. Le-ta prikazuje strukturo poglavja, ki govori o družbeni odgovornosti oziroma trajnostnem razvoju. Podjetja so poglavje, ki obravnava družbeno odgovornost, med leti poimenovala različno. Največkrat je bilo le-to poimenovano kot »Družbena odgovornost«, »Trajnostni razvoj« ali »Trajnostno poročilo« oziroma »Poročilo o družbeni odgovornosti ali »Poročilo o trajnostnem razvoju«. Zadnji stolpec tabele pa nam pove ali podjetje znotraj letnega poročila prikazuje vsebinsko kazalo skladno s smernicami GRI. Izmed vseh podjetij so takšna le 3 podjetja, ki so tovrstno kazalo vključila na koncu poglavja, ki obravnava družbeno odgovornost. Od tega sta dve podjetji smernice GRI prvič uporabili v letu 2009, medtem ko jih je tretje proučevano podjetje prvič vključilo v svoje letno poročilo šele v zadnjem proučevanem letu 2011.

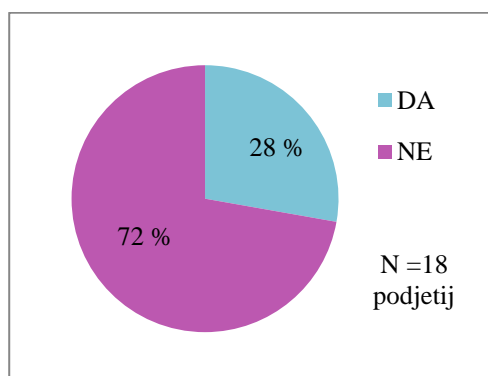
4.4 STALIŠČA PODJETIJ O DRUŽBENI ODGOVORNOSTI IN POROČANJU O NJEJ

Podjetja predstavljena v točki 4.3, sem analizirala tudi s pomočjo vprašalnika, strukturiranega v obliki zaprtih in polodprtih vprašanj. Posredovala sem ga preko elektronske pošte, sam vprašalnik pa zajema 15 vprašanj z podvprašanji (glej prilogo 2). V nadaljevanju bom prikazala pridobljene odgovore in jih komentirala.

RV.5: *Vzpostavitev oddelka za družbeno odgovornost v podjetju.*

S slike 2 je razvidno, da ima 5 oziroma 28 % podjetij oddelk/zaposlene, ki se ukvarja/jo izključno z družbeno odgovornostjo, preostalih 13 (72 %) intervjuvanih podjetij pa je obkrožilo nikalen odgovor.

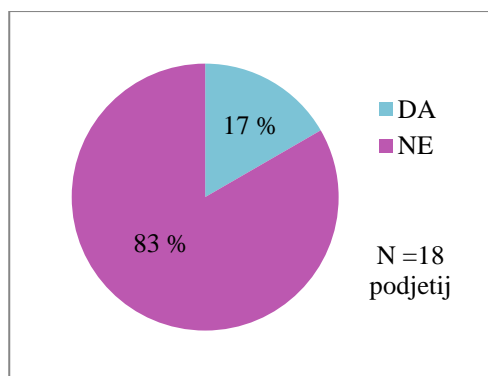
Slika 2: Delež podjetij z vzpostavljenim oddelkom za družbeno odgovornost



RV.6: Priprava samostojnega poročila o družbeni odgovornosti.

Kot prikazuje spodnja slika 3 so le 3 (17 %) takšna podjetja, ki imajo samostojno poročilo o družbeni odgovornosti oziroma o trajnostnem razvoju. Prvo izmed teh podjetij ima notranje (interno) poročilo o družbeni odgovornosti, kar pomeni da ni dostopno javnosti, drugo podjetje poroča svojemu lastniku, ki je locirano v Avstriji, ta pa izdaja trajnostno poročilo, tretje podjetje pa ravno tako izdaja trajnostno poročilo, vendar tudi to ni objavljeno na spletni strani – poročilo naj bi izdajalo približno 8 let (sogovornica mi ni znala povedati točnega leta). Preostalih 15 analiziranih podjetij pa svojo družbeno odgovornost ne izkazuje v samostojnih poročilih. Izjema je bilo le eno podjetje, ki je leta 2009 sicer izdalo ločeno trajnostno poročilo, sedaj pa vsebino družbene odgovornosti vključuje v letno poročilo.

Slika 3: Delež podjetij s posebnim poročilom o družbeni odgovornosti / trajnostnim poročilom



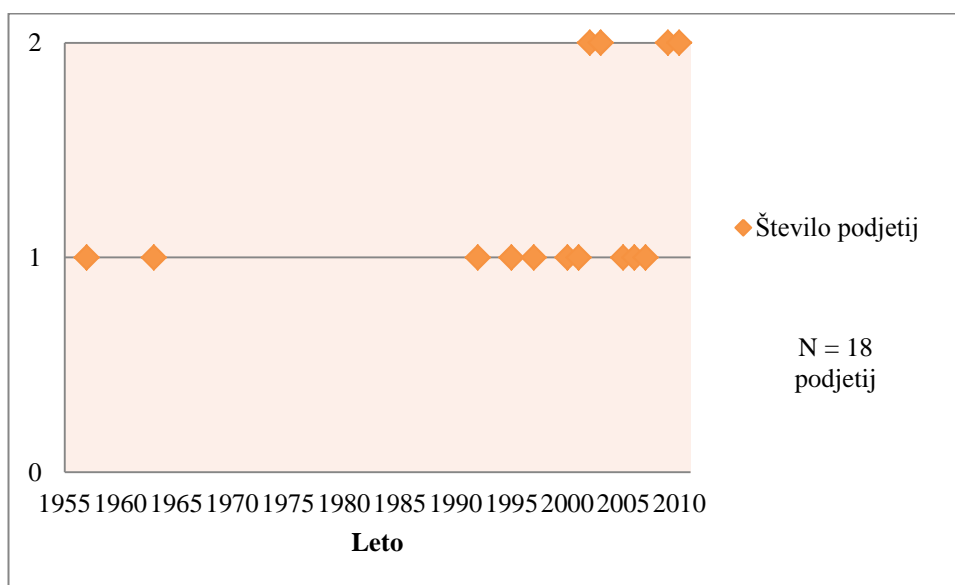
RV.7: Oblike poročanja o družbeni odgovornosti.

Slovenska podjetja družbeno odgovornost razkrivajo na svojih spletnih straneh in v letnih poročilih oziroma v njihovih poslovnih delih. Le eno izmed vseh proučevanih podjetij na svoji spletni strani nima zavihka, ki bi bil namenjen tematiki družbene odgovornosti, drugo podjetje pa je navedlo, da o trajnostnem razvoju poroča tudi v sklopu posebnega portala, do katerega je možno dostopati preko njihove spletne strani.

RV.8: *Začetek poročanja o družbeni odgovornosti.*

Odgovori podjetij na to vprašanje so povsem različni, kar je tudi razumljivo, saj so nekatera podjetja pričela s poročanjem o družbeni odgovornosti prej, druga kasneje. Ker sem se želela prepričati ali so njihovi odgovori relevantni, sem pregledala letna poročila, ki sem jih imela na razpolago in prišla do spoznanja, da so nekatera podjetja navajala letnico o začetku poročanja, ko so področja družbene odgovornosti omenjala v okviru drugih poglavij, kot so: »Zaposleni«, »Ravnanje z okoljem«, »Kakovost«, »Vpetost v družbeno okolje« ipd., dejansko pa poglavje družbena odgovornost ali trajnostni razvoj poimenovala šele v kasnejših letih. Spet druga podjetja pa so navedla tisto leto, v katerem so to poglavje tudi poimenovala »Družbena odgovornost/Trajnostni razvoj«. Kljub temu sem v analizi uporabila odgovore, ki sem jih pridobila od podjetij, saj za vsa proučevana podjetja nisem mogla preveriti ali je njihov odgovor relevanten ali ne – na voljo namreč nisem imela vseh njihovih letnih poročil. Je pa zanimivo videti, kakšna je percepcija podjetij pri odgovoru na zastavljeno vprašanje. Za lažjo predstavitev pridobljenih odgovorov, le-te predstavljam s pomočjo slike 4.

Slika 4: Leto začetka poročanja podjetij o družbeni odgovornosti



Slika prikazuje, da je prvo od vseh proučevanih podjetij navedlo, da je družbeno odgovorno že od svojega obstoja (torej leta 1957) in da v svoje družbeno in naravno okolje vlaga že od samega začetka, preko različnih medijev pa o tem tudi poroča – v začetnih letih sicer bolj skromno in manj. Pri pregledu letnih poročil, ki sem jih imela na razpolago (2000 – 2011), pa bi sama dejala, da je to podjetje začelo poročati o družbeni odgovornosti šele v letu 2001. V poglavju »Odnos do naravnega, delovnega in družbenega okolja«, so namreč zajeli vsebino varovanje okolja, varnost in zdravje delavcev ter podporo pobudam, ki izboljšujejo kakovost življenja.

Drugo podjetje je po svojih opažanjih, sebe uvrstilo v leto 1963, ko naj bi pričeli s poročanjem o družbeni odgovornosti. Dodali so, da so koncept v začetnih letih poimenovali z različnimi termini, kot so solidarnost, človečnost, medsebojna pomoč, skrb za okolje ipd. Pri pregledu njihovih letnih poročil (1996 – 2011), pa sem prišla do spoznanja, da je po mojem mnenju podjetje pričelo poročati šele v letu 2000, znotraj kratkega poglavja »Podjetje in okolje«.

Tretje podjetje po vrsti naj bi s poročanjem pričelo v letu 1992, glede na razpoložljiva letna poročila (2000 – 2011) pa menim, da njihovi začetki segajo v leto 2002. Znotraj poglavja »Odgovornost do okolja« so pisali o odgovornosti do delovnega okolja, do varnosti in zdravja zaposlenih pri delu ter o odgovornosti do družbenega okolja (sponzorstva in donacije).

Predvsem pa me je presenetil odgovor naslednjega podjetja, ki je navedlo, da je pričelo poročati v letu 1995. Zlasti me je to presenetilo zato, ker ima podjetje od leta 2006 do leta 2011 (starejših letnih poročil nisem imela na voljo) v letnih poročilih najslabše opredeljeno družbeno odgovornost med vsemi proučevanimi podjetji, zato sem nekoliko skeptična, če je njihov odgovor relevanten.

Naslednje podjetje naj bi začelo poročati leta 1997. Glede na letna poročila (1997 – 2011) menim, da je s poročanjem začelo v letu 2000 v okviru poglavja »Odnos družbe do okolja«, istega leta pa je podjetje tudi izdalo samostojno »Okoljsko poročilo«.

Preostala podjetja so po navedbah pričela poročati v letu 2000 oziroma v kasnejših letih, najkasneje v letu 2010. Po dve podjetji sta za začetek poročanja zapisali letnico 2002, 2003, 2009 in 2010. V letih 2000, 2001, 2005, 2006 in 2007 pa je začelo poročati le eno proučevano podjetje. Za podjetje, ki je zapisalo, da je s poročanjem pričelo v letu 2006, bi lahko dejala, da njegovi začetki segajo v leta pred tem, saj so že v predhodnih letnih poročilih pisali o vsebinah »Odnos do širše družbe in okolja«, »Okolje in družba«. Prav tako pa so že pred letom 2006 v poročilih opredelili tudi področja ravnanje z ljudmi, kakovost in odgovornost do družbe. Slednja je v letu 2006 vključevala vpliv na ljudi in skupnost ter poročilo o trajnostnem razvoju – vpliv na okolje, na obsegu 1 strani. Tudi za naslednje podjetje, ki je navedlo, da je prvič poročalo v letu 2007, bi lahko zapisala, da je s poročanjem začelo nekoliko prej, in sicer najmanj v letu 2003 (poročila sem imela na razpolago med leti 2003 in 2011), ko je ravno tako kot leta 2007 poročilo vsebovalo poglavje »Temelji razvoja«. To poglavje je vključevalo vsebino o zaposlenih, naložbah, razvojni dejavnosti, zagotavljanju kakovosti ter ravnanju z okoljem, šele leta 2010 pa so poglavje poimenovali »Temelji razvoja in družbena odgovornost«, ki je poleg omenjenih področij, vsebovalo tudi vsebino varnost in zdravje. Podjetje, ki je navedlo, da je začelo poročati v letu 2010, pa je pri tem še dodalo, da je omenjenega leta začelo poročati konkretnije, pred tem (od leta 2002 dalje) pa so poročali bolj na splošno – v okviru drugih poglavij, kot so: »Zaposleni«, »Oskrba z vodo«, »ISO in kakovost vode«. Eno izmed podjetij, ki je navedlo

letnico 2009, bi prav tako lahko uvrstili v kakšno leto prej, natančneje v leto 2007, saj je v tem letu letno poročilo že zajemalo poglavje »Družbena odgovornost«, in vključevalo vpetost v družbeno okolje, skrb za ohranjanje naravnega okolja, skrb za zadovoljstvo zaposlenih ter skrb za kakovostno informiranje lastnikov, finančne javnosti, medijev in zaposlenih. Zanimivo je tudi podjetje, ki začetke poročanja šteje v leto 2010, čeprav ima že leta 2005 poglavje »Povezanost in vpetost v okolje«, kjer so poročali o podpori kulturnim, športnim in človekoljubnim organizacijam. Poglavje »Družbena odgovornost« pa je podjetje poimenovalo v letu 2007, kjer so zajeli človeške vire ter povezanost in vpetost v okolje. Morda je razlog, da je podjetje navedlo leto 2010 v tem, ker sta omenjeni vsebini v letu 2008 in 2009 prikazani ločeno. Zopet pa je poglavje vidno v letu 2010, ki se tokrat imenuje »Trajnostni razvoj in družbena odgovornost«. Izpostavila pa bi tudi podjetje, ki začetek poročanja o družbeni odgovornosti uvršča v leto 2009. Po pregledu letnih poročil pa bi lahko dejala, da je podjetje pričelo poročati v letu 2005, saj se je poglavje v tem letu že imenovalo »Družbena odgovornost«, in zajemalo sponzorstva ter donacije. V naslednjem letu pa se je poročilo preimenovalo v »Poročilo o trajnostnem razvoju« ter vključevalo širšo vsebino: upravljanje človeških virov, družbena odgovornost in interna ekološka ozaveščenost.

V nadaljevanju prikazujem rezultate odgovorov na vprašanja, ki so razčlenjena na posamezne odgovornosti. Da bi spoznala, koliko podjetja dejansko tudi poročajo (in ne le govorijo) o posameznih vsebinah, bom njihove odgovore primerjala s poročili za leto 2011. Tako bodo sekundarni podatki uporabljeni kot dopolnilo primarnim podatkom. Pridobljene odgovore vseh petih področij predstavljam s pomočjo tabele, kjer sta navedena minimalni in maksimalni odgovor (od 1 do 5) ter izračunana povprečna vrednost posamezne trditve.

