

**UNIVERZA V LJUBLJANI
EKONOMSKA FAKULTETA**

**MAGISTRSKO DELO
ANALIZA DEJAVNIKOV POROČANJA O DRUŽBENI ODGOVORNOSTI
SLOVENSКИH JAVNIH DELNIŠKIH DRUŽB**

Ljubljana, september 2009

MOJCA VNUČEC ŠPACAPAN

KAZALO

UVOD	1
1 TRAJNOSTNI RAZVOJ IN DRUŽBENA ODGOVORNOST	6
1.1 Trajnostni razvoj	6
1.2 Družbena odgovornost	7
2 INTERESNE SKUPINE	9
3 POROČANJE O DRUŽBENI ODGOVORNOSTI	10
3.1 Oblike poročanja o družbeni odgovornosti	13
3.1.1 Letno poročilo	13
3.1.2 Računovodski del	14
3.1.3 Poslovni del	14
3.1.4 Poročanje o družbeni odgovornosti v letnih poročilih	15
3.2 Razvoj poročanja o družbeni odgovornosti	17
3.2.1 Obdobje od 1960 do 1969 – »predhodniki poročanja o družbeni odgovornosti«	18
3.2.2 Obdobje od 1970 do 1977 – »rojstvo in začetni razvoj poročanja o družbeni odgovornosti«	18
3.2.3 Obdobje od 1978 do 1986 – »zmanjšanje obsega poročanja o družbeni odgovornosti«	19
3.2.4 Obdobje od 1987 do 1998 – »vnovičen vzpon zanimanja za poročanje o družbeni odgovornosti«	20
3.2.5 Obdobje od 1999 do danes – »nadaljevanje vzpona poročanja o družbeni odgovornosti«	20
3.3 Teoretični okvir poročanja o družbeni odgovornosti	21
3.3.1 Teorija interesnih skupin	22
3.3.2 Teorija iger	23
3.3.3 Teorija legitimnosti	23
3.3.4 Politična ekonomija računovodstva	24
3.4 Standardi poročanja o družbeni odgovornosti	25

3.4.1	Global Reporting Initiative (GRI) standard	27
3.4.2	Standard AccountAbility (AA1000)	29
3.4.3	Standard Social Accountability (SA8000)	29
3.4.4	Predpis EMAS	30
3.4.5	Standardi International Standardisation Organisation (ISO)	31
3.4.6	Upoštevanje standardov kot pogoj za revidiranje poročil	32
3.5	Vprašanje regulacije poročanja o družbeni odgovornosti v Evropski uniji	33
3.5.1	Vprašanje regulacije poročanja v posameznih evropskih državah	36
3.5.2	Vprašanje regulacije poročanja o družbeni odgovornosti v Sloveniji	38
3.6	Predhodne raziskave o družbeni odgovornosti in poročanju o družbeni odgovornosti	39
3.6.1	Pregled mednarodnih raziskav o družbeni odgovornosti	39
3.6.2	Pregled mednarodnih raziskav, ki so vključevale tudi Slovenijo	42
3.6.2.1	Mednarodna raziskava o poročanju o družbeni odgovornosti, KMPG, 2002	43
3.6.2.2	Raziskava o poročanju družbeni odgovornosti največjih javnih podjetij v 11 državah srednje in vzhodne Evrope, EWMI, 2008	45
3.6.3	Raziskava o dejavnikih razkritij o družbeni odgovornosti slovenskih borznih podjetij leta 2003	46
4	ANALIZA DEJAVNIKOV POROČANJA O DRUŽBENI ODGOVORNOSTI SLOVENSКИH JAVNIH DELNIŠKIH DRUŽB	47
4.1	Oprelitev hipotez	47
4.2	Metoda in podatki	50
4.2.1	Opis vzorca	50
4.2.2	Opis virov podatkov	50
4.2.3	Področja poročanja o družbeni odgovornosti	51
4.2.4	Oblikovanje merske lestvice	53
4.2.5	Indeks poročanja o družbeni odgovornosti	54
4.2.6	Izbor pojasnjevalni spremenljivk	55
4.2.7	Oprelitev časovnega okvira	56
4.3	REZULTATI RAZISKAVE	56
4.3.1	Opisni rezultati	56
4.3.1.1	PETROL, d. d. – Poročanje o družbeni odgovornosti v letnem poročilu 2006	61

4.3.1.2 GORENJE, d. d. – Poročanje o družbeno odgovornosti v letnem poročilu 2006	62
4.3.1.3 SAVA, d. d. – Poročanje o družbeno odgovornosti v letnem poročilu 2006	63
4.3.2 Predstavitev rezultatov preverjanja hipotez	64
4.3.2.1 Preverjanje hipoteze št. 1: Poročanje o družbeni odgovornosti je povezano z minimiziranjem stroškov pritiska javnosti, ki nastanejo na določene skupine podjetij. Pritiski javnosti so večji na večja podjetja, na podjetja iz bolj okoljsko obremenilnih panog in na tista, ki kotirajo na organiziranem trgu.	65
4.3.2.2 Preverjanje hipoteze št. 2: Poročanje o ravnanju z okoljem je pozitivno povezano s panogo ter izpostavljenostjo javnosti.	66
4.3.2.3 Preverjanje hipoteze št. 3: Poročanje o ravnanju z zaposlenimi je pozitivno povezano s številom zaposlenih in izpostavljenostjo javnosti	67
4.3.2.4 Preverjanje hipoteze št. 4: Poročanje o družbeni odgovornosti se izboljšuje v času pod pritiskom javnosti in razvoja področja poročanja o družbeni odgovornosti.	69
4.3.2.5 Preverjanje hipoteze št. 5: Poročanje o družbeni odgovornosti je kazalnik družbene odgovornosti same in vpliva na večjo uspešnost podjetja.	70
SKLEP	71
LITERATURA IN VIRI	75

KAZALO TABEL

<i>Tabela 1: Kratak opis regulacije poročanja o družbeni odgovornosti v posameznih državah</i>	37
<i>Tabela 2: Merske lestvice po posameznih področjih poročanja o družbeni odgovornosti</i>	54
<i>Tabela 3: Panožna struktura podjetij v letu 2006</i>	56
<i>Tabela 4: Opisne statistike za področje odnosa z zaposlenimi za leti 2003 in 2005</i>	58
<i>Tabela 5: Opisne statistike za področje odnosov z okoljem za leti 2003 in 2006</i>	58
<i>Tabela 6: Opisne statistike področja odnosov z lokalno skupnostjo za leti 2003 in 2006</i>	59
<i>Tabela 7: Opisne statistike področja odnosa do dobaviteljev in kupcev</i>	59
<i>Tabela 8: Najboljših deset podjetij po poročanju o družbeni odgovornosti v letu 2006</i>	60
<i>Tabela 9: Ocena koeficientov za indeks poročanja o družbeni odgovornosti, metoda najmanjših kvadratov, za leti 2003 in 2006</i>	65
<i>Tabela 10: Ocena koeficientov za indeks poročanja o ravnanju z okoljem, metoda najmanjših kvadratov, za leti 2003 in 2006</i>	66
<i>Tabela 11: Ocena koeficientov za indeks poročanja o ravnanju z zaposlenimi, metoda najmanjših kvadratov, za leti 2003 in 2006</i>	68
<i>Tabela 12: Analiza značilnih razlik v indeksih med leti 2003 in 2006</i>	69
<i>Tabela 13: Primerjava dvojic indeksov poročanja o družbeni odgovornosti za leti 2003 in 2006</i>	69
<i>Tabela 14: Regresija indeksa poročanja o družbeni odgovornosti na donosnost in profitno maržo za leti 2003 in 2006</i>	70

UVOD

Kljub finančni in gospodarski krizi, ki se je na svetovnem nivoju pojavila lani, se poudarjanje družbene odgovornosti in trajnostnega razvoja ni zmanjšalo, še več, vse kaže, da bodo dolgoročno uspešna le tista podjetja, ki bodo tudi družbeno odgovorna. Zato podjetja želijo, da interesne skupine izvejo, da so družbeno odgovorna, saj takšno delovanje ni vidno samo po sebi. Podjetja morajo o svoji družbeni odgovornosti sama obveščati interesne skupine, če želijo imeti od tega koristi. V ta namen se je razvila posebna oblika nefinančnega poročanja, to je poročanje o družbeni odgovornosti.

Razlag, zakaj podjetja poročajo o družbeni odgovornosti, je več. Štiri osnovne teorije, ki razlagajo, zakaj podjetja o tem prostovoljno poročajo, so: teorija iger, teorija interesnih skupin, teorija legitimnosti in političnoekonomska razlaga računovodstva. Teorije, ki opredeljujejo poročanje o družbeni odgovornosti, so si enotne v tezi, da je prostovoljno poročanje o družbeni odgovornosti odvisno od pritiskov javnosti. Ta je večji pri vidnejših podjetjih, na primer večjih in tistih, ki kotirajo na borzi, ter pri podjetjih iz panog z negativnejšim vplivom na okolje (Slapničar, 2004, str. 523).

O svojih dejavnostih na področju družbene odgovornosti nekatera podjetja pripravljajo poročila. Zakaj teh poročil ne pripravijo vsa podjetja? Ali so tista podjetja, ki izdelujejo ta poročila, bolj družbeno odgovorna kot tista, ki jih ne? Ali so razlogi za taka poročila drugje, denimo v trženjski strategiji, ali so resnično v tem, da podjetja v svoje vrednote vključujejo ekološka in družbena vprašanja? Ali podjetja pri poročilu družbeni odgovornosti mislijo resno in iskreno in tudi dejansko delujejo družbeno odgovorno?

Podjetja niso dobrodelne ustanove, prav tako pa tudi ne poslujejo v izoliranem okolju, kjer bi lahko upoštevala samo želje lastnikov, temveč se morajo odzivati tudi na pritiske preostalih interesnih skupin, to je javnosti, zaposlenih in političnih strank ter v interakciji z vsemi doseči dolgoročno ravnovesje. Poslovati morajo skladno z zakonskimi predpisi, tudi s področja spoštovanja človekovih pravic in okolja, ne samo zaradi morebitnih sankcij, temveč tudi zaradi ugleda (Martin, 2003, str. 88).

V zadnjih dveh desetletjih je poročanje o družbeni odgovornosti v stalnem vzponu, čeprav je prostovoljno in so se le redke države na svetu odločile za zakonsko obvezo poročanja o

družbeni odgovornosti. Razlogi za stalno naraščanje obsega družbenega poročanja so različni: politična privrženost k trajnostnemu razvoju, zakonodaja, predvsem na področju varstva okolja, spodkopano zaupanje interesnih skupin v računovodsko poročanje, pritiski interesnih skupin, vedno večje število nevladnih organizacij, ki spodbujajo družbeno odgovornost, pojav številnih svetovalcev, ki ponujajo storitve s področja družbene odgovornosti, različna tekmovanja, indeksi, standardi ipd. (Deegan, 2002, str. 291).

Poleg povečevanja strateškega pomena družbene odgovornosti in nefinančnih rezultatov podjetij se povečuje tudi število standardov in novih regulacij, ki vedno bolj opredeljujejo nefinančno poročanje z namenom, da bi vse interesne skupine dobile celotno sliko o poslovanju podjetij (Visser et al., 2008, str. 338).

Tako Evropska komisija kot Evropski parlament stalno spremljata področje družbene odgovornosti podjetij in poročanja o njej, saj menita, da je družbeno odgovorno poročanje povezano z ekonomskimi, socialnimi in okoljskimi cilji Lizbonske strategije, v okviru katere je bila leta 2001 opredeljena politična privrženost Evropske unije trajnostnemu razvoju. Zakonodaja na nivoju Evropske unije je bila leta 2003 dopolnjena z računovodsko modernizacijsko direktivo, številka 2003/51/EC, ki zahteva od podjetij, da v letna finančna poročila vključijo tudi nefinančne (družbene in okoljske) kazalce poslovanja, kar je še povečalo obseg poročanja o družbeni odgovornosti.

Empirične raziskave o poročanju o družbeni odgovornosti segajo v 70. leta prejšnjega stoletja. Raziskovalci so se osredotočali na tri vzorčna razmerja:

- povezanost med družbeno odgovornim ravnanjem in poročanjem o tem,
- vpliv družbeno odgovornega ravnanja na ekonomsko uspešnost in
- vpliv poročanja o družbeno odgovornem ravnanju na ekonomsko uspešnost.

Rezultati študij o povezanosti med temi pojavi so mešani. Poročanje o družbeni odgovornosti se intenzivneje pojavlja šele v zadnjih dveh desetletjih, zato ni na voljo daljših časovnih obdobj, v katerih bi se zbirali podatki, pa tudi metodološki pristopi so različni (Slapničar, 2004, str. 524). Doslej sta bili v Sloveniji izvedeni le dve študiji, ki sta pokrili širši obseg podjetij:

- KPMG (2003, <http://www.kpmg.com>): Mednarodna raziskava o družbeno odgovornem poročanju podjetij (angl. *International Survey of Corporate Responsibility Reporting*) 2002 in
- Slapničar (2004, str. 536-542) Dejavniki razkritij o družbeni odgovornosti slovenskih borznih podjetij leta 2003

ter ena mednarodna študija, ki je primerjala poročanje o družbeni odgovornosti v državah srednje in vzhodne Evrope in je vključevala tudi Slovenijo:

- East West Management Institute (2008, <http://www.pfsprogram.org>): Raziskava o družbeno odgovornem poročanju največjih javnih družb v 11 državah srednje in vzhodne Evrope (angl. *Survey on Reporting on Corporate Social Responsibility by Largest Listed Companies in 11 Central and Eastern European Countries*), 2004–2008.

Cilj magistrskega dela je odgovoriti na vprašanje, zakaj se je poročanje o družbeni odgovornosti pojavilo v tako velikem obsegu in komu je namenjeno. Ali so podjetja, ki poročajo o družbeni odgovornosti tudi zares družbeno odgovorna? Kljub skoraj 40-letnem preučevanju pojava družbene odgovornosti pravih dokazov o vzorčni povezanosti med ekonomsko uspešnostjo in poročanjem o družbeni odgovornosti še ni. Ali to pomeni, da tudi res ne obstaja?

Glede na to, da je bilo empiričnih študij, ki so pokrile širši obseg podjetij v Sloveniji na to temo tako malo, je namen magistrskega dela prispevati k empiričnim spoznanjem o stanju tega pojava v Sloveniji.

Raziskava, ki je izdelana okviru magistrskega dela, nadgrajuje raziskavo Slapničarjeve (2004). Z namenom, da bi ugotovila, kakšen je bil razvoj družbeno odgovornega poročanja v letih 2003 in 2006, preverjam, ali držijo ugotovitve o dejavnikih tudi v času. Ker raziskava zajema celotno populacijo javnih nefinančnih delniških družb, ki so kotirale na Ljubljanski borzi v letih raziskave, je mogoče izveči splošne ugotovitve o stanju, razvoju in dejavnikih poročanja.

Cilj raziskave, ki je izdelana v okviru magistrskega dela, je potrditi oziroma ovreči pet temeljnih hipotez:

- Hipoteza 1: Poročanje o družbeni odgovornosti je povezano z minimiziranjem stroškov pritiska javnosti, ki nastanejo na določene skupine podjetij. Pritiski javnosti so večji na večja podjetja, na podjetja iz bolj okoljsko obremenilnih panog ter tista, ki kotirajo na organiziranem trgu.
- Hipoteza 2: Poročanje o ravnanju z okoljem je pozitivno povezano s panogo in izpostavljenostjo javnosti.
- Hipoteza 3: Poročanje o ravnanju z zaposlenimi je pozitivno povezano s številom zaposlenih in izpostavljenostjo javnosti.
- Hipoteza 4: Poročanje o družbeni odgovornosti se izboljšuje v času pod pritiskom javnosti in razvoja področja poročanja o družbeni odgovornosti.
- Hipoteza 5: Poročanje o družbeni odgovornosti je kazalnik družbene odgovornosti same in vpliva na večjo uspešnost podjetja.

Cilj magistrskega dela je poleg statistične analize tudi pregled izbranih letnih poročil tudi s kakovostnega vidika: analizirala sem, ali podjetja, ki imajo najboljša poročila o družbeni odgovornosti, omenjajo svojo družbeno-odgovorno usmerjenost v strategiji.

Zadnji cilj magistrskega dela je izoblikovati nekatere predloge za nadaljnje raziskave s področja poročanja o družbeni odgovornosti.

V magistrskem delu uporabim več znanstvenoraziskovalnih metod. V prvem delu opišem poročanje o družbeni odgovornosti na podlagi preučevanja strokovne literature tujih in domačih avtorjev, ki so svoje prispevke objavljali v večinoma tujih strokovnih revijah in literaturi. Predstavim rezultate predhodnih raziskav in študij s področja dejavnikov družbeno odgovornega poročanja podjetij objavljenih v znanstvenih in strokovnih revijah.

