

UNIVERZA V LJUBLJANI
EKONOMSKA FAKULTETA

MAGISTRSKO DELO

**TRAJNOSTNA NARAVNANOST SLOVENSКИH HITRO RASTOČIH
PODJETIJ**

Ljubljana, januar 2021

SARA MALI

IZJAVA O AVTORSTVU

Podpisana Sara Mali, študentka Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani, avtorica predloženega dela z naslovom Trajnostna naravnost slovenskih hitro rastočih podjetij, pripravljene v sodelovanju s svetovalcem red. prof. dr. Tomažem Čaterjem

IZJAVLJAM

1. da sem predloženo delo pripravila samostojno;
2. da je tiskana oblika predloženega dela istovetna njegovi elektronski obliki;
3. da je besedilo predloženega dela 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 oziroma navajam v besedilu, citirana oziroma povzeta v skladu z Navodili za izdelavo zaključnih nalog Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani;
4. da se zavedam, da je plagiatstvo – predstavljanje tujih del (v pisni ali grafični obliki) kot mojih lastnih – kaznivo po Kazenskem zakoniku Republike Slovenije;
5. da se zavedam posledic, ki bi jih na osnovi predloženega dela dokazano plagiatstvo lahko predstavljalo za moj status na Ekonomski fakulteti Univerze v Ljubljani v skladu z relevantnim pravilnikom;
6. da sem pridobila vsa potrebna dovoljenja za uporabo podatkov in avtorskih del v predloženem delu in jih v njem jasno označila;
7. da sem pri pripravi predloženega dela ravnala v skladu z etičnimi načeli in, kjer je to potrebno, za raziskavo pridobila soglasje etične komisije;
8. da soglašam, da se elektronska oblika predloženega dela uporabi za preverjanje podobnosti vsebine z drugimi deli s programsko opremo za preverjanje podobnosti vsebine, ki je povezana s študijskim informacijskim sistemom članice;
9. da na Univerzo v Ljubljani neodplačno, neizključno, prostorsko in časovno neomejeno prenašam pravico shranitve predloženega dela v elektronski obliki, pravico reproduciranja ter pravico dajanja predloženega dela na voljo javnosti na svetovnem spletu preko Repozitorija Univerze v Ljubljani;
10. da hkrati z objavo predloženega dela dovoljujem objavo svojih osebnih podatkov, ki so navedeni v njem in v tej izjavi.

V Ljubljani, dne _____

Podpis študentke: _____

KAZALO

| | |
|---|-----------|
| UVOD | 1 |
| 1 TRAJNOSTNA NARAVNANOST | 3 |
| 1.1 Opredelitev trajnostne naravnosti | 3 |
| 1.2 Zgodovinski razvoj koncepta trajnostne naravnosti | 7 |
| 1.3 Trajnostno poslovanje..... | 10 |
| 1.3.1 Opredelitev trajnostnega poslovanja | 11 |
| 1.3.2 Vpliv deležnikov na trajnostno poslovanje | 13 |
| 1.3.3 Prednosti trajnostnega poslovanja | 15 |
| 1.3.4 Izzivi trajnostnega poslovanja | 17 |
| 2 OKOLJSKI VIDIK TRAJNOSTI | 18 |
| 2.1 Okoljske spremembe | 18 |
| 2.2 Okoljske strategije poslovanja..... | 24 |
| 2.2.1 Reaktivne strategije | 25 |
| 2.2.2 Proaktivne strategije | 26 |
| 2.3 Okoljsko podjetništvo..... | 27 |
| 3 DRUŽBENI VIDIK TRAJNOSTI | 29 |
| 3.1 Opredelitev družbenega vidika trajnosti..... | 29 |
| 3.2 Družbene neenakosti..... | 32 |
| 3.3 Družbena odgovornost..... | 35 |
| 4 TRAJNOSTNA NARAVNANOST SLOVENSКИH HITRO RASTOČIH | |
| PODJETIJ | 39 |
| 4.1 Cilj raziskave | 39 |
| 4.2 Populacija in opredelitev vzorca..... | 39 |
| 4.3 Sestava vprašalnika..... | 41 |
| 4.4 Rezultati..... | 42 |
| 4.4.1 Družbena odgovornost podjetij | 42 |
| 4.4.2 Implementacija okoljskih strategij..... | 45 |
| 4.4.3 Dejavniki trajnostnega poslovanja..... | 47 |
| 4.4.4 Analiza razlik glede na velikost podjetij | 49 |
| 4.4.5 Analiza razlik glede na dejavnost podjetja | 51 |
| 4.4.6 Analiza razlik med področji družbene in okoljske odgovornosti | 53 |
| 4.5 Diskusija in predlogi..... | 54 |
| SKLEP | 60 |
| LITERATURA IN VIRI | 62 |
| PRILOGE | |

KAZALO TABEL

| | |
|---|----|
| Tabela 1: Prikazi kazalcev za merjenje trajnostne in finančne uspešnosti..... | 7 |
| Tabela 2: Področja družbene dimenzije trajnosti | 30 |
| Tabela 3: Opredelitev ravni družbene odgovornosti | 37 |

KAZALO SLIK

| | |
|--|----|
| Slika 1: Grafična ponazoritev trajnosti z Vennovim diagramom..... | 4 |
| Slika 2: Vennov diagram trajnosti, dopoljen z družbenimi vplivi | 5 |
| Slika 3: Prikaz trajnosti s koncentričnimi krogi | 5 |
| Slika 4: Prikaz trajnosti v obliki treh stebrov | 6 |
| Slika 5: Časovni prikaz ključnih prelomnic na področju trajnostnega razvoja..... | 10 |
| Slika 6: Kategorije trajnostnega poslovanja..... | 11 |
| Slika 7: Model trajnostnega poslovanja | 12 |
| Slika 8: Ključni deležniki podjetja | 14 |
| Slika 9: Temperaturne anomalije v °C v obdobju med 1880 in 2019 | 19 |
| Slika 10: Prikaz deleža TGP v svetu v letu 2015 | 22 |
| Slika 11: Globalni izpusti CO ₂ v letu 2017 glede na posamezne države | 23 |
| Slika 12: Izpusti CO ₂ v obdobju med 1751 in 2001 glede na države..... | 24 |
| Slika 13: Štiri komponente družbene odgovornosti | 36 |
| Slika 14: Ključna področja družbene odgovornosti podjetja | 38 |
| Slika 15: Prikaz vzorca glede na primarno dejavnost | 40 |
| Slika 16: Prikaz vzorca glede na število zaposlenih | 41 |
| Slika 17: Prikaz odgovorov na temo družbene odgovornosti | 43 |
| Slika 18: Prikaz rezultatov družbene odgovornosti z metodo ponovnega vzorčenja..... | 44 |
| Slika 19: Prikaz odgovorov na temo varovanja okolja | 45 |
| Slika 20: Prikaz rezultatov varovanja okolja z metodo ponovnega vzorčenja..... | 46 |
| Slika 21: Prikaz odgovorov glede dejavnikov trajnostnega poslovanja..... | 47 |
| Slika 22: Pomembnost dejavnikov trajnostnega poslovanja s ponovnim vzorčenjem..... | 48 |
| Slika 23: Primerjava družbene naravnosti glede na velikost podjetja, $p = 0,1721$ | 50 |
| Slika 24: Primerjava okoljske naravnosti glede na velikost podjetja, $p = 0,1486$ | 50 |
| Slika 25: Primerjava družbene naravnosti glede na dejavnost podjetja, $p = 0,0188$ | 52 |
| Slika 26: Primerjava okoljske naravnosti glede na dejavnost podjetja, $p = 0,0323$ | 53 |
| Slika 27: Primerjava družbene in okoljske naravnosti, $p = 0,8369$ | 54 |

KAZALO PRILOG

| | |
|---|---|
| Priloga 1: Vprašalnik..... | 1 |
| Priloga 2: Frekvenčna porazdelitev vzorca glede na število zaposlenih | 4 |

| | |
|--|----|
| Priloga 3: Frekvenčna porazdelitev vzorca glede na dejavnost podjetja..... | 5 |
| Priloga 4: Prikaz razpona odgovorov na temo družbene odgovornosti..... | 6 |
| Priloga 5: Prikaz razpona odgovorov na temo varovanja naravnega okolja | 7 |
| Priloga 6: Porazdelitev enot za »Odgovor ni možen« | 8 |
| Priloga 7: Prikaz razpona odgovorov glede dejavnikov trajnostnega poslovanja..... | 9 |
| Priloga 8: Rezultati metode ponovnega vzorčenja za sklop družbene odgovornosti | 10 |
| Priloga 9: Rezultati metode ponovnega vzorčenja za sklop varovanja naravnega okolja... | 11 |
| Priloga 10: Rezultati metode ponovnega vzorčenja za dejavnike trajnostnega poslovanja | 12 |

SEZNAM KRATIC

UNEP – (angl. United Nations Environment Programme); Program Združenih narodov za okolje

IUCN – (angl. International Union for the Conservation of Nature and Natural resources); Svetovna zveza za ohranitev narave in naravnih virov

WCS – (angl. World Conservation Strategy); Strategija ohranitve sveta

IPCC – (angl. Intergovernmental Panel on Climate Change); Medvladni odbor za podnebne spremembe

WHO – (angl. World Health Organization); Svetovna zdravstvena organizacija

IOM – (angl. International Organization for Migration); Mednarodna organizacija za migracije

CSR – (angl. Corporate Social Responsibility); korporativna družbena odgovornost

CS – (angl. Corporate Sustainability); korporativna trajnost

NASA – (angl. National Aeronautics and Space Administration); Nacionalna zrakoplovna in vesoljska uprava

UNCED – (angl. United Nations World Commission on Environment and Development); Svetovna komisija Združenih narodov za okolje in razvoj

TGP – Toplogredni plini

UVOD

Živimo v času in okolju, za katerega sta značilni višja gospodarska in tehnološka razvitost kot kadarkoli v preteklosti. Tovrsten razvoj omogoča višji življenjski standard, kar se kaže prek kvalitetnejšega šolskega in zdravstvenega sistema, višje kupne moči ter nižje stopnje revščine in nezaposlenosti. Kljub povprečnemu dvigu življenjskega standarda pa dve tretjini svetovnega prebivalstva še vedno živita v revščini in sta tako deležni pomanjkanja hrane, pitne vode, dostopa do izobraževanja in primerne zdravstvene oskrbe (Roser & Ortiz-Ospina, 2013).

Poleg neenakomerne distribucije bogastva se pomanjkljivosti sodobnega načina življenja in poslovanja kažejo tudi na širšem družbenem, naravnem in gospodarskem področju. Večja poraba naravnih dejavnikov močno omejuje naravne vire in vpliva na onesnaževanje okolja. Z naraščanjem števila prebivalstva, višjo stopnjo urbanizacije in okolju škodljivim načinom poslovanja ustvarjamo visoke izpuste nevarnih snovi in toplogrednih plinov (v nadaljevanju TGP), ki so pomemben dejavnik globalnega segrevanja, saj vplivajo na rast povprečnih globalnih temperatur, kar je eden izmed največjih svetovnih izzivov, saj vpliva na ekstremne vremenske dogodke, dvig vodne gladine, motene vodne sisteme in spremembe v rasti pridelkov (Ritchie & Roser, 2017).

Zaradi vse bolj izrazitih ekoloških, družbenih in gospodarskih problematik se tudi v širši javnosti krepi zavest o pomembnosti trajnosti in varovanja naravnega okolja. Zahteve deležnikov po trajnostnem poslovanju, vladne regulacije in rastoči stroški, povezani z varovanjem okolja, podjetja silijo k odgovornejšemu poslovanju. Če je v preteklosti prevladovalo prepričanje, da poslovanje v skladu s trajnostnimi načeli zgolj negativno vpliva na finančne rezultate podjetja, pa danes različne raziskave poudarjajo nasprotno. Prednosti trajnostnega poslovanja se lahko kažejo preko zmanjšanja stroškov poslovanja ali preko povečanja prihodkov, kar je lahko posledica pribitka na ceno trajnostnih produktov ali povečanega povpraševanja po trajnostnih izdelkih in storitvah.

Čeprav je prednosti trajnostnega poslovanja veliko, jih je včasih težko finančno ovrednotiti, poleg tega zgolj implementacija trajnostnih praks sama po sebi ne prinaša nujno finančnih koristi za podjetja. Za uspešnost trajnostnega poslovanja je med drugim pomembno, da se javnost zaveda pomembnosti trajnostnih aktivnosti in jih podpira (Meffert & Kirchgeorg, 1993 v Linnanen, 2010). Mnoga podjetja zato trajnostne prakse in cilje na različne načine sporočajo javnosti. Trend sporočanja o trajnostnih in družbeno odgovornih aktivnostih je najbolj viden pri velikih korporacijah, manj izrazit pa je v manjših podjetjih.

V okviru magistrskega dela predstavljam koncept trajnosti in pomen poslovanja v skladu z njim. V teoretičnem delu se najprej osredotočam na širši koncept trajnosti in na pomembnost njene implementacije, v nadaljevanju večji poudarek namenjam okoljskemu vidiku trajnosti

in zatem še družbenemu vidiku trajnosti. Teoretični koncepti služijo kot osnova za raziskovanje trajnostne naravnosti hitro rastočih podjetij v Sloveniji.

Prvo poglavje magistrskega dela se nanaša na trajnostno naravnost. V njem je opredeljen koncept trajnosti, na kratko je predstavljen zgodovinski razvoj trajnosti ter opredeljen koncept trajnostnega poslovanja, njegove ključne prednosti in izzivi. V drugem poglavju je natančneje predstavljen okoljski vidik trajnosti. Predstavljene so ključne okoljske spremembe, okoljske strategije poslovanja in koncept okoljskega podjetništva. V tretjem poglavju magistrskega dela so natančneje opredeljeni družbeni vidik trajnosti, ključne družbene neenakosti in družbeno odgovorno poslovanje. V četrtem delu je predstavljen empiričen del, v katerem raziskujem osredotočenost slovenskih hitro rastočih podjetij na trajnostno poslovanje. V raziskavi me zanima, v kolikšni meri se hitro rastoča podjetja usmerjajo na družbeno odgovorne prakse in prakse varovanja okolja ter kateri so ključni dejavniki, ki vplivajo na trajnostno poslovanje podjetij. V tem delu tudi raziskujem, ali med podjetji v vzorcu obstajajo pomembne razlike glede velikosti podjetja ali dejavnosti, s katero se podjetja ukvarjajo.

Zaradi pomanjkanja javno dostopnih informacij in raziskav na vzorcu hitro rastočih podjetij v Sloveniji je razumevanje trajnostnega poslovanja na tej populaciji omejeno. Namen magistrskega dela je tako prispevati k obstoječi literaturi na področju trajnostnega poslovanja slovenskih podjetij in s tem posledično prispevati k bolj celostni sliki o trajnostnem poslovanju slovenskih podjetij.

Cilj magistrskega dela je preučiti in povzeti relevantno literaturo na izbranem področju in raziskati, v kolikšni meri se slovenska hitro rastoča podjetja pri poslovanju osredotočajo na družbeno odgovornost, na prakse varovanja naravnega okolja in kateri so najpomembnejši dejavniki za trajnostno poslovanje. Poleg tega je cilj magistrskega dela ugotoviti, ali se rezultati med podjetji v vzorcu pomembno razlikujejo glede na velikost oziroma panogo podjetja.

Med pisanjem magistrskega dela sledim naslednjim raziskovalnim vprašanjem:

- V kolikšni meri se preučevana podjetja pri svojem poslovanju osredotočajo na področje družbene odgovornosti?
- V kolikšni meri se preučevana podjetja pri svojem poslovanju osredotočajo na področje varovanja okolja?
- Kateri so najpomembnejši dejavniki za trajnostno poslovanje podjetij?
- Ali je osredotočenost na družbeno odgovorne prakse odvisna od velikosti podjetja?
- Ali je osredotočenost na družbeno odgovorne prakse odvisna od dejavnosti podjetja?
- Ali je osredotočenost na varovanje okolja odvisna od velikosti podjetja?
- Ali je osredotočenost na varovanje okolja odvisna od dejavnosti podjetja?
- Ali se preučevana podjetja bolj osredotočajo na družbeno odgovorne prakse ali na prakse varovanja okolja?

Pri raziskovanju uporabljam deskripcijo, metodo spraševanja, analizo, sintezo in komparativno metodo. V prvem delu teoretično ozadje obravnavanega področja opisujem s pomočjo deskripcije virov in literature ter kompilacije relevantnih navedb različnih avtorjev. Empirični del izvajam z metodo spraševanja, natančneje s pomočjo anketnega vprašalnika. Pridobljene podatke primerjam s komparativno metodo. Pri analizi podatkov uporabljam metodo ponovnega vzorčenja, permutacijski test, frekvenčno porazdelitev, aritmetično sredino in standardni odklon. Ugotovitve raziskave povzemam z metodo sinteze.

V magistrskem delu uporabljam primarne in sekundarne podatke. Pri teoretičnem delu izhajam iz sekundarnih podatkov, in sicer iz znanstvenih in strokovnih del, ki so dostopna v knjižnicah in na spletu. Pri raziskovalnem delu izhajam iz primarnih podatkov, ki sem jih pridobila preko anketnega vprašalnika.

1 TRAJNOSTNA NARAVNANOST

1.1 Opredelitev trajnostne naravnosti

Trajnostna naravnost je širok koncept, zato poznamo mnogo različnih opredelitev trajnosti. Ena najbolj znanih definicij trajnostni razvoj definira kot »...razvoj, ki zadovoljuje potrebe sedanosti, pri tem pa ne ogroža zadovoljevanja potreb prihodnjih generacij« (World Commission on Environment and Development, 1987). Bertonec in drugi (2015) trajnostni razvoj opredeljujejo kot povečanje blagostanja in ga definirajo kot »...uravnoteženo dvigovanje materialnega, socialnega ter okoljskega blagostanja trenutne generacije, brez ogrožanja eksistenčnih pogojev za prihodnje generacije ter celotnega ekosistema« (Bertonec in drugi, 2015, str. 16–17).

Pogosto uporabljena definicija trajnostnega razvoja je bila opredeljena leta 1997 v Agendi za razvoj (angl. Agenda for Development): »Razvoj je večdimenzionalna zaveza za zagotovitev boljše kvalitete življenja za vse ljudi. Ekonomski ter socialni razvoj in zaščita okolja so med seboj soodvisni vidiki in vzajemno ustvarjajo trajnostni razvoj« (United Nations, 1997, str. 1–2).

Obstaja torej veliko število različnih opredelitev trajnostne naravnosti, ki pa je najpogosteje opredeljena kot sklop treh različnih dimenzij: ekonomske, okoljske in družbene.

Okoljski vidik trajnosti izhaja iz problematike negativnega vpliva na okolje in se usmerja na vzdrževanje naravnih sistemov, ki so nujni za zadovoljevanje človekovih potreb ali za njegovo preživetje (Novak, 2018). Gre za dimenzijo trajnosti, ki se osredotoča na naravno

okolje s ciljem ohranjanja okolja oziroma zmanjšanja negativnih vplivov nanj. Ta vidik trajnosti obsega skrb za ekologijo, manjše izkoriščanje naravnih virov, preprečevanje onesnaževanja in zmanjševanje odpadkov (Bertoncelj in drugi, 2015 v Stajnko, 2019, str. 5).

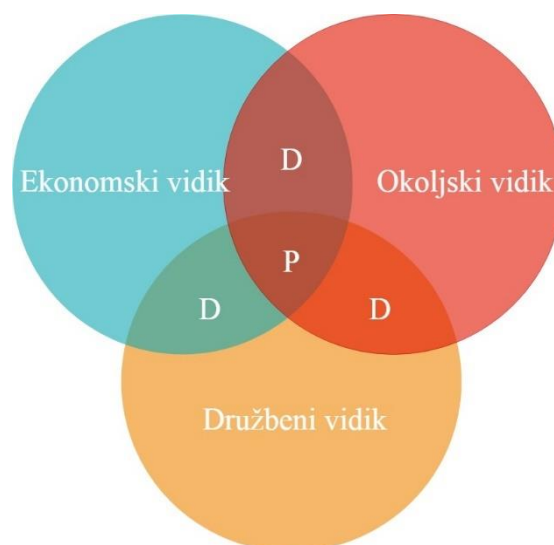
Družbeni ali socialni vidik trajnosti se nanaša na izboljšanje splošne blaginje prebivalstva in na družbeno odgovorno ravnanje gospodarstva ter zajema spoštovanje človekovih pravic, enakopravnost zaposlenih in zagotovitev varnosti pri delu (Bertoncelj in drugi, 2015 v Stajnko, 2019, str. 5). Podjetja delujejo v skladu z družbenim vidikom trajnosti, ko sprejemajo odgovornost za svoje delovanje in za vsa dejanja ter hkrati ohranjajo dolgoročno tržno uspešnost. Gre za vzpostavitev pozitivnega vpliva na sedanje in prihodnje odnose z deležniki (Ebner, 2007).

Ekonomska dimenzija trajnostnega razvoja se nanaša na iskanje učinkovitega načina delovanja gospodarstva in upravljanja finančnih virov ob hkratnem upoštevanju potreb sedanjih in prihodnjih generacij (Hedenus, Persson & Sprei, 2016, str. 15–16). Ekonomski vidik trajnosti se razlikuje od finančne uspešnosti podjetja. Pri finančni uspešnosti gre za rast dobička, prihodkov, obvladovanje stroškov ipd., ekonomska uspešnost pa se usmerja v neposredne koristi deležnikov podjetja in razvoj lokalnega gospodarstva, v katerem podjetje posluje (npr. ustvarjanje novih delovnih mest) (Rejc Buhovac, Hren, Fink & Savič, 2018).

Trije vidiki trajnosti so prikazani na več različnih grafičnih ponazoritvah. Med najbolj znane ponazoritve trajnosti spadajo prikaz z Vennovim diagramom (slika 1 in slika 2), ponazoritev s koncentričnimi krogi (slika 3) in model treh stebrov (slika 4).

Na sliki 1 je trajnost ponazorjena kot presek vseh treh različnih dimenzij; družbene, ekonomske in okoljske (na sliki označeno s »P«). Presek zgolj dveh dimenzij (na sliki označeno z »D«) pa predstavlja delno trajnost (Lozano, 2008).

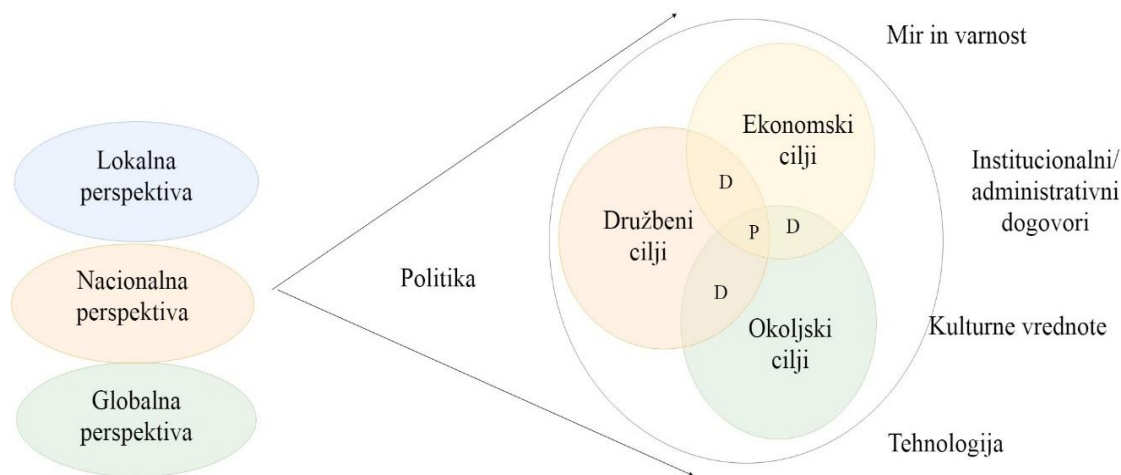
Slika 1: Grafična ponazoritev trajnosti z Vennovim diagramom



Prirejeno po Lozano (2008, str. 1839).

Dalal-Clayton in Bass (2002) sta diagram razširila z lokalno, nacionalno in globalno perspektivo, ki zajemajo štiri vrste družbenih vplivov: politiko, mir in varnost, administrativne dogovore ter kulturne vrednote (Lozano, 2008). Lozano-Ros (2003) pa je diagramu kot dodaten družbeni vpliv dodal še tehnologijo (slika 2).

Slika 2: Vennov diagram trajnosti, dopolnjen z družbenimi vplivi

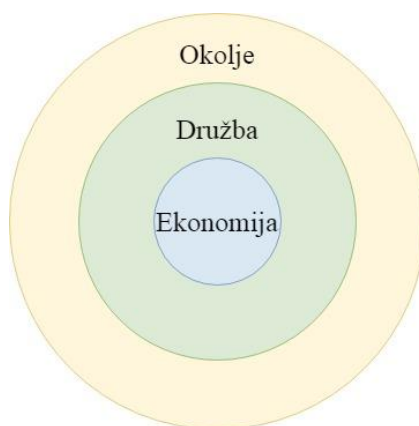


Prirejeno po Lozano (2008, str. 1839).

Ponazoritev z Vennovim diagramom ima dve slabosti. Prva slabost je, da je trajnost prikazana izključno kot področje na presečišču družbenega, ekonomskega in okoljskega vidika ter posledično zanemarija povezave znotraj teh dimenzij, druga slabost pa je nezmožnost prikaza dinamičnosti procesa spremembe skozi čas (Lozano, 2008).

Naslednja znana ponazoritev trajnosti je prikaz s koncentričnimi krogi (slika 3). Največji krog oziroma sistem predstavlja »naravno okolje«, katerega podsistem je »družba«, njen podsistem pa je »ekonomija« oziroma gospodarstvo. Na prikazu je gospodarstvo del družbe, ta pa del naravnega okolja (Lozano, 2008).

Slika 3: Prikaz trajnosti s koncentričnimi krogi

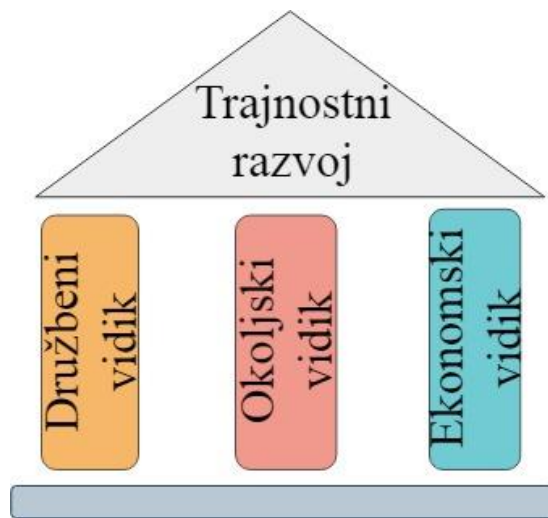


Prirejeno po Lozano (2008, str. 1893).

Slabost prikaza s koncentričnimi krogi je nezmožnost ponazoritve medsebojne povezanosti med sistemi (Lozano, 2008). Glede na prikaz gre za tri sisteme, ki so med seboj ločeni in nepovezani, poleg tega je model zelo antropocentričen in predpostavlja, da je gospodarstvo v središču trajnosti. Tudi ta prikaz, podobno kot Vennov diagram, zanemara dinamičnost časovne dimenzije (Lozano, 2008).

Na sliki 4 je trajnost prikazana v obliki treh stebrov, pri čemer vsak steber predstavlja eno trajnostno dimenzijo.

Slika 4: Prikaz trajnosti v obliki treh stebrov



Prirejeno po Purvis, Mao & Robinson (2019).

Tudi razumevanje trajnostnega razvoja, ki temelji na modelu treh stebrov, ni popolnoma ustrezno, saj prikaz implicira na nujnost izbire med socialnim, okoljskim in ekonomskim vidikom trajnosti (Ang & Passel, 2012 v Zupančič, 2018).

Ideja treh dimenzij trajnosti, ki se pojavljajo v vseh prikazih, izhaja iz koncepta trojne spodnje meje oziroma trojnega dobička (angl. Triple Bottom Line), ki se osredotoča na skrb za profit, okolje in na ljudi oziroma na socialno dimenzijo (Kuhlman & Farrington, 2010).

Rejc Buhovac, Hren, Fink in Savič (2018) izpostavljajo, da je pomembno, da trajnostne uspešnosti ne enačimo s trojnim dobičkom, saj slednji vključuje finančno uspešnost (na primer dobiček), ne pa tudi ekonomske uspešnosti (na primer ustvarjanje novih delovnih mest).

Tabela 1 s primeri kazalcev, s katerimi spremljamo trajnostno in finančno uspešnostjo, natančneje ponazarja razlike med finančno in ekonomsko uspešnostjo.

Tabela 1: Prikazi kazalcev za merjenje trajnostne in finančne uspešnosti

| Trajnostna uspešnost | | | |
|--|--|---|--|
| Družbeni vidik | Okoljski vidik | Ekonomski vidik | Finančna uspešnost |
| Število trajnostnih projektov, ki so strateško skladni | % zmanjšanja porabe naravnih virov | % poslov, ki temeljijo na pravični trgovini | Prihodki od prodaje odpadkov |
| Število nesreč pri delu | % zmanjšanja mešanih odpadkov | % dobaviteljev podjetja, ki so trajnostno naravnani | % prodaje trajnostnih izdelkov/storitev |
| % žensk na vodilnih položajih | % izdelkov, ki so popolnoma razgradljivi | Obseg poslov z lokalnimi, novo nastalimi podjetji | Prihodki od prodaje recikliranih izdelkov |
| % zaposlenih s posebnimi potrebami | % izdelkov na osnovi sekundarnih surovin | Število novih delovnih mest v lokalni ekonomiji | Prihranki v stroških energije |
| % zaposlenih, ki so redno vključeni v prostovoljstvo | % zmanjšanja ogljičnega odtisa | Število novih delovnih mest v podjetju | Prihranki v stroških zaradi nižje fluktuacije zaposlenih |

Vir: Rejc Buhovac, Hren, Fink & Savič (2018, str. 12).

1.2 Zgodovinski razvoj koncepta trajnostne naravnosti

Čeprav je trajnostna naravnost danes splošno poznan in vseprisoten koncept, pa v preteklosti ni imel vedno velikega pomena. Skozi zgodovino se je koncept trajnosti razvil od popolnega nepoznavanja, preko prepričanja nekaterih posameznikov o pomembnosti trajnosti pa vse do splošnega poznavanja trajnosti in razumevanja posledic, ki jih ima ravnanje, ki ni v skladu z njo. Na razvoj koncepta so v veliki meri vplivala različna poročila in konference na temo trajnostnega razvoja – tako se je v preteklosti zvrstilo mnogo konferenc na temo trajnosti, od bolj lokalnih pa vse do konferenc na mednarodnem nivoju.

Eden prvih ključnih dogodkov na področju trajnostne naravnosti se je zgodil v Stockholmu, leta 1972, kjer je potekala konferenca Združenih narodov o človekovem okolju

(angl. United Nations Conference on the Human Environment), poznana tudi kot Stockholmska konferenca. Konferenca je eden prvih pomembnejših dogodkov na mednarodnem nivoju, saj se je na njej zbrala mednarodna skupnost in razpravljala o globalnih okoljskih problematikah (United Nations, brez datuma). Dogodek je z vidika trajnostnega razvoja ključnega pomena, saj je bil po njem oblikovan Program Združenih narodov za okolje (angl. United Nations Environment Programme – UNEP), poleg tega pa so bila v številnih državah po svetu ustanovljena prva ministrstva za okolje (Evropska agencija za okolje, 2012).

Leto kasneje je organizacija Rimski klub (angl. Club of Rome) izdala poročilo z naslovom Meje rasti (angl. The Limits to Growth). To poročilo je pri širši javnosti zbudilo zanimanje za trajnost, saj je bila v njem napisana napoved, da bo človeštvo v času ene do dveh generacij izčrpalo veliko število naravnih virov, ki so ključni za človekovo preživetje (Kuhlman & Farrington, 2010).

Termin trajnostni razvoj je prišel prvič v ospredje leta 1980, ko ga je Svetovna zveza za ohranitev narave in naravnih virov (angl. International Union for the Conservation of Nature and Natural resources, v nadaljevanju IUCN) v poročilu Strategije ohranitve sveta (angl. World Conservation Strategy – WCS) utemeljila na prepričanju, da sta razvoj in ohranitev medsebojno odvisna in si ne nasprotujeta (Reid, 2013).