RV.9: *Stopnja odgovornosti podjetja do zaposlenih – človeški viri ter zdravje in varnost pri delu.*

Tabela 5: Stopnja odgovornosti do zaposlenih – človeški viri

<i>Človeški viri</i>	Min	Max	Povprečna vrednost
Strokovni in osebni razvoj	4	5	4,67
Odprava diskriminacije	3	5	4,72
Varnost in sigurnost zaposlitve	4	5	4,94
Ravnovesje med delom, družino in prostim časom	3	5	4,33
Zaposlitvene možnosti ranljivih skupin	3	5	4,28
Kolektivno dodatno prostovoljno pokojninsko zavarovanje	5	5	5,00
Porodniški dopust	4	5	4,94
Športni, kulturni, družabni dogodki	4	5	4,89
Varstvo majhnih otrok	1	5	1,56

Prvih 8 postavljenih vprašanj s sklopa človeških virov ima glede na odgovore podjetij visoke povprečne vrednosti, ki se gibljejo med 4,28 in 5,00, le zadnje vprašanje ima to vrednost nizko, in sicer 1,56. Gre za vprašanje, ki je podjetja spraševalo, ali zaposlenim omogočajo dnevno varstvo njihovih majhnih otrok. Da je to vsebina, ki mora biti v programih družbene odgovornosti podjetij navaja tudi Drevenškova (2005, str. 8), ki organizirano varstvo otrok

vključuje znotraj družbene odgovornosti do zaposlenih. Le eno podjetje se je s to trditvijo popolnoma strinjalo, preostala podjetja pa so obkrožila, da se s trditvijo popolnoma ne strinjajo oziroma se ne strinjajo. Po telefonskem pogovoru z enim izmed podjetij, mi je to pojasnilo, da bi bilo v njihovem podjetju težko organizirati takšno varstvo, saj ima podjetje veliko število prodajnih enot in posledično zaposlenih, ki imajo otroke. Zato v njihovem podjetju takšen korak ni mogoč. Drugo podjetje pa je odgovorilo, da sicer ne zagotavlja dnevnega varstva, omogoča pa počitniško varstvo otrok.

Podjetja navajajo, da so zanje zaposleni bistvenega pomena za uspešno delovanje na dolgi rok, vendar pa so le nekatera izmed njih (tj. 13 podjetij) v letnih poročilih za leto 2011 navedla, da spodbujajo njihov osebni in strokovni razvoj. K nediskriminatornosti (pri zaposlovanju, vsakdanjem delu, izobraževanju, razvoju zaposlenih) se je dejansko zavezalo 6 podjetij, ki prepovedujejo kakršnokoli diskriminacijo. Dve podjetji pri tem še potrjujeta, da v njihovih družbah ni otroškega ali prisilnega dela. O zagotavljanju varnosti in sigurnosti zaposlitve so poročala 4 analizirana podjetja. Ena izmed njih je v okviru varnosti zaposlitve zapisala odstotek zaposlenih, ki ima sklenjeno delovno razmerje za nedoločen čas, preostala 3 podjetja pa so navedla ponovno vključevanje zaposlenih v delovni proces po porodniškem ali starševskem dopustu. 6 podjetij s certifikatom Družini prijazno podjetje daje zgled dobre prakse ravnanja z zaposlenimi, v smislu usklajevanja poklicnega in družinskega življenja. Za zaposlovanje ranljivih skupin se zavzema 9 proučevanih podjetij, zlasti navajajo zaposlovanje mladih, brezposelnih oseb in invalidov. Dve podjetji imata znotraj svoje skupine ustanovljeno družbo, v kateri so zaposleni pretežno invalidi. Prav tako imajo zaposleni iz 10 podjetij možnost, da se vključijo v kolektivno prostovoljno dodatno pokojninsko zavarovanje (glede na vprašalnik bi moralo biti takšnih podjetij vseh 18). Da podjetja zagotavljajo porodniški dopust za oba spola, poročajo le 4 podjetja. Največ podjetij pa je poročalo o prirejanju športnih, kulturnih in drugih družabnih dogodkov. Glede vprašanja o omogočanju dnevnega varstva otrok zaposlenih ni poročalo nobeno podjetje, niti tisto, ki se je v vprašalniku s to trditvijo popolnoma strinjalo. Le podjetje, ki je navedlo, da omogoča počitniško varstvo otrok, je to tudi zapisalo v svojem letnem poročilu za leto 2011.

Ravno tako so tudi vprašanja, povezana z zdravjem in varnostjo pri delu prejela visoke povprečne vrednosti. Iz tabele 6 vidimo, da se te gibljejo med 4,50 in 5,00. Celoten sklop vprašanj, povezanih z odgovornostjo do zaposlenih, tako nakazuje, da je odgovornost podjetij na tej ravni med slovenskimi podjetji visoka.

Tabela 6: Stopnja odgovornosti do zaposlenih – zdravje in varnost pri delu

<i>Zdravje in varnost pri delu</i>	Min	Max	Povprečna vrednost
Redni zdravniški pregledi	4	5	4,83
Izobraževanje na področju varnosti pri delu	5	5	5,00
Varna oprema na delovnem mestu	4	5	4,94
Zniževanje hrupa	3	5	4,50
Zniževanje vpliva škodljivih snovi	3	5	4,67
Delovanje skladno s predpisi za zdravje in varnost na delu	4	5	4,89

Na redne zdravniške preglede je zaposlene po poročanju napotilo le 8 podjetij, nekoliko več zaposlenih pa se izobražuje s področja varnosti na delovnem mestu (tj. 12 podjetij – po navedbah odgovorov pa bi se morala takšnih izobraževanj udeležiti vsa podjetja oziroma njihovi zaposleni). Da imajo zaposleni varno delovno opremo in s tem posledično varno delovno okolje se po navedbah letnih poročil strinja 14 podjetij. Za zniževanje hrupa se zavzema sedem podjetij in le eno podjetje za zniževanje vpliva škodljivih snovi pri delu, kar je relativno malo. Z izvajanimi aktivnostmi na področju zagotavljanja varnosti in zdravja na delovnem mestu pa nekatera podjetja (tj. 5 podjetij) potrjujejo skladnost sistema z zahtevami standarda OHSAS 18001.

RV.10: *Stopnja odgovornosti podjetja do kupcev.*

Tabela 7 prikazuje, da se tudi pri tej odgovornosti povprečne vrednosti odgovorov gibljejo precej visoko (med 4,50 in 4,83), kar kaže visoko stopnjo odgovornosti slovenskih podjetij tudi do področja kupcev. Dejansko pa podjetja o obravnavanih vprašanih poročajo nekoliko manj.

Tabela 7: Stopnja odgovornosti do kupcev

<i>Kupci</i>	Min	Max	Povprečna vrednost
Kakovostni izdelki/storitve	4	5	4,83
Varni in zanesljivi izdelki/storitve	4	5	4,78
Določanje realnih cen	3	5	4,50
Popolne in točne informacije ter izobraževanje strank	4	5	4,78
Spremljanje zadovoljstva strank	4	5	4,67
Etično in pošteno oglaševanje	4	5	4,83
Hitro in učinkovito reševanje reklamacij	4	5	4,72

Vsa proučevana podjetja v letnem poročilu za leto 2011 navajajo kakovost svojih proizvodov oziroma storitev ter poslovanja, večina izmed njih pa se je tudi zavezala k nenehnemu izboljševanju učinkovitosti sistema kakovosti s pomočjo mednarodnega standarda ISO 9001, in tudi drugih. O zagotavljanju visoke ravni varnosti in zanesljivosti, zlasti opravljenih storitev, v poročilih navaja le 6 podjetij. Nobeno izmed podjetij ne poroča direktno o tem, da izdelkom oziroma storitvam določa cene, ki odražajo njihovo realno vrednost. Pri odgovorih sem s strani enega podjetja pridobila opombo, da njihovemu podjetju cene predpisuje država. Poročajo pa nekatera podjetja o tem, da oblikujejo primerne cenovne politike oziroma, da so s kvaliteto in ceno postavljena ob bok svojim največjim konkurentom oziroma, da se njihova prednost kaže predvsem v boljšem razmerju med kakovostjo in ceno. 9 podjetij navaja, da svojim kupcem oziroma strankam nudi dostop do vseh potrebnih informacij (npr. osebna svetovanja, elektronska pošta, spletne strani, brezplačne številke ipd.), jih izobražuje, prav tako pa nekatera redno usposabljuje tudi svoje zaposlene (svetovalce), da lahko posredujejo strankam objektivne in kakovostne informacije. Zadovoljstvo odjemalcev je eden izmed najpomembnejših ciljev večine podjetij, vendar pa po navedbah v poročilih dejansko spremlja njihovo zadovoljstvo le 10 podjetij (npr. ankete, podatki, ki jih na dnevni ravni pridobijo od svojih strank). Le eno podjetje je v letnem poročilu konkretno zapisalo, da pri

trženju dosledno upoštevajo zakonodajne zahteve in etične norme glede oglaševanja svojih izdelkov, medtem ko druga podjetja (tj. 7 podjetij) le navajajo oblike oglaševanja (npr. oglaševanje v medijih, spletne strani podjetij, digitalno oglaševanje na samih prodajnih mestih, družabna omrežja). 12 podjetij pa tudi navaja, da v primeru reklamacij in pritožb strank, ki jih prejema po različnih komunikacijskih kanalih, le-te obravnavajo sproti in jih tudi sproti rešujejo.

RV.11: *Stopnja odgovornosti podjetja do dobaviteljev.*

Pri tem sklopu vprašanj se povprečne vrednosti gibljejo med 3,89 in 4,89 (glej tabelo 8), kar je nekoliko manj kot pri predhodnih dveh sklopih vprašanj, a še vedno visoko povprečje odgovorov. S tega vidika je odgovornost do področja dobaviteljev srednje visoka, z vidika pregleda letnih poročil za leto 2011 pa nekoliko nižja. Že dejstvo, da ima poglavje, ki obravnava dobavitelje znotraj letnega poročila (v večini le-to ni znotraj poročila o družbeni odgovornosti oziroma trajnostnem razvoju) le 9 podjetij, nakazuje na to, da podjetja področju dobaviteljev posvečajo nekoliko manj pozornosti.

Tabela 8: Stopnja odgovornosti do dobaviteljev

<i>Dobavitelji</i>	Min	Max	Povprečna vrednost
Korekten odnos do dobaviteljev	4	5	4,72
Pravočasno plačilo dobaviteljem	4	5	4,78
Kriteriji za izbiro in oceno dobaviteljev	4	5	4,50
Spoštovanje pogodbenih obveznosti do dobaviteljev	4	5	4,89
Spodbujanje dobaviteljev k družbeno odgovornim ravnanjem	2	5	3,89

Korekten odnos do dobaviteljev ima 11 analiziranih podjetij, ki s svojimi dobavitelji in poslovnimi partnerji oblikujejo dolgoročna partnerska razmerja. Dve podjetji sta v letu 2011 tudi izvedli srečanje vodstva z dobavitelji in s partnerji, eno podjetje je takšno srečanje poimenovalo »Dan dobaviteljev«. Podjetja se torej zavedajo, da dobri medsebojni odnosi z dobavitelji zagotavljajo varne in zanesljive vire, ustrezno kakovost izdelkov in storitev, izboljšano načrtovanje dobav, dostop do dobaviteljeve tehnologije ipd. O obveznostih do dobaviteljev so podjetja poročala v okviru računovodskih izkazov, in le-te izkazovala kot dolgoročne in kratkoročne obveznosti do domačih in tujih dobaviteljev. Le eno podjetje pa je dejansko zapisalo, da so v obravnavanem letu finančne in poslovne obveznosti do dobaviteljev pokrivali nemoteno in skladno s finančnimi načrti. 9 podjetij je v svojem poročilu navedlo, da pri izbiri najustrežnejših dobaviteljev upošteva različne kriterije (npr. primerna cena, ustrezna kakovost, plačilni pogoji, zanesljivost dobav ipd.), z namenom potrjevanja izbire pa opravljajo tudi preglede delovanja dobaviteljev in le-te ustrezno ocenijo. Pri tem je eno podjetje še zapisalo, da najboljše dobavitelje vsako leto tudi razglasijo in nagradijo. Nobeno proučevano podjetje pa konkretno ni poročalo o tem, ali spoštuje pogodbene obveznosti do dobaviteljev. Pri zadnjem vprašanju pa sem podjetja spraševala, ali spodbujajo dobavitelje k družbeno odgovornim ravnanjem. Trdim lahko, da so takšna podjetja 4, ki od dobaviteljev predvsem pričakujejo, da bodo upoštevali zakonske

zahteve ter dobro prakso ravnanja z okoljem, zato pri izbiri dobaviteljev že vključujejo merila trajnostnega razvoja.

RV.12: *Stopnja odgovornosti podjetja do naravnega okolja.*

Stopnja odgovornosti podjetja do področja naravnega okolja je srednje visoka s strani odgovorov, ki se gibljejo med 3,94 in 4,89 (glej tabelo 9) in precej visoka v okviru dejanskega poročanja v letu 2011.