V drugem delu magistrskega dela je osrednja raziskovalna metoda, uporabljena v okviru raziskave, ocena regresijskega modela dejavnikov poročanja slovenskih podjetij, ki kotirajo na Ljubljanski borzi za leti 2003 in 2006. Za merjenje poročanja o družbeni odgovornosti uporabim metodo Slapničarjeve (2004) z namenom, da lahko pojav v času analiziram konsistentno.

Viri podatkov so letna poročila ter njim priložena morebitna okoljska poročila in družbena poročila teh podjetij. Vzorec predstavlja 63 nefinančnih slovenskih javnih delniških družb,

ki so kotirala na Ljubljanski borzi leta 2003 in leta 2006. Vzorec je manjši od vzorca, ki je bil uporabljen v raziskavi Slapničarjeve (2004), ker se je v tem času zmanjšalo število podjetij, ki kotirajo na prostem trgu.

Merilo obsega poročanja je oblikovano na podlagi metodologije vsebinske analize. Najprej so opredeljena področja (kazalniki) poročanja o družbeni odgovornosti, v drugem koraku oblikovanja odvisne spremenljivke je definirana merska lestvica področij poročanja, v zadnjem koraku pa je določen skupni rezultat kot seštevek vseh vrednosti na vseh področjih. Pojasnjevalne spremenljivke, ki merijo izpostavljenost podjetja javnosti, so velikost podjetja, višina prihodkov in panoga. Kontroliram še za vpliv dobičkonosnosti podjetja.

Deskriptivno statistiko uporabim pri kvalitativni analizi izbranih letnih poročil.

Magistrsko delo je sestavljeno iz dveh delov: v prvem podam pregled razvoja družbenega poročanja in teoretičnih utemeljitev, ki skušajo opredeliti poročanje o družbeni odgovornosti. Opredelim regulacijo in standarde poročanja o družbeni odgovornosti ter predstavila oblike poročanja o družbeni odgovornosti. Predstavim rezultate doslej izvedenih raziskav na področju poročanja o družbeni odgovornosti.

V drugem delu izvedem raziskavo, v okviru katere izdelam regresijski model dejavnikov poročanja slovenskih (nefinančnih) javnih delniških družb, ki kotirajo na Ljubljanski borzi za leti 2003 in 2006. Sledi predstavitev opisnih rezultatov in rezultatov ocene modela.

V sklepu povzamem najpomembnejše ugotovitve in zaključne misli ter predlogi za nadaljnje raziskave s področja poročanja o družbeni odgovornosti.

Magistrsko delo sklenem z navedbo literature in virov.

1 TRAJNOSTNI RAZVOJ IN DRUŽBENA ODGOVORNOST

1.1 TRAJNOSTNI RAZVOJ

Od 90. let prejšnjega stoletja se je začela pojavljati skrb, da ne dajemo dovolj pozornosti dejstvu, da sedanje komercialne dejavnosti vplivajo tudi na prihodnje generacije. Razvil se je koncept trajnostnega ali sonaravnega razvoja, ki pogojuje takšno zadovoljevanje potreb družbe v sedanosti, ki ne kompromitira možnosti za prihodnje generacije, da bi prav tako zadovoljevale svoje potrebe (Elliot & Elliott, 2008, str. 811).

Eden izmed v zadnjem desetletju najbolj razširjenih konceptov v okviru trajnostnega (sonaravnega) razvoja in družbene odgovornosti je koncept trojnega izida (angl. *triple bottom line*), ki vključuje enakovredno vrednotenje ekonomske uspešnosti, okoljske kakovosti in družbene blaginje. Podjetja, ki želijo doseči trajnostni razvoj, morajo poslovati tako, da ne stremijo le k ekonomski uspešnosti, temveč morajo uskladiti vsa tri področja in doseči tako imenovani trojni izid (Elkington, 1998, str. 397).

V okviru koncepta trojnega izida skuša podjetje identificirati primerne razvojne cilje ali standarde, ki jih želi doseči, in stroškovno najučinkoviteje zapreti »razvojne vrzeli« (Adams et al., 2004, str. 21).

Trojni izid je dolgoročno naravnan koncept, ki je skladen z idejo »razsvetljenega kapitalizma«, ki poudarja, da je dobiček mogoče maksimizirati le, če so istočasno doseženi najboljši možni vplivi na družbo in okolje ter da dolgoročna dobičkonosnost ne zahteva nujno tudi kratkoročne dobičkonosnosti. Družbena blaginja in ohranjeno okolje imata dolgoročno pozitiven vpliv na ekonomsko učinkovitost (Henriques, 2004, str. 30).

Poslovanje podjetja v smeri trajnostnega razvoja je omejeno zaradi različnih vzrokov, kot so omejeni investicijski viri za spremembe proizvodnih procesov in uvedbo čistejše tehnologije, visoki stroški sprememb pri ravnanju z okoljem, pomanjkanje informacij in znanja, težave pri ocenjevanju prednosti poslovanja, ki je v skladu s trajnostnim razvojem, omejena velikost tržnih niš za blago in storitve, ki so proizvedene z zagotavljanjem trajnostnega razvoja oziroma prijazne do okolja ter pomanjkanje pobud za inovacije. Prehod na poslovanje na način, ki omogoča trajnostni razvoj, se je šele začel. Velika

večina podjetij je dosegla napredek le na posameznih področjih, predvsem s ciljem obvladovanja ali preprečevanja negativnih vplivov na posamezno področje. Za doseg trajnostnega razvoja pa je treba zagotavljanje trajnosti vključiti v celostne strategije podjetij (Vezjak, 2002, str. 61).

1.2 DRUŽBENA ODGOVORNOST

Managerji podjetij so zavezani k trem odgovornostim. Prva je ekonomska odgovornost, to je proizvodnja proizvodov in storitev, ki jih uporabljata družba in podjetje ter s tem ustvarjata vrednost za lastnike. Druga odgovornost je spoštovanje zakonodaje, ki jo določajo državne oblasti, in pogodb. Tretja odgovornost je družbena in jo razdelimo na etično in diskrecijsko: etična odgovornost pomeni spoštovanje splošnih vrednot. Javnost pričakuje, da jo managerji spoštujejo. Diskrecijska odgovornost pa predstavlja prostovoljno odgovornost, za katero se podjetje odloči samo, ne da bi bilo k temu kakor koli zavezano. Odgovornosti so našteje glede na njihovo prioriteto, pomembno dejstvo pa je, da lahko sedanja diskrecijska odgovornost v prihodnosti postane etična (Hunger & Wheelen, 1996, str. 73).

Enotne opredelitve družbene odgovornosti ni. Zato za predstavitev pojma na kratko povzamam razvoj koncepta družbene odgovornosti skozi zgodovino. Začetek raziskav in teorij na področju družbene odgovornosti podjetij je leta 1970 sprožil Milton Friedman, zagovornik liberalnega kapitalizma in Nobelov nagrajenec za ekonomijo leta 1976, z izjavo »*The business of business is business*«. Friedman je trdil, da je edina družbena odgovornost podjetja povečevanje dobička in da ni povezave med finančno uspešnostjo podjetja in njegovo družbeno odgovornostjo (Friedman, 1970, str. 1). Čeprav je imela njegova trditev več kritikov kot zagovornikov, je pomenila pomemben mejnik v zgodovini družbene odgovornosti podjetij, saj so se od takrat dalje začele izvajati razne raziskave in izpeljevati doktrine o družbeni odgovornosti podjetij in povezavah z ekonomsko uspešnostjo podjetja. Nasprotniki Friedmana so razvili teorijo interesnih skupin, ki danes predstavlja vodilno teorijo v zvezi z opredelitvijo družbene odgovornosti podjetij. Bistvo teorije interesnih skupin je v spoznanju, da morajo podjetja izgraditi in utrjevati dolgoročna razmerja in usklajevati potrebe vseh interesnih skupin, da bodo lahko dosegala dolgoročne finančne koristi (Jensen, 2001, str. 13). Avtorji teorije interesnih skupin so si enotni, da vse interesne skupine in njihovo delovanje v podjetju prispevajo določeno

vrednost. Uresničevanje interesov in zagotavljanje dolgoročnega sodelovanja vseh interesnih skupin postaja del cilja podjetja (Debeljak & Gregorič, 2004, str. 484).

Vsekakor je razlika med obema smerema teorij bistveno manjša, če upoštevamo, da družbeno odgovorno obnašanje in s tem zadovoljevanje potreb interesnih skupin podjetij pripomoreta k maksimiranju vrednosti za delničarje, če ne že kratkoročno, pa vsaj dolgoročno.

S povezavo med teorijo maksimizacije dobička in teorijo interesnih skupin se je razvila teorija razsvetljene maksimizacije vrednosti. Pravi, da je glavni cilj podjetja maksimiranje dolgoročne tržne vrednosti podjetja, ki jo lahko podjetje doseže le, če upošteva tudi potrebe interesnih skupin in teorije razsvetljene teorije interesnih skupin. Ta teorijo interesnih skupin dopolnjuje tako, da poleg cilja zadovoljevanja potreb interesnih skupin doda še krovni cilj, to je maksimizacijo dolgoročne vrednosti podjetja (Jensen, 2001, str. 16).

Koncept družbene odgovornosti še vedno povzroča veliko nejasnosti, predvsem pri osnovnih vprašanjih, kako si posamezna podjetja predstavljajo družbeno odgovornost, kaj počnejo, kako poročajo in, ne nazadnje, kako družbeno odgovornost meriti. Družbena odgovornost podjetij je postala eden izmed priljubljenih konceptov managementa, podobno kot so to celovito upravljanje s kakovostjo ali reinženiring poslovnih procesov (Hond et al. 2007, str. 5).

Windsor (2006, str. 94) pravi, da je družbena odgovornost vsak koncept, ki opredeljuje načine, kako se managerji spopadajo z družbeno politiko in družbenimi zadevami ter kako skušajo doseči ravnotežje med ekonomijo in etiko. S tega vidika so se izoblikovale tri teorije. Etična teorija odgovornosti zagovarja visoko stopnjo altruizma in ekspanzivne družbene politike, ki daje veliko moč pravicam interesnih skupin. Ekonomska teorija odgovornosti zagovarja ustvarjanje vrednosti za lastnike z minimalnim vključevanjem družbene politike. Tretja teorija pa vključuje filantropijo kot strateški vzvod za povečanje ugleda podjetja in povečanje tržnih možnosti z upoštevanjem managerske diskrecije.

Kot osnovno definicijo družbene odgovornosti bom v magistrskem delu upoštevala definicijo, ki jo je opredelila Evropska komisija leta 2006 v Poročilu komisije Evropskemu

parlamentu, Svetu in evropskemu Ekonomsko-socialnemu odboru v okviru Izvajanja partnerstva za rast in delovna mesta: Evropa – središče odličnosti za družbeno odgovornost podjetij: »Družbena odgovornost je koncept, znotraj katerega podjetja na prostovoljni osnovi in v sodelovanju z interesnimi skupinami v svoje poslovanje integrirajo družbene in okoljske vidike.«

2 INTERESNE SKUPINE

Poročanje podjetij je namenjeno vsem, ki se zanimajo za njegov poslovni utrip, to je interesnim skupinam (imenovane tudi deležniki). Predstavljajo vse tiste udeležence, ki so v interakciji s podjetjem, čutijo posledice njegovega delovanja in prav tako tudi same vplivajo nanj. Do nekaterih skupin imajo podjetja zakonsko, finančno in poslovno odgovornost, na nekatere podjetja vplivajo s svojo ponudbo in delovanjem (so od podjetij odvisne), nekatere skupine pa lahko same vplivajo na uspešnost podjetij, to pomeni, da imajo vpliv in moč odločanja (Partridge e tal., 2005, str. 19).

Prve opredelitve interesnih skupin so se pojavile v 60. letih prejšnjega stoletja, ko so raziskovalci Stanfordskega inštituta opredelili interesne skupine kot tiste, brez podpore katerih bi podjetja prenehala poslovati (Lozano, 2004, str. 61).

Interesne skupine lahko razdelimo na primarne in sekundarne (Jaklič, 1996, str. 26):

- primarne interesne skupine podjetja so: zaposleni, lastniki, kupci, dobavitelji, konkurenti, prodajalci in posojilodajalci;
- sekundarne interesne skupine pa so: lokalne skupnosti, družbeni aktivisti, mediji, poslovno-interesne skupine, tuje vlade, domače vlade in javnost. Interakcija med podjetjem in interesnimi skupinami je obojestranska.

Lahko jih razdelimo tudi na notranje: vodstvo podjetja, zaposleni; in zunanje: lastniki, kupci, dobavitelji, upniki, banke, država, lokalna skupnost ipd. Delitev skupin je povezana z načinom, tako glede vsebine, obsežnosti in pogostosti, poročanja posamezni skupini.

Komuniciranje z interesnimi skupinami je moralna vrednota podjetja. Tiste interesne skupine, ki pripomorejo k poslovanju, bi morale imeti tudi vpliv na poslovanje.

Managerji, ki so v stalnem kontaktu z interesnimi skupinami in sprejemajo odločitve, ki so skladne tudi s potrebami interesnih skupin, lažje dosegajo cilje podjetja ter se tako izognejo konfliktom, preden se pojavijo v prevelikem obsegu (na primer nezadovoljstvo zaposlenih, sindikatov ali drugih aktivistov) (Phillips, 2003, str. 160).

3 POROČANJE O DRUŽBENI ODGOVORNOSTI

Zaradi vse večjega števila manipulacij, sumov o kreativnem računovodstvu in škandalov, ki so povezani s prirejanjem računovodskih izkazov, se je pojavil vse večji dvom o njihovi verodostojnosti. Lastniki in tudi druge interesne skupine so zato začeli izražati zaskrbljenost in zahtevati dodatna pojasnila v zvezi s poslovanjem podjetij, saj računovodski izkazi kažejo le poslovanje podjetij v preteklosti in ne razkrivajo informacij o vplivu poslovanja na naravno in družbeno okolje. Podjetja so zato prostovoljno razširila poročanje in ne poročajo samo v obliki računovodskega poročanja, ki je namenjeno predvsem lastnikom in managerjem za sprejemanje odločitev v zvezi s poslovanjem podjetij. Podjetja, ki se zavedajo pomena vplivov na okolje za svoje dolgoročno poslovanje, obveščajo okolje in družbo, v kateri poslujejo, tudi o svojih potencialnih, načrtih, dosežkih, vrednotah, vplivih na naravno okolje in skrbi za družbeno okolje. Poročanje o družbeni odgovornosti je način vzpostavljanja vezi z interesnimi skupinami in s tem istočasnim zadovoljevanjem lastnih interesov podjetij in interesov okolja.

Za doseganje koristi zaradi družbeno odgovornega delovanja ni dovolj družbeno odgovorno ravnanje samo. Če podjetje o tem ne poroča, o tem nimamo informacij. Poročanje o družbeni odgovornosti je proces sporočanja nefinančnih informacij o družbenih in okoljskih vplivih, ki so posledica ekonomskega delovanja podjetja, zainteresiranim skupinam znotraj podjetja in zunaj njega. Poročanje o družbeni odgovornosti je pravica interesnih skupin, da izvejo, ali podjetje upošteva zakonodajo s področja okolja, zaposlenih in preostalih pravic interesnih skupin ter kako vpliva na družbeno in naravno okolje (Gray et al., 1996. str. 3).

Glavne značilnosti poročanja o družbeni odgovornosti sta opisala Gray in Milne (2004, str. 72):

- Poročanje o družbeni odgovornosti je skoraj izključno prostovoljno. Zelo redke so države, ki so z zakonodajo zavezale podjetja za poročanje o družbeni odgovornosti. V primerjavi z računovodskim poročanjem se je pojavilo pozneje, je v stalnem vzponu, saj so tako managerji kot lastniki ugotovili, da na finančni rezultat poslovanja podjetja vplivajo tudi dejavniki, ki so povezani z družbeno odgovornostjo podjetja. Podjetja so ugotovila, da računovodsko poročanje ne zadovoljuje potreb po informacijah o poslovanju podjetja s strani interesnih skupin.
- Globalno gledano zelo majhno število podjetij poroča o družbeni odgovornosti. Poročanje je prisotno predvsem v velikih podjetjih. Mala in srednje velika podjetja, čeprav že uvajajo dejavnosti družbene odgovornosti, niso seznanjena s konceptom družbene odgovornosti podjetij in ne dajejo javnosti informacij o tem, kaj delajo na tem področju.
- Kakovost poročil o družbeni odgovornosti je zelo nizka, predvsem v smislu, da pokrivajo le nekatera področja in s tem samo nekatere interesne skupine. Poročanje je zato necelovito, pomanjkljivo, nepreverljivo in neprimerljivo. Splošno uveljavljenih standardov in smernic, ki bi omogočili preverjanje tako kot pri računovodskem poročanju, ni.
- Zelo pomembno vlogo ima zaupanje. Do katere mere bi verjeli besedam o družbeno odgovornem ravnanju s strani managementa? Ali naj podjetju interesne skupine verjamejo, ko poroča, da sta v svojo poslovno strategijo vključena družbena odgovornost ali trajnostni razvoj, in kako velik je delež dejavnosti, ki je usmerjena v družbeno odgovornost, v primerjavi z negativnimi vplivi podjetja? Samo takrat, ko bodo vsa podjetja zavezana k pripravi celovitih in primerljivih izkazov o družbenih in okoljskih vplivih, ki jih povzroča poslovanje, bo na to vprašanje mogoče odgovoriti.