Koncept trajnostnega razvoja je postal širše poznan leta 1987, ko je Svetovna komisija Združenih narodov za okolje in razvoj (angl. United Nations World Commission on Environment and Development – UNCED) objavila poročilo z naslovom Naša skupna prihodnost (angl. Our Common Future), ki je znano tudi kot Brundtlandsko poročilo. V poročilu je bil izpostavljen protisloven odnos med željo po boljšem življenju na eni strani ter omejenimi naravnimi viri in nevarnostjo degradacije okolja na drugi strani (Kuhlman & Farrington, 2010). Kot odgovor na omenjeno protislovje je bil v poročilu izpostavljen trajnostni razvoj, ki je bil definiran kot »...razvoj, ki zadovoljuje potrebe sedanosti, pri tem pa ne ogroža zadovoljevanja potreb prihodnjih generacij« (World Commission on Environment and Development, 1987). V dokumentu je bilo zastopano stališče, da trajnostni razvoj omogoča integracijo razvojnih strategij in okoljskih politik, kar je nasprotovalo dotedanjemu prevladujočemu mišljenju, da je varovanje okolja možno le na račun gospodarskega razvoja (Baker, Kousis, Young & Richardson, 1997). Z Brundtlandskim poročilom je postal koncept trajnosti širše poznan, zgornja definicija pa je postala ena največkrat citiranih in prepoznanih definicij trajnostnega razvoja (World Commission on Environment and Development, 1987). V poročilu je trajnostni razvoj opredeljen kot globalni cilj, za uresničitev katerega so potrebne institucionalne spremembe in spremembe na področju izkoriščanja virov, investicij in tehnološkega razvoja, vse te spremembe pa morajo biti v skladu s potrebami sedanjih in prihodnjih generacij (World Commission on Environment and Development, 1987).

Leta 1988 je bil ustanovljen Medvladni odbor za podnebne spremembe (angl. Intergovernmental Panel on Climate Change, v nadaljevanju IPCC), katerega namen je izvajanje znanstvenih, tehničnih in socialno-ekonomskih raziskav na področju podnebnih sprememb (Serrat, 2012). IPCC je danes eden najpomembnejših medvladnih organov, ki oblikovalcem politik in širši javnosti zagotavlja redne znanstvene ocene o podnebnih spremembah, njihovih posledicah in možnih tveganjih ter predstavlja možnosti za prilagajanje in ublažitve sprememb (The Intergovernmental Panel on Climate Change, brez datuma).

Naslednje pomembno poročilo z naslovom Skrb za Zemljo (angl. Caring for the Earth) je leta 1991 izdal IUCN. Poročilo dopolnjuje pretekla razmišljanja o trajnosti, saj izpostavlja, da je kvaliteta človekovega življenja odvisna tudi od izobrazbe, dostopa do ključnih virov, politične svobode ter zagotovitve človekovih pravic in ne zgolj od materialne blaginje (Reid, 2013).

Leta 1992 je v Riu de Janeiru potekala konferenca Združenih narodov o okolju in razvoju, na podlagi katere je nastal dokument Agenda 21. Gre za akcijski načrt za trajnostni razvoj, v katerem so bila zapisana načela trajnostnega razvoja. Agenda 21 se je zavzemala za globalno partnerstvo za trajnostni razvoj ter zajemala spekter razvojnih in okoljskih tematik (Hempel, 1996). Agenda 21 je bil prvi tovrstni dokument, trenutno pa je aktualna Agenda 2030, ki je bila sprejeta leta 2015 in predstavlja mednarodni standard na področju trajnostnega razvoja do leta 2030 (Ministrstvo za zunanje zadeve, 2015). Na konferenci v Riu sta bili pripravljene tudi dve konvenciji, in sicer Konvencija o podnebnih razmerah in Konvencija o biološki raznovrstnosti. Prva je države podpisnice zavezala k zmanjšanju TGP do leta 2000 na stopnjo iz leta 1990, druga pa je države podpisnice zavezala k ohranjanju naravnih ekosistemov, habitatov in primerno velike populacije posameznih vrst (Kenda & Bobek, 2003 v Zrimšek, 2010, str. 17–18)

Leta 1996 je bil uradno sprejet mednarodni in prostovoljni standard za ravnanje z okoljem za organizacije in korporacije ISO 14001 (Serrat, 2012). Gre za sistem ravnanja z okoljem, ki se nanaša na obvladovanje okoljskih vidikov proizvodne ali storitvene dejavnosti (ISO-standardi, brez datuma). Standard ISO 14001 se še vedno uporablja kot enega od pokazateljev odnosa podjetja do okolja, uporabljajo pa ga organizacije po celem svetu.

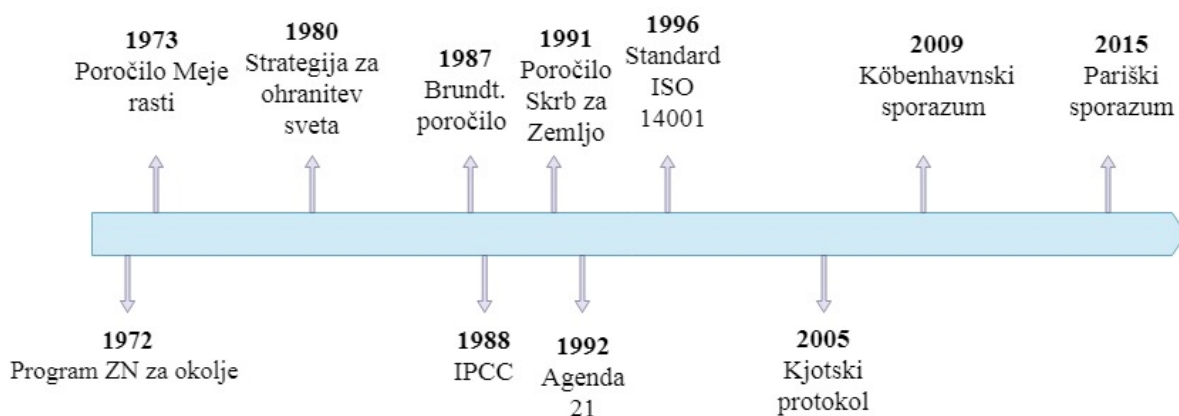
Leta 2005 je začel veljati Kjotski protokol, ki države pogodbenice pravno zavezuje k zmanjšanju izpustov emisij TGP (Serrat, 2012). Države so zavezane k zmanjšanju emisij TGP za skupno 5,2 % glede na izhodiščno leto. Za razvite države je izhodiščno leto 1990, države v tranziciji pa so si ga izbrale same, in sicer v obdobju med 2008 in 2012. Cilji zmanjšanja TGP se od države do države razlikujejo, vse podpisnice skupaj pa morajo doseči dogovorjen cilj 5,2 % (Zrimšek, 2010, str. 19).

Leta 2009 je v Københavnu potekala konferenca o podnebnih spremembah, na kateri so se svetovni voditelji 192 držav poskušali dogovoriti o sporazumu, ki bo nasledil Kjotski

protokol. Köbenhavnski sporazum določa, da je emisije TGP potrebno znižati za stopnjo, ki bo preprečila ogrevanje sveta za več kot 2 °C glede na predindustrijsko obdobje, države pa naj svoje zaveze glede omejitve izpustov naznanijo do leta 2020. Köbenhavnski sporazum ni pravno zavezujoč, temveč gre zgolj za političen dogovor (Zrimšek, 2010, str. 20)

Trenutno je eden najpomembnejših svetovnih sporazumov pariški sporazum, ki je bil sprejet v Parizu, leta 2015. Sporazum vključuje akcijski načrt za omejitev globalnega segrevanja na manj kot 2 °C v primerjavi s predindustrijsko ravno. Poleg tega so se vlade dogovorile, da bodo vsakih pet let poročale, kako bi lahko prispevale k bolj ambicioznim ciljem, druga drugo obveščale o napredovanju pri uresničevanju ciljev in da bodo razvite države nudile finančno pomoč državam v razvoju za zmanjšanje posledic podnebnih sprememb (Evropski svet - Svet Evropske unije, brez datuma).

Slika 5: Časovni prikaz ključnih prelomnic na področju trajnostnega razvoja



Vir: lastno delo.

1.3 Trajnostno poslovanje

Podjetja s svojimi aktivnostmi vplivajo na degradacijo okolja ter na družbene in ekonomske problematike. Zaradi vse večje transparentnosti in naraščajočih družbenih pričakovanj po trajnostno odgovornem ravnanju so podjetja pogosto prisiljena v trajnostno poslovanje, katerega cilj je zmanjšanje negativnih vplivov na okolje, skupnost in gospodarstvo, ob hkratnem doseganju dobička. Kljub temu da različne raziskave poudarjajo pozitivne vplive trajnostnega poslovanja na uspešnost podjetja, pa je pomembno izpostaviti, da je povezava med uspešnostjo podjetja in trajnostnim poslovanjem kompleksna ter da trajnostno poslovanje ne zagotavlja nujno, da bo podjetje tudi uspešno poslovalo.

1.3.1 Opredelitev trajnostnega poslovanja

Trajnostno poslovanje se nanaša na prenos koncepta trajnostnega razvoja na poslovno raven in se kaže kot prispevek podjetja k okoljskemu, družbenemu in ekonomskemu razvoju (Bertoncelj in drugi, 2015). Cilj trajnostnega poslovanja je doseči dolgoročno dobičkonosnost in hkrati zmanjšati tveganja, ki so povezana s poslovno aktivnostjo podjetja, ter zmanjšati negativen vpliv na lokalno in globalno okolje, skupnost in gospodarstvo (Cooney, 2009).

Epstein in Rejc Buhovac (2014, str. 22–24 v Vrhovšek, 2016, str. 18) navajata devet kategorij trajnostnega poslovanja (slika 6): korporacijsko upravljanje, etiko, transparentnost poslovanja, poslovne odnose, finančno donosnost, ravnanje z zaposlenimi, oblikovanje vrednosti izdelka, vključenost razvoja družbe in gospodarstva ter varovanje okolja.

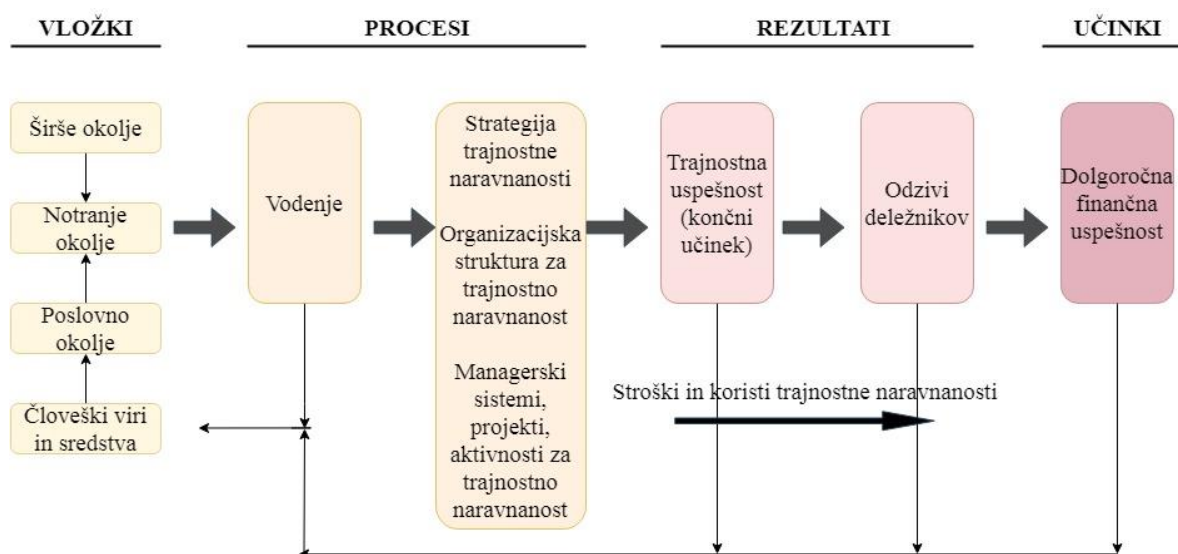
Slika 6: Kategorije trajnostnega poslovanja



Prirejeno po Epstein & Rejc Buhovac (2014, str. 22–24 v Vrhovšek, 2016, str. 18).

Na sliki 7 je prikazan model trajnostnega poslovanja, ki prikazuje pomembnost razumevanja povezanosti vložkov, procesov, rezultatov in učinkov trajnostne uspešnosti na doseganje finančnih učinkov trajnostnega poslovanja (Rejc Buhovac, Hren, Fink & Savič, 2018).

Slika 7: Model trajnostnega poslovanja



Vir Epstein & Rejc Buhovac (2010, str. 307).

V modelu trajnostnega poslovanja vložki predstavljajo danosti, v katerih podjetje posluje (Rejc Buhovac, Hren, Fink & Savič, 2018). Med vložke uvrščamo širše okolje (regulatorno in geografsko), notranje okolje (misija in strategija podjetja, struktura in sistem), poslovno okolje (sektor, stranke in produkti) ter ljudi in finančna sredstva (Epstein & Rejc Buhovac, 2010, str. 308). Najpomembnejši vložki so: pričakovanja ključnih deležnikov, trajnostni standardi v panogi, razpoložljivi resursi, zaposleni v podjetju, obstoječa poslovna strategija, organizacijska kultura in struktura (Rejc Buhovac, Hren, Fink & Savič, 2018, str. 27).

Procesi v modelu trajnostnega poslovanja vključujejo oblikovanje trajnostne strategije, vzpostavitev organizacijske strukture, ki podpira trajnostno poslovanje, aktivnosti in oblikovanje managerskih sistemov. Skrbno izvajanje procesov je ključno za ustvarjanje zelenih rezultatov. Uspešna implementacija in izvedba procesov pa vodita v rezultate na področju trajnostne uspešnosti, ki se kažejo kot manjša poraba okolju nevarnih snovi v proizvodnji, višja socialna varnost zaposlenih, manjša poraba energije ipd. (Rejc Buhovac, Hren, Fink & Savič, 2018).

Najpomembnejši proces je vodenje, ki mora biti usmerjeno v trajnostno prihodnost (Lazič, 2019). Ker ima najvišje vodstvo pri razvijanju in uresničevanju poslovnih strategij ključno vlogo, se mora zavedati nujnosti trajnostnega poslovanja in videti pomembnost v vseh dimenzijah; koristi za družbo, okolje, gospodarstvo in celotno podjetje. Pomembno je, da vodstvo nujnost in pomembnost trajnostnega poslovanja ves čas komunicira, saj bodo le na tak način vodje na vseh hierarhičnih nivojih, zaposleni in ostali deležniki razumeli vpliv trajnostnega poslovanja in njegovo pomembnost (Rejc Buhovac, Hren, Fink & Savič, 2018, str. 48). Sama vključitev trajnostnih ciljev v strateški načrt organizacije namreč ni dovolj za trajnostno poslovanje, ključno je, da je trajnostna prihodnost podjetja med zaposlenimi tudi jasno razumljena (Lazič, 2019). Pomembno je, da vodja tudi s svojim ravnanjem daje zgled

vsem zaposlenim. V začetnem obdobju uresničevanja trajnostne poslovne strategije so namreč zaposleni lahko pogosto v dilemi, kako se odločiti, saj nekatere odločitve, ki so v skladu s trajnostno strategijo, ne vodijo nujno neposredno v poslovno uspešnost, zato je posebno v začetnih fazah implementacije trajnostnega poslovanja pomembno, da vodja pomaga pri odločitvah in podpre prizadevanja za trajnostno poslovanje (Rejc Buhovac, Hren, Fink & Savič, 2018).

V kolikor so rezultati trajnostne uspešnosti komunicirani na ustrezen način in prek ustreznih komunikacijskih poti, dosežejo različne deležnike. Odzivi deležnikov na trajnostno uspešnost se lahko kažejo kot večja zavzetost zaposlenih, manjša stopnja fluktuacije in absentizma; zvestoba kupcev, širjenje dobrega glasu in poistovetenje kupcev s podjetjem; sodelovanje dobaviteljev pri trajnostnih prizadevanjih in razvoju trajnostnih rešitev; podpora podjetju s strani članov lokalnih skupnosti itn. (Rejc Buhovac, Hren, Fink & Savič, 2018, str. 28). Pozitivne reakcije deležnikov imajo pozitivne posledice na prihodkovni strani organizacije. V kombinaciji z boljšim obvladovanjem stroškov se trajnostno poslovanje v podjetju lahko kaže kot boljši poslovni uspeh (Rejc Buhovac, Hren, Fink & Savič, 2018).

1.3.2 Vpliv deležnikov na trajnostno poslovanje

Na trajnostno poslovanje podjetja pomembno vpliva njegovo poslovno okolje. Jaklič (2009, str. 5) izpostavlja, da podjetja ne morejo uspešno poslovati, če so v sporu s poslovnim okoljem ali če se njihovi managerji ne razumejo in niso odgovorni do okolja, v katerem poslujejo. Za uspešno poslovanje je torej nujno razumevanje okolja in poslovanje v skladu z njegovimi zahtevami in omejitvami. Epstein in Rejc Buhovac (2010, str. 308) kot enega od najpomembnejših vložkov trajnostnega poslovanja izpostavljata pričakovanja ključnih deležnikov. Odzivi deležnikov namreč pomembno vplivajo na učinke trajnostnega poslovanja.

Če so v preteklosti managerji pri svojem odločanju upoštevali izključno interese lastnikov in se zavzemali predvsem za finančno uspešnost podjetja (Lahovnik, 2008), se zadnje čase prevladujoči pogled na podjetje in njegovo uspešnost spreminja. Enega ključnih pogledov nudi teorija različnih interesnih skupin (angl. Stakeholder Theory), ki na podjetje gleda kot na sklop človeških virov in odnosov ter poudarja pomen tudi drugih interesnih skupin (Lahovnik, 2008). Teorija se je razvila v drugi polovici 20. stoletja in predpostavlja, da je podjetje sestavni del družbe, s katero mora ves čas sodelovati za svoj razvoj in obstoj (Ansoff, 1977; Rhenman, 1973). V skladu s to predpostavko mora podjetje upoštevati interese različnih deležnikov, s katerimi je v interakciji. Deležnike podjetja lahko delimo v več skupin, najpogostejša je delitev na notranje in zunanje ter primarne in sekundarne deležnike (Močnik, Crnogaj & Bradač Hojnik, 2017).

Skupina notranjih deležnikov se nanaša na notranje dimenzije podjetja, kot so upravljanje človeških virov, varnost in zdravje pri delu, investicije v intelektualni kapital, upravljanje naravnih virov ter upravljanje razmer za vodenje v spremenjenih pogojih (Evropska komisija, 2001 v Močnik, Crnogaj & Bradač Hojnik, 2017, str. 96). Zunanji deležniki pa se nanašajo na zunanje dimenzije, kot so ustvarjanje pozitivnih odnosov z dobavitelji, potrošniki, poslovnimi partnerji, investitorji in lokalno skupnostjo, spoštovanje človekovih pravic in skrb za naravno okolje (Evropska komisija, 2001 v Močnik, Crnogaj & Bradač Hojnik, 2017, str. 96).

Primarni deležniki so zaradi neposrednega vpliva na poslovanje ključnega pomena za obstoj in delovanje podjetja, sekundarni deležniki pa na delovanje podjetja vplivajo posredno (Jaklič, 2009). Med primarne tako uvrščamo lastnike, kupce, konkurente, investitorje, zaposlene, med sekundarne pa lokalno skupnost, vlado, javnost in aktiviste (Jaklič, 1997).

Yuthas in Epstein (2012, str. 31) kot ključne deležnike podjetja navajata kupce in dobavitelje podjetja (poslovni partnerji), regulatorje in skupnost (zunanji deležniki) ter lastnike in zaposlene (notranji deležniki) (slika 8).

Slika 8: Ključni deležniki podjetja



Prirejeno po Yuthas & Epstein (2012, str. 31).

Zahteve deležnikov po trajnostnem poslovanju se krepijo. Zaposleni, kupci in vlade od organizacij zahtevajo aktivnejšo vlogo v reševanju družbenih in okoljskih težav, kot so podnebne spremembe, neenakost med spoloma, globalni zdravstveni izzivi ipd. (Beal in drugi, 2017). Kupci se zavedajo negativnih vplivov, ki jih imajo podjetja na okolje in družbo, in zahtevajo odgovornejše ravnanje. Nakupovalni trendi kažejo, da so milenijci v primerjavi s predhodnimi generacijami bolj ozavešeni potrošniki in tako pripravljeni plačati več za trajnostne izdelke in storitve (Naderi & Van Steenburg, 2018). Zaradi povezave med

trajnostnim poslovanjem in dolgoročnim donosom delničarjev so tudi investitorji bolj osredotočeni na podjetja s trajnostnimi praksami (Beal in drugi, 2017).

Podatki o poslovanju podjetjih ter o njihovem vplivu na okolje in družbo so vse bolj transparentni, zanesljivi in dostopni različnim deležnikom. Kupci, investitorji in širša javnost imajo pogosto vpogled v trajnostno naravnane prakse podjetja, njegovih partnerjev in dobaviteljev. Različne platforme in socialna omrežja pa so postala uspešen mehanizem za širjenje zavednosti o negativnih vplivih in slabih praksah podjetij (Kiron in drugi, 2017). Zaradi transparentnosti podatkov in vse večje zavednosti različnih deležnikov o pomembnosti trajnostnega poslovanja so podjetja v želji po ohranitvi tržnega deleža, ugleda ali profitov pod večjim pritiskom, da poslujejo odgovorno in se poslužujejo različnih trajnostnih praks.

1.3.3 Prednosti trajnostnega poslovanja

Trajnostno poslovanje ima lahko pozitivne posledice na različnih področjih. Prednosti se lahko kažejo v boljšem ugledu podjetja, lažjem pridobivanju in ohranjanju zaposlenih, spodbujanju inovacij, okrepljeni blagovni znamki, konkurenčni prednosti, večjem tržnem deležu, boljšem obvladovanju stroškov itd.

Ena od prednosti trajnostnega poslovanja je krepitev ugleda podjetja. Kupci so vse bolj dovzetni za različne ekonomske, družbene in okoljske probleme, ki jih pogosto doživljajo osebno, in zato iščejo izdelke in storitve, s katerimi se lahko vrednostno poistovetijo (Rejc Buhovac, Hren, Fink & Savič, 2018). Trajnostno poslovanje podjetja, ki je izraženo preko družbeno odgovornih vrednot, vizije in poslanstva, pozitivno vpliva na podobo in ugled podjetja (Martínez, Pérez & Del Bosque, 2014). Podjetja s trajnostnim poslovanjem lažje pridobijo zaupanje tovrstnih kupcev, si ob doslednosti lahko zagotovijo njihovo zvestobo in pridobijo ugled trajnostno uspešnega podjetja (Rejc Buhovac, Hren, Fink & Savič, 2018).

Zaradi želje po boljšem ugledu in večjem zaupanju kupcev se podjetja s slabšim ugledom, kot so na primer naftna in tobačna podjetja, pogosto osredotočajo na družbeno odgovorno vedenje in aktivnosti ter poskušajo s tem izboljšati negativno percepcijo različnih deležnikov (Yoon, Gürhan-Canli & Schwarz, 2006, str. 377).

Naslednja prednost trajnostnega poslovanja je pridobivanje in ohranjanje zaposlenih. Zaposleni v današnji družbi dajejo večji poudarek namenu in poslanstvu podjetja, poleg tega je zanje pomembno ravnotežje med službenim in zasebnim življenjem. Podjetja s trajnostnimi strategijami pogosto ustvarjajo iskano kulturo in hkrati zaposlene obravnavajo kot ključne deležnike, zaradi česar so tovrstna podjetja privlačnejša za iskalce zaposlitev (Whelan & Fink, 2016). Trajnostne pobude podjetij vplivajo tudi na zvestobo zaposlenih,

njihovo učinkovitost in produktivnost, kar pozitivno vpliva na ohranjanje zaposlenih in na kakovost njihovega dela (Whelan & Fink, 2016).

Ena od prednosti se lahko kaže kot spodbujanje inovacij in povečanje tržnega deleža. Preoblikovanje izdelkov in procesov, da bodo ustrezali okoljskim standardom ali trajnostnim ciljem, pogosto zahteva inovativne pristope (Whelan & Fink, 2016). Poslovanje v skladu s trajnostnimi načeli podjetja pogosto spodbuja k inovativnim rešitvam, s katerimi lahko podjetja znižajo stroške proizvodnje, storitev in poslovanja, razvijejo nove poslovne modele ali identificirajo nove izdelke oziroma nove lastnosti izdelkov (Beal in drugi, 2017). Z identifikacijo novih storitev ali izdelkov lahko podjetja vstopajo na nove trge ali pa identificirajo nove segmente kupcev na že obstoječih trgih. Kljub temu da novi trgi niso nujno takoj dobičkonosni, pa lahko vstop vanje podjetju predstavlja strateško priložnost za dolgoročno uspešnost (Beal in drugi, 2017).

Nekaterim podjetjem uspe s trajnostno odgovornimi procesi in produkti ustvariti prepoznavnost na trgu, zaradi česar lahko dosežejo konkurenčno prednost (Rejc Buhovac, Hren, Fink & Savič, 2018). Podjetja, ki so poznana po izdelkih in storitvah s pozitivnimi okoljskimi ali družbenimi značilnostmi, lahko pridobijo večjo zvestobo in zaupanje kupcev, kar posledično vpliva na povečanje prodaje ali možnost zaračunavanja premijske cene za nekatere proizvode (Beal in drugi, 2017). Trajnostno odgovorna podjetja so pogosto privlačna tudi za najboljše iskalce zaposlitev, s čimer še dodatno krepijo svojo prednost na trgu (Rejc Buhovac, Hren, Fink & Savič, 2018).

Pozitiven vpliv trajnostnega poslovanja se lahko kaže tudi preko finančnih rezultatov podjetja. V preteklosti je prevladovalo prepričanje, da trajnostno poslovanje povzroča zgolj dodatne stroške in tako negativno vpliva na finančni izid podjetja. Danes mnoge raziskave izpostavljajo različne pozitivne vplive, ki jih ima trajnostno poslovanje na finančne rezultate podjetja. Finančne prednosti lahko izhajajo iz konkurenčne prednosti podjetja, inovacij in boljšega obvladovanja stroškov poslovanja (Whelan & Fink, 2016).

Po eni strani so lahko prihodki pri trajnostnem poslovanju višji zaradi zaupanja potrošnikov v znamko, pribitka na ceno in večje prodaje, po drugi strani pa se prednosti kažejo tudi na odhodkovni strani, in sicer z boljšim obvladovanjem stroškov poslovanja. Na obvladovanje stroškov lahko vplivata boljši management naravnih virov in izboljšana učinkovitost proizvodnje (Whelan & Fink, 2016), ki rezultirata v manjši porabi naravnih virov in posledično nižjih stroških za npr. vodo in elektriko (Epstein & Rejc Buhovac, 2014). Na obvladovanje stroškov vpliva tudi odgovornejše ravnanje z odpadki, s katerim lahko podjetje zmanjša količino proizvedenih odpadkov ali zniža stroške recikliranja (Epstein & Rejc Buhovac, 2014). Hkrati se podjetja, ki skrbijo za varovanje okolja, redkeje srečujejo z različnimi okoljskimi prekrški in imajo posledično manj stroškov z okoljskimi kaznimi (Epstein & Rejc Buhovac, 2014). Ena od prednosti trajnostnega poslovanja pa je tudi manjša verjetnost pojava znatnih negativnih dogodkov, kot so večje nesreče pri proizvodnji ali negativen odziv javnosti (Beal in drugi, 2017). V trajnostno naravnanih organizacijah je tudi

manj absentizma, zamujanja na delovno mesto, nizke produktivnosti in zdravstvenih težav zaposlenih, kar zopet vpliva na nižje stroške organizacije (Epstein & Rejc Buhovac, 2014).

1.3.4 Izzivi trajnostnega poslovanja

Fenwick (2007) kot pomembne izzive trajnostnega poslovanja izpostavlja nezadostno usmerjenost vodstva, pomanjkljivo vključevanje trajnostnih ciljev v organizacijsko strategijo, neustrezno analizo stroškov in koristi trajnostnega poslovanja, slabo razumevanje ter nezadostno podporo interesnih skupin.

Prepričanje vodstva o pomembnosti trajnosti in njegova usmerjenost v trajnostno prihodnost sta ključnega pomena za razvoj in implementacijo trajnostne strategije podjetja. Poleg tega je vodstvo pomembno tudi, ker zaposlenim nudi zgled in pomembnost trajnostnega poslovanja, komunicira z različnimi interesnimi skupinami in jim pomaga razumeti njegov pomen (Rejc Buhovac, Hren, Fink & Savič, 2018). Haugh in Talwar (2010) izpostavljata, da zaradi pomanjkljive komunikacije v podjetju veliko ali celo večina zaposlenih pogosto ni ustrezno seznanjena s trajnostnim delovanjem organizacije ali se ne zaveda trajnostnega delovanja izven njihove neposredne delovne odgovornosti. Za ustvarjanje trajnostne prihodnosti sta tako ključna komuniciranje in nudenje zgleda, poleg tega pa tudi stalno učenje in izobraževanje vseh zaposlenih, tako na tehničnem kot tudi na akcijskem nivoju (Haugh & Talwar, 2010).

Izziv trajnostnega poslovanja predstavlja tudi implementacija trajnostne strategije, saj je včasih težko narediti kompromis med ekonomskim, družbenim in okoljskim vidikom poslovanja. Z implementacijo trajnostnega poslovanja se v organizaciji pogosto pojavljajo dodatni stroški (na primer menjava cenejših materialov z dražjimi, ki pa so okolju prijaznejši) in velikokrat ni povsem jasno, koliko dodatnih stroškov bo nastalo, saj se ti neprestano spreminjajo (Epstein & Rejc Buhovac, 2014). Hkrati je težko predvideti, kako se bodo na spremembe v poslovanju odzvali ključni deležniki, zaradi česar je težko zanesljivo oceniti, ali bodo spremembe k bolj trajnostnemu poslovanju s finančnega vidika za podjetje koristne ali ne (Epstein & Rejc Buhovac, 2014). Poleg tega je koristi trajnostno naravnanih praks in ukrepov včasih težko denarno ovrednotiti, saj so stroški in prihodki podjetja povezani z vsemi deli organizacije, zaradi česar je težko določiti, v kolikšni meri trajnostne prakse vplivajo na zmanjšanje stroškov ali povečanje prihodkov (Novak, 2018). Linnanen (2010) dodaja, da je zaradi kompleksnosti trajnostne problematike težko zagotoviti jasne vzročno-posledične povezave.

Trajnostna strategija v organizaciji je izredno pomembna, vendar pa postavitev strategije ni dovolj za zagotovitev trajnostne prihodnosti. Da bi organizacija delovala trajnostno, je strategijo treba podpreti z ustrezno organizacijsko strukturo, sistemi merjenja in poročanja,

zagotoviti organizacijsko kulturo, ki motivira in nagraduje trajnostno odločanje, in vodenje usmeriti h krepitvi zadanih ciljev (Epstein & Rejc Buhovac, 2014).