Tabela 9: Stopnja odgovornosti do naravnega okolja

<i>Naravno okolje</i>	Min	Max	Povprečna vrednost
Uporaba okolju prijaznejše tehnologije	3	5	4,44
Uporaba obnovljivih virov energije	2	5	3,94
Strmenje k zmanjšanju porabe virov	4	5	4,72
Zmanjševanje količine odpadkov in ustrezno ravnanje z njimi	4	5	4,78
Upoštevanje okoljskih standardov	4	5	4,89
Tehtanje okoljskega vpliva	3	5	4,50

Skoraj vsa podjetja (tj. 16 podjetij) pri svojem delovanju uporablja okolju prijaznejšo tehnologijo. Eno od podjetij je za zmanjšanje porabe goriv in emisij pričelo s postopnim uvajanjem vozil na hibridni pogon ter zmanjšalo število službenih poti z uvedbo videokonferenčnega poslovanja. Tudi drugo podjetje je v letu 2011 začelo s projektom »Ekomobil«, ki posebno pozornost namenja električnim vozilom, zato je podjetje pred poslovno stavbo postavilo polnilno mesto za njihovo napajanje. Električno polnilno postajo pa ima pred svojo upravno stavbo postavljeno še eno proučevano podjetje, ki električno vozilo uporablja za razvoz interne pošte. Ostala podjetja pa v poročilih navajajo predvsem zamenjavo starih hladilnih naprav z novimi, ki imajo okolju prijazne freone, nameščanje čistilnih naprav, lovilnikov olj, vgradnjo naprav za soproizvodnjo toplotne in električne energije ter uvedbo energetske učinkovitih varčnih sijalk in led razsvetljave. O obnovljivih virih energije poroča 9 podjetij. Štiri izmed njih že ima postavljeno sončno elektrarno na sedežu družbe oziroma v svoji odvisni družbi. Peto podjetje je že leta 2004 zasnovalo projekt »Modra energija«, kjer je električna energija pridobljena iz okolju prijaznih, obnovljivih virov. Tudi naslednje podjetje si prizadeva za uporabo obnovljivih virov električne energije, saj del sredstev za porabo le-te vlaga v sklad »modra energija«. Sedmo podjetje poroča o tem, da je v letu 2011 investiralo v izgradnjo večjih fotovoltaičnih elektrarn, osmo podjetje pa je ustanovilo samostojno podjetje, da opravlja ekološke raziskave ter raziskave s področja inženirstva in tehnologije, s posebnim poudarkom na obnovljivih virih energije. Zadnje podjetje pa si kot končni cilj želi doseči cilj EU, ki med drugim predvideva povečanje uporabe obnovljivih virov energije za 20 % do leta 2020. Naslednji dve vprašanji se nanašata na zmanjševanje porabe virov, kot so voda, elektrika, plin ipd., ter strmenje k zmanjšanju količine odpadkov. O prvem je poročalo 15 podjetij, o zmanjševanju odpadkov in o njihovem ustreznemu ravnanju (npr. ločeno zbiranje odpadkov) pa je poročalo 16 proučevanih podjetij. 13 podjetij je tudi poročalo o upoštevanju okoljskih standardov, za katere so nekatera izvajala notranje in zunanje presoje. O zavedanju okoljskega vpliva na

izdelke oziroma storitve je poročalo 10 podjetij. Od tega 5 podjetij poroča na način, da razvijajo, izdelujejo in tržijo izdelke, v katere vgrajujejo surovine, ki nimajo kroničnih vplivov na zdravje in okolje oziroma, da posebno pozornost namenjajo zmanjševanju vplivov končnih izdelkov na okolje. Preostalih 5 podjetij pa se zaveda svojega ogljičnega odtisa, zato je prvo podjetje ogljični odtis že zapisalo med svoje vrednote. Drugemu podjetju je postopen prehod v nizkoogljično družbo eden glavnih strateških ciljev, zaradi česar se bodo zavzemali za izračun ogljičnega odtisa, dve podjetji ogljični odtis že izračunavata, zadnje podjetje pa si je njegov izračun za cilj postavilo v letu 2012.

RV.13: *Stopnja odgovornosti podjetja do skupnosti in države.*

Kot prikazuje tabela 10, se odgovori podjetij na zadnji sklop vprašanj, ki se nanašajo na odgovornost podjetja do skupnosti in države, gibljejo med 3,00 in 4,83. To področje je med vsemi petimi odgovornostmi prejelo najnižje povprečne vrednosti. Prav tako pa tudi podjetja sama o odgovornosti do skupnosti in države znotraj poročil za leto 2011 niso poročala množično.

Tabela 10: Stopnja odgovornosti do skupnosti in države

<i>Skupnost in država</i>	Min	Max	Povprečna vrednost
Izboljševanje kakovosti življenja skupnosti	3	5	4,28
Zagotovitev pomoči pri reševanju problemov v lokalni skupnosti	3	5	4,56
Sodelovanje pri humanitarnih aktivnostih	2	5	4,28
Finančna podpora športnim, kulturnim in izobraževalnim aktivnostim	4	5	4,72
Štipendiranje	1	5	3,00
Prispevek k socialno-ekonomski rasti in ciljem gospodarstva	4	5	4,72
Izpolnjevanje obveznosti do države	4	5	4,83

Večina podjetij izboljšuje kakovost življenja skupnosti in to izvaja na različne načine. Če naštejemo le nekaj dobrih aktivnosti, so te predvsem: čistilne akcije, opremljanje prvošolčkov z različnimi odsevnimi predmeti za večjo varnost v prometu, naložbe v prometno infrastrukturo, akcija merjenja krvnega tlaka, krvodajalstvo zaposlenih, ureditev pohodniških poti, pomoč pri vzpostavitvi regijske varne hiše za ženske in otroke, namestitvev pitnikov na javnih površinah in v šolah, poučevanje starejših ljudi za osnovno uporabo računalnika in druge. Pri drugem vprašanju sem podjetja spraševala o tem, ali zagotavljajo pomoč pri reševanju problemov v lokalni skupnosti, pri tem pa navedla naravne nesreče. Odgovori podjetij pri tem vprašanju so bili visoki, vendar pa sem pri pregledu letnih poročil za leto 2011 zasledila le dve podjetji, ki sta v poročilu zapisali povezavo s tem vprašanjem. Prvo je poročalo, da priskoči na pomoč ljudem, ki jih prizadenejo nesreče ali družbene stiske, drugo podjetje pa je omogočilo izvedbo tekmovanja mladih za ideje, inovacije in rešitve, povezane z obdobjem negotovosti in naravnih nesreč. Morda je razlog, da podjetja niso množično pisala o tej vsebini zato, ker v proučevanem letu ni bilo večjih naravnih nesreč, kot so poplave, potresi, v primerjavi z letom 2010. Podjetja sodelujejo tudi pri humanitarnih aktivnostih, le 7 podjetij pa je svojo humanitarnost izvedlo v sodelovanju z Rdečim križem, Karitasom ali Unicefom Slovenije. Skladno s četrtem vprašanjem pa so bila vsa podjetja v

letu 2011 zelo dejavna, saj velik del sredstev namenjajo tako sponzorstvom kot donacijam, na različnih področjih (šport, zdravstvo, kultura, izobraževanje). 8 proučevanih podjetij tudi štipendira obetavne študente. Zanimivo pa je podjetje, ki je na to vprašanje obkrožilo, da podjetje ne izvaja štipendiranja, čeprav imajo v letnem poročilu za leto 2011 zapisano, da je podjetje v tem letu imelo 16 štipendistov. Nobeno proučevano podjetje ni konkretno poročalo o naslednjem kazalcu, ki govori o prispevku podjetja k socialno-ekonomski rasti in k ciljem gospodarstva. Sta pa dve podjetji navedli, da sta v času, ko smo priča stavkam in propadom podjetij ter naraščajoči brezposelnosti, povečali število svojih zaposlenih, kar je dodaten prispevek obeh družb k socialni varnosti večjega števila ljudi. Pri tem poudarjam, da je le eno od obeh podjetij to zapisalo v sklopu poglavja, ki se nanaša na odgovornost do družbe. O izpolnjevanju zakonskih zahtev do države, kot sta plačevanje davkov in spoštovanje zakonskih predpisov, je poročala več kot polovica podjetij, vendar zopet ne v okviru družbene odgovornosti. Večina izmed njih o trditvi sicer ni poročala konkretno, so pa v zvezi s tem navedla, da preverjajo skladnost poslovanja s predpisi, s pomočjo sistema notranjih kontrol oziroma, da lahko davčni organi kadarkoli v zakonsko predpisanem roku preverijo poslovanje družbe. Štiri podjetja pa so tudi konkretno zapisala, da je v letu 2011 vodenje in upravljanje družbe potekalo skladno ob upoštevanju veljavne zakonodaje in notranjih organizacijskih predpisov.

RV.14: *Poznavanje standardov družbene odgovornosti.*

Vprašanje vključuje vseh 9 standardov, ki obravnavajo področje družbene odgovornosti in sem jih na kratko tudi predstavila v 3. poglavju te naloge.

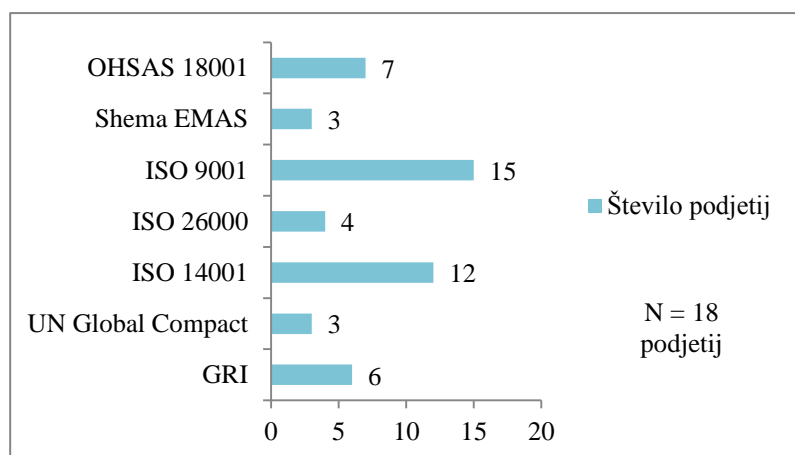
Tabela 11: Poznavanje standardov družbene odgovornosti

<i>Standard</i>	Min	Max	Povprečna vrednost
Global Reporting Initiative (GRI)	1	5	3,56
AccountAbility 1000	1	4	2,39
Social Accountability 8000	1	4	2,33
United Nations Global Compact	1	5	3,11
ISO 14001	3	5	4,67
ISO 26000	1	5	3,78
ISO 9001	3	5	4,67
Shema EMAS	1	5	3,00
OHSAS 18001	1	5	3,33

Iz tabele 11 je razvidno, da se odgovori podjetij gibljejo med 2,33 in 4,67. To nakazuje, da je poznavanje standardov o družbeni odgovornosti med slovenskimi podjetji nekoliko nizko. Proučevana podjetja še najbolj poznajo standarda ISO 14001 in ISO 9001. Ravno nasprotno pa so si podjetja enotna pri poznavanju standarda AA1000 in SA8000, ki ju nobeno izmed 18 podjetij ne pozna najbolje. Tu bi izpostavila tudi podjetje, ki je na vseh 9 standardov odgovorilo, da le-teh ne pozna niti dobro, niti slabo. Razlog je predvsem v tem, da omenjeno podjetje tudi na področju družbene odgovornosti sledi smernicam in standardom matične družbe, zato si naštetih standardov podjetje kot samostojna enota ne prizadeva pridobiti in jih potemtakem tudi ne pozna.

RV.15: Najpogosteje osvojeni standardi družbene odgovornosti.

Slika 5: Frekvenca osvojenih standardov družbene odgovornosti



Največ podjetij (tj. 15 podjetij) ima osvojen standard ISO 9001, ki obravnava področje kakovosti, nekaj manj podjetij pa deluje skladno s standardom ISO 14001, katerega vsebina je vezana na ustrezno ravnanje z okoljem. Glede na odgovore podjetij o poznavanju posameznih standardov družbene odgovornosti sem takšen rezultat tudi pričakovala. Prav tako tudi ni presenetljivo, da nobeno izmed podjetij nima osvojenega standarda AA1000 ali SA8000, saj ju po navedbah podjetij nobeno ne pozna najbolje, zato omenjena standarda v sliki 5 nista prikazana. Poleg tega dve analizirani podjetji nimata osvojenega nobenega izmed 9 standardov, je pa eno izmed njih pri pridobitvi nekaterih standardov oziroma certifikatov blizu²¹.

Štiri podjetja so pri možnosti odgovora »drugo« navedla: delno vzpostavljen Sistem upravljanja z varnostjo informacij – SUVI, AEO²², POR²³, ter sistema za zagotavljanje varnosti živil ISO 22000 in HACCP načrt. Ena od podjetij pa je še zapisala, da bodo v letu 2013 pričeli poročati po smernicah GRI in si prizadevali za pridobitev certifikata EMAS.

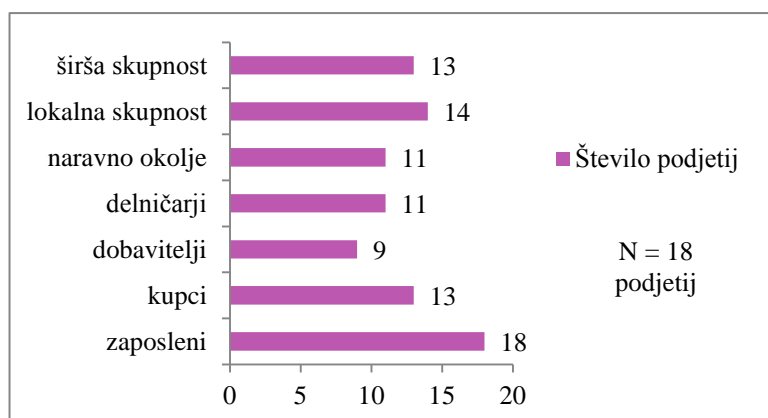
²¹ Razlog drugega podjetja, ki nima osvojenega nobenega standarda sem zapisala že v komentarju štirinajstega raziskovalnega vprašanja.

²² AEO (angl. *Authorised Economic Operator*) je status pooblaščenega gospodarskega subjekta, s katerim se podjetje spozna za varnega in zanesljivega partnerja v mednarodni trgovini. Status AEO prinaša gospodarskim subjektom, ki izpolnjujejo pogoje in merila, ugodnosti v obliki olajšanja carinskih kontrol glede varstva in varnosti in/ali poenostavitve v skladu s carinskimi predpisi (Status pooblaščenega gospodarskega subjekta AEO, 2013).

²³ POR oziroma Program odgovornega ravnanja (angl. *Responsible Care*) je svetovna pobuda kemijske industrije, v okviru katere se podjetja prostovoljno zavežejo k nadstandardno skrbnemu ravnanju in pospeševanju napredka na področju varovanja zdravja, varnosti pri delu ter varstva okolja, in tako prispevajo k trajnostnemu razvoju lokalnih skupnosti ter družbe kot celote (Responsible Care, 2013).

RV.16: *Najpomembnejše skupine deležnikov družbene odgovornosti.*

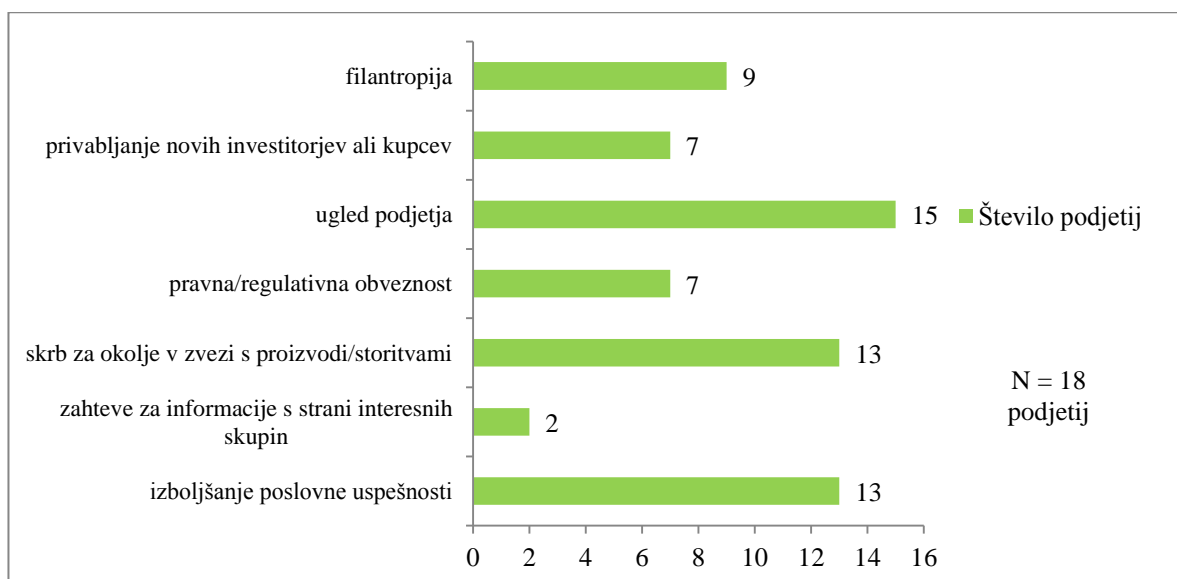
Slika 6: Frekvenca pomembnosti deležnikov družbene odgovornosti



Vsa podjetja so zapisala, da so njihova najpomembnejša skupina deležnikov zaposleni. Visoko število odgovorov so navedla tudi pri lokalni in širši skupnosti ter kupcih. Nekoliko manj so podjetjem pomembni delničarji in presenetljivo tudi naravno okolje, saj sta obe skupini s strani podjetij prejeli 11 odgovorov. Najmanj pa se podjetja zavzamejo za dobavitelje (tj. 9 podjetij). V zgornji sliki nisem prikazala konkurentov, saj podjetja le-teh niso navajala. Eno od podjetij je pri možnosti »drugo« zapisalo tudi lastnike, drugo podjetje pa je navedlo uporabnike, saj glede na to, da je podjetje organizirano kot javno podjetje, le-ti nimajo kupcev, temveč uporabnike.