Razlogi za družbeno poročanje podjetij so izpolnitev zakonskih določil, če obstajajo, čeprav so zelo redka, ekonomska učinkovitost, denimo zaradi prihrankov energije ali porabe surovin, doseganje konkurenčne prednosti, občutek odgovornosti in dolžnosti do družbenega poročanja, izpolnitev zahtev posojilodajalcev, odgovor na ogroženo legitimnost podjetja, odgovor na negativno poročanje medijev, obvladovanje pomembnih interesnih skupin, povečanje stopnje privlačnosti investicije, zadovoljitev industrijskih priporočil in načel, preprečitev postavitve strožjih zakonskih obveznosti in pridobitev nagrad na natečajih družbenih poročil (Deegan, 2002, str. 291).

Zanimiva je misel, da lahko podjetja dosežejo konkurenčno prednost le, če preprečijo svojim konkurentom, da posnemajo njihovo strategijo, tudi na področju družbene odgovornosti. Na današnjih trgih je to zelo težko, saj če želijo podjetja imeti koristi od družbeno odgovornega ravnanja, morajo o tem tudi poročati. S tem tudi svojim konkurentom razkrivajo svojo strategijo v zvezi z družbeno odgovornim ravnanjem. To bi lahko preprečila zakonodaja, ki bi v kontekstu političnih strategij uporabila družbeno odgovornost kot regulativno oviro. To pomeni, da bi z država z zakonodajo zahtevala družbeno odgovorno ravnanje podjetij (na primer uporabo primerne tehnologije), kar bi povečalo vstopne stroške v posamezno panogo, istočasno pa zadovoljevalo potrebe interesnih skupin (McWilliams et al., 2006, str. 6).

Družbena odgovornost se vedno bolj vključuje v način poslovanja podjetij, poročanje o družbeni odgovornosti pa se začena odmikati od poročanja v obliki navedb čim večjega števila količinskih podatkov ali kazalcev, k takšnemu posredovanju informacij, da postanejo relevantne za interesne skupine in lahko vključno z managerji na njihovi podlagi sprejemajo odločitve. Vrednost poročanja o družbeni odgovornosti je treba oceniti z dveh perspektiv: s strani managementa in uporabnikov informacij – interesnih skupin (Visser et al., 2007, str. 338).

Poročanje o družbeni odgovornosti podjetij lahko v ožjem smislu opredelimo kot tista razkritja, ki so objavljena v letnih poročilih oziroma poročilih, ki letna poročila dopolnjujejo, ali širše gledano, kot vse informacije, ki so objavljene v okviru preostalih oblik komuniciranja s strani trženja ali službe odnosov z javnostmi. Poročanje o družbeni odgovornosti se lahko dejansko pojavlja v velikem številu oblik, lahko je oblikovano okoli katere koli vrste informacije in je osredotočeno na kar koli. To ni sistematična, regulirana ali dobro opredeljena dejavnost (Gray et al., 1996, str. 3).

Poročanje o družbeni odgovornosti je tudi del družbeno odgovornega trženja (angl. *corporate social marketing*), ki sta ga več kot 25 let nazaj razvila Kotler in Zaltman. Družbeno odgovorno trženje uporablja marketinška načela in tehnike, da ciljne skupine prostovoljno sprejmejo, zavrnejo, spremenijo ali opustijo neko ravnanje, ki je v korist posameznika, skupine ali družbe v celoti. Gre predvsem za kampanje na področju zdravja (kajenje, zdrava prehrana, rak, aids ipd.), varnosti (prometna varnost, samomori ipd.), okolja (varčevanje z energijo, uporaba pesticidov, onesnaževanje zraka, ravnanje z odpadki

ipd.) in vključenosti v družbeno okolje (prostovoljno delo, volitve, pravice živali, krvodajalstvo ipd.). Izbor področij je odvisen od značilnosti osnovne dejavnosti podjetja (Kotler & Lee, 2005, str. 116).

3.1 OBLIKE POROČANJA O DRUŽBENI ODGOVORNOSTI

Poročanje o družbeni odgovornosti se pojavlja v različnih oblikah: v okviru letnih poročil, poročil o trajnostnem, sonaravnem razvoju, okoljskih poročil, spletnih strani in posameznih sporočil za medije ter pod različnimi imeni: sonaravno ali trajnostno poročanje, poročanje o trojnem izidu, družbeno odgovorno poročanje, okoljsko poročanje ipd. Najbolj znan in uporabljen medij za poročanje o družbeni odgovornosti med podjetjem in njegovimi interesnimi skupinami je vključevanje vsebin s tega področja v letno poročilo (<http://www.globalreporting.org>).

3.1.1 Letno poročilo

Letno poročilo (V 70. členu Zakona o gospodarskih družbah se uporablja naziv poslovno poročilo.) z računovodskimi izkazi je glavni medij, prek katerega podjetja komunicirajo z interesnimi skupinami. Predstavlja najpopolnejšo predstavitev dejavnosti in rezultatov poslovanja podjetja v zadnjem poslovnem letu, naložbe, organizacijo, strateške prednosti, razvojne potenciale, vpetost v okolje, načrte za prihodnost in podobno. Je odsev podjetja, kot ga prikaže podjetje samo. Letno poročilo je orodje za ustvarjanje zelene slike, saj pomaga oblikovati zeleno identiteto podjetja in z njim skuša pridobiti zaupanje ter legitimnost. Najpomembnejša interesna skupina, ki so ji namenjena letna poročila, so lastniki. Treba jih je prepričati, da zadržijo svoje delnice, možne lastnike pa je treba prepričati, da se bodo odločili za naložbo, zato morajo vrednote podjetja ustrezati vrednotam lastnikov (Bakker et al., 2007, str. 55).

Letno poročilo vključuje računovodski in poslovni del. Temeljni sestavni deli letnega poročila so poročilo uprave z najpomembnejšimi podatki o delovanju podjetja v letu poročanja, uradno pismo predsednika uprave in predsednika nadzornega sveta, poslovno poročilo z obveznimi razkritji, skladno z Zakonom o gospodarskih družbah in prostovoljnimi razkritji, med katere spadajo tudi razkritja o družbeni odgovornosti: vpliv na okolje (onesnaževanje), poraba energije, delovanje podjetja s socialnega in širšega družbenega vidika, skrb za zaposlene (varstvo pri delu, izobraževanje ipd.), sodelovanje z

družbeno političnimi skupnostmi (zdravstvo, kultura, umetnost) in drugi vplivi na družbo ter računovodsko poročilo. Vsebina letnega poročila je v grobem določena že v Zakonu o gospodarskih družbah, ki v 70. členu pravi, da mora poslovno poročilo vsebovati vsaj pošten prikaz razvoja in izidov poslovanja družbe ter njenega finančnega položaja, vključno z opisom bistvenih tveganj in negotovosti, ki jim je družba izpostavljena (Kavčič, 1998, str. 10).

3.1.2 Računovodski del

Računovodsko poročilo vsebuje računovodske podatke, informacije in izkaze ter njihove ocene, analize in razlage. Namenjeno je zadovoljevanju potreb po računovodskih informacijah uporabnikov, ki nimajo možnosti zahtevati poročil, ki bi bila prilagojena zadovoljevanju njihovih specifičnih potreb po računovodskih informacijah.

Podlaga za pripravo računovodskega dela poročila so računovodski standardi, ki omogočajo, da so razkritja v poročilih skladna z dejanskim poslovanjem podjetja razumljiva, ustrezna in primerljiva, ne postavljajo pa zahtev po opisnih in kakovostnih razkritjih. Standardi omogočajo, da o računovodskem poročilu poda mnenje tudi revizor in tako zagotavlja njegovo verodostojnost.

V Sloveniji veljajo Slovenski računovodski standardi (SRS), ki jih oblikuje in sprejema Slovenski inštitut za revizijo, ki skrbi tudi za njihovo skladnost z mednarodnimi računovodskimi standardi in direktivami Evropske unije. SRS vključujejo tako pravila in navodila za zunanje- kot tudi notranjeračunovodsko poročanje, medtem ko mednarodni standardi računovodskega poročanja (MSRP, angl. *international financial reporting standards, IFRS*) opredeljujejo le zunanje računovodsko poročanje v obliki splošnih računovodskih izkazov za splošne namene. To so računovodski izkazi, ki kot urejene računovodske predstavitve finančnega stanja in poslovanja podjetja, dajejo informacije o finančnem stanju, dosežkih in finančnih tokovih podjetja, ki širšemu krogu uporabnikov koristijo pri gospodarskem odločanju.

3.1.3 Poslovni del

V poslovnem delu podjetja poročajo o vsem, kar je pomembno za uporabnike letnih poročil, zato mora biti pripravljeno jasno in pregledno. Zakon o gospodarskih družbah v

70. členu določa poleg zahteve po poštenem prikazu razvoja in poslovanja podjetja ter njegovega finančnega položaja, vključno z opisom bistvenih tveganj in negotovosti, ki jim je družba izpostavljena tudi naslednje obvezne sestavine poslovnega poročila: pomembne poslovne dogodke po koncu poslovnega leta, pričakovani razvoj družbe, dejavnosti družbe na področju raziskav in razvoja, podružnice podjetja in dejavnosti podružnic podjetja v tujini. Vsebine poslovnega dela letnih poročil so vedno obsežnejše. Poslovni del je po navadi naravnano bolj trženjsko in je namenjen tudi vsebinam za odnose z javnostmi (Horvat, 2001, str. 1)

3.1.4 Poročanje o družbeni odgovornosti v letnih poročilih

V širšem smislu poroča letno poročilo tudi o družbeni odgovornosti, o podpori družbi, naravnih virih, ravnanju z okoljem, ekologiji, pokojninskih načrtih podjetja, lokalni skupnosti, načrtih, o naravi trga in ne nazadnje tudi o intelektualnem kapitalu. Poročanje o družbeni odgovornosti spada med prostovoljna razkritja, za katera se podjetja lahko odločijo, da jih vključijo v letna poročila. To so razkritja, ki niso določena z zakoni ali predpisi. Pritiski kapitala in politike povzročijo, da se podjetje samo odloči, ali bo poročalo tudi o družbeni odgovornosti in okoljskih vplivih, ki jih povzroča njegovo poslovanje. Podjetja se zavedajo, da njihovo poslovanje, posebej proizvodnja in distribucija, vključujeta kompleksna razmerja med lastniki, zaposlenimi in drugimi interesnimi skupinami ter da je dolgoročno mogoče doseganje dobička le v okviru legalnih, etičnih in družbenih mej. Poročanje o družbeni odgovornosti predstavlja vsebinsko pomembno dopolnitev in bistveno pripomore k celovitosti informacij o poslovanju podjetja. S poročanjem o skrbi za ljudi, družbo in okolje ter z informiranjem o pozitivnem delovanju na področju družbene odgovornosti podjetje pridobi ugled in s tem izboljša svoj konkurenčni položaj (Elliot & Elliott, 2008, str. 813).

Poročilo o družbeni odgovornosti oz. trajnostnem razvoju ali okoljsko poročilo je lahko samo oblikovno ločen del letnega poročila ali izdano v posebni publikaciji, a vsebinsko ni razlik med podjetji, ki izdajajo samostojna poročila, in podjetji, ki to vgradijo v letno poročilo. V vsakem primeru se tovrstna poročila dopolnjujejo z letnim poročilom in prikazujejo komplementaren pogled na ekonomsko in družbeno odgovornost podjetja. Na podlagi tega, koliko in kako podjetja poročajo o družbeni odgovornosti v svojih letnih poročilih, lahko ocenimo njihov odnos do družbene odgovornosti.

Najpogostejša področja družbene odgovornosti, ki so del poročanja v letnih poročilih, so:

- odnos do zaposlenih, kjer podjetja poročajo o tem, kakšna je njihova politika zaposlovanja, demografska struktura zaposlenih, izobraževanje, nagrajevanje, varnosti pri delu, objavljajo pa tudi analizo bolniških odsotnosti, analize zadovoljstva zaposlenih in bonitete, ki jih nudijo zaposlenim;
- odnos do okolja, kjer podjetja poročajo o tem, katere okoljske standarde upoštevajo, kakšni so izpusti v okolje, ki jih povzroča poslovanje podjetja, kako ravna z odpadki, kakšna je energetska učinkovitost in poraba (alternativnih) virov energije;
- odnos do dobaviteljev, kjer podjetja poročajo o svoji nabavni politiki in morebitnih zahtevah po kakovostnih in okoljskih standardih dobaviteljev;
- odnos do kupcev, kjer podjetja poročajo o številu reklamacij, standardih kakovosti izdelkov, o poprodajnih dejavnostih in npr. zahtevah o recikliranju embalaže izdelkov ter objavljajo analize zadovoljstva kupcev;
- odnos do lokalne skupnosti, kjer podjetja poročajo o tem, kako in koliko sofinancirajo družbenih dejavnosti v lokalni skupnosti ter navajajo višine donacij in sponzorstev.

Pri poročanju o družbeni odgovornosti govorimo o pozitivni pristranosti poročil. To pomeni, da podjetja z negativnejšim vplivom na okolje in družbo pripravljajo obsežnejša in pozitivna poročila ter da podjetja zelo redko poročajo o nazadovanju na katerem od prej navedenih področij ali sonegativnih vplivih na okolje, ker želijo biti zaznana kot družbeno odgovorna in imeti od tega koristi (Slapničar, 2005, str. 45).

Najboljša letna poročila s področja družbene odgovornosti so tista, kjer se tako vodstvo kot zaposleni podjetja zavestno posvečajo vprašanju, kako preplesti družbeno odgovornost s poslovno strategijo podjetja in načinom doseganja dobičkonosnih ciljev. Prepričljivo letno poročilo s področja družbene odgovornosti je odsev vključenosti te teme v poslovanje podjetja in ne le kot obrobna dejavnost. Poročila takih podjetij so bogata po vsebini in izmerjenih dosežkih (Slapničar, 2008, str. 1).

Kritičen pogled na poročanje o družbeni odgovornosti v letnih poročilih je predstavil Baker (2008, www.ethicalcorp.com), ki pravi, da je v okviru letnih poročil večinoma zapisano le, ali podjetja dosegajo cilje, ki so si jih zastavila na posameznem področju družbene

odgovornosti oziroma ali dosegajo standarde in zakonodajne zahteve posameznega področja. Niso pa vključene informacije o tem, kje se podjetja dejansko nahajajo na področju družbene, ekonomske in okoljske lestvice. Podjetja so osredotočena na to, kako poročati in ne kaj poročati. Lastniki bi morali razumeti, da vrednost lastništva delnic ni v današnji vrednosti, temveč v potencialni jutrišnji vrednosti, ki bo odvisna tudi od stanja v okolju, ki bo posledica delovanja podjetja. Letna poročila, pa čeprav so natisnjena na recikliranem papirju z razgradljivimi barvami, ne dajejo informacij, ki bi lahko ocenile dejansko družbeno odgovornost podjetij.

3.2 RAZVOJ POROČANJA O DRUŽBENI ODGOVORNOSTI

Prva poročila o družbeno odgovornemu obnašanju segajo v 18. stoletje, ko so podjetja poročala o gradnji stanovanj za svoje zaposlene in šol za njihove otroke. Vseeno o razvoju modernega poročanja o družbeni odgovornosti lahko govorimo šele po drugi svetovni vojni. V začetku je šlo predvsem za poročanje o družbenih zadevah. Potem ko negativnih vplivov na (naravno) okolje zaradi povečanega obsega proizvodnje ni bilo več mogoče prikrivati in so postajali vedno očitnejši, je postalo tudi preprečevanje onesnaževanja okolja pomembna zadeva v okviru družbeno odgovornega ravnanja podjetij in poročanja o tem (Bakker et al., 2007, str. 77).

Glede na to, da že sama družbena odgovornost podjetij nima opredeljene enotne definicije in ne predstavlja sistematične dejavnosti, je mogoče z zgodovinskega vidika določiti le glavne mejnike v modernem razvoju poročanja o družbeni odgovornosti (Gray et al., 1996, str. 81).