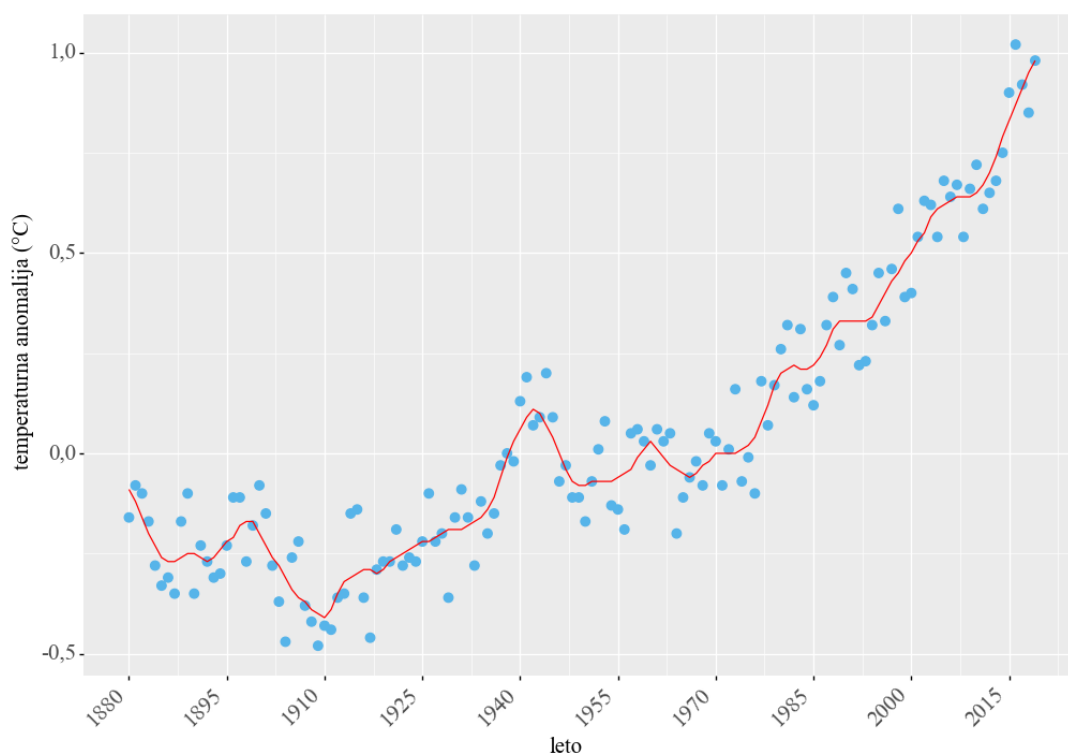
Za uspešnost trajnostnega poslovanja je pomembno, da se javnost zaveda njegove pomembnosti in ga podpira (Meffert & Kirchgeorg, 1993 v Linnanen, 2010). Kljub temu da različne raziskave nakazujejo na trend večjega pripisovanja pomena trajnostnemu poslovanju, pa Aragón-Correa in Rubio-Lopez (2007) poudarjata, da je odnos deležnikov do trajnostnega poslovanja podjetij bolj kompleksen, kot se zdi na prvi pogled. Kupci, zaposleni itd. lahko namreč v raziskavah podajo odgovore, ki se jim zdijo bolj družbeno zaželeni, kljub temu da ti ne odražajo njihovega prepričanja (Aragón-Correa & Rubio-Lopez, 2007). Po drugi strani interesi deležnikov v smeri trajnostnega poslovanja še ne nujno implicirajo tudi njihove pripravljenost za ravnanje, še posebno, če se pri tem pojavljajo različne ovire ali stroški (Aragón-Correa & Rubio-Lopez, 2007). Spreminjanje potrošniškega vedenja je namreč počasen proces, kar predstavlja pomembno oviro trajnostnemu poslovanju (Meffert & Kirchgeorg, 1993 v Linnanen, 2010). Ena od možnih razlag za počasen proces spreminjanja nakupovalnih navad je nezadostno zaupanje javnosti v trajnostno poslovanje zaradi pomanjkanja dokazov o njegovi uspešnosti (Epstein & Rejc Buhovac, 2014). Deležniki, ki podpirajo trajnostno poslovanje in so hkrati pripravljeni ravnati v skladu s tem, so pogosto skeptični glede informacij, ki jih podjetja podajo o trajnostnih aktivnostih in rezultatih, teh informacij ne razumejo (Aragón-Correa & Rubio-Lopez, 2007), ali pa so prednosti neoprijemljive in težko merljive z objektivnimi merili, zaradi česar je težko razumeti njihov pozitiven vpliv (Epstein & Rejc Buhovac, 2014).

2 OKOLJSKI VIDIK TRAJNOSTI

2.1 Okoljske spremembe

Naraščanje povprečnih temperatur je posledica različnih naravnih in človeško povzročenih dejavnikov. Čeprav so se temperature dvigale že v preteklosti, je hitrost naraščanja danes višja kot kadarkoli prej. Globalno segrevanje pomembno vpliva na okoljske spremembe. Po podatkih Nacionalne zrakoplovne in vesoljske uprave (angl. National Aeronautics and Space Administration – NASA) povprečne globalne temperature naraščajo (»Global Temperature«, brez datuma). Na sliki 9 so prikazane temperaturne anomalije (v °C) v obdobju med 1880 in 2019, ki kažejo, za koliko stopinj so povprečne temperature v določenem letu odstopale glede na povprečne temperature v obdobju med 1951 in 1980. Z grafa je razvidno naraščanje povprečnih globalnih temperatur.

Slika 9: Temperaturne anomalije v °C v obdobju med 1880 in 2019



Prirejeno po NASA Goddard Institute for Space Studies (GISS, brez datuma.).

Marcott, Shakun, Clark in Mix (2013) so naredili rekonstrukcijo povprečnih globalnih temperatur za več kot 11.000 let in ugotovili, da so temperature naraščale že v preteklosti, veliko pred pojavom prve industrijske revolucije. Rekonstrukcija temperatur pa nakazuje, da je bila rast temperatur v preteklosti veliko počasnejša kot v zadnjih dveh stoletjih (Marcott, Shakun, Clark & Mix, 2013). Kljub temu da je naraščanje temperatur nekaj naravnega in neizogibnega, pa je to predvsem zaradi človeških aktivnosti v zadnjem obdobju veliko hitrejše kot kadarkoli v preteklosti. IPCC (Edenhofer in drugi, 2014) je v svojem četrtem poročilu z 90 % gotovostjo potrdil, da je dvig temperatur od leta 1950 v veliki meri posledica človeških dejavnosti in da so emisije TGP, ki vplivajo na globalno segrevanje, zaradi človeške aktivnosti višje kot kadarkoli v preteklosti.

Hitrost globalnega segrevanja je zaskrbljujoča. Od predindustrijskega obdobja so človeške aktivnosti vplivale na zvišanje povprečnih globalnih temperatur za približno 1 °C (Pachauri in drugi, 2014). Takšna rast se je v preteklosti zgodila v obdobju nekaj tisoč let, sedaj pa je hitrost rasti temperatur veliko večja (Marcott, Shakun, Clark & Mix, 2013). Trenutna hitrost segrevanja je približno 0,2 °C na desetletje. S takšno hitrostjo bomo med letoma 2030 in 2050 z veliko verjetnostjo dosegli zvišanje globalnih povprečnih temperatur za 1,5 °C v primerjavi s predindustrijskim obdobjem (Pachauri in drugi, 2014).

Čeprav se dvig temperatur za nekaj stopinj na prvi pogled morda ne zdi nič zaskrbljujočega, ima že relativno majhno segrevanje pomembne posledice na okolje, živali, rastline in ljudi.

Posledice podnebnih sprememb so mnoge in raznovrstne, med najpomembnejše posledice pa spadajo spodaj naštet in opisane posledice.

Ena od posledic podnebnih sprememb so ekstremni vremenski pojavi. S porastom povprečnih temperatur se veča tudi verjetnost pojava ekstremnih podnebnih in vremenskih pojavov, med katere uvrščamo tornade, sušo, točo, orkane, vročinske valove itd. Ti pojavi pogosto povzročajo veliko okoljsko in gospodarsko škodo. Ker ekstremni vremenski pojavi niso enako pogosti in intenzivni povsod po svetu, nekatera območja občutijo več posledic kot druga. Glede na poročilo o podnebnih razmerah v letu 2018, ki ga je izdala Svetovna meteorološka organizacija, je bila večina naravnih dogodkov, ki so prizadeli skoraj 62 milijonov ljudi, povezana z ekstremnimi podnebnimi in vremenskimi dogodki (Cegnar, 2019).

Podnebne spremembe vplivajo tudi na izginjanje ledenikov in taljenje ledu. Zaradi dviga temperatur se snežna odeja po svetu tali, podaljšujejo se obdobja brez zmrzali, ledeniki po celotnem svetu pa izginjajo (»The Effects of Climate Change«, brez datuma). Površina svetovnih ledenikov se je od konca 19. stoletja zmanjšala za 50 %, pri čemer je taljenje ledu najhitrejše na Zemljinih polih (Wani, Asif, Lone, Dar & Asif, 2013). Posledice taljenja ledu so pogostejši zemeljski plazovi, poplave, naraščanje morske gladine, izlivanje ledeniških jezer ter večja variacija rečnih in vodnih tokov (Wani, Asif, Lone, Dar & Asif, 2013).

Poleg tega narašča tudi vodna gladina, na kar najbolj vplivata dva faktorja, in sicer večji volumen vode in večja količina voda v oceanih. Zaradi višje temperature vode se njen volumen veča, po drugi strani pa zaradi taljenja ledenih odej in ledenikov narašča količina vode (»Sea Level«, brez datuma). Med letoma 1901 in 2010 je morska gladina narasla za 0,19 metra, hitrost dviga morske gladine pa je bila v tem obdobju veliko višja kot v preteklih dveh tisočletjih (Pachauri in drugi, 2014). Trenutna rast morske gladine je 3,3 milimetre na leto (»Sea Level«, brez datuma). Majhni otoki, obalna in nizko ležeča območja so zaradi hitrega naraščanja morske gladine v največji nevarnosti, da jih poplavi (Pachauri in drugi, 2014).

Opazne so tudi spremembe v količini padavin. Splošno gledano količina padavin, tako dežja kot snega, po svetu narašča. Kljub temu da je količina skupnih padavin višja, pa je njihova razporeditev izrazito neenakomerna. Nekateri deli sveta so izpostavljeni močnejšim in pogostejšim padavinam, drugi pa pogostejšim in izrazitejšim sušnim obdobjem (Pachauri in drugi, 2014). Na območjih z manj padavinami je tveganje suše večje, to pa povečuje možnost pojava požarov (Wani, Asif, Lone, Dar & Asif, 2013).

Naslednja negativna posledica podnebnih sprememb je zakisanost oceanov. Oceani predstavljajo približno 97 % svetovnih vodnih površin in so izrednega pomena zaradi organizmov in rastlin, ki v oceanih in morjih preko fotosinteze skrbijo za odstranjevanje velikih količin ogljikovega dioksida iz atmosfere (EEA, 1995). Zakisanost oceanov se pojavlja zaradi večje količine CO₂ v oceanih, ki znižuje njihov pH (Wani, Asif, Lone, Dar

& Asif, 2013) in negativno vpliva na nekatere organizme, kot so koralni grebeni, školjke in planktoni (Doney, Fabry, Feely & Kleypas 2009).

Podnebne spremembe imajo tudi velik vpliv na kmetijstvo. Ekstremni vremenski pojavi uničujejo nasade, pridelke in površine, ki so primerne za pridelke, hkrati pa rast temperatur negativno vpliva na nekatere pridelke. Zvišanje temperatur za 2 °C bi lahko zmanjšalo pridelke riža za približno 0,75 ton na hektar, zvišanje zimskih temperatur za 0,5 °C pa pridelke pšenice za 0,45 ton na hektar (Sinha & Swaminathan, 1991). Manjša količina pridelane hrane lahko pomeni težjo dostopnost hrane in manj stabilne cene. Nižja količina pridelane hrane bi lahko ob hkratnem naraščanju populacije povečala tveganje za lakoto na svetu.

Podnebne spremembe vplivajo tudi na rastlinske in živalske vrste. Zaradi ekstremnih vremenskih pojavov in višjih temperatur so nekatera območja vse manj primerna za zagotavljanje ustreznega življenjskega prostora. Rastlinske in živalske vrste so se tako primorane prilagoditi spremenjenemu okolju ali se preseliti na za življenje bolj ustrezna področja. Zaradi hitrih temperaturnih sprememb nekatere, še posebno rastlinske vrste, niso sposobne dovolj hitre selitve ali zadostne prilagoditve, zaradi česar jim lahko grozi izumrtje (Edenhofer in drugi, 2014). Bolj kot bodo podnebne spremembe izrazite, večja bo verjetnost izumrtja velikega števila živalskih in rastlinskih vrst (Pachauri in drugi, 2014).

Zmanjšuje se tudi količina pitne vode. Voda je za življenje na Zemlji izrednega pomena. Poleg tega da je pitna voda pogoj za življenje, je pomembna tudi za osebno higieno, kmetijsko namakanje, delovanje hidroelektrarn in za rekreacijske namene, kot sta plavanje in ribolov. Za večino teh dejavnosti ima njena kvaliteta velik pomen (EEA, 1995). Zaradi vse intenzivnejše porabe vode, izpustov odpadkov in povečane rabe pesticidov in gnojil v kmetijstvu je vse več voda onesnaženih. Trend večjega onesnaževanja se kaže v podzemnih vodah, rekah, jezerih in morjih (EEA, 1995). Z večjo koncentracijo TGP v ozračju se negativne posledice na vodo znatno povečujejo (Edenhofer in drugi, 2014). Zaradi neustrezne kvalitete ali nezadostne količine vode v 21. stoletju narašča delež tistih, ki se soočajo z njenim pomanjkanjem, in tistih, ki so utrpeli večje rečne poplave (Edenhofer in drugi, 2014).

Vse omenjene spremembe vplivajo tudi na človeške sisteme. Posledice se lahko odražajo na področju človeškega zdravja in področjih gospodarstva, ki so odvisna od naravnega okolja, med katere spadajo kmetijstvo, turizem, energetika, promet, gradbeništvo, finančni in zavarovalniški sektor (Bertalanich in drugi, 2017).

Večina zgoraj opisanih posledic podnebnih sprememb močno vpliva na kvaliteto življenja, varnost in zdravje ljudi. Nekatera območja so zaradi pogostih poplav, orkanov, potresov ipd. vse manj varna za življenje. Suše, vročinski valovi in poplave na nekaterih predelih sveta onemogočajo pridelavo zadostne količine hrane, zmanjšana količina pitne vode pa povečuje tekmovanje zanjo (Edenhofer in drugi, 2014). Degradacija okolja je še posebno resna in

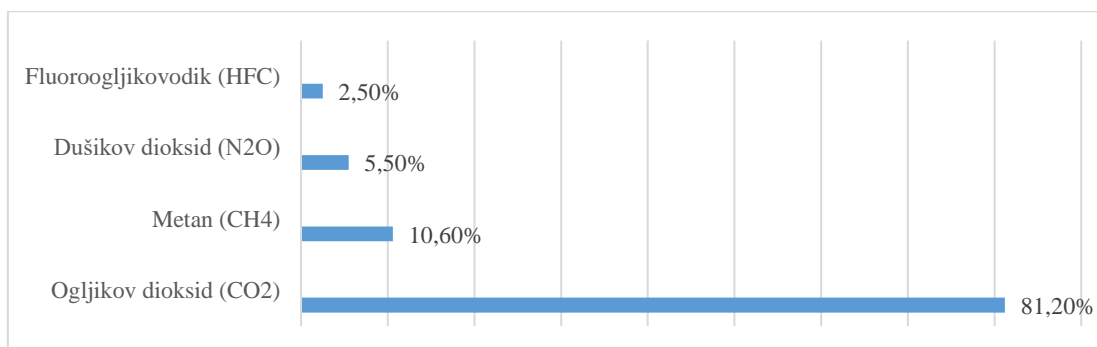
nevarna za območja, kjer so prebivalci močno odvisni od naravnih virov, kjer je rast populacije neposredno odvisna od ribištva, gozdov, vode ipd. (Edenhofer in drugi, 2014). Veliko ljudi je zaradi ekstremnih življenjskih pojavov izgubilo domove ali pa živi v pomanjkanju, nevarnih ali neustreznih razmerah. Težke življenjske razmere, revščina in gospodarska nestabilnost vplivajo na pojav konfliktov, kot so izgredi in civilne vojne (Edenhofer in drugi, 2014).

Globalno segrevanje že povzroča mnoge spremembe okolja. Nekatere od opaženih sprememb so taljenje ledenikov, zgodnejše taljenje ledu na rekah in jezerih, sprememba razpona področij, kjer živijo rastlinske in živalske vrste, zgodnejše cvetenje dreves, hitrejše naraščanje gladine morja in intenzivnejši vročinski valovi («The Effects of Climate Change«, brez datuma). Vpliv posledic podnebnih sprememb na človeka in naravo bo odvisen od globalnega segrevanja. V kolikor bo globalno segrevanje doseglo 1,5 °C (glede na predindustrijsko obdobje), bodo posledice hujše, kot smo jim priča sedaj, a hkrati manjše, kot bi bile ob segrevanju za 2 °C (Pachauri in drugi, 2014).

Najpomembnejši dejavnik, ki vpliva na globalno segrevanje, je povečana količina TGP v ozračju (Roston & Migliozi, 2015). Značilnost TGP je transparentnost za sončne žarke, kar jim dopušča vstop v ozračje. Po drugi strani pa TGP ne prepuščajo izhodnega sevanja iz Zemlje in nanj delujejo kot zrcalo, kar preprečuje uhajanje toplote iz ozračja (Agencija Republike Slovenije za okolje, brez datuma). Zaradi prepuščanja vhodne toplote in zrcaljenja izhodnega sevanja temperature na Zemlji naraščajo. Količina TGP v ozračju narašča, za kar smo v veliki meri odgovorni ljudje. Antropogeni oziroma človeško povzročeni izpusti emisij so vse večji. Razlogi za povečanje emisij so predvsem naraščanje velikosti populacije, gospodarska aktivnost, življenjski stil ljudi, poraba energije, izkoriščanje površin, tehnologija in podnebne politike (Edenhofer in drugi, 2014).

Zaradi velike koncentracije je najpomembnejši TGP CO₂, katerega koncentracija se je od leta 1750 povečala za približno 40 % (Agencija Republike Slovenije za okolje, brez datuma). Na spodnji sliki (slika 10) je prikazan delež TGP v svetu v letu 2015, iz katerega je razvidno, da največji delež predstavlja CO₂.

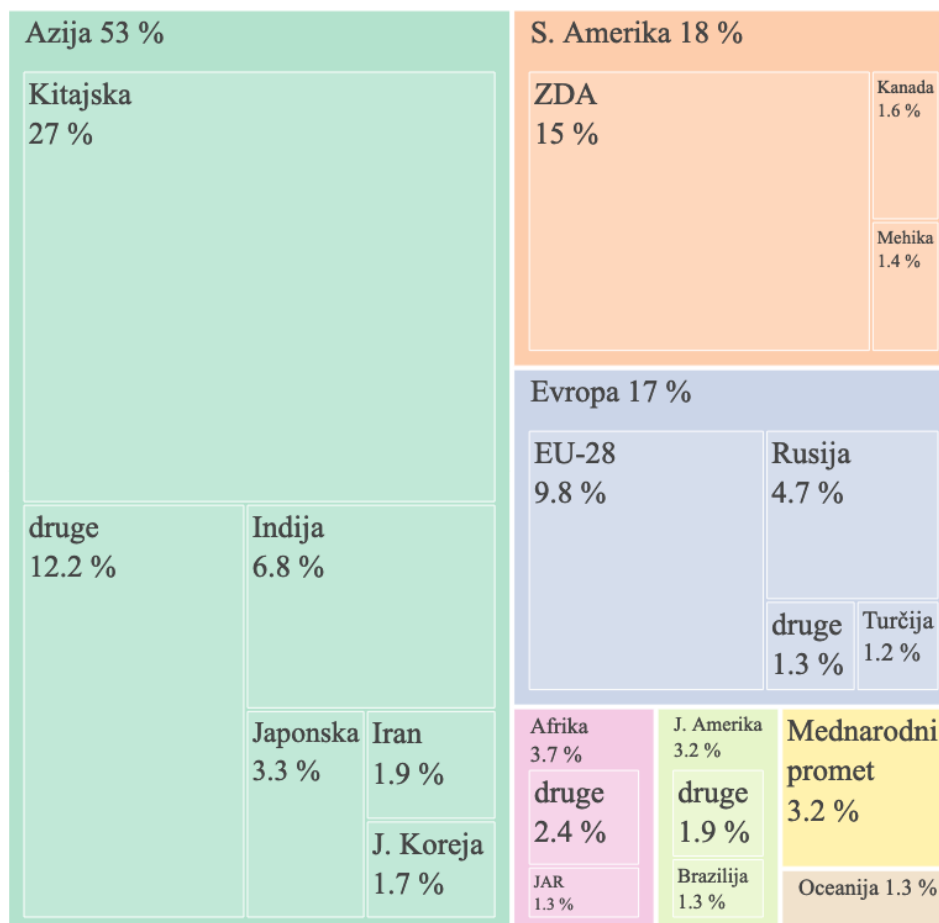
Slika 10: Prikaz deleža TGP v svetu v letu 2015



Prirejeno po Evropski parlament (2018).

Obremenitev okolja se med državami močno razlikuje. Leta 2017 so skupni izpusti ogljikovega dioksida znašali 36,2 milijarde ton. K tej količini je v največji meri prispevala Azija s 53 % celotnih CO₂ emisij, na drugem mestu je Severna Amerika z 18 %, na tretjem pa Evropa s 17 % (slika 11) (Ritchie & Roser, 2017). Na sliki 11 je razvidno, da je največ izpustov CO₂ v letu 2017 prišlo s Kitajske (27 % globalnih emisij), ki ji sledijo ZDA (15 %), Evropska unija (9,8 %), Indija (6,8 %) in Rusija (4,7 %) (Ritchie & Roser, 2017).

Slika 11: Globalni izpusti CO₂ v letu 2017 glede na posamezne države

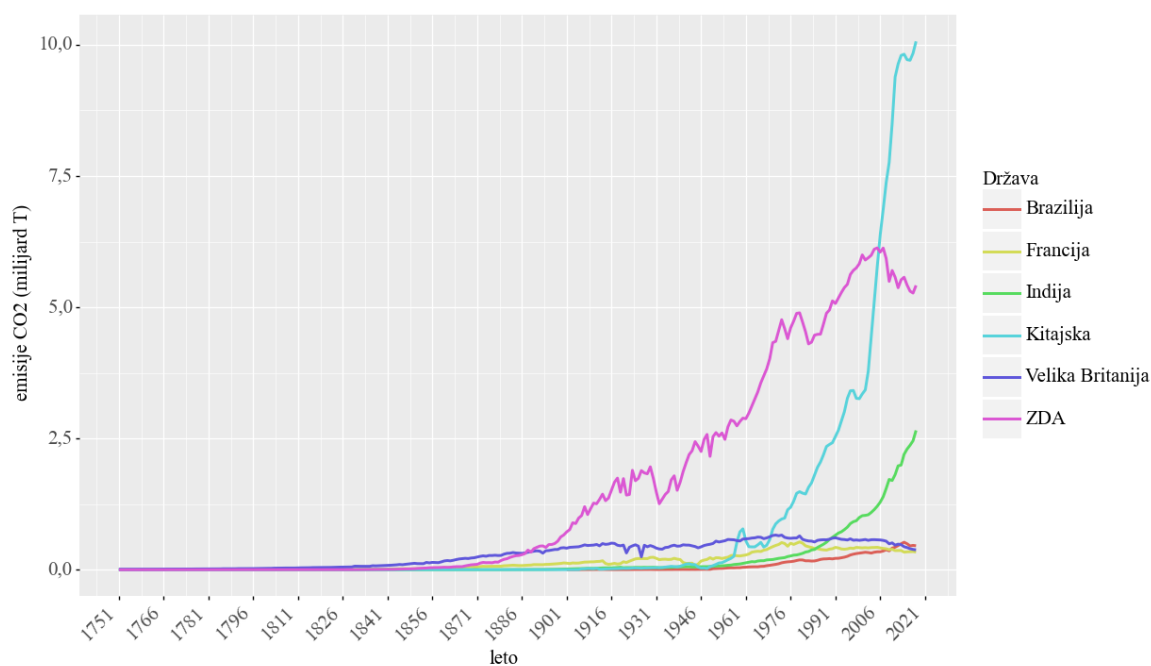


Prirejeno po Ritchie & Roser (2017).

Pri količini okolju nevarnih snovi je potrebno upoštevati, da države, ki so trenutno največji onesnaževalci, niso bile nujno največji onesnaževalci tudi v preteklosti. Kljub temu da Kitajska na globalni ravni trenutno predstavlja največjega onesnaževalca s CO₂, pa je v količini celotnih izpustov skozi zgodovino na prvem mestu ZDA (s 25 %), sledijo pa ji EU (22 %), Kitajska (12,7 %), Rusija (6 %) in Japonska (4 %) (Ritchie & Roser, 2017).

Na sliki 12 so prikazani izpusti CO₂ med letoma 1751 in 2017 po državah, ki so bile kumulativno največji onesnaževalci v tem obdobju. Na grafu opazimo, da so nekatere države proizvajale izpuste CO₂ že veliko pred drugimi, poleg tega je razvidno, da se količina izpustov pri nekaterih državah povečuje veliko hitreje kot pri drugih.

Slika 12: Izpusti CO₂ v obdobju med 1751 in 2001 glede na države



Prirjeno po Ritchie & Roser (2017).

Čeprav so države z razvitejšim gospodarstvom načeloma tudi veliki onesnaževalci in najrevnejše države na svetu k celotni količini emisij CO₂ doprinesejo manj kot 1 %, pa so pogosto ravno revnejše države najbolj izpostavljene posledicam podnebnih sprememb (Ritchie & Roser, 2017). Obremenitev okolja tako presega državne meje in močno vpliva tudi na države, ki povzročajo relativno malo onesnaževanja. Da bi se onesnaževanje na svetovni ravni zmanjšalo in da bi se s posledicami okoljske problematike uspešneje soočale tudi revnejše države, je pomembno iskanje rešitev na globalni ravni.

2.2 Okoljske strategije poslovanja

Motivi za okoljske strategije poslovanja so številni. Z namenom preglednosti se je na podlagi politično-ekonomskih dejavnikov in teorije deležnikov v literaturi oblikovala tipologija ključnih motivov (Henriques & Sadorsky, 1999; Banerjee, Iyer & Kashyap, 2003 v Žabkar, Čater, Bajde & Čater, 2013). Politično-ekonomski okvir obravnava vpliv političnih in ekonomskih dejavnikov na strategijo podjetja. Ti vplivi lahko izhajajo iz samega podjetja ali iz njegovega okolja (Stern & Reve, 1980 v Žabkar, Čater, Bajde & Čater, 2013). Teorija deležnikov pa poudarja, da na implementacijo okoljskih strategij v podjetju pomembno vplivajo regulacije, člani organizacije, mediji in člani skupnosti (Henriques & Sadorsky, 1999 v Žabkar, Čater, Bajde & Čater, 2013). Na podlagi obeh teoretičnih osnov so Banerjee,

Iyer in Kashyap (2003 v Čater, Prašnikar & Čater, 2009) kot ključne motive, ki vplivajo na okoljsko strategijo podjetja, opredelili spodaj naštetje in opisane.

- **Regulacije:** Vladne regulacije so pogosto eden najbolj osnovnih vzrokov za okoljsko poslovanje podjetij. Regulacije se lahko nanašajo na dizajn izdelka, distribucijske kanale, najvišjo dovoljeno količino emisij ali drugih vrst onesnaževanja (Banerjee, Iyer & Kashyap, 2003 v Čater, Prašnikar & Čater, 2009). Regulacije predstavljajo določene omejitve in usmeritve, ki jih morajo podjetja upoštevati, vendar niso enake niti enako obsežne za vse panoge. Nekatere panoge morajo tako upoštevati več regulacij kot druge (Čater, Prašnikar & Čater, 2009).
- **Zainteresiranost javnosti:** Na poslovanje podjetij vplivajo kupci in različne interesne skupine. Vpliv kupcev lahko označimo kot zunanji ekonomski vpliv, ki se kaže kot zahteva po okoljsko prijaznih izdelkih in praksah. Vpliv različnih interesnih skupin, kot na primer zahteve okoljskih aktivistov, pa lahko opredelimo kot zunanje politične vplive (Banerjee, Iyer & Kashyap, 2003 v Čater, Prašnikar & Čater, 2009).
- **Pričakovana konkurenčna prednost:** Eden od motivov za okoljsko poslovanje je tudi pričakovana konkurenčna prednost. Konkurenčno prednost lahko podjetja dosežejo z zmanjšanjem stroškov poslovanja na dolgi rok in z diferenciacijo izdelkov ali storitev (Smith, 1991 v Žabkar, Čater, Bajde & Čater, 2013). Do zmanjša stroškov lahko pride preko izboljšave procesov, uporabe cenejših recikliranih materialov in prihrankov pri energiji (Smith, 1991 v Žabkar, Čater, Bajde & Čater, 2013).
- **Predanost vrhnjega managementa:** Predanost vrhnjega managementa je pomemben faktor za implementacijo okoljskih strategij, saj se bodo managerji, ki verjamejo v korist okolju prijaznega poslovanja, bolj verjetno zavzemali za okolju prijazne prakse in produkte, kar neposredno vpliva na okoljsko strategijo podjetja. Poleg tega pa managerji s svojim ravnanjem predstavljajo tudi zgled zaposlenim in jih tako posredno usmerjajo k delovanju, ki je v skladu s kulturo in vizijo podjetja (Rejc Buhovac, Hren, Fink & Savič, 2018).

2.2.1 Reaktivne strategije

Reaktivne okoljske strategije so opredeljene kot ravnanje, s katerim podjetja upoštevajo veljavne okoljske predpise in regulacije, vendar ne izvajajo dodatnih prostovoljnih aktivnosti, s katerimi bi zmanjševala okoljsko problematiko (Eltayeb & Zailani, 2014). Podjetja, ki se poslužujejo zgolj reaktivnih okoljskih strategij, pogosto iščejo cenovno najugodnejše rešitve, s katerimi bi zadostila zahtevam predpisom in regulacij (Eltayeb & Zailani, 2014).

Reaktivne okoljske strategije so značilne za podjetja, katerim okoljska problematika ne predstavlja prioritete in ji posledično namenjajo majhno pozornost (Kim, 2018). Tovrstna

podjetja za reševanje okoljske problematike namenjajo čim manj sredstev in se primarno osredotočajo na kratkoročne aktivnosti, ki jih je možno hitro implementirati (Sharma & Henriques, 2005). Primera tovrstnih aktivnosti sta izboljšanje energijske učinkovitosti procesov ali ustrežnejše ravnanje z odpadki (Sharma & Henriques, 2005). Reaktivno naravnana podjetja navadno verjamejo, da se jim tovrstne minimalne investicije splačajo bolj od proaktivnih okoljskih aktivnosti. S tem, ko se odločijo za aktivnosti, ki so okolju manj prijazne, pa podjetja hkrati povečujejo možnost, da bo v prihodnosti prišlo do različnih okoljskih problematik (Kim, 2018).

Reaktivne okoljske prakse so tudi lažje izvedljive, saj zanje navadno ni potrebno dodatno strokovno znanje ali specifične sposobnosti za ravnanje z novimi okoljskimi tehnologijami in procesi (Endrikat, Guenther & Hoppe, 2014).

2.2.2 Proaktivne strategije

Proaktivne okoljske strategije so opredeljene kot sistematična in prostovoljna ravnanja oziroma prakse, ki presegajo regulatorne zahteve in se kažejo kot sistematično načrtovanje okolju prijaznih aktivnosti in vključevanje le-teh v dolgoročne načrte (Čater, Prašnikar & Čater, 2009). Proaktivne okoljske aktivnosti vključujejo pobude za izboljšanje produktivnosti in učinkovitejšo izrabo virov, zamenjavo materialov (uporabo okolju prijaznejših materialov), bolj inovativne proizvodne procese, tehnološke inovacije in proizvodnjo okolju prijaznejših produktov (na primer izdelkov, ki jih je možno stoddostno reciklirati) (Sharma, 2000; Hart, 1995 v Kim, 2018).

González-Benito in González-Benito (2005 v Primc 2016, str. 7–8) okoljske aktivnosti delita na organizacijske, operativne in trženjske prakse.

Organizacijske prakse vključujejo okoljsko politiko podjetja, postopke za oblikovanje okoljskih ciljev, izbiro okoljskih praks in njihovo izvajanje ter postopke za oceno njihovih učinkov. Te prakse same po sebi neposredno ne zmanjšujejo okoljske škode, temveč vzpostavljajo mehanizme, s katerimi lahko podjetja stalno napredujejo v smislu okoljske problematike (González-Benito & González-Benito, 2005 v Primc 2016, str. 7).