RV.17: *Motivi za poročanje o družbeni odgovornosti.*

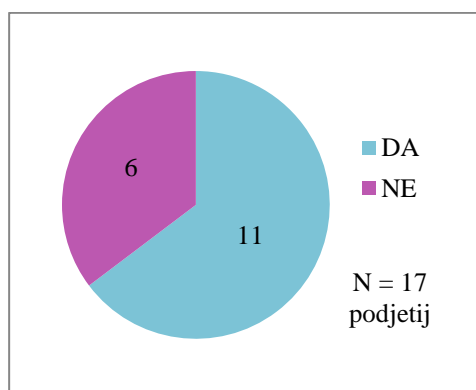
Slika 7: Razlogi za poročanje o družbeni odgovornosti



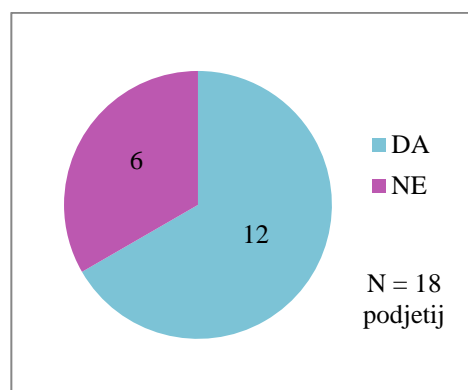
Kot prikazuje slika 7, so podjetja pričela poročati o družbeni odgovornosti predvsem zaradi ugleda podjetja (tj. 15 podjetij). Drugi najpomembnejši razlog za to dejanje pa je izboljšanje poslovne uspešnosti, kar je navedlo 13 podjetij. Podjetja se tudi zavedajo, da je proizvode oziroma storitve potrebno razvijati in proizvajati s čim manjšim vplivom na okolje, saj je razlog skrb za okolje prav tako navedlo 13 analiziranih podjetij. Polovica podjetij je (med drugim) začela s poročanjem tudi zaradi prostovoljne odgovornosti, 7 podjetij pa zaradi pravne/regulativne obveznosti oziroma zaradi privabljanja novih investitorjev ali kupcev. Le dve podjetji sta se za ta korak odločili zaradi pritiska s strani interesnih skupin, ki od podjetij vse pogosteje zahtevajo več informacij o njihovi družbeni odgovornosti. Podjetja pritiska konkurence ali pritiska skupnosti niso navedla, je pa eno od podjetij še zapisalo, da so družbeno odgovornost podjetja prepoznali kot eno od temeljnih vrednot družbe.

RV.18 in RV.19: *Vpliv družbeno odgovornih ravnanj na večje povpraševanje kupcev in/ali večjo privlačnost za iskalce zaposlitve.*

Slika 8: Delež podjetij glede na mnenje, ali družbeno odgovornost pozitivno vpliva na povpraševanje kupcev



Slika 9: Delež podjetij glede na mnenje, ali družbeno odgovornost pozitivno vpliva na privlačnost podjetja za iskalce zaposlitve



S slike 8²⁴ in 9 vidimo, da je v obeh primerih večje število podjetij, ki menijo, da imajo zaradi družbeno odgovornih dejanj več kupcev oziroma, da so bolj zanimiva za iskalce zaposlitve. A vendarle tudi ni zanemarljiv delež podjetij, ki se s trditvama ne strinja. S strani enega od podjetij, ki je na obe vprašanji odgovorilo nikalno, sem poleg odgovora dobila še zanimiva komentarja. Pri prvem vprašanju so tako zapisali, da žal ugotavljajo, da zaradi družbeno odgovornih ravnanj nimajo večjega števila kupcev, saj si le-ti danes želijo nižje cene in velikokrat sprašujejo, zakaj raje ne znižajo cen, namesto, da vlagajo v različne aktivnosti, kot sta šport, kultura. Poleg drugega odgovora pa so navedli, da je dandanes dragocena vsaka služba, zato ta element med iskalci zaposlitve nima prave vrednosti.

²⁴ Slika 8 prikazuje odgovore le 17 podjetij, saj je eno podjetje, ki je organizirano kot javno podjetje, pri tem vprašanju zapisalo, da nima kupcev, zaradi česar na zastavljeno vprašanje nisem dobila njihovega odgovora.

4.5 PREVERJANJE VELJAVNOSTI HIPOTEZ

V uvodnem delu naloge, sem cilj naloge zastavila s pomočjo štirih hipotez, ki jih v nadaljevanju komentiram.

H.1: *Slovenska podjetja vse več poročajo o družbeni odgovornosti.*

Glede na pregledana letna poročila 18 slovenskih podjetij, od leta 2005 do leta 2011 lahko potrdim hipotezo, ki narekuje, da slovenska podjetja v zadnjih letih vse več poročajo o družbeni odgovornosti. Večina podjetij je namreč že v letu 2005 znotraj poslovnega poročila vključila poglavje, ki je zajemalo vsebino družbene odgovornosti, spet druga pa so sprva poročala o družbeni odgovornosti skozi druga poglavja, ki obravnavajo zaposlene, skrb za okolje, kakovost ipd., poglavje »Družbena odgovornost« oziroma »Trajnostni razvoj« pa poimenovala v kasnejših letih. Tudi sam obseg poglavij je bil sprva med posameznimi podjetji manjši, z leti pa se je razširil (pri 11 analiziranih podjetjih je viden večji preskok v številu strani, in sicer v letu 2011 glede na prvo proučevano leto 2005). Podjetja so začela vključevati tudi bolj obsežno in razdelano vsebino, zlasti o odgovornosti do zaposlenih in do naravnega okolja. Še vedno pa trdim, da so nekatere vsebine vendarle precej ozko zajete znotraj poročila oziroma te sploh niso obravnavane. Takšen primer so predvsem dobavitelji, ki jih podjetja v večini še vedno ne vključujejo znotraj poglavja o družbeni odgovornosti, oziroma so ti slabo obravnavani znotraj letnega poročila. Tudi število samostojno izdanih poročil s strani podjetij je precej nizko, a vseeno menim, da so se slovenska podjetja le začela zavedati pomena družbene odgovornosti, zato upam, da bodo le-to kljub slabim gospodarskim razmeram še obširneje (s tem mislim predvsem na vključevanje tudi drugih deležnikov podjetja, kot so npr. dobavitelji, konkurenti, država) izkazovala tudi v prihodnjih letih.

H.2: *Slovenska podjetja največ poročajo o odgovornosti do zaposlenih.*

Menim, da se slovenska podjetja zavedajo pomembnosti zaposlenih, saj najbolj izčrpno poročajo prav o kazalcih povezanih z zaposlenimi. O vsebinah, ki se navezujejo na zaposlene in sem jih zastavila v sklopu petega vprašanja vprašalnika, podjetja sicer niso poročala množično, kljub temu pa lahko vseeno trdim, da je področje ravnanja s človeškimi viri ter zdravja in varnosti pri delu široko obravnavano v njihovih letnih poročilih, še zlasti v letnem poročilu za leto 2011. Poleg navedenega za področje odgovornosti do zaposlenih (glej komentar raziskovalnega vprašanja 9 v poglavju 4.4), so podjetja v poročilu za leto 2011 obširno in najpogosteje poročala tudi o: različnih oblikah komuniciranja z zaposlenimi (npr. intranet, sestanki, oglasne table), merjenju organizacijske klime, številu zaposlenih ter njihovi izobrazbeni in starostni strukturi, različnih oblikah izobraževanja (npr. jezikovna izobraževanja) ter nagrajevanja in motiviranja, podpori zaposlenih pri študiju in omogočanju možnosti sofinanciranja šolnin, božično-novoletnem obdarovanju otrok zaposlenih ter darilu ob rojstvu otroka, dodeljevanju solidarnostnih pomoči, organiziranju cepljenja proti sezonski

gripi, dopustu ob prvem šolskem dnevu in uvajanju otrok v vrtce, kar nekaj podjetij pa je navedlo tudi možnosti koriščenja lastnih počitniških objektov za zaposlene, njihove družine ter upokojene sodelavce ipd. Poleg zapisanega pa so slovenska podjetja tudi sama navedla zaposlene kot njihove najpomembnejše deležnike, s čimer se strinja vseh 18 proučevanih podjetij (glej sliko 6).

H.3: Družbeno odgovornejša podjetja so bolj ugledna in bolj zanimiva za kupce in iskalce zaposlitve.

Zaradi večjega števila pozitivno pridobljenih odgovorov na zadnji dve zastavljeni vprašanji vprašalnika, kar je tudi razvidno s slike 8 in 9, predpostavljam, da so družbeno odgovornejša podjetja bolj ugledna in bolj zanimiva tako za kupce kot tudi za iskalce zaposlitve. Vseeno pa poudarjam, da zaradi manjšega vzorca podjetij, potrjene hipoteze kljub temu ne morem posplošiti za vsa slovenska podjetja.

H.4: Slovenska podjetja najbolj pogosto uporabljajo standarde ISO 9001, ISO 14001 in OHSAS 18001.

Glede na pridobljene odgovore s strani 18 slovenskih podjetij potrjujem zgornjo hipotezo, saj so vsi trije standardi med vsemi proučevanimi (tj. 9 standardov) po zapisanem vrstnem redu tudi dejansko med najpogosteje osvojenimi standardi pri nas (glej sliko 5). Poleg tega sta standarda ISO 9001 (kakovost) in ISO 14001 (ravnanje z okoljem) tudi najbolj poznana standarda, medtem ko slovenska podjetja OHSAS 18001 poznajo nekoliko manj. Pojavlja pa se vse več zanimanja tudi za druge standarde družbene odgovornosti, kot so ISO 26000, GRI ter UN Global Compact.

SKLEP

Eden glavnih in največjih izzivov svetovnega gospodarstva tega stoletja je zagotoviti trajen in uravnotežen razvoj, saj potreb sedanje in prihodnjih generacij ne bo mogoče zadovoljiti brez ekonomskega sistema ter spoštovanja socialnih in okoljskih vrednot. K temu lahko prispeva družbena odgovornost podjetij, ki je predvsem v zadnjih letih postala izredno pomemben koncept svetovnih in evropskih gospodarstev, v zadnjem času pa je postal tudi pomemben del slovenskega razvoja.

Zavedati se je potrebno, da trajnost ni nekaj, kar se lahko doseže hitro, ampak da gre za dolgoročen proces. Pri tem imajo ključno vlogo tudi podjetja, ne glede na velikost, ki lahko s svojim delovanjem in dobrim zgledom veliko pripomorejo k zgoraj navedenim ciljem. To od podjetij lahko zahteva spremembe ciljev, podjetniške kulture, oblike organizacije, delovanja, trženja in komuniciranja. Družbeno (ne)odgovorno ravnanje podjetij neposredno vpliva na ugled podjetja in s tem tudi na njegovo uspešnost in konkurenčnost.

Komisija EU družbeno odgovornost podjetij definira kot koncept, s katerim podjetja integrirajo družbene in okoljske vidike v svoje poslovne operacije in v interakcijo s svojimi deležniki na prostovoljni osnovi. Uspeh poslovanja podjetja je namreč pogosto odvisen tudi od različnih interesnih skupin, zato je pomembno, da imajo le-te dobro mnenje o podjetju. Interesne skupine oziroma deležniki so skupine ljudi, ki vplivajo ali pa so pod vplivom poslovanja podjetja. Družba od podjetij vse bolj pričakuje, da pri svojem poslovanju poleg interesov lastnikov upoštevajo tudi interese svojih zaposlenih, kupcev, okolja, skupnosti ter prispevajo k reševanju družbenih problemov.

Vse več podjetij v svoja letna poročila vključuje poročanje o družbeni odgovornosti. Pri tem je zelo pomembno, da podjetja predstavijo realno sliko svojega poslovanja ter da poročajo dosledno in pošteno. Bistvo poročanja je torej zagotoviti točne, razumljive in sveže informacije, ki so pomembne za ciljno javnost. Za povečanje verodostojnosti poročil so bile ustanovljene številne organizacije, ki so razvile različne smernice za usmerjanje poročanja podjetij. Najbolj razširjen je mednarodni standard GRI, ki ga lahko prostovoljno uporabljajo vsa podjetja oziroma organizacije za poročanje o trajnostnem razvoju oziroma družbeni odgovornosti. Na zadnji strani poglavja o družbeni odgovornosti so tudi 3 proučevana slovenska podjetja ponazorila vsebino kazala po smernicah GRI G3 oziroma novejši različici GRI G3.1. Dve podjetji omenjeno kazalo znotraj poglavja družbene odgovornosti oziroma trajnostnega razvoja vključujeta že od leta 2009, tretje pa ga je prvič vključilo v zadnjem proučevanem letu – torej letu 2011.

EU je s svojim Zelenim dokumentom leta 2001 spodbudila večje prizadevanje za razvoj družbene odgovornosti v državah EU. Tako se tudi v slovenskem poslovnem okolju vse bolj uveljavlja koncept družbene odgovornosti in način poslovanja, pri katerem podjetja z ostalimi deležniki vključujejo družbene in okoljske vidike razvoja v svoje poslovanje. Proučitev družbene odgovornosti in njenega poročanja med slovenskimi podjetji je bil tudi namen tega magistrskega dela. Spoznala sem, da v Sloveniji danes tako obstaja vse več podjetij, ki v svojo poslovno prakso vključujejo družbeno odgovornost, vse več pa je tudi informacij na spletnih straneh.