Epstein (2003, str. 4) je razvoj poročanja o družbeni odgovornosti razdelil na pet stopenj:

- obdobje od 1960 do 1969 – »predhodniki poročanja o družbeni odgovornosti«,
- obdobje od 1970 do 1977 – »rojstvo in začetni razvoj poročanja o družbeni odgovornosti«,
- obdobje od 1978 do 1986 – »zmanjšanje obsega poročanja o družbeni odgovornosti«,
- obdobje od 1987 do 1998 – »vnovičen vzpon zanimanja za poročanje o družbeni odgovornosti«,

- obdobje od 1999 do danes – »nadaljevanje vzpona poročanja o družbeni odgovornosti«.

3.2.1 Obdobje od 1960 do 1969 – »predhodniki poročanja o družbeni odgovornosti«

V tem obdobju je šlo predvsem za ocene družbenih programov, ki so jih sofinancirale vlade, in njihov prispevek k družbeni blaginji. Na podjetja so se že začeli izvajati pritiski v zvezi s proizvodnjo orožja, izpusti v okolje in človekovih pravic, istočasno pa na vlade v zvezi s porabo davkoplačevalskega denarja. Vloga podjetij v družbi je postala zanimivo področje za interesne skupine in managerji so to vključevali v svoje izjave za javnost, čeprav večinoma niso privedli tudi do realizacije družbeno odgovornega ravnanja.

Leta 1960 je Georg Goyder izdal knjigo *The Responsible Company* – Odgovorno podjetje, kjer se že pojavljajo vprašanja, kako izmeriti vplive delovanje podjetja na družbo in okolje.

3.2.2 Obdobje od 1970 do 1977 – »rojstvo in začetni razvoj poročanja o družbeni odgovornosti«

Splošna družbena odgovornost je postala glavna tema v začetku 70. let prejšnjega stoletja, vzpodbudil jo je Milton Friedman.

22. aprila 1970 se je začelo moderno okoljsko gibanje. Še danes na ta dan praznujemo dan zemlje, ki osvešča ljudi o pomenu varovanja naravnega okolja (<http://news.nationalgeographic.com>).

Leta 1972 je podjetje Singer izdalo prvo družbeno poročilo.

Istega leta sta Ray Bauer in Dan Fenn napisala delo *The Corporate Social Audit* – Družbena revizija podjetja, ki je podlaga za sedanji razvoj poročanja o družbeni odgovornosti. Delo je bilo napisano na podlagi večje raziskave o implementaciji in revizije družbene odgovornosti v podjetjih, ki jo je podprlo Ameriško računovodsko združenje (angl. *American Accounting Association*). Raziskava je preverila poročanje o družbeni odgovornosti v nekaterih velikih podjetjih, vključevala pa je tudi analizo odnosov do okolja in človeških virov.

V tem obdobju je še več avtorjev – raziskovalcev, kot so Abbot, Monsen, Bowman in Haire, izdelalo raziskave in študije, pregled letnih poročil, teoretične klasifikacije, postavilo okvirna merila in oblike poročanja (Bakker et al., 2007, str. 53). Izvedene so bile tudi prve revizije družbene odgovornosti, ki so vključevale vpliv na proizvode, storitve, družbene programe podjetij in filantropijo podjetij.

V tem času so podjetja izdelovala družbene bilance stanja, s čimer so poročala predvsem o zaposlenih, kupcih, lastnikih in lokalnem (družbenem) okolju. V družbenih bilancah so bile vse postavke izražene v denarju in natančno opisane, česar podjetja ne počnejo niti danes. Poročanje se je – poleg Združenih držav Amerike – razvijalo tudi v Evropi, posebej v skandinavskih državah, vendar so bila razkritja večinoma bolj opisne narave, a so razkrila več informacij, kot jih danes razkrije povprečno podjetje.

Leta 1972 je resolucija Ekonomskega in socialnega sveta Združenih narodov začela študije o vlogi multinacionalnih podjetij in njihovega vpliva na razvoj procesov v državah v razvoju in mednarodnih razmerij. Organizirane so bile tudi razprave o oblikovanju etičnega kodeksa za mednarodna podjetja.

V tem obdobju se je pojavilo vprašanje zakonske obveze za pripravo poročil o družbeni odgovornosti podjetij. Francija je bila prva država, ki je leta 1977 sprejela, da morajo okoljska in družbena poročila pripravljati vsa podjetja z več kot 250 zaposlenimi.

3.2.3 Obdobje od 1978 do 1986 – »zmanjšanje obsega poročanja o družbeni odgovornosti«

V tem obdobju so se tako države (vlade) kot podjetja usmerila predvsem na ekonomsko uspešnost in postavila družbeno odgovornost spet na obrobje. Najpomembnejša in najmočnejša interesna skupina v tem obdobju so bili lastniki – delničarji. Šele ko so se managerji začeli zavedati stroškov, ki jih povzroča poslovanje podjetja na okolje in ki vplivajo predvsem na dolgoročno poslovanje podjetja, je okoljsko in družbeno računovodstvo postalo spet zanimivo.

V tem obdobju ni bilo sistematičnega in organiziranega merjenja in niti na akademskem področju poročanje o družbeni odgovornosti ni bilo sprejeto kot posebno znanstveno področje.

3.2.4 Obdobje od 1987 do 1998 – »vnovičen vzpon zanimanja za poročanje o družbeni odgovornosti«

Čeprav so se okoljska gibanja začela že v 70. letih prejšnjega stoletja, sta okoljsko in družbeno računovodstvo ter poročanje spet začela pridobivati pomembno vlogo šele v poznih 80. letih, potem ko so podjetja prepoznala v okolju tudi obveznosti, ki so se kazale v računovodskih izkazih kot stroški za popravila predhodnega uničevanja okolja. Spoznali so, da maksimiranje blaginje ene same interesne skupine: lastnikov – delničarjev, ne pomeni nujno tudi družbene blaginje.

Številne publikacije tako s strani managerjev in akademikov so prikazale koristi zaradi preprečevanja negativnih okoljskih vplivov namesto ukvarjanja s stroški, ki jih povzroči odpravljanje posledic okolju škodljivih vlivov in plačevanje kazni.

V 90. letih so bili ustanovljeni številna združenja in nevladne organizacije za promocijo samoregulacije poročanja ter razvoja meril uspešnosti na tem področju: Leta 1996 so bili objavljeni standardi ISO 14000. Leta 1997 je *Council of Economic Priorities* ustanovil SA 8000 kot standard, ki je usmerjen na pogoje zaposlenih na delovnem mestu. Leta 1997 je bila ustanovljena tudi organizacija Global Reporting Initiative (GRI), katere cilj je postaviti globalno uporabne smernice za poročanje o trajnostnem razvoju.

3.2.5 Obdobje od 1999 do danes – »nadaljevanje vzpona poročanja o družbeni odgovornosti«

Nadaljuje se trend razvoja iz prejšnjega obdobja. Vedno več podjetij pripravlja okoljska in družbena poročila. Stalno povečevanje povpraševanja po poročanju tako notranjim kot zunanjim interesnim skupinam o družbeni odgovornosti je povzročilo tudi ustanavljanje številnih podjetij, ki nudijo storitve družbenega računovodstva, priprave okoljskih poročil in poročil o družbeni odgovornosti ter svetovalna podjetja, ki so specializirana za področje poročanja, merjenja, upravljanja družbene odgovornosti. Lahko govorimo o komercializaciji poročanja o družbeni odgovornosti.

Vedno več multinacionalk ima zaposlenega managerja, ki je posebej zadolžen za koordiniranje področja družbene odgovornosti. Obstajajo številni izobraževalni programi za področje družbene odgovornosti, namenjeni managerjem, spletne strani o družbeni odgovornosti ipd., vendar pa je civilna družba do teh poročil nezaupljiva, saj meni, da so podjetja ustanovljena zato, da povečujejo vrednost investitorjev, ne glede na to, kaj je v letnem poročilu zapisano o družbeni odgovornosti (Crook, 2005, str. 2).

Delež podjetij, ki so vključena v Fortune Global 100 in izdajajo poročila o družbeni odgovornosti, je z 48 % v letu 2003 zraslo na 72 % v letu 2004 (Vogel, 2005, str. 68).

Razvoj poročanja o družbeni odgovornosti gre v smeri sistematizacije in standardizacije. Vedno več je tudi z zakoni določenim obvezami, ki jih imajo podjetja, z namenom, da se zagotovi družbena blaginja in sonaravni trajnostni razvoj.

3.3 TEORETIČNI OKVIR POROČANJA O DRUŽBENI ODGOVORNOSTI

Teorije poročanja o družbeni odgovornosti skušajo odgovoriti na vprašanje, zakaj podjetja poročajo o družbeni odgovornosti. Dva osnovna motiva za poročanje o družbeni odgovornosti so vrednote, ki jih ima posamezno podjetje, in koristi, ki jih podjetje pričakuje od poročanja. Ekološka in družbena vprašanja so lahko tako del vrednot podjetja, lahko pa so tudi del trženjske strategije. Prvi motiv je torej moralen; podjetja se zavedajo, da delujejo v soodvisni družbi, kjer imajo poleg ustvarjanja dobička odgovornost ustvarjati dodano vrednost za družbo in izboljšati kakovost življenja. Drugi motiv je ekonomski; podjetja, ki se predstavljajo kot družbeno odgovorna, imajo večji ugled in lojalnost med potrošniki, so bolj zaželeni s strani iskalcev zaposlitve, z zmanjševanjem izpustov in odpadov zmanjšujejo onesnaževanje okolja ter svoje lastne stroške, za svoje izdelke dosegajo višje prodajne cene ipd.

Glavni namen družbeno odgovornega obnašanja podjetij ne bi smela biti konkurenčnost, temveč upoštevati tudi druge, prispevati k reševanju okoljskih in družbenih problemov ter s tem k splošni blaginji, istočasno pa krepiti svoj konkurenčni položaj. S tem se krepiti tudi konkurenčni položaj lokalnih in regionalnih skupnosti, držav, kar spet predstavlja tudi bolj ugodno okolje za uspešno dolgoročno poslovanje podjetja. Družbena odgovornost podjetja

in konkurenčnost podjetja se torej ne izključujeta. Nasprotno, dopolnjujeta se, vendar le, če tudi pri doseganju konkurenčnosti podjetja ne pozabljammo na odgovorno obnašanje.

Motive za poročanje o družbeni odgovornosti skušajo razložiti štiri osnovne teorije:

- teorija interesnih skupin (angl. *stakeholder theory*),
- teorija iger (angl. *game theory*),
- teorija legitimnosti (angl. *legitimacy theory*) in
- teorija politične ekonomije računovodstva (angl. *political economy of accounting theory*).

3.3.1 Teorija interesnih skupin

Teorija se je začela razvijati v 80. letih. Za začetnika teorije interesnih skupin lahko opredelimo Freemana (1984), ki je v svojem delu »Strateški management: pristop po interesnih skupinah« interesne skupine opredelil kot: »Interesna skupina v organizaciji je vsaka skupina ali posameznik, ki lahko vpliva ali je pod vplivom ciljev organizacije« (Phillips, 2003, str.65).

Leta 1995 je izšlo delo Prestona in Donaldsona »Teorija interesnih skupin podjetja: koncepti, dokazi ter napotki za prakso«, v katerem odnos interesnih skupin pogojujeta z obstojem legitimnih, upravičenih interesov med podjetjem in interesnimi skupinami. Istega leta pa sta Hill in Jones upravičenost odnosa interesnih skupin pogojevala z načelom vzajemnosti: pravico do odnosa na vložena sredstva imajo interesne skupine, ki v podjetje prispevajo strateške vire. Ne glede na različne opredelitve interesnih skupin pa izsledki iz poslovne prakse kažejo, da se managerji pri odločanju nenehno soočajo z vplivi in potrebami različnih interesnih skupin (zaposlenih, dobaviteljev, kupcev itd.), kar se kaže tudi v številnih priporočilih in kodeksih korporacijskega upravljanja, ki pozivajo k spoštovanju interesov vseh interesnih skupin (Debeljak & Gregorič, 2004, str. 486).

Bistvo teorije interesnih skupin je v spoznanju, da morajo podjetja izgraditi in utrjevati dolgoročna razmerja s svojimi interesnimi skupinami, kar jim bo prineslo tudi finančne koristi (Slapničar, 2004, str. 522). Podjetja, ki zadovoljujejo pričakovanja vseh interesnih skupin in družbe na splošno, lahko pričakujejo, da bodo s tem pridobila konkurenčno prednost pred drugimi podjetji in uspešno poslovala. V tem primeru ni konflikta med

družbeno odgovornim ravnanjem podjetja in maksimiranju vrednosti delničarjev. Lastniki se morajo zavedati, da če podjetje ne bo zadovoljilo tudi potreb vseh preostalih interesnih skupin, potem oni ne bodo dobili dobička. Skladno s to teorijo podjetja poročajo vsem opredeljenim interesnim skupinam.

Teorija interesnih skupin dobro opredeli, kako obsežno je poročanje oziroma katera področja pokriva, ne pove pa, zakaj nekatera podjetja bolj, druga pa manj poročajo ali se ukvarjajo z družbeno odgovornostjo.

Vzroke za poročanje bolje razkrivata teorija iger in teorija politične ekonomije računovodstva, ki pravi, večja in bolj izpostavljena podjetja poročajo več.

3.3.2 Teorija iger

Po teoriji iger podjetja prostovoljno razkrivajo informacije zato, da bi maksimirala vrednost čistega premoženja po odštetju pričakovanih političnih stroškov, ki bi jih podjetje lahko utrpelo v primeru inšpekcijskih pregledov, uveljavitve strožjih zakonskih zahtevah ali bojkotov proizvodov. Nekatera podjetja, ki poslujejo v panogah, ki imajo večji vpliv na okolje, so še posebej izpostavljena verjetnosti, da bodo utrpela politične stroške v primeru slabega okoljskega ali družbenega ravnanja. Watts, Zimmerman (1986) menita, da imajo večja podjetja višje politične stroške, ker so vidnejša (povzeto po Slapničar, 2004, str. 521). Številne raziskave skušajo dokazati, da na raven razkritih informacij o ravnanju z okoljem vplivata velikost in panoga, ki določata izpostavljenost (vidnost) podjetja v javnosti in s tem verjetnost regulacije okoljske politike. Campbell (2000, str. 83) je opredelil teorijo signaliziranja, po kateri podjetja razkrivajo svoje pozitivne značilnosti, ki jih razločujejo od drugih, da bi lahko maksimirala lastni interes.

3.3.3 Teorija legitimnosti

Teorija legitimnosti dopolnjuje teorijo interesnih skupin, s tem da vanjo vključuje problem konflikta interesov. Po teoriji legitimnosti lahko podjetje obstoji na dolgi rok le, če ga okolje, v katerem deluje dojemata kot takega, ki upošteva sistem vrednosti, ki je skladen s sistemom vrednot okolja. Legitimnost pomeni skladnost vrednot in ciljev podjetja s širšim vrednostnim sistemom družbe.

Podjetja imajo z družbo t. i. družbeno pogodbo, kar pomeni, da se strinjajo z opravljanjem določenih dejanj, ki jih želi družba, v zameno za odobravanje lastnega delovanja, koristi in v končni fazi preživetja. Prostovoljna razkritja predstavljajo orodje za zagotavljanje legitimnosti. Če podjetje želi obdržati legitimnost, mora interesne skupine obveščati o družbeno odgovornem ravnanju podjetja, lahko pa z obveščanjem doseže spremembo percepcije interesnih skupin, spreminja zunanje zaznave javnosti ali preusmerja pozornost od problemov s poudarjanjem dosežkov na drugih družbeno pomembnih področjih (Gray et al., 1996, str. 46).

Legitimnost v okviru te teorije je opredeljena kot družbena upravičenost obstoja, ki je nad zakonitostjo v smislu izpolnjevanja pravnih norm. Preveliko neskladje med njima predstavlja grožnjo legitimnosti obstoja, ki se lahko uresniči v pravnih, ekonomskih ali družbenih sankcijah.

Teorija legitimnosti išče razlage, zakaj podjetja poročajo in komu podjetje da prednost pri poročanju, saj imajo interesne skupine različne stopnje moči in zato ne uživajo enake pozornosti. Ne daje odgovorov na vprašanje, koliko podjetja poročajo posameznim interesnim skupinam. Podjetja dajejo prednost tistim, ki imajo največjo ekonomsko moč. Zaradi izrazite neenakosti v porazdelitvi moči med različnimi interesnimi skupinami se izrazi moč managerjev, ki prav tako iščejo legitimnost za svoja dejanja zato, da ohranijo svoj položaj. To uresničujejo s širjenjem prepričanj, ki jim pomagajo ohraniti avtonomnost pred širšo javnostjo. Teorija legitimnosti s tem dopolnjuje teorijo politične ekonomije računovodstva (Campbell, 2000, str. 81).