Operativne prakse se delijo na dve skupini, in sicer na prakse, ki so povezane s procesi, in prakse, povezane s proizvodni (González-Benito & González-Benito, 2005 v Primc 2016, str. 7). Cilj prvih je uvajanje okolju prijazne proizvodnje, postopkov in operativnih metod. Prakse, ki so povezane s procesi, lahko vplivajo na notranje ali zunanje procese. Vpliv na notranje procese se lahko kaže kot sanacija kontrolnih postopkov (na primer sistem ločevanja odpadkov) ali preprečevalnih postopkov (na primer uporaba obnovljivih virov energije in tehnologij, ki so prijazne okolju) (González-Benito & González-Benito, 2005 v

Primc 2016, str. 7). Procesne prakse, ki vplivajo na zunanje procese, kot so interakcija z deležniki, distribucija in dobava, pa se kažejo kot nakup ekoloških surovin in proizvodov, upoštevanje okoljske usmerjenosti dobaviteljev, vpeljava sistemov za ponovno uporabo in recikliranje, uporaba reciklirane embalaže itd. (González-Benito & González-Benito, 2005 v Primc 2016, str. 7). Cilj praks, ki so povezane s proizvodi, je oblikovanje in razvoj okolju prijaznih proizvodov. Primer tovrstnih praks je zmanjševanje porabe virov v proizvodnji, možnost recikliranja in obnove proizvodov, uporaba okolju prijaznih snovi v proizvodnji itd. (González-Benito & González-Benito, 2005 v Primc 2016, str. 7).

Cilj trženjskih praks je poročanje različnim deležnikom podjetja o ukrepih, ki jih je podjetje sprejelo v korist naravnega okolja. Te prakse izhajajo predvsem iz povečane zahteve javnosti po transparentnosti na področju trajnostnega poslovanja podjetij in same po sebi ne prispevajo k bolj okoljsko naravnemu poslovanju. Trženjske prakse kljub temu predstavljajo dodatno zavezo podjetja k varovanju okolja, mednje pa spadajo trženje okolju prijaznih značilnosti proizvodov ali storitev, sodelovanje z neprofitnimi organizacijami in sponzorstvo okoljsko prijaznih dogodkov, okoljska poročila itd. (González-Benito & González-Benito, 2005 v Primc 2016, str. 7).

Proaktivno okoljsko poslovanje se lahko kaže na spektru od zgolj blagega preseganja zakonsko predpisanih zahtev pa vse do vodilnih praks na področju okoljskega poslovanja (Aragón-Correa & Rubio-Lopez, 2007). Medtem ko za reaktivne okoljske prakse navadno ni potrebno dodatno strokovno znanje, so proaktivne prakse tesno povezane z razvojem specifičnih organizacijskih sposobnosti, njihov razvoj pa lahko služi kot potencialni vir kompetenčne prednosti in vpliva na sposobnost pridobitve finančne prednosti (Endrikat, Guenther & Hoppe, 2014). Podjetja, ki uporabljajo proaktivne okoljske strategije, pogosto pričakujejo pomembne spremembe pri vplivu na okolje (na primer manjši izpust strupenih snovi v okolje) in predvidevajo, da bo implementacija proaktivnih praks pozitivno vplivala tudi na ekonomsko uspešnost (Kim, 2018).

2.3 Okoljsko podjetništvo

S preučevanjem dobičkonosnosti »zelenega« poslovanja se je začel razvijati koncept okoljskega podjetništva. Okoljsko podjetništvo se je v zadnjih letih razvilo v celovit koncept, ki se nanaša na prepoznavanje in izkoriščanje poslovne priložnosti ter doseganje ekonomske rasti ob hkratnem doseganju koristi za okolje (Rebernik, Močnik & Hojnik, 2015).

Ker je koncept okoljskega podjetništva še vedno v razvoju, se na podobno tematiko v literaturi pojavlja več različnih izrazov, in sicer ekološko podjetništvo, zeleno podjetništvo in trajnostno podjetništvo (Rebernik, Močnik & Hojnik, 2015, str. 65).

Na razvoj okoljskega podjetništva vpliva več različnih dejavnikov. Volery (2002) jih deli na »dejavnike potiska« (angl. Push Factors) in »dejavnike potega« (angl. Pull Factors). Pod prvo skupino dejavnikov potiska spadajo regulacije, rastoči stroški ravnanja z odpadki in redkost naravnih virov, med dejavnike potega pa uvršča zahteve potrošnikov in zelena partnerstva (Volery, 2002). Schaper (2002) kot dodaten dejavnik potega navaja še okoljsko podjetništvo.

Dejavniki potiska:

- **Regulacije:** Čeprav okoljske regulacije predstavljajo prisilo za ravnanje v skladu z zahtevami, Porter in van der Linde (1995) izpostavljata, da lahko primerno oblikovani okoljski standardi spodbujajo inovacije, ki vplivajo na znižanje celotnih stroškov proizvodov ali izboljšanje njihove vrednosti. Dangelico in Pujari (2010) dodajata, da lahko regulacije hkrati nudijo priložnost za zmanjšanje tveganj, ohranjanje ugleda in prihodkov ter za razvoj novih poslovnih priložnosti.
- **Stroški ravnanja z odpadki:** Stroški ravnanja z odpadki naraščajo, kar podjetja sili k ravnanju, s katerim bodo zmanjšala količino proizvedenih odpadkov (Volery, 2002).
- **Redkost naravnih virov:** Redkost naravnih virov vpliva na njihovo ceno, ta pa vpliva na višje stroške proizvodnje. Poslovne strategije, ki so zgrajene okrog radikalno boljše izrabe naravnih virov, tako lahko vplivajo na zmanjšanje stroškov oziroma ustvarjanje dobička, hkrati pa lahko vplivajo na zmanjšanje mnogih okoljskih problemov (Lovins, Lovins & Hawken, 1999).

Dejavniki potega:

- **Zahteve potrošnikov:** Rastoča zahteva potrošnikov po ekoloških dobrinah in storitvah nudi priložnost za uspešnost okoljsko prijaznih proizvodov in storitev (Volery, 2002).
- **Zelena partnerstva:** Gre za medorganizacijska partnerstva in omrežja, ki so se razvila z namenom izboljšanja okoljske ozaveščenosti, delitve najboljših okoljskih praks in koordinacije aktivnosti. Razvoj teh partnerstev je posebno izrazit v zadnjih dveh desetletjih (Volery, 2002).
- **Okoljsko podjetništvo:** Okoljsko podjetništvo naj bi preko prikaza ekonomskih prednosti zelenega poslovanja ostala podjetja spodbujalo k okoljsko proaktivnejšem delovanju (Schaper, 2002). Na področju okoljskega podjetništva je namreč mnogo tržnih niš, ki podjetjem omogočajo razvoj novih produktov in storitev, novih metod trženja, preoblikovanje obstoječih poslovnih modelov in praks ter izboljšanje učinkovitosti. Avtor meni, da ima okoljsko podjetništvo velik potencial, da služi kot pomembna sila pri prehodu k bolj trajnostnemu poslovanju (Schaper, 2002).

V praksi se okoljsko podjetništvo kaže v različnih obsegih in oblikah. Tovrstna podjetja lahko analiziramo glede na oblikovane okoljske prioritete podjetja in glede na njihov vpliv na trgu (Schaltegger, 2002). Okoljske prioritete se odražajo v ciljih podjetja in so lahko

nizke, srednje ali visoke. Za nizke prioritete je značilno, da so okoljski vidiki poslovanja navadno le del nalog posameznega zaposlenega, pri srednjih prioritetah so okoljske prakse dopolnilo k osnovnemu poslovanju, pri visokih okoljskih prioritetah pa so aktivnosti, povezane z ohranjanjem okolja del ključnih poslovnih aktivnosti. Vpliv podjetja na trgu se kaže kot obseg prisotnosti in je lahko majhen, srednji ali velik. Majhen vpliv se nanaša na zelo majhen del poslovanja oziroma občasno poslovanje, srednji vpliv lahko razumemo kot poslovanje v okoljskih tržnih nišah, velik vpliv pa se nanaša na poslovanje podjetij z velikim tržnim deležem oziroma na poslovanje na množičnem trgu (Rebernik, Močnik & Hojnik, 2015).

Volery (2002) piše o dveh kategorijah okoljskih podjetnikov. V prvo kategorijo spadajo podjetniki, ki se jasno zavedajo okoljske problematike, vendar ne delujejo na okoljskem trgu. Gre za kategorijo »okoljsko zavednih podjetnikov«, ki poskušajo zmanjšati svoj vpliv na okolje in se zato osredotočajo na ekološko učinkovitost, v smislu proizvodnje bolj zelenih izdelkov, manjše porabe virov in manjše onesnaževanje (Volery, 2002). Drugo kategorijo označuje kot »zeleno podjetnike«, kamor spadajo podjetniki, ki se zavedajo okoljskih problematik in hkrati delujejo na okoljskem trgu. Gre za podjetja, ki iščejo okoljsko orientirane poslovne priložnosti s potencialom dobičkonosnosti (Volery, 2002). Zelene podjetnike najpogosteje najdemo v dejavnostih na področju recikliranja ali odlaganja odpadkov, izboljšanja onesnaženih področij, nadzora onesnaževanja zraka, ravnanja z vodami ter v inženirskih in svetovalnih storitev (Fischetti & Jareaux, 1992 v Volery, 2002).

Ekološko podjetništvo lahko delimo tudi na že obstoječa podjetja, ki so prevzela prakse okoljskega managementa ali bolj čiste proizvodne procese, in na nova, predvsem zagonska podjetja, katerih poslovanje temelji na naravnih in ekoloških virih (na primer proizvodnjo sončne energije, ekološki turizem) (Reinhardt, 1998). Podjetja, ki so že nastala kot zelena podjetja, imajo pomembno drugačne značilnosti od velikih, že obstoječih podjetij. Za razliko od že obstoječih podjetij nove organizacije navadno vzamejo več časa, da razumejo trajnost in izvedljivost načrtov, preden se hitro razvijejo v donosna in tehnološko zahtevna nišna podjetja (Ács & Audretsch 1990; Coad, Segarra & Teruel, 2016; Porter & van der Linde, 1995 v Demirel, Li, Rentocchini, & Tamvada, 2019).

3 DRUŽBENI VIDIK TRAJNOSTI

3.1 Opredelitev družbenega vidika trajnosti

Kljub temu da je družbeni vidik trajnosti enakovreden gospodarskemu in okoljskemu, pa je bil do konca 90. let prejšnjega stoletja v ozadju. V preteklosti je bila največja osredotočenost

predvsem na gospodarski vidik trajnosti, zaradi česar sta sledila hitra gospodarska rast in povečanje materialne blaginje. Hkrati so, kot posledica povečane gospodarske dejavnosti, začeli naraščati negativni vplivi na okolje, okrepilo pa se je tudi izkoriščanje naravnih virov. Z vse večjimi vplivi na naravno okolje se je postopoma začela krečiti zavest o okoljskem vidiku trajnosti (Kandachar, 2014). Družbeni vidik je začel v ospredje prihajati v poznih 90. kot posledica različnih družbenih problematik (Colantonio, 2009).

Polèse, Stren in Stren (2000, str. 6 v Banfi, 2013, str.15–16) družbeni vidik trajnosti definirajo kot rast, ki je združljiva z razvojem civilne družbe in ki spodbuja okolje, ugodno za sobivanje družbeno in kulturno različnih skupin, ter istočasno spodbuja družbeno integracijo z izboljšanjem kakovosti življenja za vse dele populacije. Sachs (1999, str. 27 v Banfi, 2013 str. 13) izpostavlja, da mora definicija družbenega vidika trajnosti »temeljiti na temeljnih vrednotah enakopravnosti in demokracije, pri čemer je slednja razumljena kot učinkovita prisvojitve vseh človekovih pravic, torej političnih, državljanskih, gospodarskih, socialnih in kulturnih s strani vseh ljudi.«

Družbeni vidik trajnosti pokriva širok spekter področij, vendar v literaturi ni enotne opredelitve ključnih indikatorjev ali področij. V spodnji preglednici (tabela 2) povzemam ključna področja družbenega vidika trajnostnega razvoja, ki so jih opredelili Colantonio (2009 v Zupančič, 2018), McKenzie (2004, str. 13–14), Niessen in drugi (2018 v Zupančič, 2018, str. 17).

Tabela 2: Področja družbene dimenzije trajnosti

| Področja družbene dimenzije trajnosti | | |
|--|---|--|
| Colantonio (2009) | McKenzie (2004) | Niessen in drugi (2018 v Zupančič, 2018) |
| Osnovne potrebe | Enake možnosti dostopa do ključnih storitev, kot so zdravstvene, izobraževalne, rekreacijske storitve, prevoz in nastanitve | Zdravje in varnost |
| Zaposlenost | Enakost med generacijami (prihodnje generacije niso prikrajšane zaradi delovanja prejšnjih generacij) | Revščina |
| Enakost | Sistem kulturnih odnosov, kjer so pozitivni vidiki različnih kultur cenjeni in zaščiteni ter kjer je kulturna integracija podprta, če si to posamezniki in skupine želijo | Družbena blaginja |

se nadaljuje

Tabela 2 : Področja družbene dimenzije trajnosti (nad.)

| Področja družbene dimenzije trajnosti | | |
|--|--|--|
| Colantonio (2009) | McKenzie (2004) | Niessen in drugi (2018 v Zupančič, 2018) |
| Človekove pravice in spol | Široka politična vključenost državljanov tako v volitvene postopke kot tudi na druga področja politične aktivnosti | Demokracija |
| Revščina | Sistem za prenos zavedanja socialnega vidika trajnosti s sedanje generacije na naslednjo | Človekove pravice in spol |
| Socialna pravičnost | Občutek odgovornosti skupnosti za vzdrževanje tega sistema prenosa | Dostop do socialnih storitev |
| Demografske spremembe (staranje, migracije, mobilnost) | Mehanizmi za kolektivno identifikacijo močnih točk in potreb skupnosti | Socialna pravičnost |
| Kohezija in vključevanje v družbo | Mehanizmi za zadovoljevanje potreb skupnosti, kjer je to možno preko skupinskih akcij | Dostop do izobrazbe, vključenost in dostop |
| Identiteta, občutek prostora in kulture | Mehanizmi za politično zastopanje potreb, ki jih ni možno zadovoljiti preko delovanja skupnosti | Sreča in kakovost življenja |
| Opolnomočenje, participacija in dostop | | |
| Zdravje in varnost | | |
| Socialni kapital | | |

Prirejeno po Colantonio (2009 v Zupančič, 2018); McKenzie (2004); Niessen in drugi (2018 v Zupančič, 2018).

Kljub različnim opredelitvam koncepta pa se večina avtorjev strinja, da gre za skrb za zagotavljanje ključnih storitev za vse ljudi ter za ohranjanje in izboljšanje kvalitete življenja. Pri tem je ključen poudarek na skrbi za prihodnje generacije, ki zaradi dejanj sedanjih generacij ne smejo biti prikrajšane.

Družbeni vidik trajnosti lahko delimo na dve dimenziji, in sicer na notranji in zunanji vidik (Baumgartner & Ebner, 2010). Notranji vidik se nanaša na kulturo v podjetju in na skrb do zaposlenih ter upošteva etična in moralna načela (Galuppo, Gorli, Scaratti & Kaneklin, 2014). Baumgartner in Ebner (2010, str. 80) med notranje vidike družbene dimenzije trajnosti uvrščata:

- Korporativno upravljanje, ki se nanaša na transparentnost vseh aktivnosti podjetja in omogočanje vpogleda v vse ključne podatke z namenom izboljšanja odnosov z deležniki.
- Motivacijo in spodbujanje, pri čemer gre za aktivno vključevanje managementa v trajnostne teme in nudenje zgleda zaposlenim.
- Vidik zdravja in varnosti, ki se nanaša na preprečevanje zdravstvenih in varnostnih tveganj, ki bi se lahko zgodila med delom v organizaciji ali zanj. V skladu s tem vidikom podjetja zaposlenim ponujajo različne programe, s katerimi lahko zaposleni preprečijo različne nevarnosti, ostanejo zdravi in v dobri formi.
- Razvoj človeškega kapitala, ki se v podjetjih implementira preko specifičnih programov, kot so neprestano izobraževanje, mentorstvo ali usposabljanja.

Zunanji vidik družbene dimenzije trajnosti se nanaša na prevzemanje odgovornosti podjetij za svoja dejanja in delovanje v korist družbene skupnosti in se navadno udejanja prek javnega poročanja organizacij in procesov strateškega managementa (Galuppo, Gorli, Scaratti & Kaneklin, 2014).

Med zunanje vidike Baumgartner in Ebner (2010, str. 80) uvrščata:

- Etično vedenje in človeške pravice, pri čemer imajo velik pomen kultura spoštovanja, pravična pravila, upoštevanje potreb in idej deležnikov, pravična razporeditev premoženja, neškodovanje zaposlenim ter upoštevanje njihovih verskih prepričanj, nacionalnosti, rase, spola ter skrb za starejše in hendikepirane.
- Poslovanje brez spornih aktivnosti, pri čemer bi v kontekstu trajnosti kot sporne aktivnosti lahko opredelili delniško lastništvo podjetij, ki delujejo v nasprotju s trajnostjo ali prodajo lastnih sredstev z namenom netrajnostnih aktivnosti.
- Poslovanje brez korupcij in kartelov oziroma pravično delovanje na trgu brez manipulativnih poslovnih praks. Torej poslovanje brez kršenja pravil in zakonov, pridružitve kartelom in korupcije.

3.2 Družbene neenakosti

Zaradi večjega zavedanja o družbenih problematikah se krepijo tudi aktivnosti za njihovo zmanjšanje. Pozitivne spremembe so vidne na različnih področjih, vse več ljudi ima na

primer dostop do šolstva, zdravstvene oskrbe, stopnja ekstremne revščine se zmanjšuje itn. Kljub pozitivnim premikom mnoge družbene težave ostajajo. V poglavju predstavljam zgolj nekatere ključne družbene neenakosti.

Eden največjih svetovnih problemov je revščina. Delež ljudi, ki živijo v ekstremni revščini, je začel upadati z industrializacijo in s povečanjem produktivnosti (Roser & Ortiz-Ospina, 2013). V obdobju 19. in 20. stoletja je industrijska revolucija razvitim državam prinesla gospodarski napredek, danes pa gredo skozi podoben proces države v razvoju (EEA, 2015).

Kljub temu da se je v tem obdobju po svetu pričel trend zmanjševanja ekstremne revščine, pa še vedno velik delež svetovnega prebivalstva živi v pomanjkanju. Svetovna banka (angl. World Bank) navaja, da je bil leta 2017 delež oseb, ki so živele v ekstremni revščini, 9,2 %, kar pomeni, da je 689 milijonov ljudi živelo z manj kot 1,90 \$ na dan. Poleg tega je 24,1 % svetovne populacije v istem obdobju živelo z manj kot 3,20 \$ na dan, 43,6 % pa z manj kot 5,50 \$ na dan (World Bank, 2020). Ti podatki kažejo, da kljub upadanju revščine še vedno večina svetovnega prebivalstva živi v pomanjkanju. Revščina je pomemben problem, saj so najrevnejši ljudje pogosto lačni, imajo slabši dostop do izobrazbe in zdravstva ter pogosteje trpijo za slabšim zdravjem (Roser & Ortiz-Ospina, 2013).

Kljub trendu zmanjševanja revščine pa trenutne ocene Svetovne banke nakazujejo, da bo v letu 2020 prvič po dvajsetih letih opazen porast revščine, na kar naj bi v veliki meri vplivali konflikti, koronavirusna bolezen covid-19 in podnebne spremembe (World Bank, 2020).

Neenakosti se kažejo tudi na področju izobrazbe. Izobrazba je pomembna za posameznike, saj lahko v veliki meri vpliva na kvaliteto življenja. Ustrezna izobrazba pozitivno vpliva tudi na gospodarstvo in celotno družbo, zato vlade po svetu navadno omogočajo osnovno izobrazbo, državljani pa so pogosto z zakonom prisiljeni v izobraževanje do določene osnovne stopnje. Zaradi uveljavljanja vse dostopnejšega izobraževanja stopnja pismenosti po svetu narašča, poleg tega pa vse večji delež posameznikov obiskuje sekundarno in terciarno izobraževanje (Roser & Ortiz-Ospina, 2016). Kljub splošnemu napredku na svetovni ravni je izobrazba ponekod še vedno omejena. Pomanjkljiva dostopnost izobraževanja je še posebno vidna v nekaterih državah v Afriki, kjer še vedno obstajajo države, v katerih je stopnja pismenosti med mladimi manjša od 50 % (Roser & Ortiz-Ospina, 2016). Poleg neenakega dostopa do izobrazbe je na svetu tudi velika razlika v kvaliteti izobrazbe. Podatki kažejo, da se otroci v šolah v revnejših državah naučijo veliko manj kot otroci v državah z dobro razvitim šolstvom (Roser, 2013).

Pomembno problematiko predstavljajo tudi neenakosti med spoloma. V zadnjem stoletju je opazna višja stopnja zaposlenosti žensk, v zadnjih desetletjih pa se v mnogih državah zmanjšuje tudi neenakost v plačilu med spoloma. Kljub zmanjševanju razlik med spoloma pa so te še vedno prisotne. Po vsem svetu moški na splošno zaslužijo več od žensk, delež žensk na višjih položajih v podjetjih je manjši, hkrati pa je delež žensk višji pri delovnih mestih z nizkim plačilom (Ortiz-Ospina & Roser, 2018). Posledice neenakosti med spoloma

se kažejo na različnih področjih in vplivajo na celotno življenje posameznikov. Gospodarske posledice tovrstnih neenakosti so lahko merjene kot izguba človeškega kapitala (Wodon in drugi, 2020). Izguba človeškega kapitala zaradi neenakosti med spoloma je na globalni ravni ocenjena na 160,2 bilijone dolarjev (Wodon in drugi, 2020).

Družbene neenakosti se kažejo tudi na področju zdravstva. Gospodarska rast in izboljšani življenjski pogoji zmanjšujejo revščino, omogočajo boljšo prehrano ter dostop do pitne vode in zdravstva, kar vpliva na zdravje ljudi (EEA, 2015). Na področju zdravstva v svetovnem merilu obstajajo velike razlike. V razvitem delu sveta je zdravstvo boljše urejeno in bolj dostopno kot v manj razvitih delih sveta. Posledice nedostopnega ali neustreznega zdravstva so lahko med drugim manjše prepoznavanje bolezni, neustrezno zdravljenje, hitrejšo širjenje nekaterih bolezni in višja umrljivost ljudi. Smrtnost otrok v državah z najslabšim zdravstvenim sistemom je tako 60-krat večja od smrtnosti otrok v državah z najboljšim zdravstvenim sistemom (Roser, 2013).

Ena od posledic razlik v zdravju je tudi razlika v boleznih. Podatki Svetovne zdravstvene organizacije (angl. World Health Organization – WHO) kažejo, da zaradi boljše zdravstvene oskrbe in izboljšanih življenjskih pogojev število nalezljivih bolezni po svetu upada. Kljub zmanjšanemu obsegu nalezljivih bolezni na svetovni ravni pa so te še vedno v veliki meri prisotne v manj razvitih državah in predstavljajo pomembno grožnjo človeškemu zdravju in mednarodni zdravstveni varnosti, še posebno nevarne so za države v razvoju (WHO, 2013). Če so nalezljive bolezni bolj nevarne v manj razvitih državah pa v razvitih državah naraščajo bolezni, ki so posledica neustreznega življenjskega sloga (na primer debelost in srčno-žilne bolezni) (WHO, 2013).

Neenakosti se med drugim kažejo tudi v izpostavljenosti različnim okoljskim tveganjem. Nekatere depriviligirane skupine so izpostavljene večjim okoljskim tveganjem, kar vpliva na njihovo varnost, zdravje, prihodke itn. Zaradi okoljskih dejavnikov, ki povzročajo neustrezne življenjske razmere, je mnogo ljudi prisiljenih v migracije (Forum for the Future, 2019). Napovedi o migracijah, ki so posledice podnebnih sprememb, so različne; Svetovna banka napoveduje, da se bo do leta 2050 moralo preseliti 140 milijonov ljudi (Rigaud in drugi, 2018). Mednarodna organizacija za migracije (angl. International Organization for Migration – IOM) pa napoveduje med 25 milijonov in eno milijardo migracij, kar pomeni, da se bo preselil približno eden od devetih ljudi (Laczko & Aghazarm, 2009). Okoljskim tveganjem so pogosto najbolj izpostavljene manj razvite države, ki se s posledicami okoljske škode tudi težje spopadajo.

Na svetovni ravni je opazna tudi razlika v zadovoljstvu z življenjem in v kvaliteti življenja posameznikov. Zadovoljstvo z življenjem se med državami zelo razlikuje. Bogatejši ljudje se navadno ocenjujejo za bolj srečne od revnejših, tudi premožnejše države imajo višji splošni nivo sreče, kar nakazuje na povezavo med prihodkom in zadovoljstvom z življenjem (Ortiz-Ospina & Roser, 2013).

Eden od pokazateljev kvalitete življenja je lahko indeks človekovega razvoja (angl. Human development Index – HDI). Gre za indeks, ki meri ključne dimenzije človekovega razvoja, med katere spadajo: dolgo in zdravo življenje (merjeno s pričakovano življenjsko dobo), dostop do izobrazbe (merjen s pričakovano dobo šolanja otrok) in ustrezen standard življenja (merjen z BDP na prebivalca in prilagojen s cenami v določeni državi) (Roser, 2014). Indeks človekovega razvoja nakazuje na velike razlike na svetovni ravni med državami, najvišji indeks imajo države Severne Amerike, Evrope, Japonske in Oceanije, najnižje pa države osrednje Afrike (Roser, 2014).

Različne neenakosti so že same po sebi problem, hkrati pa neenakosti na enem področju pogosto vplivajo na neenakosti na drugih življenjskih področjih. Tako na primer nedostopnost izobrazbe vpliva na verjetnost, da bo lahko posameznik dobil dobro delovno mesto, kar vpliva na njegov prihodek, to pa vpliva na njegovo kvaliteto življenja (npr. življenje v neustreznih pogojih, pomanjkanje hrane, nezmožnost dostopanja do nekaterih storitev), zato je zmanjšanje neenakosti in omogočanje dostojnega življenja za vse prebivalce sveta zelo pomembno. Ker so manj razvite države navadno deležne neenakosti in pomanjkanja na več področjih in se s tem zaradi nezadostnega gospodarskega razvoja ne morejo ustrezno soočati, sta pomembna kolektivno sodelovanje in pomoč na globalni ravni.

3.3 Družbena odgovornost

V povezavi s trajnostno naravnostjo podjetij oziroma s trajnostno odgovornim poslovanjem se pogosto pojavlja koncept družbene odgovornosti. Osnovna ideja družbene odgovornosti je, da podjetje in družba nista neodvisna drug od drugega, temveč sta med seboj povezana, zato ima družba določena pričakovanja glede ravnanja in rezultatov podjetij (Wood, 1991 v Ebner, 2007, str. 2). Družbeno odgovornost lahko splošno opredelimo »kot obveznost človeštva, da uresničuje skupne cilje družbe« (Brandon & Lombardi, 2009; Cooper & Vargas, 2004 v Močnik, Crnogaj & Bradač Hojnik, 2017, str. 95). Ožja opredelitev družbene odgovornosti pa se nanaša na odgovornost do deležnikov podjetja (Knez-Riedl, Mulej & Dyck, 2006 v Močnik, Crnogaj & Bradač Hojnik, 2017, str. 95). Ena najbolj uveljavljenih definicij družbeno odgovornost opredeljuje kot prostovoljno integriranje okoljskih in družbenih vidikov v poslovanje (Commission Of The European Communities, 2001).

Na akademskem nivoju se je koncept korporativne družbene odgovornosti (angl. Corporate Social Responsibility – CSR) začel pojavljati okrog 1970, kar je približno dve desetletji pred pojavom koncepta korporativne trajnosti (angl. Corporate Sustainability – CS) (Montiel, 2008, str. 250). Kljub intenzivnim razpravam o odnosu med družbeno odgovornostjo in trajnostno naravnostjo pa niti na teoretičnem nivoju niti v praksi ni jasne opredelitve družbene odgovornosti in njene povezave s trajnostnim razvojem ali s trajnostnim

delovanjem podjetij (Werther & Chandler, 2010 v Ebner, 2007, str. 2). Ebner (2007) povzema, da del akademikov diskutira o družbenem vidiku trajnosti in se pri tem izogiba povezave z družbeno odgovornostjo, drugi trajnost opredeljujejo kot osnovo za družbeno odgovornost, tretji enačijo oba koncepta, četrti pogled pa družbeno odgovornost opredeljuje kot družbeno dimenzijo trajnosti (Ebner, 2007, str. 2–3).

Ne glede na neenotnosti glede odnosa med trajnostjo in družbeno odgovornostjo pa je slednja v praksi vse bolj prisotna. Podjetja v sodobnem gospodarstvu se zavedajo pomena družbeno odgovornega poslovanja in delujejo skladno z etiko oziroma moralami in vrednotami družbe. Poleg zagotavljanja dobička lastnikom se usmerjajo tudi na podporo aktivnosti, kot so filantropske donacije, zdravstveno varstvo, varstvo otrok in izobraževanje oziroma usposabljanje (Carroll, 1991 v Vallance, Perkins & Dixon, 2011).

Carroll (1991, str. 42) družbeno odgovornost deli na štiri komponente, in sicer na ekonomsko, pravno, etično in filantropsko. Delovanje v skladu z nekaterimi komponentami je za podjetje pomembnejše, zato jih avtor predstavlja v obliki piramide (slika 13).

Slika 13: Štiri komponente družbene odgovornosti



Prيرهeno po Carroll (1991, str. 42).

Podjetje mora nujno delovati v skladu z ekonomsko in pravno komponento, saj sta zahtevani, etična komponenta je pričakovana s strani deležnikov, vendar ni zahtevana, filantropska komponenta pa je povsem prostovoljna (Močnik, Crnogaj & Bradač Hojnik, 2017, str. 97).

Ena ključnih kritik Carrollovega pogleda na družbeno odgovornost je hierarhična razporeditev vidikov družbene odgovornosti. Kriti izpostavljajo, da so različni vidiki med seboj enakovredni in da zato prikaz v obliki piramide ni ustrezen (Močnik, Crnogaj & Bradač Hojnik, 2017, str. 99).

Tabela 3: Opredelitev ravni družbene odgovornosti

| Raven družbene odgovornosti | Pričakovanja družbe | Vodilo | Ključni deležniki | Primeri v poslovni praksi |
|-----------------------------|---------------------------|-----------------------------------|-------------------|---|
| Ekonomska | Zahtevana, obvezna | Ustvarjanje dobička | Lastniki | Maksimizacija vrednosti podjetja, minimiziranje stroškov, dobičkonosnost, odgovorne strateške odločitve, večanje vrednosti celotnega podjetja |
| Pravna | Zahtevana, obvezna | Spoštovanje zakonov | Zaposleni | Izpolnjevanje vseh zakonov, vključno z okoljevarstvenimi, zaščito potrošnikov, enakopravnostjo spolov, tehničnih predpisov, izpolnjevanje pogodbenih obveznosti |
| Etična | Pričakovana, prostovoljna | Etičnost, načelnost | Odjemalci | Izogibanje dvomljivim dejavnostim, sprejemanje zakonodaje kot minimalne zahteve, sprejemanje in izvajanje etičnih načel poslovanja |
| Filantropska | Zaželena, prostovoljna | Izboljševanje kakovosti življenja | Skupnost | Prostovoljne aktivnosti, donatorstvo, sponzorstvo, programi za podporo lokalne skupnosti |

Vir: Carroll & Buchholtz (2003, str. 35–39 v Močnik, Crnogaj & Bradač Hojnik, 2017, str. 98); Jaklič (2009 v Močnik, Crnogaj & Bradač Hojnik, 2017, str. 98).

Ebner (2007, str. 8) navaja šest ključnih področij družbene odgovornosti podjetij: etika in kultura (1), management in vodenje (2), trg in konkurenca (3), poslovne aktivnosti (4), človeški kapital (5), odnosni kapital (6).

Področje etike in kulture vključuje vidike, ki odražajo etično vedenje organizacije. Teme, ki spadajo v to področje, so: upoštevanje deležnikov, kontroverzne dejavnosti, korupcija, podkupovanje in karteli, etično vedenje znotraj organizacije, udeležba v družbeno odgovornih programih in transparentnost (Ebner, 2007, str. 8).

Management in vodenje vključujeta področja, ki so v pristojnosti vodstva in se nanašajo na spremembo odnosa do družbene odgovornosti. Vidiki tega področja so: družbeno odgovorne

strategije, motiviranje in sistem nagrajevanja, management znanja in organizacijska struktura (Ebner, 2007, str. 8).

Področje trga in konkurence se navezuje na želene rezultate družbeno odgovornega poslovanja in na načine za doseganje teh rezultatov ter vključuje koristi družbeno odgovornih praks in zmanjšanje tveganja (Ebner, 2007, str. 8).