Če na kratko povzamem glavne ugotovitve, ki sem jih pridobila preko pregleda letnih poročil in s pomočjo odgovorov vprašalnika 18 slovenskih podjetij, lahko zapišem, da se tudi slovenska podjetja čedalje bolj zavedajo pomena družbene odgovornosti. Svojo družbeno odgovornost sicer izkazujejo na spletnih straneh ter v poslovnem delu letnega poročila, 3 podjetja pa tudi izdajajo ločeno poročilo o družbeni odgovornosti oziroma trajnostnem razvoju, a so le-ta predvsem interne narave. Za ustrezno delovanje slovenskih podjetij obstajajo tudi različne nagrade, certifikati in priznanja, od leta 2009 je na tem področju najbolj pomembna Slovenska nagrada za družbeno odgovornost – Horus, čigar prejemnik je bil v letu 2011 tudi podjetje, ki je bilo vključeno v raziskavo.

Večina analiziranih podjetij je že v začetku proučevanega obdobja znotraj poslovnega dela letnega poročila vključila poglavje o družbeni odgovornosti. Spet druga so najprej poročala o posameznih delih, kasneje pa prešla na bolj celovito poročanje. Tudi sama vsebina je bila sprva nekoliko ozko obravnavana, z leti pa se je razširila in zajela širšo tematiko družbene odgovornosti. Obseg oziroma število strani ni konstantno naraščal, ampak je med leti 2005 in 2011 precej nihal. Tako je lahko podjetje v določenem letu svojo družbeno odgovornost zapisalo na npr. 10 straneh, v naslednjem letu le na 5 straneh, nato pa temu področju zopet namenilo večji obseg strani. Eno proučevano podjetje je tudi takšno, da je v letu 2007 sicer vključilo poglavje z naslovom »Družbena odgovornost«, v naslednjih dveh letih pa omenjenega poglavja znotraj letnega poročila ni več mogoče zaslediti. V teh dveh letih je bilo poglavje ponovno razdeljeno na dve ločeni poglavji, podobno kot pred letom 2007, ko je poslovni del poročila z naslovom »Povezanost in vpetost v okolje« vključeval le eno vsebino družbene odgovornosti. Tudi vizualna podoba poglavij, ki obravnavajo družbeno odgovornost oziroma trajnostni razvoj, se med podjetji razlikuje, saj nekatera uporabljajo več grafov, tabel, slik in drugih vizualnih pripomočkov, kot druga.

Podjetja najbolj izčrpno poročajo o odgovornosti do zaposlenih, zaposlene pa tudi sama navajajo kot najpomembnejšo skupino deležnikov. Ker se podjetja zavedajo, da je zadovoljstvo in pripadnost zaposlenih ključnega pomena za uspešno rast podjetja, se je polovica proučevanih podjetij že vključila v postopek za pridobitev polnega certifikata Družini prijazno podjetje. Tri analizirana podjetja so z uspešno implementacijo zadanih ukrepov v zvezi z urejanjem poklicnega in družinskega življenja zaposlenih že prejela polni certifikat, preostalih 6 podjetij pa se zanj še poteguje. V letnih poročilih za leto 2011 so imela vsa podjetja tudi poglavje, ki je vezano na odgovornost do naravnega okolja, prav tako pa je bil precej obsežen tudi ta del poročila o družbeni odgovornosti. Čeprav podjetja naravnega okolja niso navedla kot svojega najpomembnejšega področja, vseeno ugotavljam, da so slovenska podjetja s poročanjem v letu 2011 dokazala zavezanost k varovanju okolja in narave, saj imajo nekatera med njimi že postavljene sončne elektrarne, druga se za ta korak še odločajo, o pomembnosti zavestnega ravnanja z okoljem pa ozaveščajo in pozivajo tudi svoje zaposlene.

Nekoliko manj so podjetja osredotočena na druga področja, ki obravnavajo družbeno odgovornost. S tem mislim na odgovornost do dobaviteljev, saj je v letu 2011 imela le polovica podjetij tovrstno vsebino znotraj letnega poročila (in ne znotraj poglavja o družbeni odgovornosti). Prav tako ni bilo moč zaslediti poglavja o konkurentih, posjilodajalcih, odgovornosti do države in o drugih pomembnih deležnikih podjetja. So pa podjetja odgovorna do lokalne in širše skupnosti, saj velik del sredstev namenjajo sponzorstvom in donacijam, zlasti na področju športa, kulture in izobraževanja.

Podjetja najbolje poznajo standard kakovosti ISO 9001 ter standard ravnanja z okoljem ISO 14001, ki sta pri odgovorih prejela enako povprečno vrednost. Najmanj poznajo standarda SA8000 in AA1000, ki ju po navedbah tudi nobeno od podjetij še ni osvojilo. Ima pa 15

podjetij osvojen standard ISO 9001 in 12 podjetij standard ISO 14001. Večina podjetij poroča predvsem zaradi svojega ugleda v javnosti ter izboljšanja poslovne uspešnosti, medtem ko zaradi pritiska konkurence oziroma skupnosti ni pričelo poročati nobeno izmed 18 analiziranih podjetij. Poleg zapsanega pa se večina podjetij strinja tudi s trditvama, da imajo zaradi družbeno odgovornih ravnanj večje število kupcev oziroma, da so zaradi omenjenega bolj privlačna tudi za iskalce zaposlitve.

Rezultati torej kažejo, da se koncepta družbene odgovornosti in poročanja o njej ne da več izkoreniniti tudi med slovenskimi podjetji in prav je tako. Vsak posameznik in vsako podjetje oziroma organizacija morajo postati in ostati odgovorni za vsa svoja dejanja, saj bomo le na ta način lahko dosegli bistveno sestavino trajnostnega razvoja – stabilno prihodnost. Kljub temu pa poudarjam, da bo v slovenskem prostoru na področju trajnostnega razvoja in družbene odgovornosti potrebno narediti še veliko korakov, da bo cilj trajnosti tudi dosežen.

LITERATURA IN VIRI

1. *AA 1000 – A standard for ethical performance*. Najdeno 17. septembra 2012 na spletnem naslovu <http://www.mallenbaker.net/csr/CSRfiles/AA1000.html>
2. Adams, C., & Zutshi, A. (2004). Corporate Social Responsibility: Why Business Should Act Responsibly and Be Accountable. *Australian Accounting Review*, 14(3), 31-39.
3. Bertonec, A., Meško, M., Naraločnik, A., & Nastav, B. (2011). *Trajnostni razvoj organizacije: ekonomski, družbeno-politični in ekološki vidiki*. Ljubljana: GV Založba.
4. Betianu, L. (2010). Indicators of the Global Reporting Initiative regarding sustainable development. *Annales Universitatis Apulensis Series Oeconomica*, 12(1), 15-24.
5. Bitanga, J., & Bridwell, L. (2010). Corporate Social Responsibility and the United Nations Global Compact. *Competition Forum*, 8(2), 265-269.
6. Carroll, A. B. (1991). The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders. *Business Horizons*, 34(4), 39-48.
7. Carroll, A. B. (1999). Corporate Social Responsibility: Evolution of a Definitional Construct. *Business and Society*, 38(3), 268-295.
8. Carroll, A. B., & Buchholtz, A. K. (2000). *Business and society: Ethics and Stakeholder Management* (4th ed.). Cincinnati: South-Western College.
9. Commission of the European Communities (2001, 18. julij). *Green paper: Promoting a European framework for Corporate Social Responsibility*. Brussels: Commission of the European Communities, 2001.
10. *Corporate Social Responsibility*. Najdeno 20. oktobra 2012 na spletnem naslovu <http://www.wbcsd.org/work-program/business-role/previous-work/corporate-social-responsibility.aspx>
11. Deegan, C. (2002). The legitimising effect of social and environmental disclosures – a theoretical foundation. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 15(3), 282-311.
12. Drevenšek, M. (2005). Družbena odgovornost: kaj, zakaj, kako? V A. Avberšek (ur.), *Zbornik referatov 1. del. 6 konferenca kakovosti: Družbena odgovornost – danes, jutri.....?* (str. 4-11). Velenje: Društvo za kakovost in ravnanje z okoljem Velenje.
13. Drevenšek, M. (2007, 15. februar). Komuniciranje o družbeni odgovornosti podjetij: začeti na koncu ali že prej? *1. mednarodna konferenca: Upravljanje družbene odgovornosti podjetij*. Power-point prezentacija. Ljubljana: Pristop, Planet GV.
14. East West Management Institute, EWMI (2009, september). *Survey of Reporting on Corporate Social Responsibility (CSR) by the Largest Listed Companies in 11 Central and Eastern European (CEE) Countries*. Poland: Warsaw, 2009.
15. *EMAS Presentation*. Najdeno 17. januarja 2013 na spletnem naslovu http://ec.europa.eu/environment/emas/documents/presentation_en.htm
16. EU-China Environmental Governance Programme (2013, januar). *Study Report on Policies on Corporate Social Responsibility and Corporate Environmental Information Disclosure in Selected Countries*. Najdeno 26. aprila 2013 na spletnem naslovu <http://www.chinacsrproject.org/Uploads/%7BB2EED875-1948-4767-A688->

20B361C07338%7D_Study_Policies-on-CSR_CEID-in-Selected-Countries_GIZ-CSR_Final.pdf

17. European Commission (2011, 25. oktober). *A renewed EU strategy 2011-14 for Corporate Social Responsibility*. Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the regions. Brussels: European Commission, 2011.
18. European Communities (2002). *Observatory of European SMEs 2002, No. 4 – European SMEs and social and environmental responsibility*. Belgium: European Communities.
19. Evropska komisija: Generalna direkcija za podjetništvo. (b.l.). Napotki za učinkovito komuniciranje. Najdeno 7. novembra 2012 na spletnem naslovu http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sustainable-business/files/csr/campaign/documentation/download/guide_sl.pdf
20. Fontaine, C., Haarman, A., & Schmid, S. (2006, december). *The Stakeholder Theory*. Najdeno 2. novembra 2012 na spletnem naslovu <http://edalys.fr/documents/Stakeholders%20theory.pdf>
21. *G4 Guidelines*. Najdeno 29. maja 2013 na spletnem naslovu <https://www.globalreporting.org/reporting/g4/Pages/default.aspx>
22. Gorenak, M. (b.l.). Kako lahko družbena odgovornost postane del vašega podjetja? *PoslovniSvet*. Najdeno 5. novembra 2012 na spletnem naslovu <http://www.poslovnisvet.si/clanki/podjetnistvo/kako-lahko-druzbena-odgovornost-postane-del-vasega-podjetja>
23. Gray, R., Owen, D., & Adams, C. (1996). *Accounting & accountability: changes and challenges in corporate social and environmental reporting*. London: Prentice Hall.
24. *Greenwashing*. Najdeno 24. novembra 2012 na spletnem naslovu <http://www.businessethics.ca/greenwashing/>
25. GRI (2013). *Sustainability Reporting Guidelines G4*. Najdeno 29. maja 2013 na spletnem naslovu <https://www.globalreporting.org/resource/library/GRIG4-Part1-Reporting-Principles-and-Standard-Disclosures.pdf>
26. Hauc, A. (2008, september). Družbena odgovornost managerja se začne pri zaposlenih. *Prepletanje*, (03), str. 66-67.
27. Hierarhija potreb po Maslowu. V *Wikipedii*. Najdeno 22. oktobra 2012 na spletnem naslovu http://sl.wikipedia.org/wiki/Hierarhija_potreb_po_Maslowu
28. *Horus*. Najdeno 18. septembra 2012 na spletnem naslovu <http://www.horus.si/>
29. Horvat, T. (2003). *Priprava razkritij v letnem poročilu gospodarske družbe*. Ljubljana: Zveza računovodij, finančnikov in revizorjev Slovenije.
30. Hrast, A. (2010, 17. marec). Pobuda za Nacionalno strategijo razvoja družbene odgovornosti. Najdeno 5. novembra 2012 na spletnem naslovu http://www.nekdanji-pv.gov.si/2008-2012/fileadmin/kpv.gov.si/pageuploads/datoteke_dinamika/2010_03/drugo/Anita_Hrast_-_Zasnova_Nacionalne_strategije_DO_10.pdf
31. Hrast, A. (b.l.). Slovenija postaja vse bolj aktivna na področju družbene odgovornosti podjetij. Najdeno 5. novembra 2012 na spletnem naslovu

- http://www.stajerskagz.si/Projekti/Pretekli_projekti/DOP/Gradiva_na_temo_DOP/Prispevki_pripravljeni_v_okviru_projekta/Slovenija_postaja_vse_bolj_aktivna_na_podrocju_druzbene_odgovornosti_podjetij/
32. ISO 14000 - *Environmental management*. Najdeno 10. oktobra 2012 na spletnem naslovu <http://www.iso.org/iso/iso14000>
 33. ISO 26000 – *Social responsibility*. Najdeno 13. januarja 2013 na spletnem naslovu <http://www.iso.org/iso/home/standards/management-standards/iso26000.htm>
 34. Jacobsen, J. (2011). The Quality Professional's Role in ISO 26000. *The Journal for Quality and Participation*, 34(1), 21-24.
 35. Jaklič, M. (2009). *Poslovno okolje in gospodarski razvoj*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
 36. Jernejčič Dolinar, B. (2009). Družbena odgovornost podjetij. *Znanje: teorija in praksa. Zbornik 6. študentske konference Fakultete za management Koper* (str. 307-312). Koper – Celje – Škofja Loka: Fakulteta za management Koper.
 37. *Kaj je Zlata nit?* Najdeno 5. januarja 2013 na spletnem naslovu <http://zlatanit.dnevnik.si/sl/O+projektu/Kaj+je+Zlata+nit>
 38. Kavčič, S. (1998). »Več in bolje« pri izgrajevanju sodobnih računovodskih metod in modelov. V »Več in bolje kot vodilo ekonomije, kulture in drugih znanosti na poti k odličnosti in mojstrstvu« 10. forum odličnosti in mojstrstva – Otočec (str 24-35). Ljubljana: Zveza ekonomistov Slovenije.
 39. Kozoderc, D. (2009). *Trajnovativnost: novi izzivi družbene odgovornosti podjetij*. Ljubljana: Salve.
 40. KPMG (2002). International Survey of Corporate Sustainability Reporting 2002. Najdeno 5. novembra 2012 na spletnem naslovu <http://www.gppi.net/fileadmin/gppi/KPMG2002.pdf>
 41. KPMG (2011). International Survey of Corporate Responsibility Reporting 2011. Najdeno 13. septembra 2012 na spletnem naslovu <http://www.kpmg.com/PT/pt/IssuesAndInsights/Documents/corporate-responsibility2011.pdf>
 42. Kukovič, U. (2008, 22. januar). Število certifikatov še vedno narašča. *Finance*. Najdeno 23. aprila 2013 na spletnem naslovu <http://www.finance.si/202282>
 43. Lahovnik, M. (2008). Družbena odgovornost organizacij kot dejavnik korporacijskega upravljanja podjetij v Sloveniji. *Naše gospodarstvo*, 54(5-6), 65-71.
 44. Luan, J., & Ailawadi, K. L. (2011, 24. maj). Does Corporate Social Responsibility Build Customer Loyalty? *AdAge*. Najdeno 26. aprila 2013 na spletnem naslovu <http://adage.com/article/cmo-strategy/corporate-social-responsibility-build-customer-loyalty/227729/>
 45. Marx, T. G. (1992-1993). Corporate Social Performance Reporting. *Public Relations Quarterly*, 37(4), 38-44.
 46. Mijatovic, I. S., & Stokic, D. (2010). The Influence of Internal and External Codes on CSR Practice: The Case of Companies Operating in Serbia. *Journal of Business Ethics*, 94(4), 533-552.