3.3.4 Politična ekonomija računovodstva

Razlago politične ekonomije računovodstva z vidika poročanja o družbeni odgovornosti moramo začeti z opredelitvijo dveh osnovnih smeri teorije politične ekonomije: Klasična politična ekonomija, ki jo je razvil Marx in je podlaga za teorijo legitimnosti ter buržoazno politično ekonomijo, ki jo je razvil Mill in je podlaga za teorijo interesnih skupin. Po klasični teoriji je poročanje o družbeni odgovornosti nerelevantno, saj je to le način, kako kapital zaščiti svoj interes. Teorija buržoazne politične ekonomije pa razlaga, koliko podjetja poročajo o družbeni odgovornosti, in še posebej, zakaj o tem ne poročajo.

Politična ekonomija računovodstva temelji na teoriji buržoazne politične ekonomije (Gray et al., 1996, str. 48).

Teorija politične ekonomije računovodstva dopolnjuje teorijo legitimnosti, s tem da posebej poudarja moč managerjev. Po tej teoriji so razkritja o družbeni odgovornosti proaktivni proces, v katerem managerji vplivajo na družbeno mnenje, s pripovedovanjem svoje zgodbe in glede na lastne interese ter prikrivajo družbene konflikte. Woodward (povzeto po Slapničar, 2004, str. 523) meni, da je motiv poročanja o družbeni odgovornosti mnogo manj v legitimiziranju obstoja podjetja ali informiranju različnih interesnih skupin, kot je v poskusu managerjev, da ohranijo svoj primat z manipulacijo pogleda družbe na podjetje.

Teorije, ki interpretirajo razloge za poročanje o družbeni odgovornosti, poudarjajo omejitve in pristope k poročanju o družbeni odgovornosti ter skušajo istočasno dokazati, zakaj samo računovodsko poročanje ni dovolj oziroma da tudi računovodsko poročanje ni le nevtralna in nepristranska tehnična dejavnost (Gray et al., 1996, str. 51).

Različne teoretične razlage si ne nasprotujejo v osnovni tezi, da so razlike v obsegu informacij o družbeni odgovornosti sistematično odvisne od razlik v pritiskih interesnih skupin oziroma javnosti nasploh. Poročanje o družbeni odgovornosti je odvisno od družbenih in političnih pritiskov na podjetje.

Vzroke podjetij za prostovoljno poročaje o družbeni odgovornosti teorija interesnih skupin, teorija iger in teorija legitimnosti utemeljujejo s tem, da je poročanje reakcija na zunanje pritiske, ki povzročajo politične stroške, teorija politične ekonomije računovodstva pa s tem, da je poročanje posledica notranjih dejavnikov spodbujanja, ki so vključeni v celovito strategijo, odnose z javnostmi, trženjsko komuniciranje in moralno prepričanje managerjev.

3.4 STANDARDI POROČANJA O DRUŽBENI ODGOVORNOSTI

V zadnjih letih se povečuje zavedanje, da morajo podjetja spoznati, da imajo večjo odgovornost kot le ustvarjanje lastne dobičkonosnosti. Prevzeti morajo odgovornost za širši ekonomski, družbeni in okoljski vpliv, ki ga imajo. Ni pa še sprejet konsenz, kaj naj

podjetja naredijo zato, da bi prispevala k trajnostnemu razvoju oziroma kaj sestavlja družbeno odgovornost podjetja. Ključ do vzpostavitve tega konsenza so standardi poročanja o družbeni odgovornosti (Oakley & Buckland, 2004, str. 131).

Standardi poročanja o družbeni odgovornosti omogočajo kodificiranje in razširjanje dobre prakse, izločajo slabo prakso, zmanjšujejo učne procese posameznih podjetij, dopuščajo profesionalizacijo, zagotavljajo osredotočanje na pomembne elemente, primerljivost in lahko zmanjšajo vstopne stroške ali vsaj omogočajo njihovo oceno (Oakley & Buckland, 2004, str. 133).

Standardi pomagajo tako poročevalcem kot naslovnikom (interesnim skupinam), da pridobijo večjo vrednost poročanja o družbeni odgovornosti. Na eni strani omogočajo sistematično in enostavnejšo pripravo poročil o družbeni odgovornosti, po drugi strani pa tudi omogočajo primerljivost in možnost revidiranja poročil o družbeni odgovornosti. Revizija je potrebna zato, da poročila postanejo verodostojna.

Potreba po razvoju mednarodnih standardov poročanja se je razvila iz dejstva, da so multinacionalke, ki poslujejo v mnogih državah in imajo velik vpliv tako na okolje kot tudi družbeno dogajanje v svetovnem merilu, želele zaradi učinkovitosti poslovanja uporabljati iste standarde po vsem svetu, tudi na področju poročanja o družbeni odgovornosti.

Enotni standard za področje družbene odgovornosti, ki bi bil splošno sprejet, ne obstaja. Kot sem že navedla v poglavju o razvoju poročanja o družbeni odgovornosti, so bili že v 90. letih ustanovljeni številna združenja in nevladne organizacije, ki so oblikovala standarde z namenom promocije prostovoljnega poročanja ter razvoja meril uspešnosti na tem področju. V mednarodnem merilu najbolj uveljavljeni standardi v zvezi s poročanjem o družbeni odgovornosti so (Acquier & Aggeri, 2007, str. 164):

- *Global Reporting Initiative* (GRI) standard s smernicami za poročanje o družbeni odgovornosti (SRG-G3);
- *AccountAbility* s standard revidiranja poročil AA1000;
- *Social Accountability* s specializiranimi standardi SA8000;
- v Evropi se uporabljajo standardi EMAS (Eco-Management Audit Scheme) z zahtevami po obveznem poročanju:

- *International Standardisation Organisation (ISO)* s standardi za ravnanje z okoljem ISO 14000 in standardi ISO 26000 o družbeni odgovornosti v pripravi.

Poleg naštetih standardov, ki so v nadaljevanju tudi predstavljeni, obstajajo še drugi bolj ali manj uveljavljeni standardi. Med njimi je tudi standard, ki so ga postavili Združeni narodi, imenovan *UN Global Compact*, in vključuje načela poročanja o družbeni odgovornosti (angl. *Global Compact Principles*).

3.4.1 Global Reporting Initiative (GRI) standard

Global Reporting Initiative (GRI) standard je bil uveden leta 1997 s strani organizacije *Coalition for Environmentally Responsible Economies (CERES)*, ki predstavlja mrežo investitorjev, okoljskih organizacij in drugih interesnih skupin, ki podjetja informirajo o izzivih trajnostnega razvoja, v sodelovanju z inštitutom Tellus, ki je neprofitna raziskovalna organizacija, specializirana za upravljanje okolja in sonaravni razvoj, zelo kmalu pa je k GRI pristopil tudi Program združenih narodov za okolje (UNEP, angl. *United Nations Environment Programme*). Organizacija *Global Reporting Initiative* je registrirana kot neprofitna organizacija s sedežem na Nizozemskem.

Kmalu je postal glavna referenca za področje poročanja o družbeni odgovornosti. GRI vključuje navodila tako o vsebini kot o načinu poročanja o družbeni odgovornosti, ki omogočajo verodostojnost in primerljivost poročil o družbeni odgovornosti. Zato da bi zagotovil najvišjo možno stopnjo tehnične kakovosti, kredibilnosti, relevantnosti, je standard poročanja GRI razvit skozi proces, ki išče konsenz med vsemi interesnimi skupinami, podjetji in profesionalnimi institucijami.

Preglednost, nevtralnost, celovitost, razumljivost in primerljivost so osnovne značilnosti poročila, ki je pripravljeno skladno s standardom GRI. Letna poročila, ki so pripravljena v skladu s standardom GRI, omogočajo primerljivost poslovanja podjetij z upoštevanjem zakonov, načel, smernic, standardov in prostovoljnih iniciativ ter odražajo obvezo k sonaravnemu razvoju ter primerljivost poslovanja v času. GRI promovira in razvija standardiziran pristop k poročanju zato, da bi stimuliral povpraševanje po informacijah o družbeni odgovornosti, kar koristi tudi podjetjem, ki o tem poročajo.

Po podatkih institucije *Global Reporting Initiative* je bilo v letu 1999 po standardu GRI izdelanih 11 poročil, v letu 2003 176, v letu 2008 pa že 1.031 poročil, od tega je bilo 48 % podjetij iz Evrope, a nobeno podjetje iz Slovenije (<http://www.globalreporting.org>).

Standard GRI opredeljuje načela in kazalce, ki jih lahko podjetja uporabljajo, da merijo in poročajo o svojem ravnanju na ekonomskem, okoljskem in družbenem področju. Osnova za postavitev standarda GRI so smernice poročanja o družbeni odgovornosti (angl. *Sustainability Reporting Guidelines*) (SRG), katerih tretja različica, imenovana G3, je bila objavljena v letu 2006. SRG vključujejo vsa osnovna navodila za poročanje, ki ga lahko prostovoljno in prilagodljivo uporabljajo vsa podjetja, ne glede na velikost, panogo ali geografsko lokacijo. Prilagodljivost smernic omogoča podjetjem, da stalno dopolnjujejo in izboljšujejo prakso poročanja o družbeni odgovornosti. 11 načel SRG G3 je razdeljenih v 4 sklope:

- načela, ki sestavljajo okvir poročanja: preglednost, vključenost in primernost za revizijo;
- načela, kaj poročati: celovitost, relevantnost, trajnostni okvir;
- načela o zagotavljanju kakovosti in zanesljivosti: natančnost, nevtralnost in primerljivost in
- načela o dostopnosti poročila: pravočasnost in jasnost.

SRG zahtevajo poročanje o rezultatih poslovanja s treh različnih vidikov: ekonomskega, okoljskega in socialnega. SRG opredeljujejo tudi sestavne dele poročila o družbeni odgovornosti. Da je poročilo pripravljeno v skladu z SRG, mora zadostiti petim pogojem (Woods & Colson, 2003, str. 63):

- zapisano poslanstvo in strategija, objavljen izjava predsednika uprave o vsebini poročila, navedene osnovne informacije o podjetju, poslovanju in interesnih skupinah ter področja poročanja in namen poročila, opisana organizacijska struktura, politika upravljanj, sistem managementa in vključevanje interesnih skupin;
- vključeno kazalo oziroma indeks elementov GRI, ki navaja povezave med posameznimi vsebinami poročila, in SRG, kar omogoča hitrejše iskanje informacij;
- vsa področja (kazalniki) poslovanja, ki so merila za ocenjevanje ekonomskega, okoljskega in družbenega delovanja podjetja, so vključena v poročilo ali pa mora biti navedena razlaga, zakaj področje ni vključeno;
- pripravljeno mora biti v skladu z enajstimi načeli SRG ter

- vključeno podpisano izjavo, da je poročilo pripravljeno v skladu s SRG.

Poročanje v skladu z GRI je prostovoljno. Čeprav GRI predlaga, da bi bila lahko v prihodnosti finančno in trajnostno poročanje združeni, vseeno poudarja, da so poročila GRI mišljena kot dopolnitev, ne zamenjava, drugim standardom in praksam (Woods & Colson, 2003, str. 67).

Vse informacije o standardu GRI so na voljo na spletni strani <http://www.globalreporting.org>.

3.4.2 Standard AccountAbility (AA1000)

Standard AA1000APS je bil uveden leta 1999 s strani britanskega svetovalnega podjetja *AccountAbility*, v sodelovanju s podjetji in javnim sektorjem, z namenom, da bi podjetja uporabljala in lažje identificirala, razumela in postavila prioritete ter se pravilno odzivala na izzive družbene odgovornosti. Družbena odgovornost oziroma sonaravni razvoj mora postati integralni del vsakodnevnega poslovanja podjetij, s čimer bi podjetja začutila potrebo po vključitvi interesih skupin vanj.

Standard AA1000 omogoča podjetju vzpostaviti sistematično vključevanje interesnih skupin, kar generira kazalnike, cilje in sisteme poročanja, ki so potrebni za zagotavljanje učinkovitosti v poslovanju podjetja nasploh.

Marca 2003 so osnovni standard AA1000 dopolnili z jamstvenim standardom AA1000AS (angl. *assurance standard*), ki se uporablja zato, da zagotavlja jamstvo za javno dostopne informacije o družbeni odgovornosti, posebej poročil o družbeni odgovornosti in poročil o trajnostnem (sonaravnem) razvoju.

Standard AA1000 dopolnjuje tako standard GRI kot njegove smernice. Vse informacije o standardu AA1000 so na voljo na spletni strani <http://www.accountability21.net>.

3.4.3 Standard Social Accountability (SA8000)

Standard *Social Accountability* (SA8000) je bil uveden leta 1997. Standard od podjetja zahteva spoštovanje osnovnih delavskih pravic in zagotavljanje primernih delovnih razmer

za vse zaposlene. Razvila ga je ameriška nevladna organizacija *Social Accountability International* in je usmerjen k zagotavljanju človekovih pravic in temeljnih pravic zaposlenih, predvsem z vidika preverjanja delovnih pogojev. Leta 2001 je bil standard obnovljen in dopolnjen.

Pri pripravi SA8000 so sodelovali predstavniki sindikatov, organizacije za človekove pravice, akademiki, podjetniki, obrtniki kot tudi svetovalna, računovodska in podjetja, ki podeljujejo certifikate. Standard vključuje verjetna, razumljiva in učinkovita orodja, ki omogočajo humana delovna mesta.

SA8000 obravnava: delo otrok, prisilno delo, zdravje in varstvo pri delu, svobodo združevanja in pravico do kolektivnih pogajanj, diskriminacijo, disciplinske ukrepe, delovni čas in pravična plačila. SA8000 je minimalni standard, ki se uporablja takrat, ko veljavna zakonodaja, mednarodne konvencije ali podzakonski predpisi ne vsebujejo ustreznih zahtev ali pa so te blažje od določil standarda. Uporaben je kot osnova za izvedbo notranje presoje, za presojanje dobaviteljev ali za neodvisno presojanje, ki ga izvajajo akreditirane organizacije in se konča s podelitvijo certifikata. V Sloveniji ga podeljuje mednarodna certifikacijska hiša BVQI.

Vse informacije o standardu so na voljo na spletni strani <http://www.sa-intl.org>.

3.4.4 Predpis EMAS

Predpis EMAS (angl. *Eco-Management and Audit Scheme*) je uvedla Evropska unija leta 1995. EMAS je managersko orodje za podjetja in druge organizacije za ovrednotenje, poročanje in izboljšanje vplivov na okolje. Leta 2001 je bila uporaba predpisa razširjena na vse gospodarske subjekte in tudi na javni sektor. V letošnjem letu je Evropski parlament potrdil revizijo in dopolnitev predpisa zato, da bi se povečalo število udeležencev in zmanjšalo administrativne ovire in stroške, posebej za majhna in srednje velika podjetja. Vključitev v shemo je prostovoljna, za sodelujoče v njej pa je izpolnjevanje predpisanih pravil obvezno.

Predpis EMAS zahteva skladnost poslovanja z okoljsko zakonodajo. Bistveni elementi sistema so začetni okoljski pregled, sistem ravnanja z okoljem po ISO 14001, okoljska

izjava, potrjena okoljska izjava in registracija. Poudarja pomen vključevanja zaposlenih v implementacijo predpisa in zahteva preučitev tako neposrednih kot tudi posrednih okoljskih vidikov ter sistematično razkrivanje okoljskih informacij.

Vse informacije o predpisu EMAS so na voljo na spletni strani <http://ec.europa.eu/environment/emas>.

3.4.5 Standardi International Standardisation Organisation (ISO)

Mednarodni standardi za ravnanje z okoljem ISO 14000 so relativno novi v primerjavi z drugimi standardi za vzorčenje, preskušanje in analitske metode za spremljanje in nadzor posebnih okoljskih vidikov. Nanašajo se izključno na področje vplivov na okolje in ne na širši vidik družbene odgovornosti. Standardi ISO 14000 za ravnanje z okoljem so uporabni za vse organizacije in naj bi jim priskrbeli elemente učinkovitega ravnanja z okoljem. Sistem ravnanja z okoljem omogoča organizacijam vzpostaviti red in doslednost pri reševanju okoljskih vprašanj, primerno porazdeliti sredstva, določiti odgovornosti in stalno ocenjevati ravnanje, postopke in procese.