Področje poslovnih aktivnosti vključuje opredelitev vlog in implementacijo družbene odgovornosti v vsakodnevno poslovanje. Vidiki, ki se nanašajo na to področje, so: vloga in odgovornost, implementacija družbene odgovornosti in produktna odgovornost (Ebner, 2007, str. 8).

Področje usmerjenosti v človeški kapital se osredotoča na dejavnosti, ki vplivajo na zaposlene in njihov razvoj. Ključne teme so: človekove pravice in raznolikost, zdravstvo in varnost, razvoj človeškega kapitala, usmerjenost na zaposlene (Ebner, 2007, str. 8).

Odnosni kapital se nanaša na izboljšanje odnosov znotraj okolja, v katerem organizacija posluje. Ključne teme področja so: informacije, dialog in komunikacija, podpora in sodelovanje (Ebner, 2007, str. 8).

Slika 14: Ključna področja družbene odgovornosti podjetja



Prيرهjeno po Ebner (2007, str. 8).

4 TRAJNOSTNA NARAVNANOST SLOVENSКИH HITRO RASTOČIH PODJETIJ

4.1 Cilj raziskave

Cilj raziskave je ugotoviti, v kolikšni meri se bodo hitro rastoča podjetja v Sloveniji v prihodnjem letu osredotočala na različna področja družbene odgovornosti in na področja varovanja naravnega okolja ter kateri so najpomembnejši dejavniki, ki vplivajo na trajnostno poslovanje podjetij. Poleg tega je cilj raziskave ugotoviti, ali se rezultati pomembno razlikujejo glede na dejavnost in/ali velikost podjetja.

Med pisanjem magistrskega dela sem sledila naslednjim raziskovalnim vprašanjem:

- V kolikšni meri se preučevana podjetja pri svojem poslovanju osredotočajo na področje družbene odgovornosti?
- V kolikšni meri se preučevana podjetja pri svojem poslovanju osredotočajo na področje varovanja okolja?
- Kateri so najpomembnejši dejavniki za trajnostno poslovanje podjetij?
- Ali je osredotočenost na družbeno odgovorne prakse odvisna od velikosti podjetja?
- Ali je osredotočenost na družbeno odgovorne prakse odvisna od dejavnosti podjetja?
- Ali je osredotočenost na varovanje okolja odvisna od velikosti podjetja?
- Ali je osredotočenost na varovanje okolja odvisna od dejavnosti podjetja?
- Ali se preučevana podjetja bolj osredotočajo na družbeno odgovorne prakse ali na prakse varovanja okolja?

4.2 Populacija in opredelitev vzorca

Raziskavo sem izvajala na populaciji 500 najhitreje rastočih podjetij v Sloveniji v letu 2019, ki so bila opredeljena na Nacionalni lestvici 500 najhitreje rastočih podjetij 2019 v sklopu izbora Gazela. Izbor poteka pod okriljem založniške hiše Dnevnik d.o.o, kjer vsako leto izdajo seznam najhitreje rastočih podjetij v Sloveniji. V izbor so vključena podjetja, ki rastejo in se razvijajo nadpovprečno hitro, so trajnostno naravnana in ustvarjajo nova delovna mesta (Krnc, brez datuma).

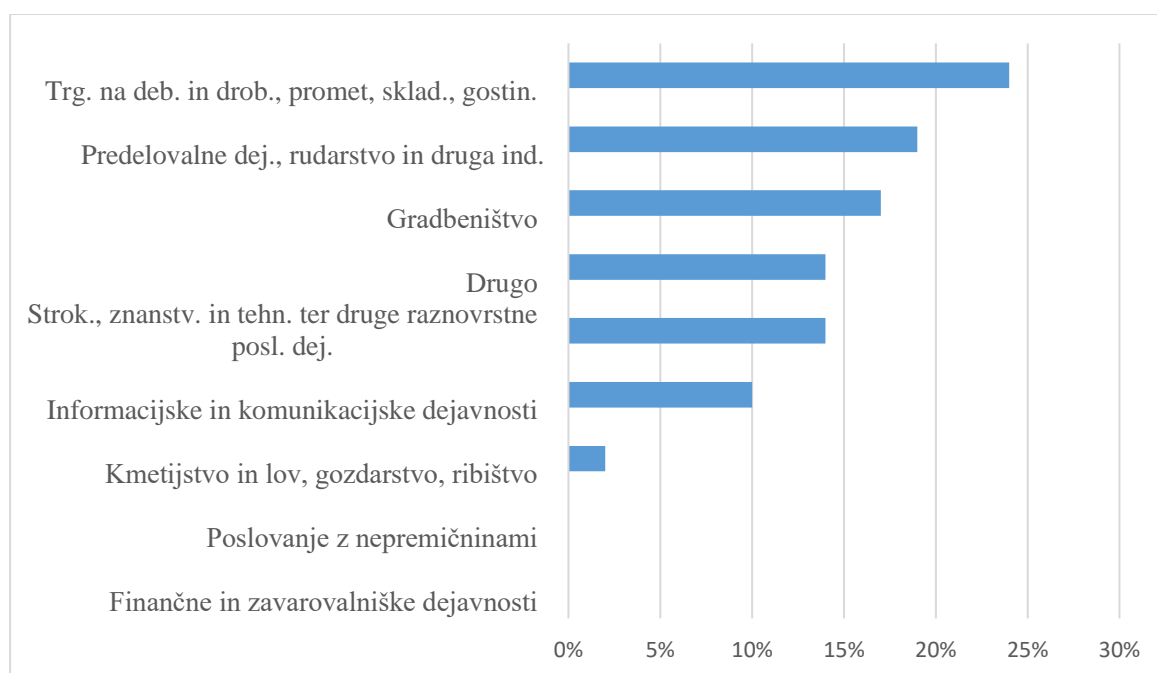
V sklopu projekta je vsako leto določenih 100 najhitreje rastočih podjetij iz vsake regije, kar skupno znaša 600 najhitreje rastočih podjetij v Sloveniji. Podjetja z lestvice se nato potegujejo za izbor regijskih in slovenskih gazel. Na nacionalno lestvico 500 najhitreje

rastočih podjetij, ki predstavlja populacijo raziskave, pa je uvrščenih 500 najhitreje rastočih podjetij v Sloveniji, pri čemer so posamezne regije različno zastopane (Dnevnik, brez datuma). Podjetja se v izbor ne morejo prijaviti sama, temveč so na lestvico najhitreje rastočih podjetij uvrščena na osnovi rasti ali na podlagi predloga člana sveta Gazele. Kot osnova rasti je v projektu upoštevan indeks petletne rasti prihodkov od prodaje (Krnc, brez datuma). Ostali pogoji za uvrstitev na lestvico pa so še bilančni dobiček v zadnjem bilančnem letu, vsaj 400.000 evrov prihodkov v izhodiščnem letu, število zaposlenih, podjetje pa mora v obeh indeksnih letih poslovati vseh 12 mesecev (Dnevnik, brez datuma).

Anketni vprašalnik sem poslala na e-mail naslove vsem 500 podjetjem, opredeljenim na nacionalni lestvici hitro rastočih podjetij v letu 2019. Vprašalnik je v celoti in ustrezno rešilo 42 anketirancev, ki predstavljajo vzorec raziskave.

V vzorcu se največ podjetij ukvarja s trgovino na debelo in drobno, prometom, skladiščenjem ali gostinstvom (24 %), temu sledijo predelovalne dejavnosti, rudarstvo in druga industrija (19 %), gradbeništvo (17 %), strokovne, znanstvene in tehnične ter druge raznovrstne poslovne dejavnosti (14 %), informacijske in komunikacijske dejavnosti (10 %) ter kmetijstvo, lov, gozdarstvo, ribištvo (2 %). 14 % anketirancev je odgovorilo, da se ukvarjajo z drugimi dejavnostmi, ki med možnimi izbirami niso bile opredeljene. Ta podjetja so kot svojo dejavnost opredelila: proizvodnjo drugje nerazvrščenih izdelkov (2 %), elektroniko (2 %), transport (2 %), tiskarske dejavnosti (2 %), kovinsko predelavo (2 %) in storitve (2 %). Nobeno od podjetij v vzorcu pa se ne ukvarja s finančnimi in zavarovalniškimi dejavnostmi ali s poslovanjem z nepremičninami.

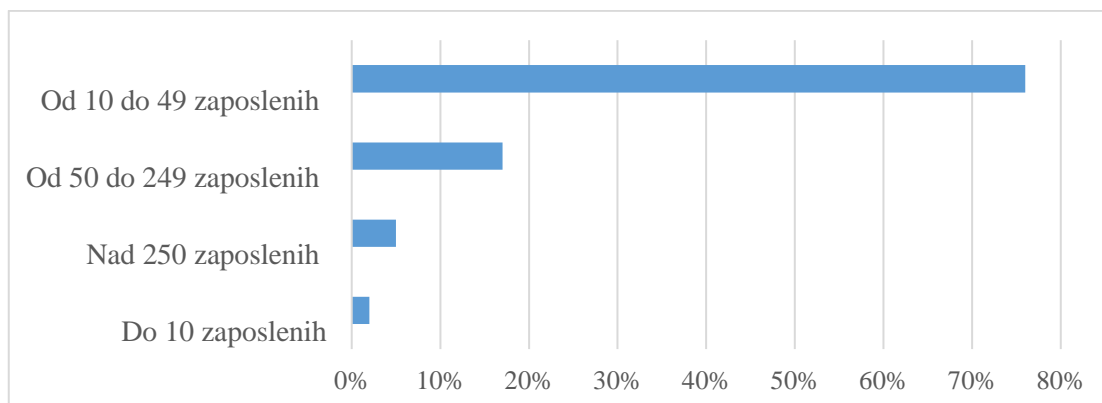
Slika 15: Prikaz vzorca glede na primarno dejavnost



Vir: lastno delo.

Največji delež podjetij v vzorcu ima od 10 do 49 zaposlenih (76 %), temu sledijo podjetja s 50 do 249 zaposlenih (17 %), podjetja, ki imajo več kot 250 zaposlenih (5 %), in tista z 10 ali manj zaposlenimi (2 %) (slika 16).

Slika 16: Prikaz vzorca glede na število zaposlenih



Vir: lastno delo.

4.3 Sestava vprašalnika

Za potrebe raziskave sem uporabila kvantitativni pristop, natančneje anketni vprašalnik (priloga 1), ki sem ga ustvarila prek spletnega portala 1KA. Vprašalnik je bil sestavljen iz petih vprašanj, čas reševanja celotnega vprašalnika pa je znašal 3–4 minute.

Prva tri vprašanja sem merila z Likertovo petstopenjsko lestvico (pri čemer je 1 pomenilo »Sploh ni prioriteta« in 5 »Zelo pomembna prioriteta«). Pri demografskih vprašanjih me je zanimalo, v katero od naštetih skupin se podjetja uvrščajo, zato sem zadnji dve vprašanji merila z nominalno lestvico.

Prvo vprašanje se je nanašalo na družbeno odgovornost podjetij in je vsebovalo deset podvprašanj. Za boljše razumevanje vprašanj sem pri vsakem podvprašanju v oklepaj dodala konkretne primere. Pri drugem vprašanju sem z dvanajstimi podvprašanji raziskovala, v kolikšni meri se bodo podjetja v vzorcu v prihodnjem letu osredotočala na okoljski vidik trajnosti. Pri vprašanju so imeli anketiranci poleg petstopenjske lestvice na voljo tudi »Odgovor ni možen«. Tretje vprašanje se je nanašalo na ključne dejavnike za trajnostno poslovanje in je imelo trinajst podvprašanj. Pri tem vprašanju so imeli anketirani možnost odgovora »Drugo«, kjer so lahko navedli dejavnike, ki v vprašanju niso bili zajeti, in ocenili njihov vpliv. Prva tri vprašanja sem sestavila na podlagi prebrane literature in raziskav na temo okoljskega vidika trajnosti in družbene odgovornosti.

Pri četrtem vprašanju me je zanimalo, s katero dejavnostjo se podjetje ukvarja. Možne odgovore sem sestavila na podlagi standardne klasifikacije dejavnosti 2008 (Braunsberger, Hlavaty, Schlamberger & Stevanovič, 2010, str. 57), anketirani pa so imeli možnost, da pod odgovorom »Drugo« navedejo dejavnost, ki ni bila ponujena med možnimi odgovori. Pri zadnjem vprašanju me je zanimalo število zaposlenih v podjetju. Možne odgovore sem podala na podlagi Zakona o gospodarskih družbah (»Zakon o gospodarskih družbah (ZGD-1-NPB14)«, 55.člen, 2006), ki določa pogoje za mikro, majhne, srednje in velike družbe.

4.4 Rezultati

Anketni vprašalnik je rešilo 43 anketirancev, od tega je bilo 42 vprašalnikov rešenih ustrezno in v celoti, kar predstavlja 8,4 % celotne populacije. Izpolnjene vprašalnike sem izvozila v Microsoft Excel in jih pripravila za nadaljno statistično obdelavo, ki sem jo izvedla s pomočjo programa Microsoft Excel, programskega jezika Python in knjižnice plotnine.

Pri analizi podatkov sem predpostavljala, da so anketne vprašalnike izpolnjevale kompetentne osebe, ki so odgovarjale iskreno in korektno. Kljub temu je potrebno poudariti, da rezultati ankete in zaključki statističnih primerjav ne odsevajo nujno dejanskega stanja v hitro rastočih podjetjih v Sloveniji in prikazujejo vpogled v trajnost podjetij, ki so dejansko odgovorila na zastavljen vprašalnik.

Na raziskovalna vprašanja sem odgovorila s pomočjo:

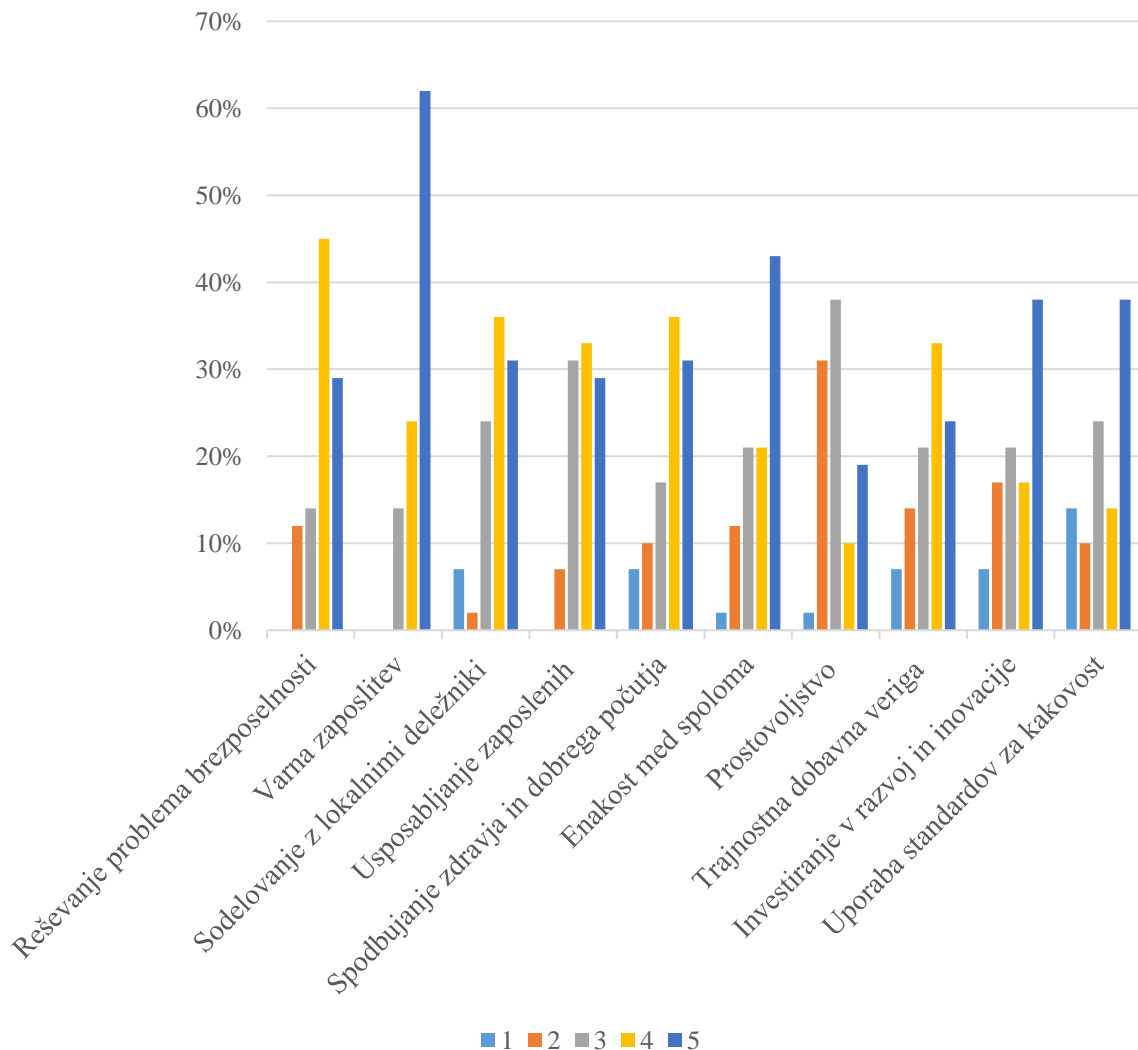
- Frekvenčne porazdelitve
- Aritmetične sredine (povprečne vrednosti)
- Standardnega odklona
- Metode ponovnega vzorčenja
- Permutacijskega testa

4.4.1 Družbena odgovornost podjetij

Na sliki 17 je prikazan delež odgovorov za posamezno podvprašanje na temo družbene odgovornosti podjetja. Graf prikazuje odgovore dejanskega vzorca, analiza glede frekvenčne porazdelitve, aritmetične sredine in standardnega odklona pa je podana v prilogi (priloga 4). Statistična analiza primerjave podvprašanj je podana na sliki 18 in v prilogi 8.

Slika 17: Prikaz odgovorov na temo družbene odgovornosti

V kolikšni meri se bo podjetje v naslednjem letu osredotočalo na področja družbene odgovornosti?



Vir: lastno delo.

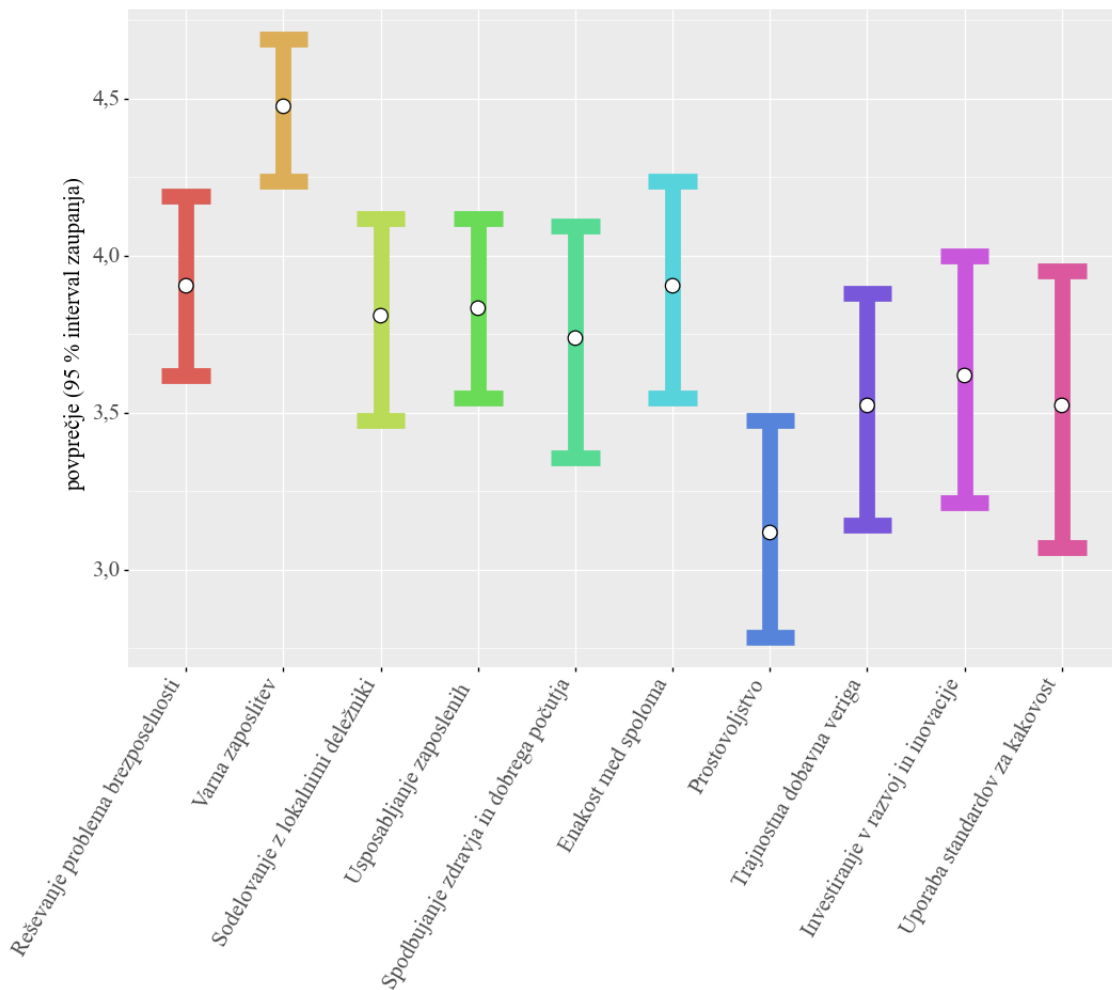
V sklopu vprašanj na temo družbene odgovornosti me je zanimalo, ali povprečne ocene za določen odgovor pomembno izstopajo. Za odgovor na to vprašanje sem uporabila metodo ponovnega vzorčenja.

Pri metodi ponovnega vzorčenja statistični izračuni temeljijo na podlagi naključno izbranih vzorcev, do katerih smo prišli s ponovnim vzorčenjem podatkov. Z metodo izračunamo interval zaupanja za določen statistični parameter, v mojem primeru povprečje odgovorov na Likertovo vprašanje.

Interval zaupanja za povprečje odgovora sem izračunala z generiranjem vzorcev iz opaženega vzorca. Velikost generiranih vzorcev je bila enaka velikosti opaženega vzorca (n

= 42), pri čemer je bila določena podatkovna točka lahko izbrana večkrat ali pa nikoli. Ponovno vzorčenje sem za vsako vprašanje izvedla 10.000-krat in za vsak vzorec izračunala povprečje. 95 % vseh izračunanih povprečij sem grafično prikazala z grafom (slika 18), ki ponazarja 95 % interval zaupanja za določen parameter (povprečje, ki je na spodnjem grafu prikazano z belo piko).

Slika 18: Prikaz rezultatov družbene odgovornosti z metodo ponovnega vzorčenja



Vir: lastno delo.

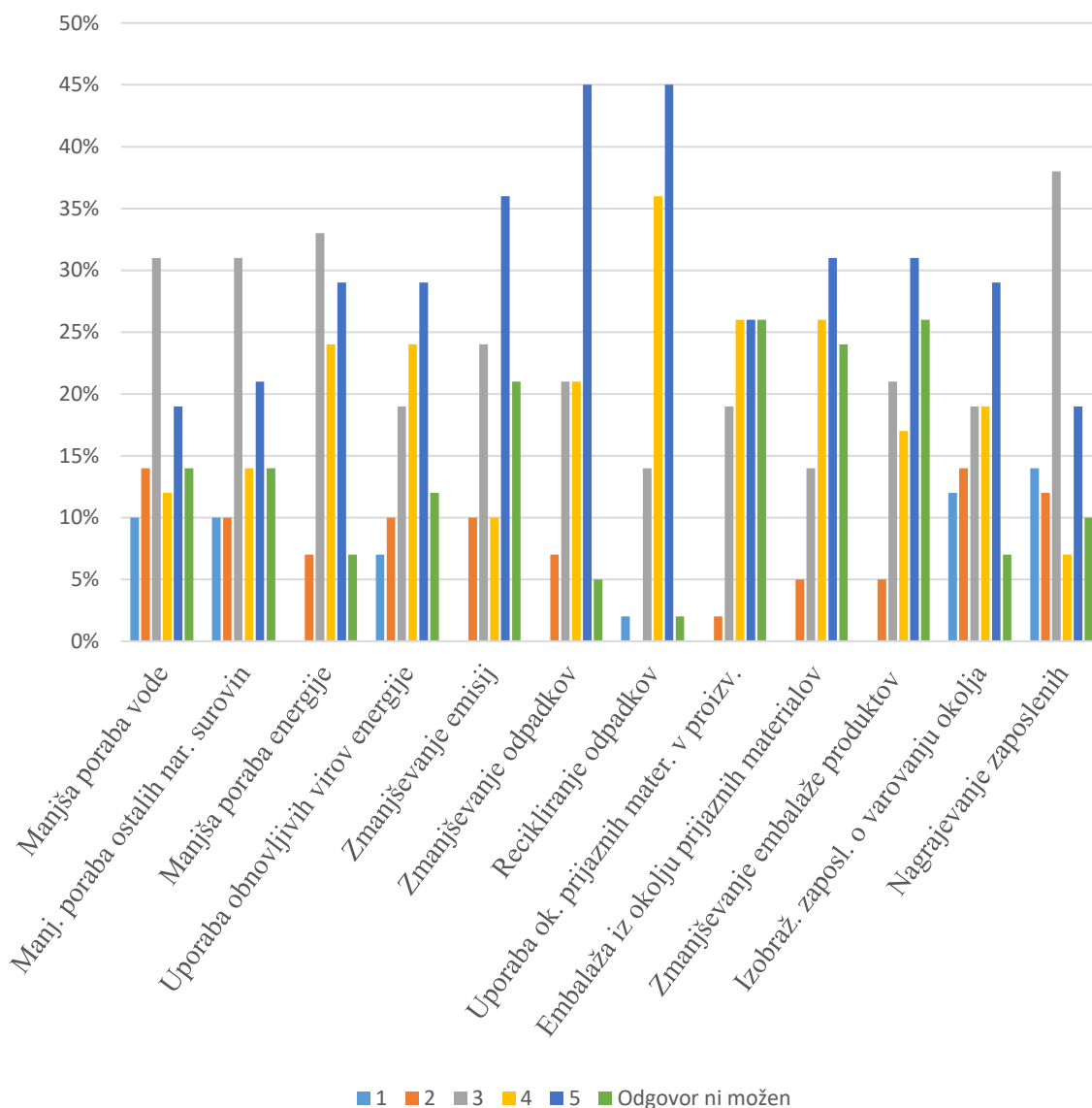
S slike 18 je razvidno, da se interval zaupanja za področje varne zaposlitve nahaja višje od ostalih odgovorov in se ne prikriva s skoraj nobenim drugim odgovorom. To nakazuje, da so podjetja v vzorcu večji pomen pripisala področju varne zaposlitve. Ravno obratno pa se interval zaupanja za prostovoljstvo nahaja nižje od ostalih intervalov, kar nakazuje na manjši pomen tega podvprašanja. Obenem pa je prekrivanje intervala pri prostovoljstvu večje, kar zniža stopnjo prepričanja o pomembnosti razlike. Ostala podvprašanja so glede na graf težje primerljiva.

4.4.2 Implementacija okoljskih strategij

Na spodnjem grafu (slika 19) je prikazan delež odgovorov za posamezno podvprašanje na temo varovanja naravnega okolja. Graf prikazuje odgovore dejanskega vzorca, analiza glede frekvenčne porazdelitve, aritmetične sredine in standardnega odklona je podana v prilogi (priloga 5). Statistična analiza primerjave podvprašanj pa je podana na sliki 20 in v prilogi 9.

Slika 19: Prikaz odgovorov na temo varovanja okolja

V kolikšni meri se bo podjetje v naslednjem letu osredotočalo na našeta področja varovanja naravnega okolja?

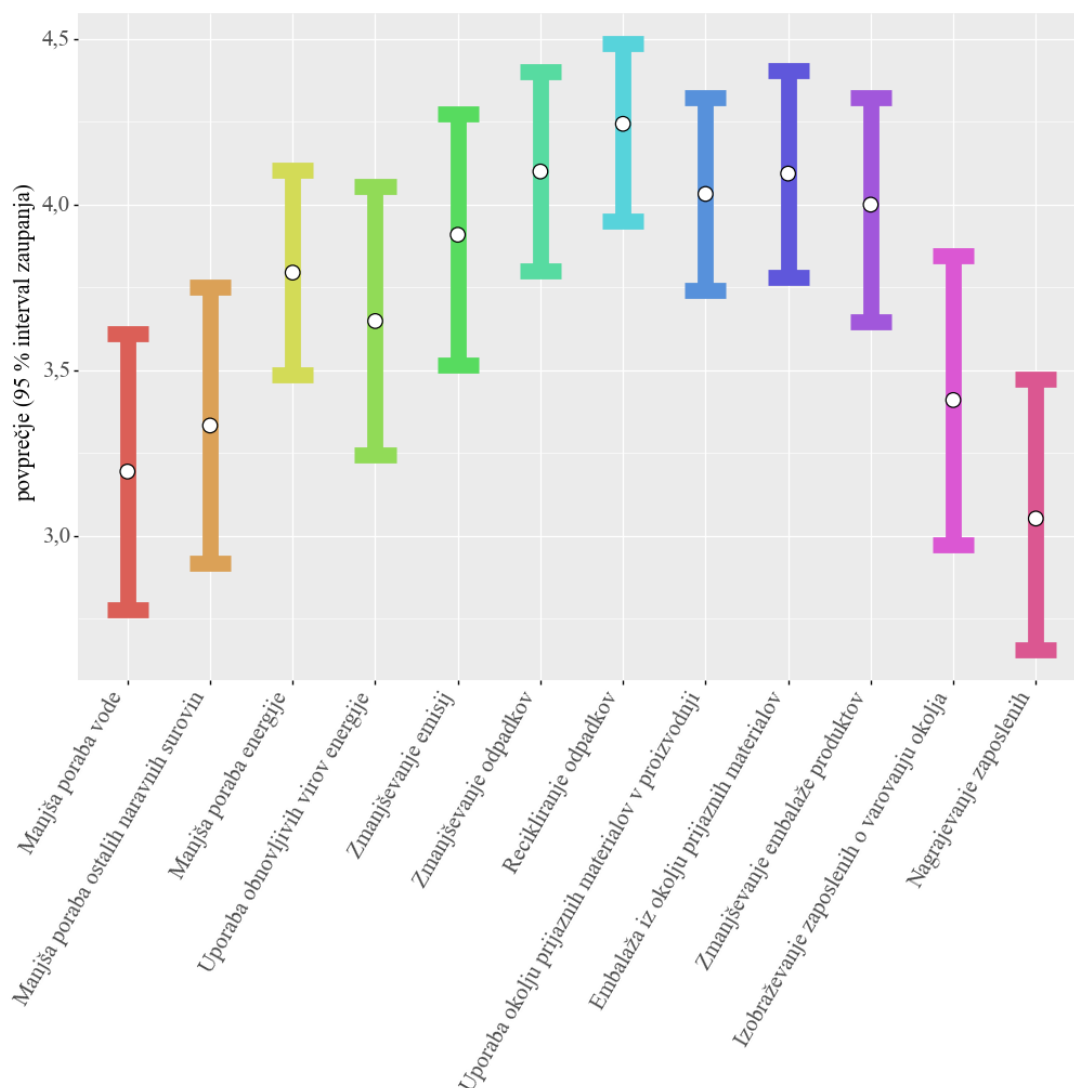


Vir: lastno delo.

Nekatere prakse varovanja naravnega okolja, našete v vprašalniku, se nanašajo izključno na proizvodno dejavnost, zato so imeli anketiranci na voljo možnost odgovora »Odgovor ni možen«.

V sklopu vprašanj na temo okoljskega vidika trajnosti me je zanimalo, ali povprečne ocene za določen odgovor pomembno izstopajo. Za odgovor na to vprašanje sem uporabila metodo ponovnega vzorčenja, ki sem jo na celotnem vzorcu (n = 42) izvedla 10.000-krat. Z metodo ponovnega vzorčenja sem ugotovila, da med odgovori najbolj izstopata »Recikliranje odpadkov« in »Nagrajevanje zaposlenih«. Glede na 95 % intervale zaupanja lahko sklepam, da so anketirana podjetja v vzorcu večji pomen pripisala odpadkom in embalaži kot pa na primer manjši porabi vode in surovin ter nagrajevanju in izobraževanju zaposlenih. Pri tem naj izpostavim, da se nekateri intervali zaupanja v veliki meri prikrivajo, zato lahko zgolj zadržano trdim, da rezultati nakazujejo na pomembne izpostavljene razlike.