47. Milton Friedman. V *Wikipedii*. Najdeno 23. novembra 2012 na spletnem naslovu http://en.wikipedia.org/wiki/Milton_Friedman
48. *Najboljše letno poročilo*. Najdeno 12. januarja 2013 na spletnem naslovu <http://www.finance-akademija.si/nlp2011/index.php?go=600>
49. *O certifikatu*. Najdeno 12. januarja 2013 na spletnem naslovu <http://www.certifikatdpp.si/o-certifikatu/>
50. OHSAS 18001. V *Wikipedii*. Najdeno 10. oktobra 2012 na spletnem naslovu http://en.wikipedia.org/wiki/OHSAS_18001
51. *Overview of Corporate Social Responsibility*. Najdeno 16. februarja 2013 na spletnem naslovu <http://www.bcn.ufl.edu/ckibert/Poland/MiscMaterials/CSR-Overview-bsr.htm>
52. Petrinja, M. (2009a). Kako v letnem poročilu poročati o trajnostnem razvoju. *Računovodstvo, davki in pravo*, (1), 29-31.
53. Petrinja, M. (2009b). Poslovno poročilo v malih podjetjih. *Računovodstvo, davki in pravo*, (3), 6-16.
54. *Poslovna odličnost (PRSCO)*. Najdeno 12. januarja 2013 na spletnem naslovu http://www.mirs.gov.si/si/delovna_podrocja/poslovna_odlicnost_prspo/
55. Post, J. E., Frederick, W. C., Lawrence, A. T., & Weber, J. (1996). *Business and Society: Corporate Strategy, Public Policy, Ethics* (8th ed.). New York: McGraw-Hill.
56. Post, J. E., Lawrence, A. T., & Weber, J. (2002). *Business and Society: Corporate Strategy, Public Policy, Ethics* (10th ed.). New York: McGraw-Hill.
57. Potočan, V., & Mulej, M. (2007). Družbena odgovornost trajnostnega podjetja. *Organizacija: revija za management, informatiko in kadre*, 40(5), A129-A133.
58. *Projekt o družbeni odgovornosti MSP*. Najdeno 12. januarja 2013 na spletnem naslovu http://www.stajerskagz.si/Projekti/Pretekli_projekti/DOP/Druzbeni_odgovornost_podjetij/Projekt_o_druzbeni_odgovornosti_MSP/
59. *Raziskava – razumevanje družbene odgovornosti*. Najdeno 6. januarja 2013 na spletnem naslovu <http://www.piar.si/sekcije-drustva/sekcija-za-spodbujanje-druzbene-odgovornosti/raziskava-razumevanje-druzbene-odgovornosti/>
60. *Responsible Care*. Najdeno 19. januarja 2013 na spletnem naslovu <http://www.icca-chem.org/en/Home/Responsible-care/>
61. SGS (2009, september). ISO 9001 Quality Management Systems: Audit, Certification & Training services. Najdeno 17. septembra 2012 na spletnem naslovu http://www.sgs.com/~/_media/Global/Documents/Brochures/SGS_SSC_NG_ISO_9001_web_LR.pdf
62. Slapničar, S. (2004). Poročanje o družbeni odgovornosti izdajateljev (rezultati raziskave, 2004). Power-point prezentacija. Univerza v Ljubljani: Ekonomska fakulteta.
63. Slapničar, S. (2005). Kako poročati o družbeni odgovornosti: Obveščate zainteresirano javnost ali odvrčate pozornost do problemov? *Manager: revija za podjetje*, (1), 44-47.
64. Slovenska fundacija za trajnostni razvoj (1995, junij). *Agenda 21 za Slovenijo – prispevek nevladnih organizacij*. Ljubljana: Umanotera, Slovenska fundacija za trajnostni razvoj.
65. Spletna stran analiziranega podjetja A, 2013.

66. Spletna stran analiziranega podjetja B, 2013.
67. Spletna stran analiziranega podjetja C, 2013.
68. Spletna stran analiziranega podjetja D, 2013.
69. Spletna stran analiziranega podjetja E, 2013.
70. Spletna stran analiziranega podjetja F, 2013.
71. Spletna stran analiziranega podjetja G, 2013.
72. Spletna stran analiziranega podjetja H, 2013.
73. Spletna stran analiziranega podjetja I, 2013.
74. Spletna stran analiziranega podjetja J, 2013.
75. Spletna stran analiziranega podjetja K, 2013.
76. Spletna stran analiziranega podjetja L, 2013.
77. Spletna stran analiziranega podjetja M, 2013.
78. Spletna stran analiziranega podjetja N, 2013.
79. Spletna stran analiziranega podjetja O, 2013.
80. Spletna stran analiziranega podjetja P, 2013.
81. Spletna stran analiziranega podjetja R, 2013.
82. Spletna stran analiziranega podjetja S, 2013.
83. Sree, R. R. (2009, 10. november). Arguments for and against Social Responsibility. Najdeno 27. oktobra 2012 na spletnem naslovu <http://www.citeman.com/7667-arguments-for-and-against-social-responsibility.html>
84. *Status pooblaščenega gospodarskega subjekta AEO*. Najdeno 19. marca 2013 na naslovu http://www.carina.gov.si/si/podjetja/status_pooblascenega_gospodarskega_subjekta_ao
85. Swaen, V., & Chumpitaz C., R. (2008). Impact of Corporate Social Responsibility on consumer trust. *Recherche et Applications en Marketing*, 23(4), 7-33.
86. Tepper Marlin, A., & Tepper Marlin, J. (2003, 9. marec). A brief history of social reporting. Najdeno 19. septembra 2012 na spletnem naslovu http://www.mallenbaker.net/csr/page.php?Story_ID=857
87. *The European Union's Lisbon Strategy* (2006). Najdeno 24. oktobra 2012 na spletnem naslovu <http://www.etuc.org/a/652>
88. Tilling, M. (b.l.). Corporate Social Reporting: A Cook's Tour. Najdeno 19. novembra 2012 na spletnem naslovu <http://ehlt.flinders.edu.au/projects/counterpoints/PDF/A15.pdf>
89. Tóth, G. (2008). *Resnično odgovorno podjetje: netrajnostni razvoj, orodja družbene odgovornosti podjetij, boljši strateški pristop*. Ljubljana: GV Založba.
90. Tschopp, D., Wells, S., & Barney, D. (2012). The institutional promotion of corporate social responsibility reporting. *Journal of Academic and Business Ethics*, 5, 1-18.
91. *Uvajanje sistemov za ravnanje z okoljem*. Najdeno 23. aprila 2013 na spletnem naslovu http://kazalci.arso.gov.si/?data=indicator&ind_id=525
92. Van der Laan, S. (2009). The Role of Theory in Explaining Motivation for Corporate Social Disclosures: Voluntary Disclosures vs 'Solicited' Disclosures. *Australasian Accounting Business and Finance Journal*, 3(4), 13-29.
93. Vezjak, B. (2002). Trajnostni razvoj podjetja. *Revizor: revija o reviziji*, XIII(4-5), 41-69.

94. *What is Social Accountability (SA) 8000 Standard?* Najdeno 13. januarja 2013 na spletnem naslovu http://www.cpttm.org.mo/quality/info/sa8000/sa8000_e.htm
95. World Business Council for Sustainable Development – WBCSD (b.l.). *Corporate Social Responsibility: Meeting changing expectations*. Geneva: WBCSD.
96. World Commission on Environment and Development – WCED (1987). *Our Common Future*. Oxford: Oxford University Press.

PRILOGE

KAZALO PRILOG

Priloga 1: <i>Proučevana podjetja in njihov način poročanja med leti 2005 – 2011</i>	1
Priloga 2: <i>Vprašalnik o družbeni odgovornosti</i>	8

Priloga 1: Proučevana podjetja in njihov način poročanja med leti 2005 – 2011

Podjetje A

Družba ima v letnem poročilu poglavje o trajnostnem razvoju od samega začetka proučevanega obdobja, kar pomeni, da o le-tem poroča najmanj od leta 2005. Že v tem letu je bilo poglavje o trajnostnem razvoju obsežno, obsegalo je 11 strani z besedilom zapisanim tako v slovenskem kot tudi v angleškem jeziku. V letu 2005 so se osredotočili predvsem na upravljanje s človeškimi viri (tj. nagrajevanje uspešnosti zaposlenih, razvoj zaposlenih in izobraževanje, odnosi z zaposlenimi, vključenost zaposlenih v družbeno skupnost, organizacijska klima in zadovoljstvo zaposlenih ipd.), na kakovost poslovanja ter skrb za okolje. Že v naslednjem letu (torej letu 2006) je bilo poglavje v letnem poročilu zapisano kot »Trajnostni razvoj in družbena odgovornost«, vsebina pa je v primerjavi s preteklim letom vključevala tudi razvoj in raziskave, družbeno odgovornost – vpetost v širše okolje, korporativno komuniciranje, ugled družbe ter upravljanje znamk. Celotno poglavje je vsebovalo 22 strani v slovenskem in v angleškem jeziku. Od leta 2009 dalje so poglavje poimenovali le »Trajnostni razvoj«, letno poročilo pa je zapisano samo v slovenščini. V letu 2010 je presenetljivo to, da poglavje o trajnostnem razvoju vsebuje le slabih 6 strani, v letu 2011, ko se le-to imenuje »Trajnostno poročilo«, pa zopet več – 19 strani.

Podjetje B

Tudi to podjetje o družbeni odgovornosti poroča znotraj letnega poročila, v okviru poglavja »Trajnostni razvoj«, najmanj od leta 2005. V vseh proučevanih letih je poglavje vključevalo zaposlene (tj. informacije o številu in izobrazbeni strukturi zaposlenih, izobraževanju in razvoju, skrbi za zaposlene) ter odnos do družbenega in naravnega okolja, skupno 4-5 strani, v letu 2011 pa stran več – torej 6 strani.

Podjetje C

»Trajnostno poročilo« je vključeno v letno poročilo najmanj od leta 2005. Med letoma 2005 in 2006 so poročila predstavljena v slovenskem in v angleškem jeziku, obseg trajnostnega poročila v letu 2005 pa predstavlja 5 strani zapisanih v slovenščini. V tem letu je »Trajnostno poročilo« razdeljeno na naslednje štiri vsebine: družbena odgovornost, okoljska dejavnost, kakovost poslovanja in varnost na letališču. V letu 2006 so poglavja nekoliko spremenjena, saj ne vključujejo družbene odgovornosti, ampak le varovanje okolja, varnost civilnega letalstva, nadzorovanje kakovosti dela in sodelovanje z okoljem (sem sodijo sponzorstva in donacije), skupno 7 strani. Iste vsebine so obravnavane tudi v letu 2007 in prikazane na 5 straneh. Najmanj je bilo o trajnostnem razvoju zapisano med letoma 2008 (le 3 strani) in 2009 (4 strani), v letu 2010 in 2011 pa nekoliko več – tj. 8 strani. V teh dveh letih je podjetje tudi prvič uporabilo grafe za prikazovanje odpadkov ter gibanje povprečnih kazalnikov hrupa. Glavne vsebine poročanja v letu 2011 pa so bile: skrben in varen zaposlovalec, potniki in splošna javnost, sponzorstva in donacije ter varovanje okolja.

Podjetje D

V vseh proučevanih letih podjetje sicer ima poglavje »Družbena odgovornost«, le da je to zapisano zelo skromno – na 1/3 strani. Med vsemi leti je besedilo tudi skoraj popolnoma identično – poleg opredeljene družbene odgovornosti ves čas navajajo, da je v ospredju njihove pozornosti tudi odnos do lokalne skupnosti (podpiranje različnih dejavnosti), pri sponzoriranju športnih in kulturnih dejavnosti pa daje podjetje prednost otrokom zaposlenih. Poleg tega pa podjetje vsebino družbene odgovornosti opisuje tudi znotraj drugih poglavjih, kot so: »Prodaja, trženje in kupci«, »Zaposleni«, »Dobavitelji« in »Okoljevarstveno delovanje«.

Podjetje E

Podjetje je leta 2005 sicer že poročalo o družbeni odgovornosti, vendar pa se je poglavje imenovalo »Temelji razvoja«, in je vsebovalo zaposlene, naložbe, razvojno dejavnost, zagotavljanje kakovosti in ravnanje z okoljem, skupaj dobre 3 strani. V letu 2007 so poglavju dodali še vsebino varnost in zdravje, leta 2008 pa izdali samostojno »Poročilo o ravnanju z okoljem ter varnosti in zdravju pri delu«, v obsegu 23 strani. Istoimensko poročilo so prav tako izdali leta 2009, na skupno 21 straneh, leta 2011 pa je poročilo vsebovalo 33 strani. Leta 2010 so poglavje preimenovali v »Temelji razvoja in družbena odgovornost«, ki je vključevalo iste vsebine kot predhodno imenovano poglavje »Temelji razvoja«, poglavje pa je bilo zapisano na 4 straneh. Šele v letu 2011 je podjetje namenilo družbeni odgovornosti svoje poglavje z naslovom »Družbena odgovornost«, ki je pokrivalo vsebine ravnanje z okoljem, varnost in zdravje, družbeni projekti ter donacije in sponzorstva, vendar le 2 strani. Od leta 2008 pa podjetje izdaja tudi okoljske izjave za eno izmed svojih poslovnih enot.

Podjetje F

Podjetje v letno poročilo vključuje poglavje »Poročilo o družbeni odgovornosti« najmanj od leta 2005. Že v tem letu je poročilo vsebovalo 14 strani, zajelo pa naslednje odgovornosti: odgovornost do zaposlenih, do uporabnikov izdelkov in storitev, do ožje in širše družbene skupnosti, do naravnega okolja ter poglavje EMAS okoljska izjava. Naštete štiri odgovornosti je podjetje vključilo v istoimensko poročilo tudi med leti 2006 in 2008. V letu 2006 in 2007 je poglavje zajemalo 10 strani, leta 2008 le 5 strani, v letu 2009 (vsebina: zaposleni, odgovornost do družbenega okolja ter okolje oziroma ekologija) pa zopet 10 strani. Poglavje se leta 2010 (8 strani) in 2011 imenuje le »Družbena odgovornost« in predstavlja zaposlene, družbeno okolje ter ekologijo oziroma skrb za okolje. V letu 2011 je poglavje najbolj razširjeno, prvič je mogoče zaslediti tudi krajši odstavek, ki opredeljuje odnos do dobaviteljev, celotno poglavje v tem letu pa obsega 20 strani.