Standarde ISO 14000 pripravlja in vzdržuje mednarodni tehnični odbor ISO/TC 207 Ravnanje z okoljem, ki je bil ustanovljen leta 1993. Na pobudo Slovenskega inštituta za kakovost in meroslovje je bil leta 1995 ustanovljen slovenski tehnični odbor USM/TC UZO Upravljanje z okoljem. Področje dela slovenskega tehničnega odbora so standardi za orodja in sisteme za ravnanje z okoljem (<http://www.sist.si>).

Leta 2004 je bil standard ISO 14000 dopolnjen z namenom povečanja razumevanja standarda. Na podlagi tega standarda podjetja spremljajo in poročajo sistematično o vseh okoljskih dejavnikih. Standardi ne določajo vsebine poročila, določajo pa, da mora poročilo celovito in razumljivo predstaviti vplive podjetja na okolje.

Predvidoma v letu 2010 bo uveden standard ISO26000 (angl. *Guidance on Social Responsibility*), ki ga je skupina strokovnjakov začela pripravljati že leta 2005. Standard poudarja doseganje trajnosti v svetovnem merilu, interesnih skupin iz držav v razvoju, malih in srednje velikih podjetij ter povezovanje poslovne sfere z vladnimi organizacijami in civilno družbo oziroma partnerstvo družbenih sektorjev (6 glavnih interesnih skupin:

industrija, vlada, zaposleni, potrošniki, nevladne organizacije in drugi, v smislu geografskega ravnotežja in enakopravnosti obeh spolov). ISO 26000 bo namenjen organizacijam v javnem in zasebnem sektorju. Spodbujal bo prostovoljno zavezanost družbeni odgovornosti in ne bo namenjen certificiranju. V Sloveniji se na uvajanje standarda ISO 26000 že pripravljajo v SIQ – Slovenskem inštitutu za kakovost in meroslovje. Štiri ključna področja družbene odgovornosti, ki jih standard opredeljuje, so: okolje, človekove pravice in zaposlovanje, vodenje organizacije in etična načela ravnanja, vprašanja povezana s kupci/potrošniki ter vključenost v razvoj skupnosti/družbe. Zahteve standarda bodo torej usmerjene v trajnostni razvoj organizacij, njihovo odgovornost do kupcev blaga in storitev, odgovornost do zaposlenih, lokalne in širše skupnosti ter naravnega okolja. Organizacija ISO si je zadala, da se bo uskladila z obstoječimi standardi družbene odgovornosti in se izogibala konfliktom. Rezultat tega je, da usklajevanja s standardom GRI že potekajo.

Vse informacije o standardih ISO so na voljo na spletni strani <http://isotc.iso.org>.

3.4.6 Upoštevanje standardov kot pogoj za revidiranje poročil

Dobro razviti, splošno sprejeti in uveljavljeni standardi so pogoj, da z revidiranjem poročanja pripomoremo k verodostojnosti poročil. Nujnost revidiranja poročil o družbeni odgovornosti izhaja iz kritike, da predstavlja poročanje o družbeni odgovornosti le orodje za odnose z javnostmi brez vsebine. Ne glede na tovrstne pomisleke, študija KPMG iz leta 2002 razkriva, da ima kar 29 % podjetij revidirana poročila o družbeni odgovornosti. 65 % poročil so revidirale revizijske hiše, ki se sicer ukvarjajo z revizijo računovodskih izkazov, 10 % so jih verificirale agencije, ki se s tem ukvarjajo (na primer BVQI za ISO standarde), 15–21 % poročil pa so verificirali razni tehnični inštituti.

Smernice GRI vključujejo tudi načelo primernosti za revizijo (angl. *audibility*), kar potrjuje, da revizija še povečuje stopnjo celovitosti, kakovosti in verodostojnosti poročanja o trajnostnem razvoju, sicer pa splošno sprejetih standardov, ki bi zagotavljali jamstvo za poročila o trajnostnem razvoju ni (Woods & Colson, 2003, str. 65).

Pogoj za uspešno revidiranje je multidisciplinaren pristop, pri katerem bi sodelovali okoljski strokovnjaki, družboslovci in ne le računovodje – revizorji. Le celovito

razumevanje računovodskega, družbenega in okoljskega poročanja bi zagotavljalo realno oceno poročil o družbeni odgovornosti. Prispevek k razvoju področja so standardi revidiranja AA 1000, ki jih je pripravilo združenje *AccountAbility*.

Večina zahtev po razkritjih v zvezi z družbeno odgovornostjo ostaja nenatančno dorečenih. V nasprotju s finančnimi izkazi, razkritja o družbeni odgovornosti navadno niso revidirana. Doslej še nobeno podjetje ni bilo sodno preganjano zato, ker ni poročalo o družbeni odgovornosti, ali je v poročanju zavajalo, navajalo nepopolne in nekonsistentne podatke (Vogel, 2005, str. 188). Tudi zato gre razvoj na področju poročanja o družbeni odgovornosti v smer prostovoljstva, kar pomeni tudi manjšo potrebo po standardizaciji in s tem tudi potrebo oziroma sploh zmožnost revidiranja.

Poleg standardov, ki torej skrbijo za sistematično in enostavnejšo pripravo poročil o družbeni odgovornosti, omogočajo njihovo primerljivost in revizijo, pa ima pomemben vpliv na kakovost poročanja o družbeni odgovornosti tudi regulacija področja družbene odgovornosti v posamezni državi kot tudi na nivoju Evropske unije.

3.5 VPRAŠANJE REGULACIJE POROČANJA O DRUŽBENI ODGOVORNOSTI V EVROPSKI UNIJI

Kot sem navedla že v poglavju o opredelitvi poročanja o družbeni odgovornosti, je Evropska komisija družbeno odgovornost podjetij opredelila kot koncept, po katerem podjetja v svoje poslovno delovanje in odnose z zainteresiranimi udeleženci prostovoljno vključujejo družbeno in okoljsko skrb. Evropska komisija je prevzela aktivno vlogo pri promociji družbene odgovornosti, saj jo vidi kot eden od načinov dviga konkurenčnosti in prizadevanja za trajnostno družbo. Družbena odgovornost podjetij prispeva k uresničevanju ciljev Evropske unije: izboljšati konkurenčnost, doseči odličnost in ustvariti trajnostno družbo. Da bi tržno gospodarstvo postalo uspešen gospodarski model, mora graditi na nekaj bistvenih predpostavkah: po eni strani na učinkovitem in usklajenem zakonodajnem in regulativnem okviru; po drugi strani na samoomejevanju in samonadzoru ter na proaktivnem okolju za inovacije in podjetništvo, na pravičnosti in zaupanju: vsi ti elementi so potrebni za povezavo visoke stopnje gospodarskega uspeha, varstva okolja, socialne kohezije in blagostanja (<http://eur-lex.europa.eu>).

Proces promocije družbeno odgovornega ravnanja podjetij in drugih ustanov v Evropski uniji se je začel z Lizbonsko strategijo leta 2000, ko je Lizbonski svet pozval podjetja k čutu za družbeno odgovornost, je bil dosežen velik napredek glede družbene odgovornosti podjetij. Lizbonska strategija spodbuja rast in delovna mesta na način, ki je popolnoma v skladu s trajnostnim razvojem, ki ostaja najsplošnejši cilj Evropske unije. Podjetja, ki so gonilo gospodarske rasti, ustvarjajo delovna mesta in spodbujajo inovacije, so ključni udeleženci pri doseganju ciljev Lizbonske strategije in trajnostnega razvoja.

Leta 2001 je bila sprejeta Zelena knjiga (angl. *Green paper*), ki jo je pripravila Komisija za Promocijo družbene odgovornosti (angl. *Promoting European framework for CSR*). Posebno poglavje je namenjeno poročanju o družbeni odgovornosti, kjer je zapisano, da je treba oblikovati dogovore glede vrste razkritij, oblike poročanja in konsenz. Zelena knjiga opozarja, da sicer številna podjetja izdajajo poročila o družbeni odgovornosti predvsem v zvezi z okoljem, zdravjem in varnostjo, zelo redka pa so v zvezi s človekovimi pravicami in delom otrok. Poročanje je tako raznovrstno, kot so pristopih k družbeni odgovornosti, zato je pomembno, da se za ta poročila oblikuje soglasje v zvezi z vrstami informacij, ki morajo biti razkrite, oblikami poročanja, vrednotenjem in postopki revizije. Glavne mednarodne pobude se osredotočajo na globalizacijo standardov družbene odgovornosti, javno razkritje informacij in razvoj poročanja o družbeni odgovornosti. GRI kot standard poročanja je naveden kot primer najboljše prakse z okoljskega vidika, saj omogoča primerljivost podjetij in smernice poročanja vključuje tudi v družbeno (socialno) poročanje. Evropska komisija predlaga, da je treba podjetjem zagotoviti smernice in orodja, ki jim omogočajo, da učinkovito poročajo o svoji družbeni odgovornosti.

Istega leta je Evropska komisija problem nezadostnosti računovodskega poročanja za predstavitev poštenega in resničnega položaja podjetja ter njegove uspešnosti naslovila z izdajo dokumenta Priporočila glede priznanja, merjenja in razkritij okoljskih problemov v letnih poročilih.

Leta 2002 je bil ustanovljen Forum interesnih skupin za družbeno odgovornost podjetij EU, ki se je v svojem poročilu v letu 2004 zavzel za prostovoljno integracijo okoljskih in družbenih problemov v poslovne strategije. Forum za družbeno odgovornost podjetij je združil predstavnike podjetij, sindikatov, civilne družbe in Komisije v vlogi pobudnika. Komisija se strinja z interesnimi skupinami, da če bi vsi akterji upoštevali priporočila iz

poročila, bi to pripomoglo k napredku na področju družbene odgovornosti podjetij v Evropi in po svetu. Forum je uspel doseči soglasje med udeleženci, prav tako pa je razkril pomembne razlike v mnenju gospodarskih in negospodarskih interesnih skupin ter potrdil potrebo po dejavnostih za nadaljnje dvigovanje ozaveščenosti in nadaljnje usposabljanje. Ni bilo pa doseženo soglasje glede obveznosti poročanja s strani podjetij ali potreba po evropskih standardih za družbeno odgovornost podjetij.

Leta 2006 je Evropska komisija izdala dokument z naslovom Izvajanje partnerstva za rast in delovna mesta Evropa – središče odličnosti za družbeno odgovornost podjetij. Evropska komisija podpira vzpostavitev Evropske zveze za družbeno odgovornost podjetij, ki predstavlja politično okrilje za nove in obstoječe pobude glede družbene odgovornosti podjetij, ki jih podajo podjetja in njihove interesne skupine. Zveza je odprte narave in evropska podjetja vseh velikosti so vabljeni, da prostovoljno izrazijo svojo podporo. Evropska komisija pričakuje, da bo imela zveza pomemben vpliv na odnos evropskih podjetij do družbene odgovornosti podjetij in na njihovo pozitivno udeležbo v družbenih in okoljskih vprašanjih. Za pospeševanje preglednosti, vidnosti in verodostojnosti praks na področju družbene odgovornosti podjetij Komisija spodbuja podjetja, da podprejo zvezo, da bodo informacije o družbeni odgovornosti podjetij na razpolago vsem interesnim skupinam, tudi porabnikom, vlagateljem in širši javnosti. Zlasti velika podjetja bi morala predstaviti strategije, pobude, njihove rezultate ali najboljše prakse glede družbene odgovornosti podjetij na javnosti zlahka dostopen način. Poleg tega bo Evropska komisija še naprej podpirala interesne skupine pri razvoju njihovih zmogljivosti, da ocenijo in ovrednotijo prakse na področju družbene odgovornosti podjetij (<http://eur-lex.europa.eu>).

Evropska komisija zagovarja načelo prostovoljnega družbeno odgovornega obnašanja in poročanja o tem s strani podjetij, saj gre za sistem vrednot, ki morajo funkcionirati brez prisile, in je kljub predlogom v Zeleni knjigi o uvedbi obveznega poročanja te zavrnila z utemeljitvijo, da bi zakonske zahteve po poročanju o družbeni odgovornosti povzročile evropskim podjetjem dodatne stroške, s tem zmanjševale njihovo konkurenčno prednost in bi lahko postala nekonkurenčna v primerjavi z ameriškimi in azijskimi podjetji.

Evropska unija torej zelo podpira družbeno odgovorno ravnanje podjetij, predvsem na načelni ravni, vendar z vidika zakonodaje tega področja dejansko ne regulira.

Kar zadeva računovodsko poročanje, so bile obstoječe direktive popravljene z novo direktivo 2003/51/EC (<http://eur-lex.europa.eu>), ki zahteva, da podjetja od leta 2005 predstavijo izčrpnjši pogled na razvoj, uspešnost ter finančni položaj s finančnimi in nefinančnimi kazalci, relevantnimi za določeno dejavnost. Ti naj bi zajemali tudi kazalce okolja in kazalce v zvezi z zaposlenimi, vendar imajo zaradi šele razvijajočega se področja ter potencialnega bremena, ki bi jih dodatne obveznosti poročanja lahko povzročile manjšim podjetjem, države članice možnost izvzeti manjša podjetja iz zakonskih zahtev. Te spremembe prinašajo le ohlapno definirana merila poročanja v zvezi z neračunovodskimi informacijami brez vsakršnih vnaprej določenih kazalcev.

3.5.1 Vprašanje regulacije poročanja v posameznih evropskih državah

Večina držav se nagiba k mnenju, da bo prav prostovoljno poročanje z izbranim naborom mednarodnih standardov s strani podjetji omogočalo vpeljevanje sistema poročanja o družbeni odgovornosti, ki ga bodo določale zakonodaje posameznih držav. Vedno več zagovornikov družbene odgovornosti pa meni, da podjetja z družbeno odgovornostjo ne morejo nase prevzeti bremena države: država mora z zakonodajo poskrbeti, da se nekatere vrednote družbe prevedejo v predpise in davke ter s tem zagotoviti sistematično zaščito naravnega okolja in družbenih vrednot (Slapničar, 2007, str. 25).

V večini evropskih držav ni nobene dodatne regulative poročanja o družbeni odgovornosti podjetij. Nekatere evropske države so že od leta 1995 začele v zakonodajo vključevati zahteve, da podjetja v svoja poročila vključijo tudi nefinančna razkritja in poročajo o družbeni ter okoljski odgovornosti. Od leta 1996 morajo vsa belgijska podjetja in podružnice tujih podjetij izdajati poročila o družbeni odgovornosti. Nizozemska zakonodaja zavezuje več kot 200 podjetij, da poročajo o svojih vplivih na okolje. Francija zahteva od podjetij, ki kotirajo na borzi, poročanje o družbenih, okoljskih in finančnih rezultatih poslovanja (Vogel, 2005, str. 188). Britanska vlada je leta 2005 skušala vpeljati zakon, ki bi od vseh podjetij, ki kotirajo na borzah (okoli 1.300) zahteval objavo poslovnega in finančnega pregleda (*angl. Operating and Financial Review*), ki bi zagotavljal visoko kakovost opisnega poročanja. Zaradi velikega pritiska kapitala, je bil zakon umaknjen, kljub temu da je bil že v zadnji fazi sprejemanja. V Veliki Britaniji tako veljajo le direktiva Evropske unije 2003/51/EC (www.article13.com). Danski parlament je decembra 2008 sprejel zakon, ki 1.100 največjih javnih podjetij, državnih podjetij in

institucij zavezuje k poročanju o družbeni odgovornosti, podobno kot to že velja na Švedskem in Norveškem (<http://csrinfo.org>).

Tabela 1: Kratak opis regulacije poročanja o družbeni odgovornosti v posameznih državah

<i>Država</i>	<i>Vrsta poročanja</i>	<i>Veljavna regulacija</i>	<i>Zahteve o poročanju o družbeni odgovornosti</i>
<i>Danska</i>	Letno poročilo Obvezen in revidiran finančni in poslovni pregled Zeleni izkazi	Zakon o poročanju o družbeni odgovornosti, 2008 Dokument o letnih izkazih, januar, 2001 Zakon o zelenih izkazih, 1995	Poročanje o družbeni odgovornosti mora biti zajeto v letnih poročilih. Zahteva razkritja o virih intelektualnega kapitala in vplivih na okoljem, vendar nivo razkritij ni natančno predpisan Pripraviti jih morajo podjetja z negativnim vplivom na okolje.
<i>Francija</i>	Letno poročilo	Zakon "Nove ekonomske regulacije" (fr. Nouvelles Régulations économiques), 2002	Vse javne družbe morajo objaviti družbene in okoljske informacije v letnih poročilih (po seznamu področij).
<i>Nizozemska</i>	Poročilo o okoljskih zadevah	Zakon o varovanju okolja, 1997	Vključuje sekcijo o okoljskem poročanju in določa katera podjetja morajo poročati (več kot 250).
<i>Norveška</i>	Poročilo predsednika uprave v letnem poročilu	Zakon o računovodstvu, 1999	Vsa podjetja morajo razkriti natančne okoljske informacije.
<i>Švedska</i>	Poročilo uprave v letnem poročilu	Dopolnitev k zakonu o letnih izkazih, 1999	Podjetja, od katerih se zahteva okoljska dovoljenja, so zavezana k vključitvi kratka razkritja o okoljskih informacijah v okviru poročila uprave.
<i>Velika Britanija</i>	Poročilo pokojninskih skladov	Pokojninski zakon, 2000	Zahteva od upraviteljev pokojninskih skladov, da razkrijejo, ali upoštevajo družbene in okoljske zadeve pri odločitvah o investicijah.