Slika 20: Prikaz rezultatov varovanja okolja z metodo ponovnega vzorčenja

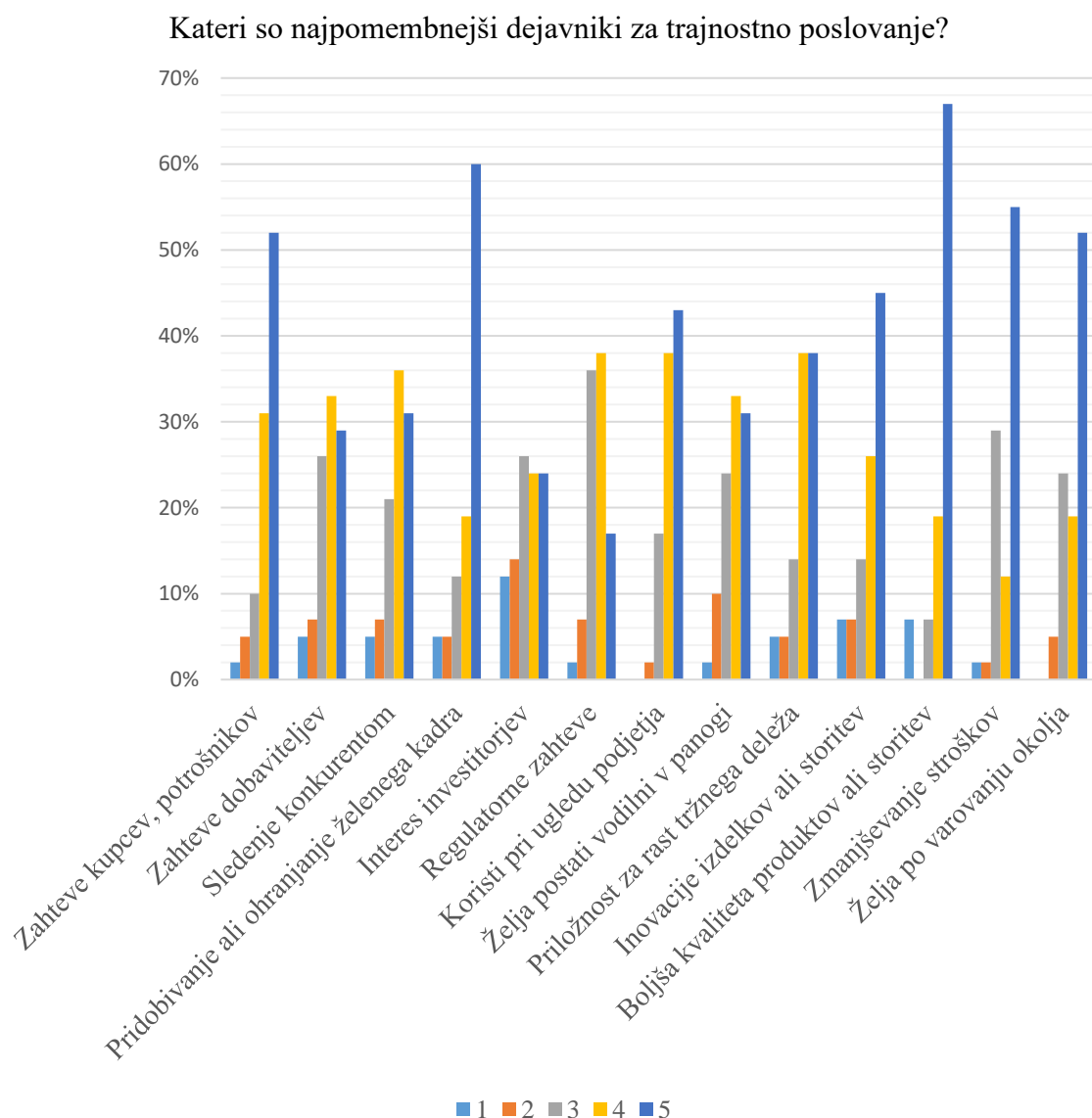


Vir: lastno delo.

3.4.3 Dejavniki trajnostnega poslovanja

Na spodnjem grafu (slika 21) je prikazan delež odgovorov za posamezno podvprašanje glede ključnih dejavnikov trajnostnega poslovanja. Graf prikazuje odgovore dejanskega vzorca, analiza glede frekvenčne porazdelitve, aritmetične sredine in standardnega odklona pa je podana v prilogi (priloga 7). Statistična analiza primerjave podvprašanj je podana na sliki 22 in v prilogi 10.

Slika 21: Prikaz odgovorov glede dejavnikov trajnostnega poslovanja



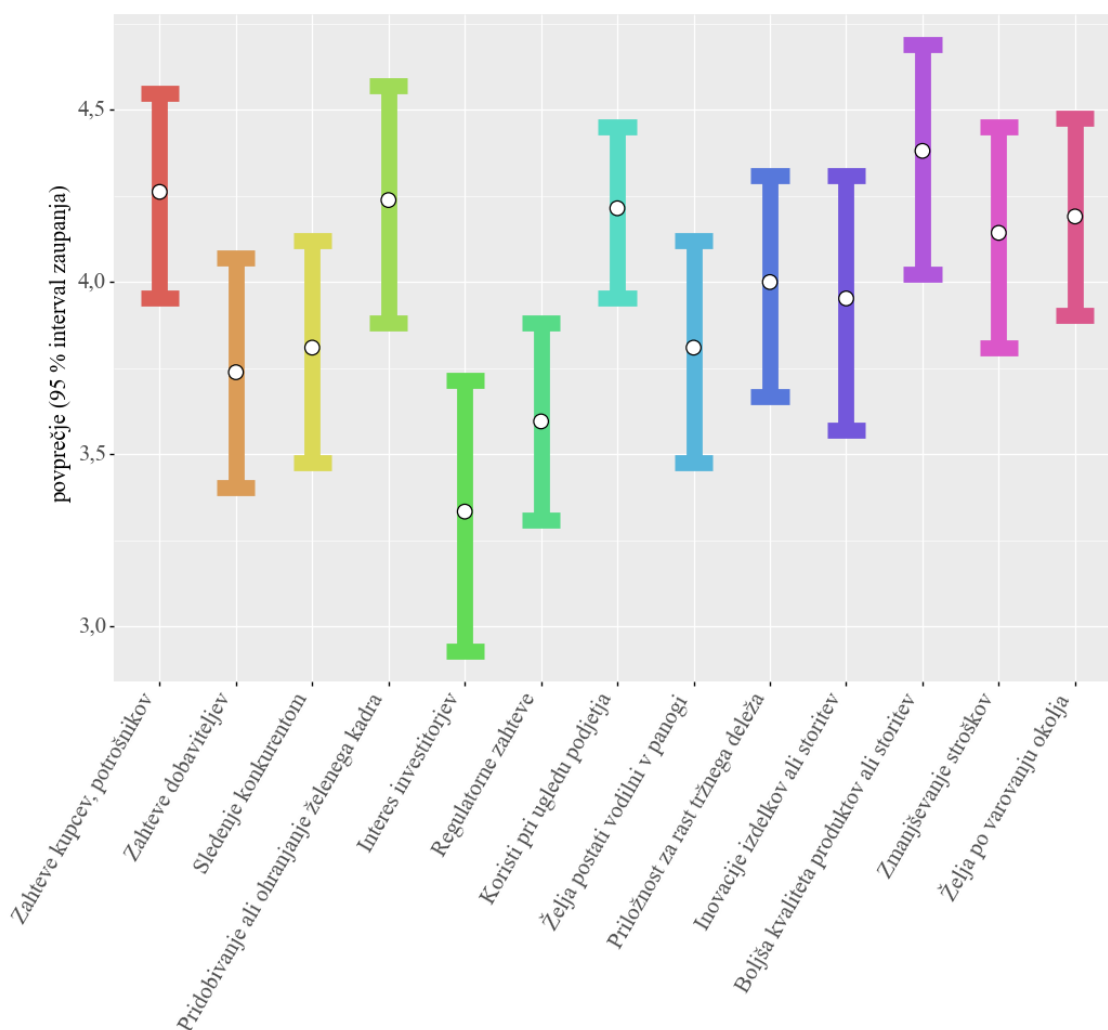
Vir: lastno delo.

Pri tem vprašanju je bil na voljo tudi dodaten odgovor »Drugo«, kjer so lahko anketiranci navedli in ocenili pomembnost dejavnikov, ki jih ni bilo med možnimi odgovori. Kot drugi

dejavniki so bili po enkrat navedeni »Pripadnost podjetju s strani zaposlenih« (pomembnost dejavnika 5), »Vrednote« (pomembnost dejavnika 4) in »Skupinsko delo« (pomembnost dejavnika 4).

V sklopu vprašanj na temo dejavnikov za trajnostno poslovanje me je zanimalo, ali povprečne ocene za določen odgovor pomembno izstopajo. Podatke sem analizirala z metodo ponovnega vzorčenja z 10.000 ponovitvami na celotnem vzorcu (n = 42). Graf nakazuje, da podjetja dejavnikom, kot so »Zahteve kupcev in potrošnikov«, »Pridobivanje in ohranjanje zelenega kadra«, »Koristi pri ugledu podjetja«, »Boljša kvaliteta produktov ali storitev« in »Želja po varovanju okolja«, pripisujejo večji pomen kot na primer dejavnikoma »Interes investitorjev« in »Regulatorne zahteve«. Pri medsebojni primerjavi dejavnikov se 95 % intervali zaupanja v veliki meri prekrivajo, zato je zopet potrebna previdnost glede trditev o pomembnosti razlik (na primer primerjava »Interes investitorjev« in »Regulatorne zahteve«).

Slika 22: Pomembnost dejavnikov trajnostnega poslovanja s ponovnim vzorčenjem



Vir: lastno delo.

4.4.4 Analiza razlik glede na velikost podjetij

V nadaljevanju me je zanimalo, ali se odgovori pomembno razlikujejo glede na velikost podjetij oziroma glede na dejavnost, s katero se podjetja ukvarjajo. Za odgovor na vprašanje sem uporabila permutacijski test. Permutacijski test je neparametričen test, kar pomeni, da ne predpostavlja določene porazdelitve podatkov (za razliko od npr. T-testa, ki predpostavlja normalno porazdelitev podatkov). Ker podatki niso porazdeljeni normalno (zaradi uporabe Likertove lestvice), sem se odločila za uporabo permutacijskega testa, ki se ne zanaša na kakršnokoli porazdelitev podatkov.

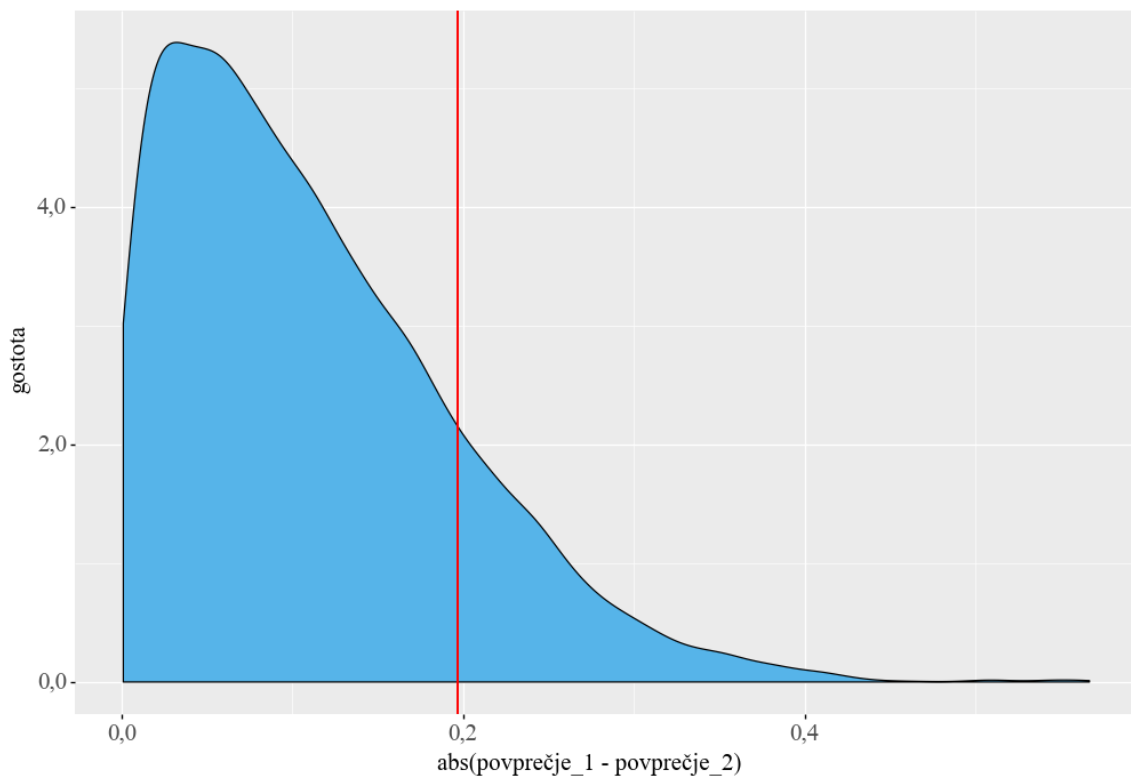
Test izhaja iz predpostavke ničelne hipoteze, da med skupinama ni statistično pomembne razlike, zato lahko primere med skupinama naključno mešamo med sabo, tako da ohranimo enako velikost vsake skupine. Za vsakim naključnim mešanjem izračunamo novo absolutno razliko povprečij med skupinama in jo zabeležimo na grafu. Z več ponovitvami permutacijskega testa lahko tako izračunamo verjetnost, da smo opaženo razliko dobili le po naključju.

Najprej me je zanimalo, ali se odgovori s področja družbene odgovornosti statistično pomembno razlikujejo glede na velikost podjetja. Permutacijski test (slika 23) sem izvedla na predpostavki ničelne hipoteze H_0 , ki trdi, da se stopnja družbene odgovornosti glede na velikost podjetja ne razlikuje statistično pomembno.

Za preverjanje ustreznosti ničelne hipoteze sem vzorec razdelila na dva dela, in sicer glede na število zaposlenih v podjetju, in za vsak vzorec izračunala povprečje vseh odgovorov na temo družbene odgovornosti. Prvi vzorec je bil sestavljen iz vseh odgovorov, ki so jih podjetja, ki imajo do vključno 49 zaposlenih, podala na temo družbene odgovornosti ($n =$ število podjetij v skupini * število podvprašanj; $n = 300$, povprečje = 3,7030). Drugi del vzorca so predstavljali vsi odgovori podjetji, ki imajo več kot 49 zaposlenih ($n = 90$, povprečje = 3,9000). Nato sem izračunala absolutno razliko med povprečjema obeh vzorcev (absolutna razlika = 0,1970) in jo na grafu prikazala z rdečo črto.

Permutacijski test sem izvedla z 10.000 ponovitvami in na podlagi rezultatov ugotovila, da je verjetnost naključnega pojava opažene absolutne razlike med povprečjema nekoliko več kot 17 % ($p = 0,1721$). Na podlagi testa lahko predpostavljam, da ničelne hipoteze ne morem zavrniti in da stopnja osredotočenosti podjetij na družbeno odgovornost ni odvisna od velikosti podjetja. Zaradi transparentnosti raziskave je na tej točki smiselno izpostaviti, da nekateri primeri v skupinah niso neodvisni, saj so ista podjetja odgovarjala na več podvprašanj.

Slika 23: Primerjava družbene naravnosti glede na velikost podjetja, $p = 0,1721$

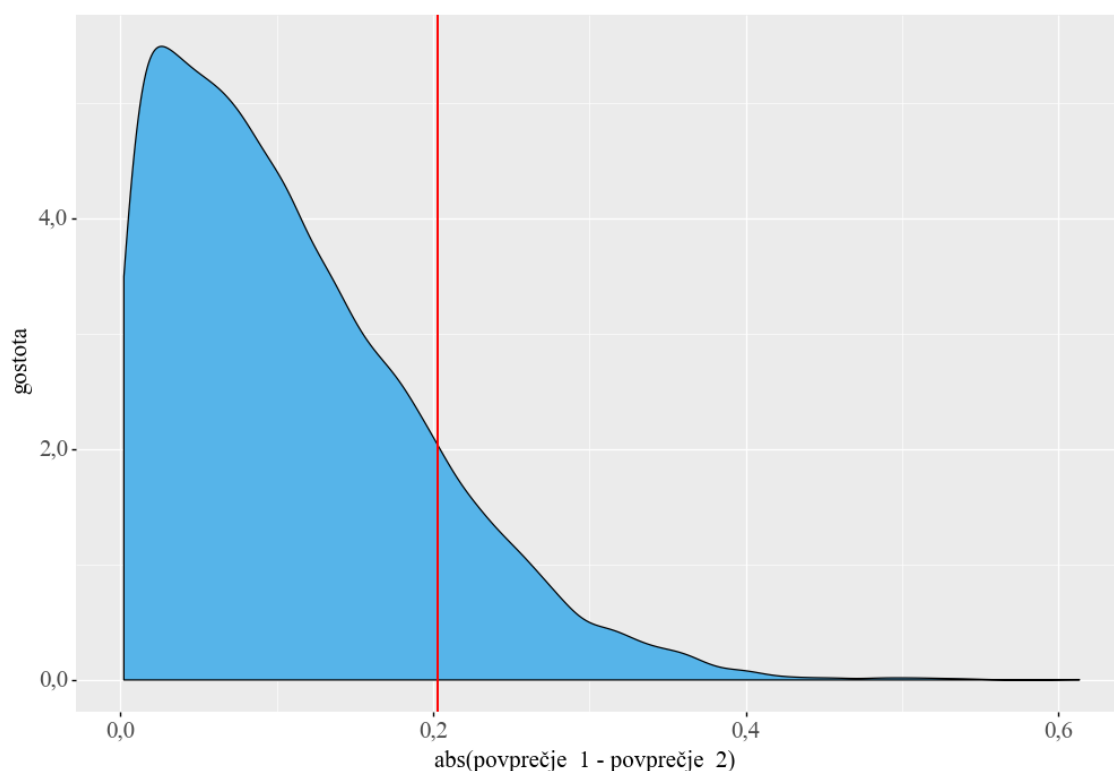


Vir: lastno delo.

Pri naslednjem raziskovalnem vprašanju me je zanimalo, ali se odgovori na temo varovanja okolja statistično pomembno razlikujejo glede na velikost podjetja. Za odgovor na vprašanje sem izvedla permutacijski test z 10.000 ponovitvami (slika 24). Test je temeljil na predpostavki ničelne hipoteze H_0 , ki trdi, da se stopnja varovanja okolja glede na velikost podjetja ne razlikuje statistično pomembno.

Med seboj sem primerjala dve skupini. Prvo skupino so predstavljali vsi odgovori podjetij, ki imajo do vključno 49 zaposlenih ($n = 337$, povprečje = 3,6825), drugo skupino pa vsi odgovori podjetij z več kot 49 zaposlenimi ($n = 96$, povprečje = 3,8854). Pri analizi nisem upoštevala primerov, ki so odgovorili, da odgovor ni možen. Absolutna razlika med povprečjema obeh skupin je znašala 0,2029 (na grafu označeno z rdečo črto). S pomočjo permutacijskega testa sem ugotovila, da je verjetnost naključnega pojava opažene razlike skoraj 15 % ($p = 0,1486$), iz česar lahko sklepam, da ničelne hipoteze ne morem zavrniti in da stopnja osredotočenosti podjetij na varovanje okolja ni odvisna od velikosti podjetja.

Slika 24: Primerjava okoljske naravnosti glede na velikost podjetja, $p = 0,1486$



Vir: lastno delo.

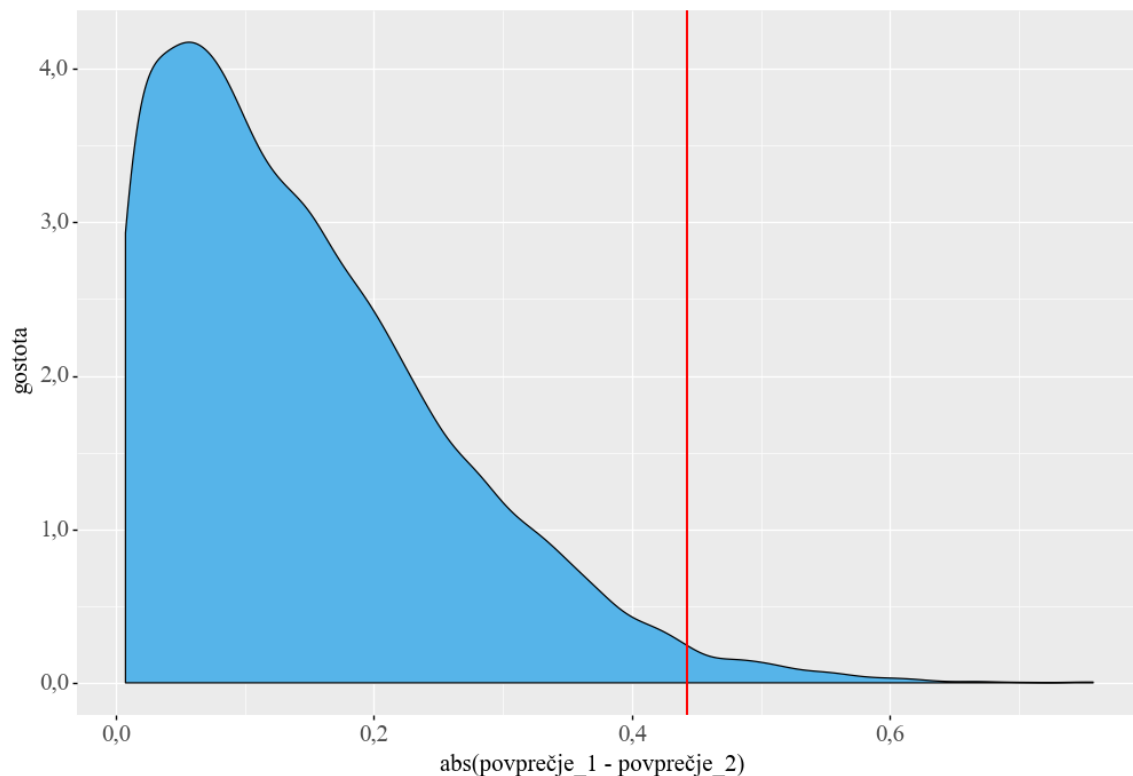
4.4.5 Analiza razlik glede na dejavnost podjetja

Zatem me je zanimalo, ali se odgovori s področja družbene odgovornosti statistično pomembno razlikujejo glede na dejavnost podjetja. Za odgovor na raziskovalno vprašanje sem uporabila permutacijski test, ki sem ga izvedla na predpostavki ničelne hipoteze H_0 , ki trdi, da se stopnja družbene odgovornosti glede na dejavnost podjetja ne razlikuje statistično pomembno. Za preverjane ničelne hipoteze sem med seboj primerjala vse odgovore ne temo varovanja okolja pri dveh skupinah. Prvo so predstavljala podjetja, ki se ukvarjajo s predelovalnimi dejavnostmi, rudarstvom in drugo industrijo ($n = 80$, povprečje = 4,0125), drugo pa podjetja, ki se ukvarjajo z informacijskimi in komunikacijskimi dejavnostmi, in tista, ki se ukvarjajo s strokovnimi, znanstvenimi in tehničnimi ter drugimi raznovrstnimi poslovnimi dejavnostmi ($n = 100$, povprečje = 3,5700).

Absolutna razlika med povprečjema je znašala 0,4425. Z 10.000 ponovitvami permutacijskega testa sem ugotovila, da je verjetnost naključnega pojava opažene razlike 1,8 % ($p = 0,0188$). Na podlagi rezultatov lahko sklepam, da lahko H_0 zavrzem in da med primerjanimi panogami obstajajo pomembne razlike glede praks družbene naravnosti.

Rezultati raziskave nakazujejo, da so podjetja, ki se ukvarjajo s predelovalnimi dejavnostmi, rudarstvom ali drugo industrijo pripisala večji pomen družbeno odgovornim praksam od podjetij, ki se ukvarjajo z informacijskimi in komunikacijskimi dejavnostmi, strokovnimi, znanstvenimi, tehničnimi ali drugimi raznovrstnimi poslovnimi dejavnostmi.

Slika 25: Primerjava družbene naravnosti glede na dejavnost podjetja, $p = 0,0188$



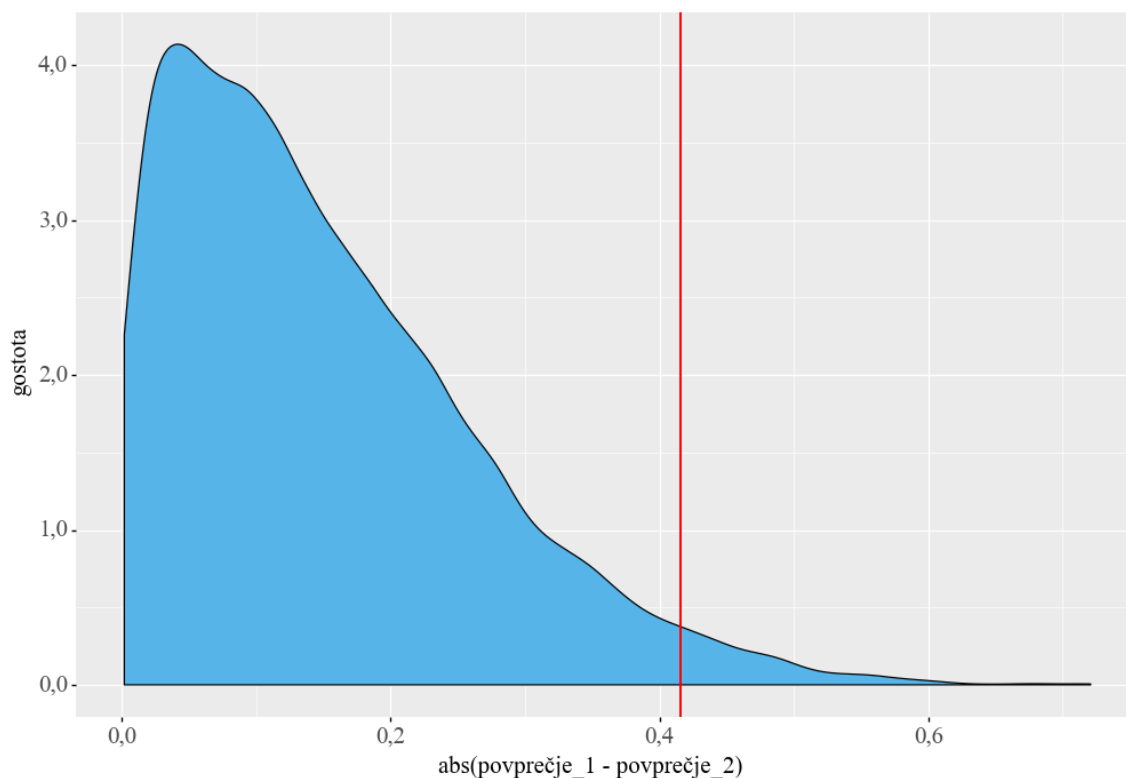
Vir: lastno delo.

Ker različne gospodarske dejavnosti različno vplivajo na onesnaževanje okolja in imajo nekatere dejavnosti na splošno bolj negativen vpliv od drugih, me je v nadaljevanju zanimalo, ali se aktivnosti podjetij za varovanje okolja pomembno statistično razlikujejo glede na dejavnost podjetja. Pri raziskovalnem vprašanju me je zanimalo, ali se odgovori v sklopu vprašanj o varovanju okolja pomembno razlikujejo glede na dejavnost podjetja.

Ničelna hipoteza H_0 predpostavlja, da se stopnja varovanja okolja glede na dejavnost podjetja ne razlikuje statistično pomembno. Hipotezo sem preverila s primerjavo dveh skupin. Prvo so predstavljali vsi odgovori podjetij, ki se ukvarjajo s predelovalnimi dejavnostmi, rudarstvom in drugo industrijo ($n = 82$, povprečje = 3,8659), drugo pa vsi odgovori podjetij, ki se ukvarjajo z informacijskimi in komunikacijskimi dejavnostmi, in tistih, ki se ukvarjajo s strokovnimi, znanstvenimi in tehničnimi ter drugimi raznovrstnimi poslovnimi dejavnostmi ($n = 91$, povprečje = 3,4505). Absolutna razlika med povprečjema je znašala 0,4153. S pomočjo permutacijskega testa z 10.000 ponovitvami sem ugotovila, da je verjetnost naključnega pojava opažene razlike 3,2 % ($p = 0,0323$). Na podlagi rezultatov lahko sklepam, da lahko H_0 zavržem in da med primerjanimi panogami obstajajo pomembne

razlike glede praks varovanja okolja. Rezultati raziskave nakazujejo, da so podjetja, ki se ukvarjajo s predelovalnimi dejavnostmi, rudarstvom ali drugo industrijo, aktivnostim varovanja naravnega okolja pripisala večji pomen.

Slika 26: Primerjava okoljske naravnosti glede na dejavnost podjetja, $p = 0,0323$



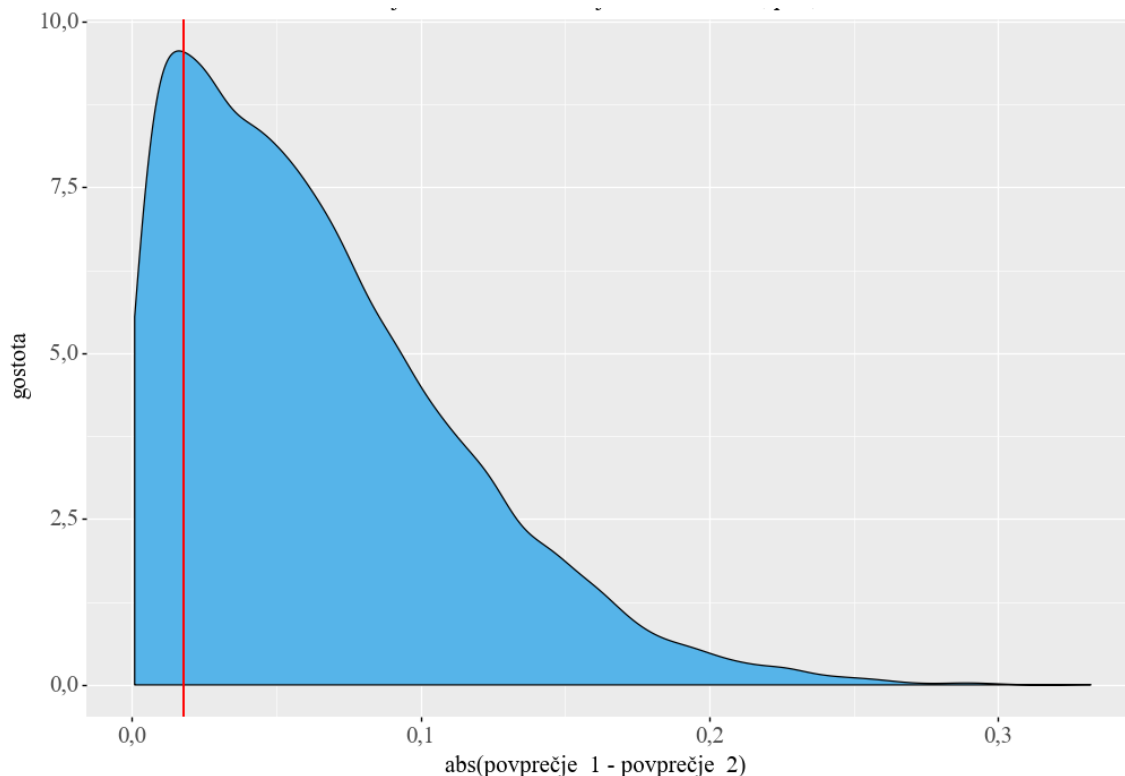
Vir: lastno delo.