Podjetje G

»Poročilo o družbeni odgovornosti« je zajeto v letnem poročilu že od leta 2005, ki je v tem letu obsegalo 5,5 strani in bilo razdeljeno na odgovornost do zaposlenih, odgovornost do ožje in širše družbene skupnosti ter odgovornost do naravnega okolja. Tudi med leti 2006 in

2011 se je poglavje imenovalo »Poročilo o družbeni odgovornosti«, ki je zajemalo področja odgovornosti do zaposlenih, odgovornosti do naravnega okolja ter odgovornosti do širše družbene skupnosti, vsebina pa se je gibala na obsegu med 6 in 8 stranmi. Leta 2011 je odgovornost do zaposlenih vključevala vsebine o kadrovske politiki, zaposlovanju kadrov, prostovoljnem pokojninskem zavarovanju, zaposlenih in družbeni skupnosti, izobraževanju, študiju ob delu ter štipendiranju, področje odgovornosti do naravnega okolja pa vsebine o obnovljivih virih energije, projektoma Modra energija in Modri Jan ter učinkoviti rabi energije.

Podjetje H

V letu 2005 so bile teme družbene odgovornosti zajete v različnih poglavjih, kot na primer: »Nabava in dobavitelji«, »Ravnanje z ljudmi«, »Kakovost in poslovna odličnost«, »Vpliv na okolje« ter »Odgovornost do družbe«, kamor so vključevali projekte za spodbujanje tehničnega izobraževanja, sprejemanje dijakov in študentov na obiske in predstavitve poklicev ter sponzorstva in donacije. Od leta 2006 dalje so poglavja sicer ostala nespremenjena, le »Odgovornost do družbe« so razčlenili na: vpliv na ljudi in skupnosti ter poročilo o trajnostnem razvoju – vpliv na okolje. Ti dve razčlenitvi sta zapisani na eni strani, vsaka izmed njiju obsega polovico strani.

Podjetje I

Najmanj od leta 2005 podjetje v letno poročilo vključuje tudi poglavje o družbeni odgovornosti (zaposleni, komuniciranje ter odgovornost do naravnega okolja – skupno 12 strani), od leta 2006 do leta 2010 pa poglavje govori o trajnostnem razvoju²⁵, ki zajema ista tri podpoglavja, kot poglavje »Družbena odgovornost« v letu 2005. Med temi leti se obseg zapisanega o trajnostnem razvoju giblje med 12 in 17 stranmi. V letu 2011 je poglavje »Trajnostni razvoj« razčlenjeno na pet odgovornosti, in sicer: na odgovornost do zaposlenih, do vlagateljev, odjemalcev, družbenega ter naravnega okolja, celotno poglavje pa zajema 14 strani.

Podjetje J

V vseh proučevanih letih letna poročila vključujejo poglavje o trajnostnem razvoju. Leta 2005 je »Okoljsko poročilo« predstavljalo svoje poglavje v okviru poslovnega dela poročila, leto kasneje pa so to poročilo že vključili znotraj poglavja »Trajnostno poročilo«. V letu 2006 so bile obravnavane naslednje vsebine: upravljanje s kadri, sodelovanje z lokalnim okoljem in okoljsko poročilo, celotno poglavje pa je bilo zajeto na 10 straneh (v primerjavi z letom 2005, kjer je bilo »Trajnostno poročilo« obravnavano le na 2 straneh, »Okoljsko poročilo« pa na 5 straneh). Leta 2007 se poglavju »Trajnostni razvoj« pridruži še vsebina o dobaviteljih in odjemalcih, poglavje pa obsega 11 strani. V letu 2009 vsebina o dobaviteljih in odjemalcih ni več prikazana kot samostojno podpoglavje v okviru poglavja »Poročilo o trajnostnem razvoju«, temveč je vključena znotraj podpoglavja družbeno okolje. V letu 2010

²⁵ V letu 2004 je podjetje »Trajnostno poročilo« izdalo v obliki samostojne publikacije, ki je dostopno na njihovi spletni strani (Spletna stran analiziranega podjetja I, 2013).

in 2011 je vsebina zopet zajeta v svojem podpoglavju, poleg tega pa podjetje v teh dveh letih znotraj poglavja »Trajnostni razvoj« doda tudi vsebino poslovna odličnost in sistem vodenja kakovosti. V letih 2010 in 2011 poglavje o trajnostnem razvoju zajema 20.

Podjetje K

Med leti 2005 in 2009 je podjetje poročalo o družbeni odgovornosti bolj na splošno, saj letna poročila niso vključevala poglavja o družbeni odgovornosti. So pa zato družbeno odgovornost zajeli v poglavjih: »Zaposleni«, »Oskrba z vodo« ter »ISO in kakovost vode«. Konkretnije pa so družbeno odgovornost pričeli omenjati in o njej pisati leta 2010. Znotraj poglavja »Družbena odgovornost« so v tem letu pisali o zagotavljanju zdrave in neoporečne pitne vode, o družbeni odgovornosti do ohranjanja okolja in seznanjanja najširše javnosti, o družbeni odgovornosti do ožje lokalne in širše družbene skupnosti ter o odgovornosti do zaposlenih in o družini prijaznemu podjetju – skupno na 4 straneh. V letu 2011 je podjetje družbeno odgovornost zapisalo na 2 straneh, kot ključna področja družbeno odgovornega ravnanja pa navajajo predvsem odnos do zaposlenih, do uporabnikov, do lokalnih skupnosti in še posebej odnos do okolja. Konec istega leta je podjetje tudi prejelo Slovensko nagrado za družbeno odgovornost Horus, v kategoriji srednje velikih podjetij.

Podjetje L

V letu 2005 in 2006 je podjetje v poslovnem poročilu pisalo o družbeno odgovornem delovanju. Leta 2005 je to poglavje zajemalo 4 strani in obravnavalo naslednji dve vsebini: vpetost v družbeno okolje in okoljevarstvene aktivnosti. V naslednjem letu se poglavje razširi in poleg omenjenih področij zajema tudi vsebine: skrb za zaposlene, skrb za kupce, odnose z lastniki in finančnimi javnostmi ter odnose s poslovnimi partnerji, kar je prikazano na 9 straneh. Med letoma 2007 (12 strani) in 2008 (10 strani) se poglavje imenuje le »Družbena odgovornost« in zajema sponzorstva, donacije in vključevanje v humanitarne akcije, skrb za okolje, razvoj zaposlenih ter komuniciranje s kupci. V letu 2009 je zanimivo, da poglavje o družbeni odgovornosti zajema le 1 stran, ki govori predvsem o sponzorstvih, donacijah in humanitarnih akcijah, poglavji »Skrb za okolje« in »Razvoj zaposlenih« pa sta prikazani ločeno. Med letoma 2010 in 2011 je zopet viden preskok, saj se poročilo preimenuje v »Trajnostno poročilo«, in je dolgo 25 oziroma 31 strani. V letu 2011 je trajnostno delovanje razdeljeno na področja: odgovornost do kupcev, zaposlenih, naravnega okolja, družbenega okolja, dobaviteljev, zagotavljanja varnosti in na odgovornost do kakovosti, zanimiv pa je tudi prikaz vsebinskega kazala po smernicah trajnostnega poročanja GRI G3.1. Poročila so med vsemi proučevanimi leti tudi zelo vizualno razgibana, saj vključujejo barve, slike, tabele, grafe.

Podjetje M

Podjetje je o družbeni odgovornosti začelo pisati šele leta 2007 in temu namenilo 3,5 strani. Pred tem pa so v letna poročila vključevali le »Upravljanje s človeškimi viri«. Leta 2008 so na obsegu 5 strani poročali o odgovornosti do lokalne skupnosti (šport, kultura, humanitarne akcije), o odnosih in komuniciranju z zaposlenimi, z lastniki, z mediji in s strankami, o

aktivnostih banke v raziskavah in razvoju ter o odnosu do naravnega okolja. V letu 2009 dodajo še odnose in komuniciranje z investicijsko javnostjo ter dobavitelji, poročilo pa predstavijo na dobrih 2 straneh. Leta 2010 je obseg poročila zopet nekoliko daljši, obsega 5 strani, z enako strukturo poglavij kot v predhodnem letu. Najbolj obširno poročilo pa izdajo v letu 2011 (7 strani), kjer predstavijo bistvene aktivnosti na področju družbene odgovornosti tega leta, njihove pretekle izkušnje ter predstavijo program družbene odgovornosti in trajnostnega razvoja, ki vključuje lastnike, naravno okolje, stranke, odnose z javnostmi in zaposlene.

Podjetje N

Podjetje o družbeni odgovornosti poroča najmanj od leta 2005, saj je v tem letu znotraj poglavja »Standardi poslovanja« zapisalo, da je podjetje družbeno odgovorno, etično in poslovno odlično podjetje. V omenjenem poglavju so na kratko predstavili poslovno in tehnično standardizacijo podjetja, skrb za naravno okolje in družbeno odgovornost, ki omenja predvsem podporo številnim športnim, kulturnim in drugim projektom, ostala področja družbene odgovornosti pa je opredelilo v drugih poglavjih, kot so: »Naložbe in razvoj«, »Zaposleni«, »Kupci«. Leta 2006 se poglavje imenuje »Sistem kakovosti, varovanje okolja in družbena odgovornost«, znotraj katerega so predstavljena vsa tri področja na 12 straneh. Leta 2007 se poglavje že imenuje »Trajnostni razvoj«, in na 18 straneh obravnava zaposlene, merjenje zadovoljstva kupcev, naložbe, sistem kakovosti, informacijsko tehnologijo in družbeno odgovornost. Istega leta podjetje izda še samostojno »Okoljsko poročilo« na 79 straneh. Tudi v letu 2008 je »Trajnostni razvoj« predstavljen z enakimi vsebinskimi področji kot v predhodnem letu, le da v tem letu poglavje obsega 2 strani več. Med leti 2009 in 2011 podjetje omenjenim šestim področjem doda še varstvo okolja, ki je bilo v preteklih letih obravnavano kot samostojno poglavje »Okoljska dejavnost«, celotno poglavje pa obsega 17, 15 oziroma 16 strani. Poglavja o trajnostnem razvoju so lepo oblikovana, saj prikazujejo različne grafe, slike, barvni tisk, kar pri bralcu spodbudi večje zanimanje za branje vsebine.

Podjetje O

Že v letu 2005 lahko zasledimo v poslovnem delu letnega poročila poglavje »Družbena odgovornost« (objem z razlogom, naklonjeni uporabniku in okolju prijazni), ki je obsegalo 5 strani, zapisanih v slovenskem in v angleškem jeziku (v obeh jezikih so bila poglavja v letnih poročilih zapisana do vključno leta 2007). V letu 2006 so svojo družbeno odgovornost zapisali na 6 straneh, pod istimi poglavji kot leta 2005. Naslednje leto poglavje preimenujejo v »Trajnostni razvoj«, poglavje pa je vključevalo bolj razčlenjeno vsebino kot v predhodnih dveh letih: dejavni in družbeno odgovorni, zaposleni, komuniciranje, varovanje ljudi in okolja, skrb za uporabnike, donacije ter sponzorstva, na skupno 17 straneh. Med leti 2008 in 2010 (8 strani) je bilo poglavje zopet preimenovano, tokrat v »Re.misli«. Teme znotraj omenjenega poglavja so bile v omenjenih treh letih podobne, le drugače strukturirane in imenovane. V letu 2008 (9,5 strani) je bilo mogoče prvič opaziti tudi grafe in tabele, znotraj poglavja o zaposlenih. Leta 2011 so družbeno odgovorne aktivnosti ponovno zapisane v

poglavju »Družbena odgovornost«, ki je vključevalo odgovornost do zaposlenih, poslovno odgovornost, odgovornost do okolja in odgovornost do ljudi, na 11 straneh. V vseh proučevanih letih je podjetje največ poročalo in tudi bilo najbolj aktivno na področju donacij in sponzorstev.

Podjetje P

Med letoma 2005 in 2006 je družba v letno poročilo vključila poglavje z naslovom »Povezanost in vpetost banke v okolje«, v katerem navajajo, da se čutijo odgovorne za okolje v katerem delujejo in ustvarjajo. V tem poglavju le na kratko predstavljajo udejstvovanja na področjih kulture, filantropije (npr. sredstva za nakup medicinskih aparatov ipd.) in športa. Leta 2007 je omenjena tematika že del poglavja »Družbena odgovornost«, ki poleg povezanosti in vpetosti banke v okolje vključuje tudi vrednote in spremembe korporacijske identitete ter človeške vire, skupno na 3 straneh. V letih 2008 in 2009 poglavja o družbeni odgovornosti ni, sta pa znotraj poslovnega poročila ponovno prikazani ločeni poglavji, ki govorita o zaposlenih ter o povezanosti in vpetosti banke v okolju. Poglavje o trajnostnem razvoju in družbeni odgovornosti pa je zopet vidno od leta 2010 dalje, ko vključuje glavna tri področja trajnostnega razvoja: gospodarski in socialni razvoj ter varstvo okolja. V letu 2010 poglavje obsega 9 strani, leta 2011 pa 6 strani.

Podjetje R

V letu 2005 je podjetje pisalo o družbeni (zajemalo je le sponzorstva in donacije) in okoljski odgovornosti znotraj poglavja »Družbena in okoljska odgovornost« na 2 straneh, medtem ko so bila poglavja »Komuniciranje s ciljnim javnostmi«, »Merjenje ugleda in zadovoljstvo uporabnikov«, »Kakovost dela, omrežij in storitev« ter »Upravljanje s človeškimi viri« prikazana ločeno. Od leta 2006 dalje podjetje prikazuje obsežnejšo vsebino znotraj poglavja »Trajnostno poročilo«, ki v tem letu poleg družbene in okoljske odgovornosti zajema tudi odgovorno upravljanje človeških virov, v obsegu 10 strani. Leta 2007 (skupno 15 strani) in 2008 (skupno 19 strani) »Trajnostno poročilo« vključuje širšo razčlenitev, ki zajema naslednje odgovornosti: odgovoren odnos do zaposlenih, do družbenega okolja, do naravnega okolja, do uporabnikov, do dobaviteljev ter odgovoren odnos do varovanja informacij. Ista vsebina je zajeta tudi v letu 2009, le da sta tu dodani še odgovornost do kakovosti ter vsebinsko kazalo po smernicah poročanja GRI G3. Na koncu poglavja je prikazana tudi izjava neodvisnega revizorja o trajnostnem poročilu, celotno poglavje pa obsega 24 strani. Poročilo je bilo obširno tudi leta 2010 (zajemalo je 28 strani), in bilo strukturirano enako kot v predhodnem letu. V letu 2011 v kazalu ni več mogoče zaslediti poglavja »Trajnostno poročilo«, saj je letno poročilo integrirano s trajnostnim poročilom, ki je sestavljeno skladno s smernicami GRI. Vsa omenjena področja so sicer še vedno obravnavana znotraj poslovnega poročila, le da niso prikazana skupaj – besedilo, ki obravnava trajnostni razvoj pa je zapisano na 26 straneh.