Viri: Zerk, Multinationals and corporate social responsibility: Limitations and opportunities in international law, 2006, str. 173, CSR reporting obligatoy in Denmark (<http://www.csrinfo.org>), O. Delbard, CSR legislation in France and the European regulatory paradox: an analysis of EU CSR policy and sustainability reporting practice, str. 398.

3.5.2 Vprašanje regulacije poročanja o družbeni odgovornosti v Sloveniji

Tudi v Sloveniji zakonodaja ne zahteva obveznih razkritij v zvezi z družbeno odgovornostjo v letnih poročilih ali samostojnih poročilih o družbeni odgovornosti (okoljskih poročilih, poročilih o trajnostnem razvoju ipd.). V Zakonu o gospodarskih družbah, ki je bil sprejet v 2006, in njegovimi dopolnitvami ter spremembami do poletja leta 2009, se odraža stanje v Evropski uniji. Slovenija v tem pogledu ni naprednejša, saj zakon izvzema manjša podjetja, ki ne kotirajo, iz zahtev po razkritjih. Zahteva iz zakona o varstvu okolja iz leta 1993 o ekološkem knjigovodstvu za določene dejavnosti je bila opuščena z novim zakonom iz leta 2004.

Vlada Republike Slovenije je leta 2005 ustanovila medresorsko delovno skupino za družbeno odgovornost, konec leta 2005 pa pripravila Nacionalno poročilo o javni politiki na področju družbene odgovornosti podjetij v Sloveniji.

Slovenski računovodski standardi (SRS) v standardu številka 30 – Računovodsko informiranje – opredeljujejo, da je treba upoštevati različne potrebe interesnih skupin po informacijah, ki jih morajo podjetja upoštevati in se jim kar najbolj prilagajati, vendar se pri tem nikakor in nikoli ne smejo ogrozati pravice interesnih skupin do popolnega in bistvenega informiranja. V pojasnilih standarda je zapisano, da javnost, predvsem v kraju, v katerem podjetje deluje, želi iz računovodskih informacij ugotavljati, ali podjetje ogroža človekovo okolje, in če ga, kako to ogrožanje omejiti ali preprečiti, ter kakšne so gospodarske in finančne možnosti podjetja za pomoč pri reševanju krajevnih problemov in v zvezi z zaposlovanjem. Zato zanimata javnost predvsem dobičkonosnost poslovanja in finančni položaj podjetja. Na podlagi SRS je treba torej ovrednotiti potencialna okoljska tveganja enako kot katera koli druga. Inherentna negotovost glede potencialnih okoljskih obveznosti daje managerjem diskrecijsko pravico, kaj razkriti.

Področja poročanja o družbeni odgovornosti so opredeljena tudi v Kodeksu upravljanja javnih delniških družb (angl. *Corporate Governance Code*), ki so ga sporazumno oblikovali in sprejeli Ljubljanska borza, Združenje članov nadzornih svetov in Združenje Manager leta 2004, ter spremenili in dopolnili leta 2005 in 2007 z namenom oblikovati pregleden in razumljiv sistem upravljanja, ki viša raven zaupanja v podjetja, ki kotirajo na organiziranem trgu Ljubljanske borze (lahko pa mu sledijo tudi preostala podjetja) tako

domačih kot tujih vlagateljev, zaposlenih in tudi širše javnosti v slovenski sistem upravljanja. To so: področje zaposlenih, področje odnosov s porabniki, kupci, področje odnosov z lokalno skupnostjo, do okolja, področje etičnih vprašanj in raziskav ter razvoja.

Pomembno vlogo pri promociji družbene odgovornosti in njenem poročanju, istočasno pa tudi k sistematizaciji in poenotenju poročanja, imajo tudi številne organizacije, ki organizirajo različna tekmovanja s tega področja, kot so: priznanje Republike Slovenije za poslovno odličnost, certifikat Družini prijazno podjetje, tekmovanje za najboljše letno poročilo Financ, ki ima posebno sekcijo o družbeni odgovornosti, Zlata nit – tekmovanje za najboljšega zaposlovalca pri Dnevniku ter Horus, slovenska nagrada za družbeno odgovornost, ki je bila prvič podeljena v letošnjem letu.

3.6 PREDHODNE RAZISKAVE O DRUŽBENI ODGOVORNOSTI IN POROČANJU O DRUŽBENI ODGOVORNOSTI

Z razvojem teorij o družbeni odgovornosti se je v 70. letih sprožil tudi večji obseg raziskovanja družbene odgovornosti podjetij. Številni raziskovalci so sprejeli Friedmanovo teorijo, da je osnovna odgovornost podjetij zagotavljanje vrednosti za delničarje. Zato je bilo izdelano veliko raziskav, ki so skušale izmeriti stroške in koristi družbenih ter okoljskih iniciativ, da bi razkrile vzroke tega delovanja.

Raziskovalci so se osredotočali na tri vzorčna razmerja:

- povezanost med družbeno odgovornim ravnanjem in poročanjem o tem;
- vpliv družbeno odgovornega ravnanja na ekonomsko uspešnost in
- vpliv poročanja o družbeno odgovornem ravnanju na ekonomsko uspešnost.

3.6.1 Pregled mednarodnih raziskav o družbeni odgovornosti

Bakker s sodelavci (2007, str. 77) navaja, da je bilo leta 2003 pregledanih 127 empiričnih raziskav, ki so bile izdelane med letoma 1972 in 2002 in so preverjale povezanost med družbeno odgovornostjo in finančno uspešnostjo podjetij. Skoraj polovica raziskav je dokazala pozitivno povezanost, samo 7 raziskav je potrdilo negativno, 28 raziskav je potrdilo, da ni povezave, preostale raziskave pa so predstavile različne sklepe. Na podlagi te analize sta zaključila, da obstaja pozitivna povezanost med družbeno odgovornim ravnanjem podjetja in njegovim finančnim rezultatom, saj zelo malo dokazov vodi k

negativni povezavi. Iz tega sledi, da konflikta med družbeno odgovornim ravnanjem in maksimiziranjem dobička ni.

Margolis in Elfenbein (2008, str. 1) sta leta 2008 poudarila, da so raziskave v zadnjih 35 letih potrdile le nizko stopnjo povezave med družbeno odgovornim obnašanjem in finančno uspešnostjo ter da ni nobenih dokazov, da je družbeno odgovorno obnašanje tvegano, je pa za podjetja tvegano to, da jih razkrinkajo ob morebitnem neprimernem (družbeno neodgovornim) ravnanju.

Metodološki problemi pri raziskavah družbene odgovornosti so veliki. Zato obstaja možnost, da je povezanost med družbeno odgovornostjo in finančno uspešnostjo samo navidezna. Nekateri najpomembnejši problemi, kot sta jih opredelila Pedersen & Neergaard (2007, str. 77), so:

- obstajajo pomembne razlike med različnimi standardi, sistemi poročanja, kodeksi družbene odgovornosti, ki različne opredeljujejo stroške in koristi družbene odgovornosti;
- družbena odgovornost ima različne pomene za različne ljudi v različnem času na različnih krajih;
- izbira meril za družbeno odgovornost tudi lahko vpliva na korelacijo (Študija Plesnerja in Neergaarda iz leta 2005 je na primer potrdila negativno povezanost med družbeno odgovornostjo in donosnostjo delnic ter istočasno pozitivno korelacijo med družbeno odgovornostjo in donosnostjo sredstev.);
- podjetja poslujejo v različnih panogah, kar lahko vpliva na njihovo družbeno, okoljsko in ekonomsko ravnanje;
- velikost podjetij ima tudi vpliv na stroške in koristi, ki jih lahko pričakujemo od družbeno odgovornega ravnanja, zato prenašanje prakse z multinacionalnih podjetij na majhna in srednje velika podjetja (in obratno) ne daje enakih rezultatov;
- podjetja večinoma ne merijo stroškov in koristi družbene odgovornosti, ker je to zelo težko;
- stroški in koristi družbeno odgovornega ravnanja se pojavljajo v različnih časovnih okvirih;
- raziskave o družbeni odgovornosti večinoma zajemajo najboljša podjetja, česar pa ni mogoče prenesti na celotno panogo.

Nekatere od zgoraj naštetih problemov lahko odpravimo (na primer velikost podjetij ali panoga) v okviru opredelitve metodologije. Pri raziskavah v zvezi z merjenjem družbene odgovornosti je zelo pomembno, da se zavedamo heterogenosti družbeno odgovornega ravnanja podjetij in ne posplošujemo rezultatov o povezanosti med družbeno odgovornostjo in finančno uspešnostjo. Veliko študij se nagiba k zavračanju kakršnih koli povezav med družbeno odgovornostjo in ekonomsko uspešnostjo (Ullmann, 1985, str. 547).

Raziskovalci so v velikem številu skušali dokazati povezanost med družbeno odgovornostjo in ekonomsko uspešnostjo podjetja tudi zato, da bi upravičili razloge za družbeno odgovorno ravnanje podjetij. Če bi obstajala pozitivna povezanost, s tem ne oškodujejo lastnikov, managerji pa se lažje odločajo za družbeno odgovorno ravnanje.

Raziskovanje družbene odgovornosti in poročanja o njej je še vedno v zgodnji fazi razvoja, predvsem zaradi širine in kompleksnosti področja. Empirična preučevanja pojava poročanja o družbeni odgovornosti segajo v 70. leta prejšnjega stoletja. Razpoložljivost in primerljivost podatkov je poseben problem. Za mnoge države je značilno, da je pojav tako mlad, da ni na voljo daljših časovnih obdobj, v katerem bi se zbirale informacije. Avtorji so za analizo izbirali specifične dogodke. Različni rezultati so tako predvsem posledica različnih metodoloških pristopov. Razlike med njimi ne dajejo trdnih in neizpodbitnih dokazov, da večji obseg poročil pomeni tudi večjo družbeno angažiranost, niti ni ugotovljeno, ali bolj odgovorno obnašanje podjetij prinaša večjo ekonomsko uspešnost podjetij ali jo celo zmanjšuje.

Ullmann (1985, str. 549) je izdelal pregled 7 raziskav, ki so preverjale povezavo med poročanjem o družbeni odgovornosti in finančno uspešnostjo. Pri vsaki raziskavi so se pokazali različni rezultati: pozitivna korelacija, negativna korelacija ali brez korelacije, kar je posledica kompleksnosti in nezmožnosti določitve količinskih meril za dejavnike poročanja o družbeni odgovornosti ter vprašljivosti prenosa empiričnih ugotovitev o finančnem poročanju na poročanje o družbeni odgovornosti. Poročanje o družbeni odgovornosti je odvisno od spremenljivk, kot so velikost podjetja, vidnost panoge in podjetja, zunanji pritiski in vrednote managementa.

Ullmann (1985, str. 545) je izdelal tudi pregled 7 raziskav, ki so preverjale korelacijo med poročanjem o družbeni odgovornosti in družbeno odgovornim ravnanjem: 4 raziskave so pokazale, da korelacije ni, ena je pokazala negativno korelacijo, le dve pa pozitivno.

Pri pregledu 13, ki so preverjale korelacijo med družbeno odgovornostjo in finančno uspešnostjo, sta dve raziskavi pokazali negativno korelacijo, dve sta pokazali, da ni korelacije, 9 pa pozitivno korelacijo (Ullmann, 1985, str. 549).

Pregled raziskav, ki so merile, kako je družbena odgovornost podjetij prisotna v letnih poročilih podjetij, je izdelal tudi Bakker s sodelavci (2007, str. 54), ki je ugotovil, da so raziskave o poročanju o družbeni odgovornosti v letnih poročilih velikokrat omejene le na posamezna področja in le na posamezne države. Nekatere raziskave so proučevale, kako so predsedniki uprav v svojem pismu, ki je bilo vključeno v letno poročilo, omenjali področja družbene odgovornosti. V lastni raziskavi, ki je temeljila na iskanju in štetju ključnih besed v letnih poročilih podjetij iz Švedske, Kanade in Nizozemske (iz vsake države 18 podjetij iz različnih panog) v letih 1981, 1991 in 2001, pa je Bakker s sodelavci (2007, str. 70) ugotovil, da se obseg poročanja povečuje v vseh treh državah.

3.6.2 Pregled mednarodnih raziskav, ki so vključevale tudi Slovenijo

Poročanje o družbeni odgovornosti se v Sloveniji pojavlja šele v zadnjem desetletju, zato ni na voljo daljših časovnih obdobj, v katerih bi se zbirali podatki, zato je tudi raziskav s tega področja malo. Dve večji mednarodni raziskavi sta doslej vključili tudi Slovenijo:

- KPMG (2003, <http://www.kpmg.com>): Mednarodna raziskava o družbeno odgovornem poročanju podjetij (angl. *International Survey of Corporate Responsibility Reporting*) za leto 2002, in
- East west management institue (EWMI) (2008, <http://www.pfsprogram.org>): Raziskava o družbeno odgovornem poročanju največjih javnih družb v 11 državah srednje in vzhodne Evrope (angl. *Survey on Reporting on Corporate Social Responsibility by largest Listed Companies in 11 Central and Eastern European Countries*), 2004–2008.

Bistveni razliki med raziskavama sta v vzorcu, saj raziskava KPMG zajema po 100 največjih podjetij iz posameznih držav (tudi Slovenije) in še dodatno 250 največjih podjetij po seznamu Fortune 500, medtem ko raziskava EWMI upošteva le po 10 največjih podjetij

po tržni kapitalizaciji v posamezni državi ter periodičnosti zajemanja podatkov, saj se raziskava KPMG izvaja vsake tri leta, raziskava EWMI pa vsake pol leta.

3.6.2.1 Mednarodna raziskava o poročanju o družbeni odgovornosti, KPMG, 2002

KPMG je ena izmed največjih mednarodnih revizijskih in svetovalnih družb, ki izvaja raziskavo o poročanju o družbeni odgovornosti (angl. *International Survey of Corporate Sustainability Reporting 2002*) vsake tri leta že od leta 1993, vendar je bila vanjo Slovenija vključena le v letu 2002. V raziskavo je bilo vključenih 250 vodilnih podjetij s seznama največjih podjetij Fortune 500 in po 100 največjih podjetij iz 19 držav. V raziskavi so sodelovale: Avstralija, Belgija, Danska, Finska, Francija, Grčija, Italija, Japonska, Južnoafriška republika, Kanada, Madžarska, Nemčija, Nizozemska, Norveška, Slovenija, Španija, Švedska, Velika Britanija in Združene države Amerike. Raziskava je preučevala okoljsko poročanje, poročanje o zdravju, varstvu pri delu in delovnem okolju.

V slovenski del raziskave je bilo vključenih 80 največjih slovenskih podjetij po prihodkih leta 2000, 10 največjih bank po višini vseh sredstev ob koncu leta 2000 ter 10 največjih zavarovalnic po bruto obračunani premiji v letu 2000. Podjetja so bila zaprosena za dostavo letnih poročil ter drugih poročil, ki jih morebiti izdajajo: okoljska poročila, poročila o okolju, zdravju in varstvu pri delu, socialna poročila in trajnostna poročila. Trajnostnega poročila v letu 2000 ni izdalo nobeno slovensko podjetje, pet podjetij je izdalo posebna okoljska poročila. Informacije o okolju, zdravju, varstvu pri delu in delovnem okolju je v letna poročila vključilo 35 % slovenskih podjetij, bank in zavarovalnic.

Glavne ugotovitve raziskave po poročanju Vezjakove (2003, str. 1), odgovorne za slovenski del raziskave, so:

- Povečalo se je število podjetij, ki poleg letnih poročil izdajajo tudi okoljska, družbena in trajnostna poročila. Takih je zdaj približno 45 % podjetij iz skupine GFT 250 in 28 % od vodilnih 100 podjetij v 19 državah.
- V državah, v katerih so se poročanja o družbeni odgovornosti med 100 največjimi podjetji šele začela uveljavljati, kot so Grčija, Južnoafriška republika, Madžarska in Slovenija, je število podjetij, ki pripravljajo taka poročila, še vedno sorazmerno majhno.