4.4.6 Analiza razlik med področji družbene in okoljske odgovornosti

Pri zadnjem raziskovalnem vprašanju me je zanimalo, ali se podjetja v vzorcu bolj osredotočajo na prakse s področja družbene odgovornosti ali na prakse s področja varovanja okolja. Najprej sem postavila ničelno hipotezo H_0 , ki predpostavlja, da med podjetji v vzorcu ni signifikantne razlike glede osredotočenosti na družbeno odgovorne prakse oziroma na prakse varovanja okolja. Za odgovor na raziskovalno vprašanje sem uporabila permutacijski test, ki sem ga izvedla na 10.000 primerih. Prvo skupino so predstavljali vsi odgovori celotnega vzorca na prvi sklop vprašanj oziroma na temo družbene odgovornosti ($n = 420$, povprečje = 3,7452), drugo skupino pa vsi odgovori celotnega vzorca na drugi sklop vprašanj oziroma na temo varovanja okolja ($n = 433$, povprečje = 3,7275). Absolutna razlika med povprečjema je znašala 0,0178, verjetnost naključnega pojava opažene razlike pa je skoraj 84 % ($p = 0,8369$). Zaradi visoke verjetnosti naključnega pojava opažene razlike ničelne

hipoteze ne morem zavrniti, iz česar lahko zaključim, da pri podjetjih v vzorcu ni pomembne razlike glede osredotočenosti na družbene ali na okoljske prakse.

Slika 27: Primerjava družbene in okoljske naravnosti, $p = 0,8369$



Vir: lastno delo.

4.5 Diskusija in predlogi

V sklopu vprašanj na temo družbene odgovornosti so podjetja ocenjevala, v kolikšni meri se bodo v prihodnjem letu osredotočala na različne vidike družbene odgovornosti. Od skupno desetih podvprašanj je bila pri štirih najpogostejša ocena anketirancev »5« (področje predstavlja zelo pomembno prioriteto). Ta področja so bila: varna zaposlitev, enakost med spoloma, investiranje v razvoj in inovacije ter uporaba standardov za kakovost. Med odgovori je najbolj izstopala »Varna zaposlitev«, ki jo je več kot 60 % vprašanih ocenilo kot zelo pomembno prioriteto, hkrati pa je nihče od vprašanih ni ocenil z 1 ali 2. Pri enem podvprašanju (prostovoljstvo) je bil najpogostejši odgovor »3«.

Tudi primerjava povprečja vseh odgovor na temo družbene odgovornosti nakazuje, da je najvišje povprečje ocen pri varni zaposlitvi (povprečje = 4,45, SD = 0,74), najnižje povprečje pa pri prostovoljstvu (povprečje = 3,12, SD = 1,13). Iz razporeditve odgovorov glede na

pripisano oceno in povprečja rezultatov je razvidno, da so podjetja v povprečju za vsa podvprašanja podala relativno visoke ocene.

Ker zgolj iz razporeditve odgovorov ni možno ustrezno oceniti, ali povprečne ocene za določeno podvprašanje izstopajo, sem to ugotavljala z metodo ponovnega vzorčenja. Rezultati metode, podobno kot povprečne vrednosti rezultatov, nakazujejo, da se bodo podjetja v prihodnosti bolj kot na ostala področja osredotočala na varnost zaposlitve (visoka stopnja zaupanja), področju prostovoljstva pa bodo namenila manj pozornosti (nizka stopnja zaupanja).

V področje varne zaposlitve spadajo npr. redno in dostojno plačilo, zaposlitev za nedoločen čas in zaposlitev za poln delovnik. Na visoko pripisan pomen varni zaposlitvi lahko vpliva več dejavnikov. Prvi dejavnik so lahko zakonsko predpisane praske, ki jih morajo podjetja pri svojem poslovanju upoštevati (na primer Zakon o delovnih razmerjih ali Zakon o minimalni plači). Ti zakoni delodajalcem do neke mere onemogočajo kršenje pravic zaposlenim, kar vpliva na večjo varnost zaposlitve. Drugi dejavnik, ki lahko vpliva na varnost zaposlitve, je uspešnost poslovanja podjetja. Podjetja, ki uspešno poslujejo in imajo zadostno povpraševanje, bodo bolj verjetno potrebovala zaposlene za poln delovnik, poleg tega lahko podjetja z višjimi dobički zaposlenim ponudijo boljše plače. Podjetja v vzorcu so uspešna slovenska podjetja (eno od meril za uvrstitev med hitro rastoča podjetja je namreč uspešnost poslovanja), kar je lahko eden od dejavnikov za visoke ocene na področju varne zaposlitve. Tretji dejavnik, ki ga je potrebno upoštevati, pa je, da je ocena varnosti zaposlitve lahko do neke mere subjektivna in odvisna od posameznika. Delodajalcu se lahko npr. zdi, da je plačilo za zaposlene dostojno, zaposlenim pa se lahko isto plačilo zdi nezadostno za dostojno življenje oziroma neustrezna kompenzacija za opravljeno delo.

Prostovoljstvu so podjetja, za razliko od varnega dela, pripisala manjši pomen. Med prostovoljstvo lahko spadajo donacije in prostovoljni prispevki različnim organizacijam, udeležba pri prostovoljnih aktivnostih ipd. Eden od dejavnikov za takšne ocene bi lahko bil povezan z neobveznostjo prostovoljskih aktivnosti. Glede na Carrollovo opredelitev družbene odgovornosti (poglavje 3.3 Družbena odgovornost) je filantropska dejavnost najmanj pomembna za podjetje. Tovrstne dejavnosti so namreč z vidika družbe zgolj zaželeno, ne pa tudi pričakovane, podjetje pa ni zakonsko prisiljeno v prostovoljske aktivnosti. Drugi dejavnik za nižje ocene pri prostovoljstvu je lahko, da je to področje med vsemi podvprašanji najmanj povezano s finančno uspešnostjo podjetja, saj filantropska dejavnost sama po sebi ne vpliva na povečanje prihodkov ali na zmanjšanje stroškov.

V nadaljevanju sem s permutacijskim testom ugotovila, da velikost podjetja ne vpliva statistično pomembno na družbeno odgovornost podjetja. Pri interpretaciji rezultatov je potrebno upoštevati, da zgolj eno podjetje v vzorcu glede na število zaposlenih spada pod mikro podjetja in da le dve spadata med velika podjetja, zato sem med sabo primerjala podjetja, ki imajo do 49 zaposlenih, in tista, ki imajo več kot 49 zaposlenih. V kolikor bi bil vzorec glede na število zaposlenih bolj enakomerno razdeljen in bi lahko med seboj

primerjala npr. mikro in velika podjetja, bi bili lahko rezultati precej drugačni. Poleg tega je smiselno izpostaviti, da je bila skupina podjetij do 49 zaposlenih precej večja od skupine podjetij z več kot 49 zaposlenimi, prva je namreč vsebovala 78 % vseh anketiranih, druga pa le 22 %.

Zatem sem raziskovala, ali se stopnja družbene odgovornosti pomembno razlikuje glede na dejavnost podjetij v vzorcu. Ugotovila sem, da so podjetja, ki se ukvarjajo s predelovalnimi dejavnostmi, rudarstvom ali drugo industrijo, pripisala večji pomen družbeno odgovornim praksam od podjetij, ki se ukvarjajo z informacijskimi in komunikacijskimi, strokovnimi, znanstvenimi, tehničnimi ali drugimi raznovrstnimi poslovnimi dejavnostmi. Na rezultat bi lahko vplivala sestava vprašalnika, saj so nekatera področja družbene odgovornosti v vprašalniku na splošno bolj povezana s proizvodnimi kot s storitvenimi dejavnostmi. Pridelovalna podjetja tako na splošno bolj intenzivno sodelujejo z dobavitelji in se zato lahko bolj usmerjajo na trajnostno dobavno verigo, poleg tega so investicije v razvoj pri tovrstnih podjetjih pogosto večje, zaradi česar lahko zopet dejavnik »Investiranje v razvoj in inovacije« ocenijo kot bolj pomemben.

V sklopu vprašanj na temo varovanja okolja so podjetja ocenjevala, v kolikšni meri se bodo v prihodnjem letu osredotočala na različne vidike varovanja naravnega okolja. Od skupno dvanajstih vprašanj je bil pri sedmih podvprašanjih (obnovljivi viri energije, zmanjševanje emisij, zmanjševanje odpadkov, recikliranje odpadkov, zmanjševanje embalaže, embalaža iz okolju prijaznih materialov, izobraževanje zaposlenih o varovanju okolja) najpogostejši odgovor »5«. Med odgovori sta najbolj izstopala zmanjševanje in recikliranje odpadkov, kjer je bil delež oseb, ki je področje ocenil kot zelo pomembno prioriteto, 45 %.

Tudi število enot in povprečje odgovorov sta pri podvprašanjih na temo odpadkov največja. Povprečje odgovorov za »Recikliranje odpadkov« znaša 4,25 (SD = 0,89), za »Zmanjševanje odpadkov« pa 4,10 (SD = 1,01). Pri štirih podvprašanjih (manjša poraba vode, energije in ostalih naravnih surovin ter nagrajevanje zaposlenih) pa je bila najpogostejša ocena »3«. Najbolj izstopa področje nagrajevanja zaposlenih, ki ga je skoraj 40 % vprašanih ocenilo s 3. »Nagrajevanje zaposlenih« ima tudi najnižjo povprečno vrednost (3,05, SD = 1,31).

Odgovore sem statistično analizirala z metodo ponovnega vzorčenja, ki je pokazala, da so podjetja večji pomen pripisala recikliranju in zmanjševanju odpadkov, zmanjševanju embalaže in uporabi embalaže iz okolju prijaznih materialov kot manjši porabi vode ter surovin, nagrajevanju in izobraževanju zaposlenih (nizka stopnja zaupanja). Zaradi nizke stopnje zaupanja ne morem z gotovostjo trditi, da so podjetja katero od področij ocenila kot najbolj oziroma najmanj pomembno, vseeno pa lahko diskutiram o morebitnih razlogih za dobljene rezultate.

Na visoke ocene na področju odpadkov in embalaže lahko vpliva več dejavnikov. Na recikliranje in zmanjševanje odpadkov morda vplivajo rastoči stroški ravnanja z odpadki, zaradi katerih se nekaterim podjetjem s finančnega vidika bolj splača del odpadkov

zmanjšati in/ali reciklirati. Poleg tega za ustrežnejše upravljanje z odpadki navadno niso potrebne velike investicije (kot npr. pri prehodu na obnovljive vire energije), specifična znanja ali spremembe celotnega procesa dela. Tako je ravnanje z odpadki področje, ki ga je možno izboljšati z relativno majhnimi stroški in spremembami.

Proizvajanje embalaže je v veliki meri odvisno od dejavnosti podjetja, nekatera proizvajajo veliko embalaže, druga nič, zato je na vprašanja o embalaži večji delež vprašanih odgovoril, da odgovor na to vprašanje ni možen. Kljub manjšemu vzorcu so anketirani ravnanju z embalažo pripisali višjo vrednost kot nekaterim drugim področjem. Eden od možnih razlogov je lahko, da podjetja, ki ustvarjajo embalažo, s tega vidika bolj vplivajo na okolje kot tista, ki je ne, zato lahko posledično ta vpliv zmanjšajo. Druga možnost so stroški embalaže, ki jih lahko podjetja z zmanjšanjem količine embalaže zmanjšajo. Tretji možen dejavnik je odgovor na pričakovanja potrošnikov, ki se bolj zavedajo problematike zavržene embalaže.

V nadaljevanju sem s permutacijskim testom ugotovila, da stopnja varovanja okolja ni odvisna od velikosti podjetja in je odvisna od dejavnosti podjetja. Rezultati raziskave nakazujejo, da so podjetja, ki se ukvarjajo s predelovalnimi dejavnostmi, rudarstvom ali drugo industrijo, aktivnostim varovanja naravnega okolja pripisala večji pomen kot podjetja, ki se ukvarjajo z informacijskimi in komunikacijskimi dejavnostmi, in tista, ki se ukvarjajo s strokovnimi, znanstvenimi in tehničnimi ter drugimi raznovrstnimi poslovnimi dejavnostmi.

Pri interpretaciji rezultata je smiselno omeniti, da so podjetja iz druge skupine (torej podjetja, ki se ukvarjajo z informacijskimi in komunikacijskimi, strokovnimi, znanstvenimi, tehničnimi ali drugimi raznovrstnimi poslovnimi dejavnostmi), za več podvprašanj iz tega sklopa izbrala odgovor »Odgovor ni možen« kot podjetja iz prve skupine. To dejstvo bi lahko pomembno vplivalo na rezultat. Ob tovrstni transparentnosti lahko kljub temu diskutiram o možnih razlogih za dobljen rezultat testa. Možen dejavnik za razliko med skupinama je lahko na primer dejstvo, da podjetja, ki se ukvarjajo s proizvodnjo, v nekaterih vidikih bolj neposredno vplivajo na okolje od storitvenih podjetij. Zaradi večjega vpliva imajo tovrstna podjetja posledično tudi več priložnosti, da vpliv na okolje zmanjšajo.

Pri raziskavi me je zanimalo še, ali se podjetja na splošno bolj usmerjajo na okoljsko ali na družbeno področje. Statistična obdelava podatkov je pokazala, da med podjetji v vzorcu ni pomembne razlike glede osredotočenosti na družbeni ali okoljski vidik trajnosti. Eden od dejavnikov za takšen rezultat bi lahko izhajal iz samega vzorca. Eno od meril za uvrstitev med hitro rastoča podjetja je namreč trajnostna naravnost, ki je sestavljena iz okoljskega, družbenega in gospodarskega vidika. Za trajnostno poslovanje je tako potrebno upoštevati vse tri vidike. V kolikor je faktor trajnosti za uvrstitev na lestvico hitro rastočih podjetij velikega pomena in v primeru, da je trajnost ocenjevana celostno (torej z vidika vseh treh dimenzij), bi to lahko bil pomemben dejavnik za dobljeni rezultat. Drugi dejavnik bi lahko izhajal iz sestave vprašalnika. Okoljski in družbeni vidik trajnosti sta namreč široki področji, ki se lahko na poslovnem nivoju kažeta prek mnogo različnih praks (in ne zgolj tistih, po

katerih sem spraševala v anketi). V vprašalniku nisem zajela vseh možnih področij in primerov, zaradi česar rezultati primerjave v popolnosti ne odražajo nujno resničnega stanja.

V zadnjem sklopu vprašanj so anketiranci ocenjevali, kako pomemben je vpliv izbranih dejavnikov na trajnostno poslovanje podjetij. Od skupno trinajstih vprašanj je bil pri sedmih podvprašanjih (zahteve kupcev, potrošnikov, pridobivanje/ohranjanje kadra, koristi pri ugledu, inovacije in boljša kvaliteta izdelkov ali storitev, zmanjševanje stroškov, želja po varovanju okolja) najpogostejši odgovor »5«. Najbolj je izstopal odgovor »Boljša kvaliteta izdelkov ali storitev«, kjer je delež oseb, ki je področje ocenil kot zelo pomembno prioriteto, 67 %. Pri podvprašanju »Interes investitorjev« pa je največji delež vprašanih odgovoril s »3«. Primerjava povprečja vseh odgovor glede dejavnikov trajnostnega poslovanja nakazuje, da je najvišje povprečje rezultatov za odgovor »Boljša kvaliteta produktov in storitev« (povprečje = 4,38, SD = 1,13), najmanjše povprečje pa za »Interes investitorjev« (povprečje = 3,33, SD = 1,32).

Glede na razporeditev odgovorov in povprečne vrednosti se zdi, da je najpomembnejši razlog za trajnostno poslovanje boljša kvaliteta izdelkov in storitev, najmanj pomemben pa interes investitorjev. Z metodo ponovnega vzorčenja sem ugotovila, da je kvaliteta izdelkov sicer res bolj pomembna kot interesi investitorjev, vendar je stopnja zaupanja nizka, kar pomeni, da tega ne morem trditi z gotovostjo.

Dejavnik, ki vpliva na relativno majhen vpliv investitorjev na trajnostno poslovanje podjetij, je lahko način financiranja podjetij. Ker so investicije le eden od možnih načinov financiranja, jih morda mnoga podjetja v vzorcu ne pridobivajo in je zato ta dejavnik manj pomemben. Na podvprašanje o pomembnosti investitorjev je tudi največji delež vprašanih odgovoril z 1 in 2, kar pomeni, da zanje ta dejavnik sploh ni pomemben oziroma je zgolj malo relevanten. V kolikor bi imela podatke tudi o načinu financiranja podjetij v vzorcu, bi lahko raziskovala, ali je vzrok za manjši pomen investitorjev res ta, da se nekatera podjetja ne financirajo prek investicij.

Rezultati celotne raziskave nakazujejo, da se hitro rastoča podjetja v Sloveniji v precejšnji meri osredotočajo tako na družbeno odgovorno poslovanje kot tudi na prakse varovanja naravnega okolja. Raziskavo sem naredila na predpostavki, da so anketne vprašalnike reševale kompetentne osebe, ki so podale resnične ocene, ki odražajo dejansko stanje. Kljub temu pa obstaja možnost, da rezultati raziskave ne odražajo resničnega stanja v popolni meri. Dejavniki za morebitne neustrezne ocene so lahko naslednji:

- Anketiranci so lahko podali družbeno sprejemljive odgovore, torej odgovore, ki se zdijo bolj ustrezni, kljub temu da ti ne odražajo realnega stanja.
- Vprašanja se nanašajo na načrte podjetij v prihodnosti, zato obstaja verjetnost, da so podjetja odgovarjala v skladu s trenutnimi cilji, ki pa so lahko bolj idealistični od dejanskega stanja.

- Nekateri anketiranci morda niso popolnoma razumeli vprašanj oziroma so si vprašanja in odgovore napačno interpretirali.
- Anketni vprašalnik so reševale osebe na različnih položajih, ki imajo lahko precej drugačne poglede in pričakovanja glede trajnostnega poslovanja.
- Anketiranci so podali svoje subjektivne ocene, zaradi česar je ocene med seboj težko primerjati.
- Obstaja verjetnost, da so anketiranci namesto nizkih ocen v sklopu vprašanj na temo varovanja okolja raje podali odgovor »Odgovor ni možen«.
- Prejemniki e-mail sporočila s povezavo na anketni vprašalnik so vedeli, da se raziskava nanaša na trajnost, zato je možno, da so raziskavo reševali večinoma anketiranci, ki jim je koncept trajnosti bližje in so tako lahko odgovori pristranski.

Družbeno zaželenim odgovorom sem se poskusila izogniti tako, da sem v e-mail poročilu, ki sem ga poslala podjetjem, posebej izpostavila, da gre za anonimno anketo. Da ne bi prišlo do napačnega razumevanja, sem v prvi sklop vprašanj dodala primere, s katerimi sem ilustrirala, kaj se nanaša na določeno kategorijo odgovorov, poleg tega sem podjetja v e-mail sporočilu spodbudila, da me v primerih nejasnosti ali dodatnih vprašanj kontaktirajo.

Raziskavo bi lahko izboljšala tako, da bi vprašalnike vedno reševale osebe, ki so na enakih položajih (na primer direktorji podjetij), ali da bi namesto anketnega vprašalnika izvajala intervjuje, s katerimi bi lahko sproti preverjala razumevanje vprašanj in v primeru nejasnosti podala dodatna pojasnila.

Zaradi različnega pogleda delodajalcev in zaposlenih bi lahko raziskavo dopolnila tako, da bi vprašanja, ki se nanašajo tudi na zaposlene (na primer varnost zaposlitve, usposabljanje zaposlenih, spodbujanje zdravja in dobrega počutja), zastavila še njim. Primerjava odgovorov zaposlenih in delodajalcev bi pokazala, ali med skupinama obstajajo pomembne razlike. Enotni odgovori med skupinama bi tako kazali na večjo zanesljivost podatkov.

Ena od pomanjkljivosti raziskave je tudi relativno majhen vzorec, kar je še posebno relevantna težava pri primerjavi skupin, saj so bile nekatere skupine zelo majhne (skupina večjih podjetij je na primer vsebovala zgolj devet anketirancev), kar vpliva na rezultate. Izboljšava raziskave bi tako bila raziskava na večjem vzorcu, pri čemer bi lahko večje število anketiranih podjetij pokazalo pomembno drugačne podatke.

Poleg tega je za večjo transparentnost rezultatov smiselno izpostaviti, da nekateri primeri v skupinah niso neodvisni, saj so ista podjetja odgovarjala na več podvprašanj. Pri analizi s permutacijskim testom sem med seboj primerjala dve skupini, pri čemer je bila ena skupina sestavljena iz več podvprašanj, zato nekateri primeri niso popolnoma neodvisni.

Dodaten faktor, ki bi ga bilo smiselno upoštevati, je, da je eno od meril za vključenost podjetij med hitro rastoča podjetja tudi trajnostna naravnost. V kolikor je v izboru Gazela ta dejavnik zelo pomemben, obstaja verjetnost, da so podjetja v celotni populaciji na splošno bolj trajnostno naravnana od ostalih slovenskih podjetij. Smiselna dopolnitev raziskave bi

tako bila razširitev na drug vzorec in ne zgolj na hitro rastoča podjetja. V kolikor bi enak vprašalnik rešila podjetja iz različnih populacij, bi lahko preverili, ali so hitro rastoča podjetja na splošno bolj trajnostno naravnana od podjetij v drugih populacijah.

SKLEP

Zaradi vse bolj izrazitih ekoloških, družbenih in gospodarskih problematik se v današnji družbi krepi zavest o pomembnosti trajnostne naravnosti. Ker je trajnost aktualna tematika in hkrati širok pojem, ki se nanaša na različna področja, obstaja zanjo veliko različnih definicij. Večina opredelitev trajnost deli na tri dimenzije, in sicer na okoljsko, družbeno in ekonomsko dimenzijo.

Podjetja s svojim delovanjem pomembno vplivajo na okoljske, družbene in ekonomske problematike. Z vse večjimi družbenimi pričakovanji po odgovornem poslovanju je tudi pritisk na podjetja po trajnostnem poslovanju vse večji. Trajnostno poslovanje se nanaša na prenos koncepta trajnostnega razvoja na poslovno raven (Betroncelj in drugi, 2015), njegov cilj pa je doseči dolgoročno dobičkonosnost ter hkrati zmanjšati negativen vpliv na lokalno in globalno okolje, skupnost in gospodarstvo (Cooney, 2009). Prednosti trajnostnega poslovanja se lahko kažejo na mnogih področjih, vendar je povezava med uspešnostjo podjetja in trajnostnim poslovanjem kompleksna, zato trajnostno poslovanje ne zagotavlja nujno, da bo podjetje tudi uspešno poslovalo.

Mnoga podjetja cilje in prakse trajnostnega poslovanja ali družbene odgovornosti s pomočjo raznih poročil javno sporočajo svojim deležnikom. Takšne prakse so posebno pogoste pri različnih korporacijah, manj pogoste pa pri manjših in zasebnih podjetjih. Zaradi pomanjkanja javno dostopnih informacij je tako težko oceniti, v kolikšni meri se tovrstna podjetja osredotočajo na trajnost in kakšen doprinos imajo k okolju, družbi in gospodarstvu. Z namenom zmanjšanja vrzeli na področju trajnostnega poslovanja slovenskih podjetij sem v magistrskem delu raziskovala, v kolikšni meri se slovenska hitro rastoča podjetja pri poslovanju osredotočajo na družbeno odgovornost in na prakse varovanja naravnega okolja ter kateri so najpomembnejši dejavniki za trajnostno poslovanje.

Ključne ugotovitve raziskave so naslednje:

- S precejšno mero gotovosti lahko trdim, da so podjetja v vzorcu na področju družbene odgovornosti najvišji pomen pripisala varni zaposlitvi. Z nižjo stopnjo gotovosti pa lahko povzamem, da so podjetja najmanjši pomen pripisala prostovoljstvu.
- Rezultati glede varovanja naravnega okolja nakazujejo, da so podjetja v vzorcu pripisala višji pomen recikliranju odpadkov, zmanjševanju embalaže, uporabi

embalaže iz okolju prijaznih materialov ter nižji pomen manjši porabi vode in surovin ter nagrajevanju in izobraževanju zaposlenih.

- Rezultati glede dejavnikov trajnostnega poslovanja nakazujejo, da podjetja med pomembnejše dejavnike uvrščajo zahteve kupce in potrošnikov, pridobivanje in ohranjanje zelenega kadra, koristi pri ugledu podjetja, boljšo kvaliteto produktov in storitev ter željo po varovanju okolja. Manjši pomen pa pripisujejo regulatornim zahtevam in interesom investitorjem.
- Primerjava družbene odgovornosti med podjetji, ki imajo manj kot 49 zaposlenih, in tistimi, ki imajo več kot 49 zaposlenih, je pokazala, da stopnja osredotočenosti na družbeno odgovornost ni odvisna od velikosti podjetja.
- Primerjava okoljskih strategij poslovanja med podjetji, ki imajo manj kot 49 zaposlenih, in tistimi, ki imajo več kot 49 zaposlenih, je pokazala, da stopnja osredotočenosti na varovanje okolja ni odvisna od velikosti podjetja.
- Primerjava družbene odgovornosti med podjetji, ki se ukvarjajo s predelovalnimi dejavnostmi, rudarstvom in drugo industrijo, in podjetji, ki se ukvarjajo z informacijskimi in komunikacijskimi dejavnostmi ali s strokovnimi, znanstvenimi in tehničnimi, je pokazala, da je stopnja osredotočenosti na družbeno odgovornost odvisna od dejavnosti, s katero se podjetje ukvarja. Rezultati raziskave nakazujejo, da so podjetja, ki se ukvarjajo s predelovalnimi dejavnostmi, rudarstvom ali drugo industrijo, aktivnostim družbene odgovornosti pripisala večji pomen.
- Primerjava okoljskih strategij poslovanja med podjetji, ki se ukvarjajo s predelovalnimi dejavnostmi, rudarstvom in drugo industrijo, in podjetji, ki se ukvarjajo z informacijskimi in komunikacijskimi dejavnostmi ali s strokovnimi, znanstvenimi in tehničnimi, je pokazala, da je stopnja varovanja okolja odvisna od dejavnosti, s katero se podjetje ukvarja. Rezultati raziskave nakazujejo, da so podjetja, ki se ukvarjajo s predelovalnimi dejavnostmi, rudarstvom ali drugo industrijo, aktivnostim varovanja naravnega okolja pripisala večji pomen.
- Primerjava osredotočenosti na družbeno odgovornost oziroma na varovanje okolja ni pokazala pomembnih razlik med skupinama.

Čeprav rezultati raziskave nakazujejo, da se hitro rastoča podjetja v Sloveniji v precejšni meri osredotočajo tako na družbeno odgovorno poslovanje kot tudi ravnanje v skladu z varovanjem okolja, je potrebno upoštevati možnost, da rezultati zaradi različnih dejavnikov raziskave morda v popolnosti ne odražajo resničnega stanja.

Poleg tega je potrebno izpostaviti, da je na trajnostno poslovanje smiselno gledati v kontekstu negativnih vplivov podjetja na njegovo širše in ožje okolje. Kljub na splošno visoki osredotočenosti na trajnost so lahko mnoge prakse, glede na negativne vplive podjetij, še vedno nezadostne. Za bolj celosten vpogled v trajnostno poslovanje podjetij bi bilo morda smiselno primerjati trajnostne prakse v povezavi z negativnimi vplivi podjetij na okolje in družbo.

Kljub omenjenim pomanjkljivostim pričakujem, da bo ob opravljeni analizi in transparentnosti statistične obdelave podatkov magistrsko delo pomembno prispevalo k obstoječi literaturi na temo trajnostnega poslovanja podjetij v Sloveniji.

LITERATURA IN VIRI

1. Agencija Republike Slovenije za okolje. (brez datuma). *Toplogredni plin*. Pridobljeno 2. oktobra 2020 iz http://okolje.arso.gov.si/onesnazevanje_zraka/vsebine/toplogredni-plini
2. Ansoff, H. I. (1977). Strategy formulation as a learning process: An applied managerial theory of strategic behavior. *International Studies of Management & Organization*, 7(2), 58–77.
3. Aragón-Correa, J. A. & Rubio-Lopez, E. A. (2007). Proactive corporate environmental strategies: myths and misunderstandings. *Long range planning*, 40(3), 357–381.
4. Baker, S., Kousis, M., Young, S. & Richardson, D. (ur.). (1997). *The politics of sustainable development: theory, policy and practice within the European Union*. London: Routledge.
5. Banfi, P. (2013). *Družbeni vidik trajnostnega razvoja pri pouku geografije v osnovni in srednji šoli* (magistrsko delo). Maribor: Filozofska fakulteta.
6. Baumgartner, R. J. & Ebner, D. (2010). Corporate sustainability strategies: sustainability profiles and maturity levels. *Sustainable Development*, 18(2), 76–89.
7. Beal, D., Eccles, R., Hansell, G., Lesser, R., Unnikrishnan, S., Woods, W. & Young, D. (2017). *Total societal impact: A new lens for strategy*. Boston: The Boston Consulting Group.
8. Bertalančič, R., Dolinar, M., Ključevšek, N., Medved, A., Vertačnik, G. & Vlahovič, Ž. (2017). *Ocena podnebnih sprememb v Sloveniji do konca 21. stoletja: Povzetek temperaturnih in padavinskih povprečij*. Ljubljana: Ministrstvo za okolje in prostor, Agencija Republike Slovenije za okolje.
9. Bertoncelj, A., Bervar, M., Meško, M., Naraločnik, A., Nastav, B., Roblek, V. & Trnavčevič, A. (2015). *Trajnostni razvoj: ekonomski, družbeni in okoljski vidiki*. Ljubljana: IUS Software, GV založba.
10. Braunsberger, F., Hlavaty, M., Schlamberger, N. & Stevanovič, S. (2010). *Standardna klasifikacija dejavnosti 2008*. Ljubljana: Statistični urad Republike Slovenije. Pridobljeno 10. oktobra 2020 iz <https://www.stat.si/doc/pub/skd.pdf>
11. Carroll, A.B. (1991). The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders. *Business Horizons*, 34(4), 39–48.
12. Cegnar, T. (2019). Raznoliki vremenski vplivi. V T. Cegnar & A. Kofol Seliger (ur.), *Zbornik povzetkov strokovnega srečanja Podnebje, okolje in alergije* (str. 3–5). Celje: Agencija Republike Slovenije za okolje.

13. Colantonio, A. (2009). Social sustainability: a review and critique of traditional versus emerging themes and assessment methods. V M. Horner, A. Price, J. Bebbington & R. Emmanuel (ur.), *Sue-Mot Conference 2009: Second International Conference on Whole Life Urban Sustainability and Its Assessment: Conference Proce* (str. 865–885). Loughborough: Loughborough University.
14. Commission Of The European Communities. (2001, 18. julij). *Green Paper*. Pridobljeno 2. oktobra 2020 iz https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/DOC_01_9
15. Cooney, S. (2009). *Build a green small business: Profitable ways to become an ecopreneur*. New York: McGraw-Hill.
16. Čater, T., Prašnikar, J. & Čater, B. (2009). Environmental strategies and their motives and results in Slovenian business practice. *Economic and Business Review*, 11(1), 55–74.
17. Dalal-Clayton, B. & Bass, S. (2002). *Sustainable development strategies: a resource book*. London: Routledge.
18. Dangelico, R. M. & Pujari, D. (2010). Mainstreaming green product innovation: Why and how companies integrate environmental sustainability. *Journal of business ethics*, 95(3), 471–486.
19. Demirel, P., Li, Q. C., Rentocchini, F. & Tamvada, J. P. (2019). Born to be green: new insights into the economics and management of green entrepreneurship. *Small Business Economics*, 52(4), 759–771.
20. Dnevnik. (brez datuma). *Najhitreje rastoča podjetja 2019*. Pridobljeno 15. novembra 2020 iz <https://www.dnevnik.si/gazela/lestvice>
21. Doney, S. C., Fabry, V. J., Feely, R. A. & Kleypas, J. A. (2009). Ocean acidification: the other CO₂ problem. *Annual Review of Marine Science* 1(1), 169–92.
22. Ebner, D. (2007). *Assessing corporate social responsibility: CSR-SCAN*. United Kingdom: Devonshire Hall, University of Leeds.
23. Edenhofer, O. R., Pichs-Madruga, Y., Sokona, E., Farahani, S., Kadner, K., Seyboth, A., Adler, I., Baum, S., Brunner, P., Eickemeier, B., Kriemann, J., Savolainen, S., Schlömer, C., von Stechow, T., Zwickel, T. & Minx, J.C. (ur.). (2014). IPCC, 2014: Summary for Policymakers. V *Climate Change 2014: Mitigation of Climate Change*. New York: Cambridge University Press.
24. EEA. (1995). *Europe's Environment - The Dobris Assessment*. Pridobljeno 9. oktobra 2020 iz <https://www.eea.europa.eu/publications/92-826-5409-5>
25. EEA. (2015). *European Environment — State And Outlook 2015: Assessment of Global Megatrends*. Copengagen: European Environment Agency.
26. Eltayeb, T. & Zailani, S. (2014). Going Green through Green Supply Chain Initiatives Toward Environmental Sustainability. *Operations and Supply Chain Management: an International Journal*, 2(2), 93–110.
27. Endrikat, J., Guenther, E. & Hoppe, H. (2014). Making sense of conflicting empirical findings: A meta-analytic review of the relationship between corporate environmental and financial performance. *European Management Journal*, 32(5), 735–751.