Podjetje S

Poglavje »Družbena odgovornost« je moč opaziti že v letu 2005. Poročilo v tem letu je bilo sicer skromno, saj je bilo zapisano na cca. 1 strani, omenjena pa je le vsebina o sponzorstvih in donacijah, na področju športa, kulture, zdravstva, kar so tudi strukturno prikazali v obliki grafikona. Leta 2006 se poglavje imenuje »Poročilo o trajnostnem razvoju«, od leta 2007 dalje pa le »Trajnostni razvoj«. Vsebina v letu 2006 je nekoliko bolj obširna kot v predhodnem letu, poglavje pa je razdeljeno na upravljanje človeških virov, družbeno odgovornost (sponzorstva) in interno ekološko ozaveščenost (ločevanje odpadkov), skupno 5 strani. V letu 2007 poglavje obsega 8 strani, in je razdeljeno na upravljanje človeških virov ter odgovoren odnos do družbenega in naravnega okolja, kjer so opredeljena pomembnejša sponzorstva in donacije ter ekološka zavest, ki jo spremljajo donacije, namenjene ekološkim projektom (zaradi njihovega neposrednega vpliva na naravno okolje). Leta 2008 je vsebina enaka kot v letu 2007, predstavljena na 7 straneh. V letu 2009 pa poglavje ne obsega več le 2 podpoglavij, ampak štiri, in ta so: družbena odgovornost kot vrednota (tako so jo opredelili v strategiji za obdobje 2010 - 2013), upravljanje družbene odgovornosti, upravljanje človeških virov, odgovoren odnos do družbenega in naravnega okolja ter odgovoren odnos do naravnega okolja, na skupno 14 straneh. Poglavju »Trajnostni razvoj« v letu 2010 dodajo še vsebini o dobaviteljih in poslovnih partnerjih ter o odgovornem odnosu do zavarovancev, in vse skupaj prikažejo na 16 straneh. Leta 2011 poglavje zapišejo na 21 straneh, v primerjavi z letom 2010 pa tu prikažejo tudi vsebino notranje in zunanje komuniciranje z deležniki ter komuniciranje z vlagatelji. Na zadnji strani poglavja od leta 2009 podjetje prikazuje tudi vsebino kazala po smernicah poročanja GRI – sprva po GRI G3, v letu 2011 pa uporabi njihovo posodobljeno različico GRI G3.1.

Priloga 2: Vprašalnik o družbeni odgovornosti

VPRAŠALNIK O DRUŽBENI ODGOVORNOSTI SLOVENSКИH PODJETIJ

Pozdravljeni!

Sem Petra Kolarec, absolventka podiplomskega študija Ekonomske fakultete v Ljubljani. Za pomoč pri raziskavi na temo družbene odgovornosti slovenskih podjetij, vas prosim, da izpolnite spodnji vprašalnik. Vprašalnik je razdeljen na 15 vprašanj z podvprašanji - izpolnitev vam bo vzela cca. 10 minut časa, s tem pa boste pomagali meni, da uspešno napišem svojo magistrsko delo. Vprašalnik je **anonimen** in bo uporabljen izključno za potrebe raziskave.

Za sodelovanje se vam najlepše zahvaljujem in vas lepo pozdravljam,
Petra Kolarec

VPRAŠANJA O DRUŽBENI ODGOVORNOSTI PODJETJA (DOP)

1. Ali ima podjetje oddelek/zaposlene, ki se ukvarja/jo izključno z družbeno odgovornostjo? DA /NE
2. Ali ima podjetje posebno poročilo o družbeni odgovornosti? DA / NE
3. Kje podjetje navaja podatke o DOP (obkrožite ustrezen odgovor)?
 1. spletna stran podjetja
 2. letno poročilo
 3. trajnostno poročilo
 4. posebno poročilo o DOP
 5. letno poročilo in spletna stran podjetja
 6. trajnostno poročilo in spletna stran podjetja
 7. posebno poročilo o DOP in spletna stran podjetja
 8. letno in trajnostno poročilo
 9. letno in posebno poročilo o DOP
 10. v vseh zgoraj naštetih primerih
 11. ne navaja podatkov o DOP (*v tem primeru, ne nadaljujte z izpolnjevanjem vprašalnika*)
4. Kdaj (katerega leta) je podjetje začelo pisati/poročati o družbeni odgovornosti? Leta _____
5. Spodnji sklop vprašanj se nanaša na odgovornost do ZAPOSLENIH (trditve so razdeljene na odnos podjetja do človeških virov, drugi del trditve pa na varnost in zdravje pri delu). Vsako trditev ustrezno označite, glede na njeno veljavnost za vaše podjetje (1-trditev popolnoma ne velja, 2-ne velja, 3-nevtraln, 4-velja in 5-popolnoma velja)

ČLOVEŠKI VIRI	Popolnoma ne velja	Ne velja	Nevtraln	Velja	Popolnoma velja
5.1. Naše podjetje spodbuja strokovni in osebni razvoj zaposlenih	1	2	3	4	5

ČLOVEŠKI VIRI	Popolnoma ne velja	Ne velja	Nevtralno	Velja	Popolnoma velja
5.2. Naše podjetje se zavzema za odpravo vseh oblik diskriminacije na delovnem mestu	1	2	3	4	5
5.3. Naše podjetje zagotavlja varnost in sigurnost zaposlitve (npr. tudi po daljši bolniški odsotnosti)	1	2	3	4	5
5.4. Naše podjetje zaposlenim omogoča ravnovesje med delom in družino oz. prostim časom	1	2	3	4	5
5.5. Naše podjetje zagotavlja zaposlitvene možnosti ranljivih skupin	1	2	3	4	5
5.6. Naše podjetje zaposlenim omogoča kolektivno dodatno prostovoljno pokojninsko zavarovanje	1	2	3	4	5
5.7. Naše podjetje omogoča porodniški dopust tako ženskam kot moškim	1	2	3	4	5
5.8. Naše podjetje za zaposlene prireja športne, kulturne in druge družabne dogodke	1	2	3	4	5
5.9. Naše podjetje zaposlenim omogoča dnevno varstvo njihovih majhnih otrok	1	2	3	4	5

ZDRAVJE IN VARNOST PRI DELU	Popolnoma ne velja	Ne velja	Nevtralno	Velja	Popolnoma velja
5.A. Naše podjetje zaposlene redno napotuje na zdravniške preglede	1	2	3	4	5
5.B. Naše podjetje izobražuje zaposlene na področju varnosti pri delu	1	2	3	4	5
5.C. Naše podjetje uporablja opremo, ki omogoča varno delovno mesto	1	2	3	4	5
5.D. Naše podjetje se zavzema za zniževanje hrupa	1	2	3	4	5
5.E. Naše podjetje se zavzema za zniževanje vpliva škodljivih snovi pri delu	1	2	3	4	5
5.F. Naše podjetje deluje v skladu s predpisi za zdravje in varnost na delovnem mestu	1	2	3	4	5

6. Spodnji sklop vprašanj se nanaša na odgovornost do KUPCEV. Vsako trditev ustrezno označite, glede na njeno veljavnost za vaše podjetje (1-trditev popolnoma ne velja, 2-ne velja, 3-nevtralnno, 4-velja in 5-popolnoma velja).

KUPCI	Popolnoma ne velja	Ne velja	Nevtralnno	Velja	Popolnoma velja
6.1. Naše podjetje zagotavlja svojim strankam kakovostne izdelke in/ali storitve	1	2	3	4	5
6.2. Naše podjetje zagotavlja svojim strankam varne in zanesljive izdelke in/ali storitve	1	2	3	4	5
6.3. Naše podjetje določa realne cene izdelkom in/ali storitvam	1	2	3	4	5
6.4. Naše podjetje zagotavlja popolne in točne informacije ter stranke izobražuje	1	2	3	4	5
6.5. Naše podjetje spremlja zadovoljstvo strank	1	2	3	4	5
6.6. Naše podjetje oglašuje etično in pošteno	1	2	3	4	5
6.7. Naše podjetje rešuje reklamacije hitro in učinkovito	1	2	3	4	5

7. Spodnji sklop vprašanj se nanaša na naša na odgovornost do DOBAVITELJEV. Vsako trditev ustrezno označite, glede na njeno veljavnost za vaše podjetje (1-trditev popolnoma ne velja, 2-ne velja, 3-nevtralnno, 4-velja in 5-popolnoma velja).

DOBAVITELJI	Popolnoma ne velja	Ne velja	Nevtralnno	Velja	Popolnoma velja
7.1. Naše podjetje ima korekten odnos do dobaviteljev	1	2	3	4	5
7.2. Naše podjetje zagotavlja, da so dobavitelji vedno plačani pravočasno	1	2	3	4	5
7.3. Naše podjetje izbira in ocenjuje dobavitelje na podlagi izdelanih kriterijev	1	2	3	4	5
7.4. Naše podjetje spoštuje vse pogodbene obveznosti do dobaviteljev	1	2	3	4	5
7.5. Naše podjetje dobavitelje spodbuja k družbeno odgovornim ravnanjem (varovanju okolja, sponzorstvom, donacijam, ...)	1	2	3	4	5

8. Spodnji sklop vprašanj se nanaša na odgovornost do NARAVNEGA OKOLJA. Vsako trditev ustrezno označite, glede na njeno veljavnost za vaše podjetje (1-trditev popolnoma ne velja, 2-ne velja, 3-nevtralnno, 4-velja in 5-popolnoma velja).

NARAVNO OKOLJE	Popolnoma ne velja	Ne velja	Nevtralnno	Velja	Popolnoma velja
8.1. Naše podjetje uporablja okolju prijaznejše tehnologije	1	2	3	4	5
8.2. Naše podjetje uporablja obnovljive vire energije	1	2	3	4	5
8.3. Naše podjetje stremi k zmanjšanju porabe virov (voda, elektrika, plin)	1	2	3	4	5
8.4. Naše podjetje zmanjšuje količine odpadkov in ustrezno ravna z njimi (npr. ločeno zbiranje)	1	2	3	4	5
8.5. Naše podjetje upošteva okoljske standarde	1	2	3	4	5
8.6. Naše podjetje tehta možen okoljski vpliv pri razvoju novih izdelkov in/ali storitev	1	2	3	4	5

9. Spodnji sklop vprašanj se nanaša na odgovornost do SKUPNOSTI in DRŽAVE. Vsako trditev ustrezno označite, glede na njeno veljavnost za vaše podjetje (1-trditev popolnoma ne velja, 2-ne velja, 3-nevtralnno, 4-velja in 5-popolnoma velja).

SKUPNOST in DRŽAVA	Popolnoma ne velja	Ne velja	Nevtralnno	Velja	Popolnoma velja
9.1. Naše podjetje izboljšuje kakovost življenja skupnosti, v bližini območja, kjer podjetje deluje	1	2	3	4	5
9.2. Naše podjetje zagotavlja pomoč pri reševanju problemov v lokalni skupnosti (npr. naravne nesreče)	1	2	3	4	5
9.3. Naše podjetje sodeluje pri humanitarnih aktivnostih (npr. Rdeči križ, UNICEF)	1	2	3	4	5
9.4. Naše podjetje zagotavlja finančno podporo in sredstva za športne, kulturne in izobraževalne aktivnosti (donacije, sponzorstva)	1	2	3	4	5
9.5. Naše podjetje izvaja štipendiranje zunanjih	1	2	3	4	5
9.6. Naše podjetje prispeva k socialno-ekonomski rasti in ciljem gospodarstva	1	2	3	4	5

SKUPNOST in DRŽAVA	Popolnoma ne velja	Ne velja	Nevtralno	Velja	Popolnoma velja
9.7. Naše podjetje izpolnjuje obveznosti do države (plačevanje davkov, spoštovanje zakonov)	1	2	3	4	5

10. Spodnji sklop vprašanj se nanaša na poznavanje STANDARDOV o družbeni odgovornosti. Označite kako dobro podjetje pozna vsakega izmed naštetih standardov družbene odgovornosti (1-podjetje standard zelo slabo pozna oz. ga sploh ne pozna, 2-slabo poznavanje standarda, 3-niti dobro, niti slabo poznavanje standarda, 4-dobro poznavanje standarda in 5-podjetje zelo dobro pozna standard).

STANDARD	Zelo slabo/sploh ne pozna	Slabo	Niti dobro, niti slabo	Dobro	Zelo dobro
10.1. Global Reporting Initiative (GRI)	1	2	3	4	5
10.2. AccountAbility 1000 (AA1000)	1	2	3	4	5
10.3. Social Accountability 8000 (SA8000)	1	2	3	4	5
10.4. United Nations Global Compact	1	2	3	4	5
10.5. ISO 14001	1	2	3	4	5
10.6. ISO 26000	1	2	3	4	5
10.7. ISO 9001	1	2	3	4	5
10.8. Shema EMAS	1	2	3	4	5
10.9. OHSAS 18001	1	2	3	4	5

11. Katere izmed naslednjih standardov je vaše podjetje že osvojilo (možnih več odgovorov)?

- | | | |
|----------------------|----------------|-----------------|
| 1. GRI | 5. ISO 14001 | 10. drugo _____ |
| 2. AA1000 | 6. ISO 26000 | |
| 3. SA8000 | 7. ISO 9001 | |
| 4. UN Global Compact | 8. Shema EMAS | |
| | 9. OHSAS 18001 | |

12. Katere skupine deležnikov podjetja so za vaše podjetje najpomembnejše in jim (zato) tudi poročate (možnih več odgovorov)?

- | | | |
|----------------|-------------------|---------------------|
| 1. zaposleni | 4. delničarji | 7. lokalna skupnost |
| 2. kupci | 5. konkurenti | 8. širša skupnost |
| 3. dobavitelji | 6. naravno okolje | 9. drugo _____ |

13. Zakaj je vaše podjetje začelo poročati o družbeni odgovornosti (možnih več odgovorov)?

Zaradi:

- | | | |
|---|--|--|
| 1. pritiska konkurence | 5. skrbi za okolje v zvezi s proizvodi in/ali storitvami | 8. privabljanja novih investitorjev ali kupcev |
| 2. pritiska skupnosti | 6. pravne ali regulativne obveznosti | 9. filantropija (prostovoljna odgovornost) |
| 3. izboljšanja poslovne uspešnosti | 7. ugleda podjetja | 10. drugo |
| 4. zahtev za informacije s strani interesnih skupin | | |
-

14. Ali menite, da imate zaradi družbeno odgovornih ravnanj in poročanja o družbeni odgovornosti več kupcev? DA / NE

15. Kaj pa zaposlenih? Menite, da ste zaradi družbeno odgovornih ravnanj bolj zanimivi za iskalce zaposlitve? DA / NE

Še enkrat hvala za vaše sodelovanje!