28. Epstein, M. J. & Rejc Buhovac, A. R. (2010). Solving the sustainability implementation challenge. *Organizational dynamics*, 39(4), 306.
29. Epstein, M. J. & Rejc Buhovac, A. R. (2014). *Making sustainability work: Best practices in managing and measuring corporate social, environmental, and economic impacts* (2. izd.). San Francisco: Berrett-Koehler Publishers.
30. Evropska agencija za okolje. (2012, 25. junij). *Pot do svetovnega trajnostnega razvoja*. Pridobljeno 2. oktobra 2020 iz <https://www.eea.europa.eu/sl/eea-signali/signali-2012/clanki/pot-do-svetovnega-trajnostnega-razvoja>
31. Evropski parlament. (2018, 3. julij). *Podnebne spremembe: izpusti toplogrednih plinov v EU*. Pridobljeno 15. novembra 2020 iz <https://www.europarl.europa.eu/news/sl/headlines/society/20180301STO98928/podnebne-spremembe-izpusti-toplogrednih-plinov-v-eu>
32. Evropski svet- Svet Evropske unije. (brez datuma). *Konferenca ZN o podnebnih spremembah v Parizu, 2018*. Pridobljeno 26. oktobra 2020 iz <https://www.consilium.europa.eu/sl/meetings/international-summit/2015/11/30/>
33. Fenwick, T. (2007). Developing organizational practices of ecological sustainability. *Leadership & Organization Development Journal*, 28(7), 632–645.
34. Forum for the Future. (2019). *Driving Systems Change In Turbulent Times – The Future Of Sustainability 2019*. Pridobljeno 15. novembra 2020 iz <https://www.forumforthefuture.org/driving-systems-change-in-turbulent-times>
35. Galuppo, L., Gorli, M., Scaratti, G. & Kaneklin, C. (2014). Building social sustainability: multi-stakeholder processes and conflict management. *Social Responsibility Journal*, 10(4), 685–701.
36. *Global Temperature*. (brez datuma). Pridobljeno 15. novembra 2020 iz <https://climate.nasa.gov/vital-signs/global-temperature/>
37. Haugh, H. M. & Talwar, A. (2010). How do corporations embed sustainability across the organization?. *Academy of Management learning & education*, 9(3), 384–396.
38. Hedenus, F., Persson, M. & Sprei, F. (2016, januar). *Sustainable development- History, Definition & The Role of the Engineer*. Pridobljeno 15. novembra 2020 iz <https://www.chalmers.se/SiteCollectionDocuments/Energi%20och%20milj%C3%B6/FRT/Sustainable%20development%20-%20Hedenus-Persson-Sprei%20-%202016.pdf>
39. Hempel, L. C. (1996). *Environmental governance: The global challenge*. Washington DC: Island Press.
40. ISO- standardi. (brez datuma). *ISO 14001*. Pridobljeno 5. novembra 2020 iz <https://www.iso-standard.si/iso-14001/>
41. Jaklič, M. (1997). *Družbeno odgovorno poslovanje in poslovna etika*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
42. Jaklič, M. (2009). *Poslovno okolje in gospodarski razvoj*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
43. Kandachar, P. (2014). Materials and Social Sustainability. *Materials Experience*, 68(9), 91–103.

44. Kim, K. (2018). Proactive versus reactive corporate environmental practices and environmental performance. *Sustainability*, 10(1), 97.
45. Kiron, D., Unruh, G., Reeves, M., Kruschwitz, N., Rubel, H. & ZumFelde, A. M. (2017). Corporate sustainability at a crossroads. *MIT Sloan Management Review*. Pridobljeno 15. novembra 2020 iz <https://sloanreview.mit.edu/projects/corporate-sustainability-at-a-crossroads/>
46. Krnc, M. (brez datuma). *Zgodovina*. Pridobljeno 5. septembra 2020 iz <https://www.dnevnik.si/gazela/o-projektu>
47. Kuhlman, T. & Farrington, J. (2010). What is sustainability?. *Sustainability*, 2(11), 3436–3448.
48. Laczko, F. & Aghazarm, C. (2009). *Migration, Environment and Climate Change: Assessing the Evidence*. Geneva: International Organization for Migration.
49. Lahovnik, M. (2008). Družbena odgovornost kot dejavnik korporacijskega upravljanja podjetij v Sloveniji. *Naše Gospodarstvo*, 54(5), 65–71.
50. Lazič, A. (2019). Ustvarjanje trajnostne prihodnosti organizacij. *Revija za univerzalno odličnost*, 8(1), 99–109.
51. Linnanen, L. (2010). An insider's experiences with environmental entrepreneurship. V M. Schaper (ur.), *Making Ecopreneurs- Developing Sustainable Entrepreneurship* (2. izd.) (str. 109–124). Farnham: Gower Publishing Limited.
52. Lovins, A.B., Lovins, L.H. & Hawken P. (1999). A road map for natural capitalism. *Harvard Business Review*, 145–158. Pridobljeno 15. novembra 2020 iz <http://www.reconomy.org/wp-content/uploads/2011/11/1.8-natural-capital-hbr-roadmap.pdf>
53. Lozano, R. (2008). Envisioning sustainability three-dimensionally. *Journal of cleaner production*, 16(17), 1838–1846.
54. Lozano-Ros, R. (2003). *Sustainable Development in Higher Education, Incorporation, assessment and reporting of sustainable development in higher education institutions*. Lund: The International Institute for Industrial Environmental Economic.
55. Marcott, S. A., Shakun, J. D., Clark, P. U. & Mix, A. C. (2013). A reconstruction of regional and global temperature for the past 11,300 years. *Science*, 339(6124), 1198–1201.
56. Martínez, P., Pérez, A. & Del Bosque, I. R. (2014). Exploring the role of CSR in the organizational identity of hospitality companies: A case from the Spanish tourism industry. *Journal of business ethics*, 124(1), 47–66.
57. McKenzie, S. (2004). *Social Sustainability: Towards Some Definitions*. Magill: Hawke Research Institute, University of South Australia.
58. Ministrstvo za zunanje zadeve. (2015). *Spremenimo svet: Agenda za trajnostni razvoj do leta 2030*. Pridobljeno 2. novembra 2020 iz https://www.gov.si/assets/ministrstva/MZZ/Dokumenti/multilateral/razvojno-sodelovanje/1289ed1268/Agenda_za_trajnostni_razvoj_2030.pdf

59. Močnik, D. Crnogaj, K. & Bradač Hojnik, B. (2017). *Slovenska podjetja in družbena odgovornost: slovenski podjetniški observatorij*. Maribor: Univerzitetna založba Univerze v Mariboru.
60. Montiel, I. (2008). Corporate Social Responsibility and Corporate Sustainability: Separate Pasts, Common Futures. *Organization & Environment*, 21(3), 245–269.
61. Naderi, I. & Van Steenburg, E. (2018). Me first, then the environment: young millennials as green consumers. *Young Consumers*, 19(3), 280–295.
62. NASA Goddard Institute for Space Studies (GISS). (brez datuma). *Land-Ocean Temperature Index*. Pridobljeno 15. novembra 2020 iz https://data.giss.nasa.gov/gistemp/graphs/graph_data/Global_Mean_Estimates_based_on_Land_and_Ocean_Data/graph.txt
63. Novak, J. (2018). Prednosti in ovire trajnostnega razvoja pri poslovanju podjetja. *IBS poročevalec*, 8(4). Pridobljeno 16. oktobra 2020 iz <http://www.porocevalec.ibs.si/sl/component/content/article/73-letnik-8-t-4/306-jan-novak-dipl-medn-posl-prednosti-in-ovire-trajnostnega-razvoja-pri-poslovanju-podjetja>
64. Ortiz- Ospina, E. & Roser, M. (2013). *Happiness and Life Satisfaction*. Pridobljeno 20. novembra 2020 iz <https://ourworldindata.org/happiness-and-life-satisfaction>
65. Ortiz- Ospina & Roser, M. (2018, marec). *Economic Inequality by Gender*. Pridobljeno 20. novembra 2020 iz <https://ourworldindata.org/economic-inequality-by-gender#in-most-countries-the-gender-pay-gap-has-decreased-in-the-last-couple-of-decades>
66. Pachauri, R. K., Allen, M. R., Barros, V. R., Broome, J., Cramer, W., Christ, R., Church, J.A., Clarke, L., Dahe, Q., Dasgupta, P., Dubash, N., Edenhofer, O., Elgizouli, I., Field, C.B., Forster, P., Friedlingstein, P., Fuglestvedt, J., Gomez-Echeverri, L., Hallegatte, S... Meyer L. (2014). *Climate change 2014: synthesis report. Contribution of Working Groups I, II and III to the fifth assessment report of the Intergovernmental Panel on Climate Change*. Geneva: IPCC.
67. Porter, M. E. & van der Linde, C. (1995). Green and Competitive: Ending the Stalemate. *Harvard Business Review*.
68. Primc, K. (2016). Okoljske strategije in uspešnost podjetij: kvalitativna primerjalna analiza (mehka logika). *Economic and Business Review*, 17, 5–22.
69. Purvis, B., Mao, Y. & Robinson, D. (2019). Three Pillars of Sustainability: in Search of Conceptual origins. *Sustain Sci*, 14, 681–695.
70. Rebernik, M., Močnik, D. & Hojnik, B. B. (2015). *Slovenska podjetja in okoljski vidiki poslovanja*. Maribor: Ekonomsko-poslovna Fakulteta.
71. Reid, D. (2013). *Sustainable Development: An Introductory Guide*. London: Earthscan Publications Ltd.
72. Reinhardt, F. L. (1998). Environmental product differentiation: Implications for corporate strategy. *California management review*, 40(4), 43–73.
73. Rejc Buhovac, A., Hren, A., Fink, T. & Savič, N. (2018). *Trajnostne poslovne strategije in trajnostni poslovni modeli v slovenski praksi*. SPIRIT Slovenija.
74. Rhenman, E. (1973). *Organization theory for long-range planning*. London; New York: John Wiley & Sons.

75. Rigaud, K.K, de Sherbinin, A., Jones, B., Bergmann, J., Clement, V., Ober, K., Schewe, J., Adamo, S., McCusker, B., Heuser, S. & Midgley, A. (2018). *Groundswell: Preparing for Internal Climate Migration*. Washington, DC: World Bank.
76. Ritchie, H. & Roser, M. (2017, maj). *CO2 and Greenhouse Gas Emissions*. Pridobljeno 20. novembra 2020 iz <https://ourworldindata.org/co2-and-other-greenhouse-gas-emissions>
77. Roser, M. & Ortiz-Ospina, E. (2013). *Global Extreme Poverty*. Pridobljeno 20. novembra 2020 iz <https://ourworldindata.org/extreme-poverty>
78. Roser, M. & Oritz-Ospina, E. (2016). *Global Education*. Pridobljeno 20. novembra 2020 iz <https://ourworldindata.org/global-education>
79. Roser, M. (2013). *Global Economic Inequality*. Pridobljeno 20. novembra 2020 iz <https://ourworldindata.org/global-economic-inequality>
80. Roser, M. (2014). *Human Development Index*. Pridobljeno 20. novembra 2020 iz <https://ourworldindata.org/human-development-index>
81. Roston, E. & Migliozi, B. (2015, 24. junij). *What`s Really Warming the World?*. Pridobljeno 15. novembra 2020 iz <https://www.bloomberg.com/graphics/2015-whats-warming-the-world/>
82. Schaltegger, S. (2002). A framework for ecopreneurship. *Greener management international*, 38, 45–58.
83. Schaper, M. (2002). The essence of ecopreneurship. *Greener management international*, 26–30.
84. *Sea Level*. (brez datuma). Pridobljeno 30. oktobra 2020 iz <https://climate.nasa.gov/vital-signs/sea-level/>
85. Serrat, O. (2012). *World Sustainable Development Timeline*. Phillippines: Asian Development Bank.
86. Sharma, S. & Henriques, I. (2005). Stakeholder influences on sustainability practices in the Canadian forest products industry. *Strategic management journal*, 26(2), 159–180.
87. Sinha, A. K. & Swaminathan, M. S. (1991). Long-term climate variability and changes. *Journal of Indian Geographical Union*, 7(3), 125–134.
88. Stajniko, J. (2019). *Trajnostno poslovanje kot mednarodna marketinška strategija* (delo diplomskega projekta). Maribor: Ekonomsko-poslovna fakulteta.
89. *The Effects of Climate Change*. (brez datuma). Pridobljeno 9. novembra 2020 iz <https://climate.nasa.gov/effects/#:~:text=Effects%20that%20scientists%20had%20predicted,longer%2C%20more%20intense%20heat%20waves>
90. The Intergovernmental Panel on Climate Change. (brez datuma). *Activities*. Pridobljeno 15. novembra 2020 iz <https://www.ipcc.ch/>
91. United Nations. (1997). *Agenda for Development*. United Nations: New York.
92. United Nations. (brez datuma). *United Nations Conference on the Human Environment*. Pridobljeno 15. novembra 2020 iz <https://sustainabledevelopment.un.org/milestones/humanenvironment>
93. Vallance, S., Perkins, H. C. & Dixon, J. E. (2011). What is Social Sustainability? A Clarification of Concepts. *Geoforum*, 42(3), 342–348.

94. Volery, T. (2002). Ecopreneurship: Rationale, current issues and future challenges. V *Conference Papers of Swiss Research Institute of Small Business and Entrepreneurship* (str. 541–553).
95. Vrhovšek, M. (2016). *Trajnostna naravnost poslovanja in trajnostne strategije v izbranih slovenskih podjetjih* (magistrsko delo). Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
96. Wani, S., Asif, M., Lone, S., Dar, S. & Asif, S. (2013). Global Warming and its Impact on Environment. *International Journal of Scientific Research*, 04, 490–494.
97. Whelan, T. & Fink, C. (2016, 21. oktober). The Comprehensive Business Case for Sustainability. *Harvard Business Review*. Pridobljeno 17. novembra 2020 iz <https://hbr.org/2016/10/the-comprehensive-business-case-for-sustainability>
98. WHO. (2013). *The global burden of disease: 2004 update*. Geneva: World Health Organization.
99. Wodon, Q., Onagoruwa, A., Malé, C., Montenegro, C., Nguyen, H. & de la Brière, B. (2020). *How Large Is the Gender Dividend? Measuring Selected Impacts and Costs of Gender Inequality*. Washington, DC: World Bank.
100. World Bank. (2020). *Poverty*. Pridobljeno 15. novembra 2020 iz <https://www.worldbank.org/en/topic/poverty/overview#:~:text=The%20global%20extreme%20poverty%20rate,%245.50%20a%20day%20in%202017>
101. World Commission on Environment and Development. (1987). *Our common future*. Oxford: Oxford University Press.
102. Yoon, Y., Gürhan-Canli, Z. & Schwarz, N. (2006). The effect of corporate social responsibility (CSR) activities on companies with bad reputations. *Journal of consumer psychology*, 16(4), 377–390.
103. Yuthas, K. J. & Epstein, M. J. (2012). Analyzing Sustainability Impacts. *Strategic Finance*, 27–33.
104. Zrimšek, G. (2010). *Vpliv trajnostnega razvoja na krepitev konkurenčnosti podjetja Henkel* (diplomsko delo). Maribor: Ekonomsko-poslovna fakulteta.
105. Zupančič, M. (2018). *Vpetost ekonomskega in socialnega vidika v trajnostno naravnem poslovanju-primera brezposelnosti in družbene neenakosti* (magistrsko delo). Univerza v Ljubljani: Ekonomska fakulteta.
106. Žabkar, V., Čater, T., Bajde, D. & Čater, B. (2013). Environmental strategy: a typology of companies based on managerial perceptions of customers environmental activeness and deterrents. *Business Administration and Management* 16(3), 57–74.

PRILOGE

Priloga 1: Vprašalnik

V kolikšni meri se bo podjetje v naslednjem letu osredotočalo na našeta področja družbene odgovornosti?

(Označite na petstopenjski lestvici, pri čemer 1 pomeni »Sploh ni prioriteta in 5 »Zelo pomembna prioriteta«)

| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|--|---|---|---|---|---|
| Reševanje problema brezposelnosti (npr. zaposlovanje novih, ohranjanje trenutnih zaposlenih) | | | | | |
| Varna zaposlitev (npr. redno in dostojno plačilo, zaposlitev za nedoločen čas in poln delovnik) | | | | | |
| Sodelovanje z lokalnimi deležniki (npr. zaposleni in dobavitelji iz lokalnega okolja) | | | | | |
| Usposabljanje zaposlenih (npr. brezplačna izobraževanja in udeležbe na konferencah) | | | | | |
| Spodbujanje zdravja in dobrega počutja (npr. brezplačne športne aktivnosti za zaposlene, spodbujanje zdrave prehrane) | | | | | |
| Enakost med spoloma (npr. delež zaposlenih med spoloma, enakost plačila) | | | | | |
| Prostovoljstvo (npr. prostovoljni prispevki, udeležba zaposlenih) | | | | | |
| Trajnostna dobavna veriga (npr. izbira etičnega dobavitelja s trajnostnimi načeli) | | | | | |
| Investiranje v razvoj in inovacije (npr. število zaposlenih v raziskovalno razvojni dejavnosti, število patentov) | | | | | |
| Uporaba standardov za kakovost (npr. ISO 9001) | | | | | |

V kolikšni meri se bo podjetje v naslednjem letu osredotočalo na našeta področja varovanja naravnega okolja?

(Označite na petstopenjski lestvici, pri čemer 1 pomeni »Sploh ni prioriteta in 5 »Zelo pomembna prioriteta«)

| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | Odgovor ni možen |
|--|---|---|---|---|---|------------------|
| Manjša poraba vode | | | | | | |
| Manjša poraba ostalih naravnih surovin | | | | | | |
| Manjša poraba energije | | | | | | |
| Uporaba obnovljivih virov energije | | | | | | |
| Zmanjševanje emisij | | | | | | |
| Zmanjševanje odpadkov | | | | | | |
| Recikliranje odpadkov | | | | | | |
| Uporaba okolju prijaznih materialov v proizvodnji | | | | | | |
| Embalaža iz okolju prijaznih materialov | | | | | | |
| Zmanjševanje embalaže produktov | | | | | | |
| Izobraževanje zaposlenih o varovanju okolja | | | | | | |
| Nagrajevanje zaposlenih, ki s svojimi idejami pripomorejo k varovanju okolja | | | | | | |

Kateri so najpomembnejši dejavniki za trajnostno poslovanje?

(Označite na petstopenjski lestvici, pri čemer 1 pomeni »Sploh ni pomemben« in 5 »Zelo pomemben dejavnik«)

| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|--|---|---|---|---|---|
| Zahteve kupcev, potrošnikov | | | | | |
| Zahteve dobaviteljev | | | | | |
| Sledenje konkurentom | | | | | |
| Usposabljanje zaposlenih | | | | | |
| Pridobivanje ali ohranjanje zelenega kadra | | | | | |
| Interes investitorjev | | | | | |
| Regulatorne zahteve | | | | | |
| Koristi pri ugledu podjetja | | | | | |

se nadaljuje

Kateri so najpomembnejši dejavniki za trajnostno poslovanje? (nad.)

| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|---|---|---|---|---|---|
| Želja postati vodilni v panogi | | | | | |
| Priložnost za rast tržnega deleža | | | | | |
| Inovacije izdelkov ali storitev | | | | | |
| Boljša kvaliteta produktov ali storitev | | | | | |
| Zmanjševanje stroškov | | | | | |
| Želja po varovanju okolja | | | | | |
| Drugo (navedite): | | | | | |

S katero dejavnostjo se podjetje ukvarja?

- Kmetijstvo in lov, gozdarstvo, ribištvo
- Predelovalne dejavnosti, rudarstvo in druga industrija
- Gradbeništvo
- Trgovina na debelo in drobno, promet in skladiščenje, gostinstvo
- Informacijske in komunikacijske dejavnosti
- Finančne in zavarovalniške dejavnosti
- Poslovanje z nepremičninami
- Strokovne, znanstvene in tehnične ter druge raznovrstne poslovne dejavnosti
- Drugo (navedite):

Koliko zaposlenih ima podjetje?

- Do 10 zaposlenih (mikro podjetje)
- Od 10 do 49 zaposlenih (malo podjetje)
- Od 50 do 249 zaposlenih (srednje podjetje)
- Nad 250 zaposlenih (veliko podjetje)

Priloga 2: Frekvenčna porazdelitev vzorca glede na število zaposlenih

| | Frekvenca | Delež |
|-------------------------|-----------|-------|
| Do 10 zaposlenih | 1 | 2 % |
| Od 10 do 49 zaposlenih | 32 | 76 % |
| Od 50 do 249 zaposlenih | 7 | 17 % |
| Nad 250 zaposlenih | 2 | 5 % |
| Skupaj | 42 | 100 % |

Priloga 3: Frekvenčna porazdelitev vzorca glede na dejavnost podjetja

| | Frekvenca | Delež |
|---|-----------|-------|
| Kmetijstvo in lov, gozdarstvo, ribištvo | 1 | 2 % |
| Predelovalne dejavnosti, rudarstvo in druga industrija | 8 | 19 % |
| Gradbeništvo | 7 | 17 % |
| Trgovina na debelo in drobno, promet in skladiščenje, gostinstvo | 10 | 24 % |
| Informacijske in komunikacijske dejavnosti | 4 | 10 % |
| Finančne in zavarovalniške dejavnosti | 0 | 0 % |
| Poslovanje z nepremičninami | 0 | 0 % |
| Strokovne, znanstvene in tehnične ter druge raznovrstne poslovne dejavnosti | 6 | 14 % |
| Drugo | 6 | 14 % |
| Skupaj | 42 | 100 % |

Priloga 4: Prikaz razpona odgovorov na temo družbene odgovornosti

| | Število enot | Min. | Maks. | Povprečje | Standardni odklon |
|---|--------------|------|-------|-----------|-------------------|
| Reševanje problema brezposelnosti (npr. zaposlovanje novih, ohranjanje trenutnih zaposlenih) | 42 | 2 | 5 | 3,9048 | 0,9579 |
| Varna zaposlitev (npr. redno in dostojno plačilo, zaposlitev za nedoločen čas in poln delovnik) | 42 | 3 | 5 | 4,4762 | 0,7404 |
| Sodelovanje z lokalnimi deležniki (npr. zaposleni in dobavitelji iz lokalnega okolja) | 42 | 1 | 5 | 3,8095 | 1,1313 |
| Usposabljanje zaposlenih (npr. brezplačna izobraževanja in udeležbe na konferencah) | 42 | 2 | 5 | 3,8333 | 0,9348 |
| Spodbujanje zdravja in dobrega počutja (npr. brezplačne športne aktivnosti za zaposlene, spodbujanje zdrave prehrane) | 42 | 1 | 5 | 3,7381 | 1,2109 |
| Enakost med spoloma (npr. delež zaposlenih med spoloma, enakost plačila) | 42 | 1 | 5 | 3,9048 | 1,1647 |
| Prostovoljstvo (npr. prostovoljni prispevki, udeležba zaposlenih) | 42 | 1 | 5 | 3,1190 | 1,1306 |
| Trajnostna dobavna veriga (npr. izbira etičnega dobavitelja s trajnostnimi načeli) | 42 | 1 | 5 | 3,5238 | 1,2145 |
| Investiranje v razvoj in inovacije (npr. število zaposlenih v raziskovalno-razvojni dejavnosti, število patentov) | 42 | 1 | 5 | 3,6190 | 1,3426 |
| Uporaba standardov za kakovost (npr. ISO 9001) | 42 | 1 | 5 | 3,5238 | 1,4523 |

Priloga 5: Prikaz razpona odgovorov na temo varovanja naravnega okolja

| | Število enot | Min. | Maks. | Povprečje | Standardni odklon |
|--|--------------|------|-------|-----------|-------------------|
| Manjša poraba vode | 36 | 1 | 5 | 3,1944 | 1,2833 |
| Manjša poraba ostalih naravnih surovin | 36 | 1 | 5 | 3,3333 | 1,2873 |
| Manjša poraba energije | 39 | 2 | 5 | 3,7949 | 0,9782 |
| Uporaba obnovljivih virov energije | 37 | 1 | 5 | 3,6486 | 1,2740 |
| Zmanjševanje emisij | 33 | 2 | 5 | 3,8750 | 1,1288 |
| Zmanjševanje odpadkov | 40 | 2 | 5 | 4,1000 | 1,0077 |
| Recikliranje odpadkov | 41 | 1 | 5 | 4,2439 | 0,8883 |
| Uporaba okolju prijaznih materialov v proizvodnji | 31 | 2 | 5 | 4,0323 | 0,8749 |
| Embalaža iz okolju prijaznih materialov | 32 | 2 | 5 | 4,0938 | 0,9283 |
| Zmanjševanje embalaže produktov | 31 | 2 | 5 | 4,0000 | 1,0000 |
| Izobraževanje zaposlenih o varovanju okolja | 39 | 1 | 5 | 3,4103 | 1,4089 |
| Nagrajevanje zaposlenih, ki s svojimi idejami pripomorejo k varovanju okolja | 38 | 1 | 5 | 3,0526 | 1,3141 |

Priloga 6: Porazdelitev enot za »Odgovor ni možen«

| | Število enot | Delež |
|--|--------------|-------|
| Manjša poraba vode | 6 | 14 % |
| Manjša poraba ostalih naravnih surovin | 6 | 14 % |
| Manjša poraba energije | 3 | 7 % |
| Uporaba obnovljivih virov energije | 5 | 12 % |
| Zmanjševanje emisij | 9 | 21 % |
| Zmanjševanje odpadkov | 2 | 5 % |
| Recikliranje odpadkov | 1 | 2 % |
| Uporaba okolju prijaznih materialov v proizvodnji | 11 | 26 % |
| Embalaža iz okolju prijaznih materialov | 10 | 24 % |
| Zmanjševanje embalaže produktov | 11 | 26 % |
| Izobraževanje zaposlenih o varovanju okolja | 3 | 7 % |
| Nagrajevanje zaposlenih, ki s svojimi idejami pripomorejo k varovanju okolja | 4 | 10 % |

Priloga 7: Prikaz razpona odgovorov glede dejavnikov trajnostnega poslovanja

| | Število enot | Min. | Maks. | Povprečje | Standardni odklon |
|--|--------------|------|-------|-----------|-------------------|
| Zahteve kupcev, potrošnikov | 42 | 1 | 5 | 4,2619 | 0,9892 |
| Zahteve dobaviteljev | 42 | 1 | 5 | 3,7381 | 1,1056 |
| Sledenje konkurentom | 42 | 1 | 5 | 3,8095 | 1,1096 |
| Pridobivanje ali ohranjanje zelenega kadra | 42 | 1 | 5 | 4,2381 | 1,1436 |
| Interes investitorjev | 42 | 1 | 5 | 3,3333 | 1,3190 |
| Regulatorne zahteve | 42 | 1 | 5 | 3,5952 | 0,9386 |
| Koristi pri ugledu podjetja | 42 | 2 | 5 | 4,2143 | 0,8126 |
| Želja postati vodilni v panogi | 42 | 1 | 5 | 3,8095 | 1,0647 |
| Priložnost za rast tržnega deleža | 42 | 1 | 5 | 4,0000 | 1,0820 |
| Inovacije izdelkov ali storitev | 42 | 1 | 5 | 3,9524 | 1,2485 |
| Boljša kvaliteta produktov ali storitev | 42 | 1 | 5 | 4,3809 | 1,1252 |
| Zmanjševanje stroškov | 42 | 1 | 5 | 4,1429 | 1,07229 |
| Želja po varovanju okolja | 42 | 2 | 5 | 4,1905 | 0,9687 |

Priloga 8: Rezultati metode ponovnega vzorčenja za sklop družbene odgovornosti

| Podvprašanje | Spodnja vrednost intervala | Zgornja vrednost intervala | Povprečna vrednost |
|--|----------------------------|----------------------------|--------------------|
| Reševanje problema brezposelnosti | 3,6190 | 4,1905 | 3,9048 |
| Varna zaposlitev | 4,2381 | 4,6905 | 4,4762 |
| Sodelovanje z lokalnimi deležniki | 3,4762 | 4,1190 | 3,8095 |
| Usposabljanje zaposlenih | 3,5476 | 4,1190 | 3,8333 |
| Spodbujanje zdravja in dobrega počutja | 3,3571 | 4,0952 | 3,7381 |
| Enakost med spoloma | 3,5476 | 4,2381 | 3,9048 |
| Prostovoljstvo | 2,7857 | 3,4762 | 3,1190 |
| Trajnostna dobavna veriga | 3,1428 | 3,8809 | 3,5238 |
| Investiranje v razvoj in inovacije | 3,2143 | 4,0000 | 3,6190 |
| Uporaba standardov za kakovost | 3,0714 | 3,9524 | 3,5238 |

Priloga 9: Rezultati metode ponovnega vzorčenja za sklop varovanja naravnega okolja

| Podvprašanje | Spodnja vrednost intervala | Zgornja vrednost intervala | Povprečna vrednost |
|---|----------------------------|----------------------------|--------------------|
| Manjša poraba vode | 2,7778 | 3,6111 | 3,1944 |
| Manjša poraba ostalih naravnih surovin | 2,9167 | 3,7500 | 3,3333 |
| Manjša poraba energije | 3,4872 | 4,1026 | 3,7949 |
| Uporaba obnovljivih virov energije | 3,2432 | 4,0541 | 3,6486 |
| Zmanjševanje emisij | 3,5151 | 4,2727 | 3,9091 |
| Zmanjševanje odpadkov | 3,7999 | 4,4000 | 4,0999 |
| Recikliranje odpadkov | 3,9512 | 4,4878 | 4,2439 |
| Uporaba okolju prijaznih materialov v proizvodnji | 3,7419 | 4,3226 | 4,0323 |
| Embalaža iz okolju prijaznih materialov | 3,7813 | 4,4063 | 4,0938 |
| Zmanjševanje embalaže produktov | 3,6452 | 4,3226 | 4,0000 |
| Izobraževanje zaposlenih o varovanju okolja | 2,9744 | 3,8462 | 3,4103 |
| Nagrajevanje zaposlenih | 2,6579 | 3,4737 | 3,0526 |

Priloga 10: Rezultati metode ponovnega vzorčenja za dejavnike trajnostnega poslovanja

| Podvprašanje | Spodnja vrednost intervala | Zgornja vrednost intervala | Povprečna vrednost |
|--|----------------------------|----------------------------|--------------------|
| Zahteve kupcev, potrošnikov | 3,9524 | 4,5476 | 4,2619 |
| Zahteve dobaviteljev | 3,4042 | 4,0714 | 3,7381 |
| Sledenje konkurentom | 3,4762 | 4,1190 | 3,8095 |
| Pridobivanje ali ohranjanje zelenega kadra | 3,8809 | 4,5714 | 4,2381 |
| Interes investitorjev | 2,9286 | 3,7143 | 3,3333 |
| Regulatorne zahteve | 3,3095 | 3,8809 | 3,5952 |
| Koristi pri ugledu podjetja | 3,9524 | 4,4524 | 4,2143 |
| Želja postati vodilni v panogi | 3,4762 | 4,1190 | 3,8095 |
| Priložnost za rast tržnega deleža | 3,6667 | 4,3095 | 4,0000 |
| Inovacije izdelkov ali storitev | 3,5714 | 4,3095 | 3,9524 |
| Boljša kvaliteta produktov ali storitev | 4,0238 | 4,6905 | 4,3809 |
| Zmanjševanje stroškov | 3,8095 | 4,4524 | 4,1429 |
| Želja po varovanju okolja | 3,9048 | 4,4762 | 4,1905 |