- V primerjavi z letom 1999 se je med 100 največjimi podjetji najbolj povečalo število poročil v Veliki Britaniji, Franciji in na Finskem.
- Med podjetji iz skupine GFT 250 je 29 % podjetij dalo svoja poročila preveriti in potrditi pri neodvisnih zunanjih organizacijah. Ta odstotek je veliko višji, kot je bil v letu 1999. Med podjetji iz skupine 100 največjih podjetij v 19 državah jih ima tako potrjena poročila 27 %. 65 % poročil so preverili in potrdili strokovnjaki in revizorji največjih svetovnih revizijskih družb.
- Pomembna družbena vprašanja, ki jih ta poročila obravnavajo, so vključevanje podjetij v širšo skupnost (97 %), zdravje in varstvo pri delu (91 %), enake možnosti zaposlovanja (88 %), zadovoljstvo zaposlenih (67 %), človekove pravice (55 %), odnosi z dobavitelji (39 %), delo otrok (36 %), svoboda združevanja (27 %), poštena trgovina (18 %) in korupcija (15 %).
- Podjetja poročajo o ključnih poslovnih vzvodih in razlogih za svojo usmeritev v trajnost.
- Finančni sektor pri ocenjevanju podjetij in pri svojih odločitvah za nove naložbe vse bolj upošteva tudi tveganja v zvezi s trajnostjo. Mnoga podjetja si želijo biti vključene v nove sezname trajnostno naravnanih podjetji, kot sta na primer Dow Jones Sustainability Index ali FTSE4 Good Index, kar gotovo povečuje tudi njihov ugled na finančnih trgih. V zadnjih nekaj letih je opaziti zelo veliko rast naložb z visoko stopnjo družbene odgovornosti in to zlasti v ZDA ter Evropi. Če se bo taka usmeritev nadaljevala, bo trajnost postala pomemben dejavnik pri odločanju o naložbah in dostopu do lastniškega kapitala.

Raziskava KPMG (2002) je Slovenijo uvrstila na dno lestvice devetnajstih držav (na 17. mesto). Razloge za to, da je Slovenija leta 2002 uvrščena tako nizko, lahko iščemo v tem, da so slovenska podjetja v primerjavi s tujimi multinacionalkami majhna, velikost pa je ključni dejavnik poročanja. Po tej raziskavi je leta 2002 le 35 % od največjih 100 podjetij v državi vključilo poročilo o družbeni odgovornosti v letno poročilo, le 5 % podjetij pa je objavilo samostojno poročilo o družbeni odgovornosti. V primerjavi z drugimi državami, ki so bile vključene v raziskavo, je bilo poročanje o družbeni odgovornosti v Sloveniji leta 2002 na zelo nizki ravni. Raziskavo KPMG izvaja vsaka tri leta, vendar je bila Slovenija vključena v raziskavo le v letu 2002, v letih 2005 in 2008 pa ni bila več vključena, zato primerjava v času žal ni mogoča.

3.6.2.2 Raziskava o poročanju družbeni odgovornosti največjih javnih podjetij v 11 državah srednje in vzhodne Evrope, EWMI, 2008

East West Management Institute (EWMI) je leta 1988 ustanovljena neodvisna in neprofitna organizacija, ki promovira globalno spoštovanje prava, civilne družbe in svobodnega trga, ki deluje v številnih državah po svetu. Raziskavo o družbeni odgovornosti v izbranih državah izvaja od leta 2001 v polletnem intervalu z namenom ocene trenutnega izvajanja razkritij o družbeni odgovornosti med podjetji in identifikacije najboljših praks. V raziskavo, ki je bila izvedena aprila 2008, je bilo vključenih 10 največjih podjetij v državi po tržni kapitalizaciji v enajstih državah srednje in vzhodne Evrope. Iz Slovenije so bila vključena naslednja podjetja: Droga, Gorenje, Intereuropa, Istrabenz, Krka, Luka Koper, Mercator, Petrol, Pivovarna Laško in Sava. Podjetja iz Češke, Estonije, Latvije, Litve, Slovaške in Slovenije so bila analizirana že enajstič, podjetja iz Madžarske in Poljske devetič in podjetja iz Bolgarije, Hrvaške in Romunije devetič. S tem je omogočena tudi primerjava v času. Z analizo razkritij tako v letnih poročilih kot na spletnih straneh raziskava pokaže tudi na čas publikacij letnih poročil in kako ažurno podjetja poročajo na spletnih straneh. Raziskava omogoča podjetjem, da med seboj primerjajo načine razkrivanja, tako na nacionalni, regionalni ali panožni ravni.

Raziskava analizira razkritja podjetij v angleškem jeziku (v angleških letnih poročilih in angleških spletnih straneh podjetij) v času zadnjem polletnem obdobju na treh področjih: upravljanje podjetja, okoljska politika in socialna politika.

Raziskava, ki je bila opravljena v prvi polovici leta 2008, je potrdila visoko stopnjo razkritij v zvezi z upravljanjem podjetja, kar predstavlja nadaljevanja trenda v zadnjih petih letih. Več informacij je tudi razkritih na področju socialne politike glede na predhodne raziskave. Razkritje informacij v zvezi z okoljskim ravnanjem in okoljskimi standardi kot tudi o uporabi vode in drugih energentov se sicer prav tako povečuje, vendar je še vedno na zelo nizkem nivoju, veliko možnosti obstaja še za izboljšanje razkrivanja podatkov o okolju.

Rezultati raziskave v prvi polovici leta 2008, v katero je bilo vključenih 10 slovenskih podjetij, so pokazali:

- 96 % od 110 podjetij je imelo angleško spletno stran, leta 2005 le 82 %;

- 94 % od 110 podjetij je imelo na spletni strani objavljeno letno poročilo v angleškem jeziku;
- 71 % podjetij poroča o razvoju in bonitetah zaposlenih, v prejšnjih letih je bil ta odstotek bistveno nižji, 64 %;
- 34 % podjetij razkriva informacije o okoljskih vplivih, leta 2004 jih je le 27 %;
- 26 % podjetij pripravlja samostojno poročilo o družbeni odgovornosti v angleškem jeziku, od teh jih le 25 % uporablja uveljavljanja standarde.

V nasprotju s številnimi drugimi raziskavami, ki se v svetu opravljajo na daljši časovni interval (tri, pet ali celo deset let), se ta raziskava izvaja dvakrat na leto. S tem je omogočena analiza ažurnosti poročanja o družbeni odgovornosti. Iz pregleda rezultatov raziskave lahko tudi ocenimo, da podjetja razumejo družbeno odgovornost kot izpolnjevanje zahtevam zakonodaje in v okviru odnosa do lokalne skupnosti, kjer namenjajo denarna sredstva za družbene dejavnosti. O vplivih na okolje, politiki in strategiji okoljevarstva, rabe z energijo, integriranje okoljevarstvene politike nazaj v nabavni verigi, podjetja skoraj ne poročajo. O odnosih z zaposlenimi je poročala le slaba tretjina podjetij. Rezultati so indikativni, a zaradi izbora podjetij ne morejo biti posplošeni. Prvih deset slovenskih borznih podjetij (po velikosti) je daleč prekašalo prvih deset podjetij iz katere koli druge tranzicijske države v okoljskem in v družbenem poročanju. Do rezultatov mednarodnih primerjav, ki ne upoštevajo velikosti podjetij ali strukture panog, je treba imeti določen pridržek. Največje slovensko podjetje je približno sedemkrat manjše od 500. podjetja, uvrščenega na lestvici Fortune Global 500.

3.6.3 Raziskava o dejavnikih razkritij o družbeni odgovornosti slovenskih borznih podjetij leta 2003

Leta 2004 je Slapničarjeva izvedla raziskavo o dejavnikih razkritij o družbeni odgovornosti slovenskih borznih podjetij. Avtorica je raziskala stanje poročanja na vzorcu vseh 105 nefinančnih podjetij, ki so kotirala na organiziranem in prostem trgu Ljubljanske borze konec leta 2003. Podatki o družbeni odgovornosti izhajajo iz letnih poročil podjetij. Ugotovila je, da je bila razpoložljivost letnih poročil na spletnih straneh kritična, saj kar 40 % podjetij ni objavilo letnih poročil na spletnih straneh. To pa ni vplivalo na končno število analiziranih letnih poročil, saj je vsa manjkajoča zagotovila Ljubljanska borza. Merilo obsega poročanja je bilo oblikovano na podlagi metodologije vsebinske analize.

Raziskava je pokrila področja vplivov na okolja, odnosov z lokalno skupnostjo, odnosov do zaposlenih, odnosov do dobaviteljev in do kupcev. Splošni rezultat raziskave je pokazal, da je bilo poročanje o družbeni odgovornosti precej skromno. Za vsa področja poročanja o družbeni odgovornosti je bila najpogostejša ocena 0, področje ni omenjeno. Čeprav je imelo 26,6 % vzorčnih podjetij okoljski ISO 14001, je le 17,1 % podjetij poročalo o tem. To pomeni, da nekatera podjetja niso videla nobenega razloga, zakaj bi poročala o tem, ali se ne zavedajo prednosti teh sporočil zainteresiranim interesnim skupinam. 28,6 % podjetij omenja sponzorstva, večina med njimi tudi, katerim organizacijam jih izplačujejo, a le 6,7 % omenja zneske. Avtorica navaja, da pri branju poglavja o zaposlenih bralec dobi vtis, da poglavje ni namenjeno informiranju zaposlenih kot pomembne interesne skupine, ki bi tu lahko prepoznala ugodnosti v zvezi s svojo zaposlitvijo, pač pa je fokus obrnjen: kako zaposleni koristijo podjetju. Običajna je demografska analiza zaposlenih, a mnogo letnih poročil ostane zgolj pri tem. Naložbe v izobraževanje zaposlenih so velikokrat podane, redko pa merijo učinke izobraževanja. Pri kakovosti podjetja omenjajo, da imajo ISO 9001, ni pa to v kontekstu izboljšav bodisi glede zadovoljstva kupcev bodisi zmanjšanja reklamacij ipd. Velja pa omeniti, da pri tem obstajajo izjeme z nadpovprečno dobrimi poročili. Raziskava daje kar optimistične rezultate. V letu 2003 je 89,5 % podjetij od 105 vzorčnih podjetij v letno poročilo vključilo vsaj kakšno informacijo o družbeni odgovornosti v letno poročilo. 40 % odstotkov variabilnosti poročanja o družbeni odgovornosti pojasnjujejo trije dejavniki, to so: več informacij o družbeni odgovornosti dajejo večja podjetja (merjeno s sredstvi in prihodki), podjetja iz panog, ki imajo bolj negativni vpliv na okolje, in podjetja, ki so uvrščena v borzno kotacijo. Taki rezultati so posledica političnih stroškov, ki bi jih podjetja lahko utrpela ob manjši preglednosti svojega delovanja v družbeni odgovornosti (Slapničar, 2004, str. 536).

4 ANALIZA DEJAVNIKOV POROČANJA O DRUŽBENI ODGOVORNOSTI SLOVENSКИH JAVNIH DELNIŠKIH DRUŽB

4.1 OPREDELITEV HIPOTEZ

Podjetja pripravljajo poročila o družbeni odgovornosti. V zvezi s tem se odpirajo še številna vprašanja: Zakaj teh poročil ne pripravljajo vsa podjetja? Katera podjetja poročajo o družbeni odgovornosti? Kaj vpliva na obseg in kakovost poročanja o družbeni

odgovornosti? Katera področja družbene odgovornosti so v poročanja največkrat zajeta? Ali se število podjetij, ki poročajo o družbeni odgovornosti, povečuje?

Iz predstavljenih teorij o poročanju o družbeni odgovornosti izhaja, da podjetja poročajo o družbeni odgovornosti predvsem zato, da bi minimizirala stroške, ki bi jih lahko utrpela, če ne bi kazala družbeno sprejemljivega vedenja. Večja podjetja, podjetja iz panog z večjim vplivom na okolje in podjetja, ki kotirajo na borzi, so tudi bolj izpostavljena možnosti uvedbe ostrejših zakonodaj, večjim pritiskom javnosti in zato razkrivajo več informacij o svojem delovanju v prid okolju z namenom, da bi državo prepričala, da regulacija na tem področju ni potrebna (Deegan, 2002, str. 300).

Tudi Wats in Zimmerman (1986) ugotavljata, da velikost podjetja vpliva na način poročanja podjetij, ker lahko večja podjetja utrpijo višje potencialne politične oziroma družbene stroške. Gibbins s sodelavci (1990) je ugotovil, da na poročanje vplivajo tudi panožne norme.

Prav tako na obseg poročanja o družbeni odgovornosti vplivajo institucionalne in tržne sile. Institucionalne sile predstavljajo zakonodaja, standardi in regulative posameznih področij, tržne sile pa se nanašajo na pritiske na trgu. Tudi kupci izdelkov ali uporabniki storitev so vedno bolj družbeno odgovorni, zato raje kupujejo izdelke, ki so okoljsko ali zdravstveno neoporečni ter proizvedeni, upoštevajoč družbene vrednote. Enako velja tudi za investitorje, torej morebitne bodoče lastnike, saj se je v svetu že razvilo družbeno dogovorno investiranje. Investitorji pri odločanju o svojih bodočih investicijah svoj portfelj diverzificirajo tako, da vključujejo v podjetja, ki so tudi družbeno odgovorna. Koncept družbeno odgovornega podjetja je zanimiv zato, ker dolgoročno povečuje vrednost za lastnike, nekateri pa so celo mnenja, da je trajnostni razvoj tisti, ki predstavlja bistveni dejavnik uspeha. V ta namen je bil tudi oblikovan Dow Jones Sustainability Index, ki omogoča investitorjem globalno, konsistentno in prilagodljivo primerjavo med naložbami (<http://www.sustainability-index.com>).

Kazalnika institucionalnih sil sta kotiranje na borznem trgu in vrsta borzne kotacije: prva borzna kotacija, borzna kotacije – delnice ali na prostem trgu, saj so zahteve po poročanju podjetij na borzni kotaciji strožje v smislu pogostosti poročil kot za podjetja, ki kotirajo na prostem trgu. Prva kotacija predstavlja posebni segment v okviru borzne kotacije, ki

vkjučuje delnice družb, ki izstopajo po svoji likvidnosti, velikosti in preglednosti poslovanja. Podjetja v prvi kotaciji so občutno večja, bolj dobičkonosna in imajo bolj koncentrirano lastništvo kot podjetja na prostem trgu. Zato imajo tudi več interesnih skupin. Imajo višje zahteve po četrtnem poročanju, objave izkazov v skladu z Mednarodnimi standardi računovodskega poročanja po 1. januarju 2006 ter objave tudi v angleškem jeziku, ki so bile uvedene jeseni 2005.

Za izdajatelje vrednostnih papirjev na prostem trgu ne veljajo določila borznih pravil o poročanju. Številna podjetja, ki kotirajo na prostem trgu, so se tu znašla zaradi postopka privatizacije v začetku 90. let prejšnjega stoletja, ki je vključevala tudi javno prodajo delnic. Ta podjetja imajo relativno visoko koncentracijo lastništva, vendar za izstop s trga potrebujejo sklep skupščine s 95-odstotno večino kapitala. Z njihovimi delnicami je promet majhen, nimajo veliko koristi od kotacije, nositi pa morajo stroške poročanja.

Velikost podjetja je navadno tudi kazalnik kompleksnosti informacijskega sistema. Kompleksnejši informacijski sistemi omogočajo pripravo poročil z nižjimi stroški. Zato si lahko podjetja, ki imajo tak sistem, privoščijo obsežnejše poročanje.

Na podlagi dognanj predhodnih raziskav in literature postavljam hipotezo, da večja podjetja in tista iz panog z večjim vplivom na okolje dajejo podrobnejše informacije o družbeni odgovornosti. Kotacija v prvi kotaciji na organiziranem trgu odraža splošno strategijo poročanja, ki je naravnana k mnogim interesnim skupinam in izhaja iz dobro podprtih informacijskih sistemov. Kotacija na tem trgu pozitivno vpliva na raven poročanja o družbeni odgovornosti podjetij. Postavljam pet temeljnih hipotez:

- Hipoteza 1: Poročanje o družbeni odgovornosti je povezano z minimiziranjem stroškov pritiska javnosti, ki nastanejo na določene skupine podjetij. Pritiski javnosti so večji na večja podjetja, na podjetja iz bolj okoljsko obremenilnih panog, in tista, ki kotirajo na organiziranem trgu.
- Hipoteza 2: Poročanje o ravnanju z okoljem je pozitivno povezano s panogo in izpostavljenostjo javnosti.
- Hipoteza 3: Poročanje o ravnanju z zaposlenimi je pozitivno povezano s številom zaposlenih in izpostavljenostjo javnosti.

- Hipoteza 4: Poročanje o družbeni odgovornosti se izboljšuje v času pod pritiskom javnosti in razvoja področja poročanja o družbeni odgovornosti.
- Hipoteza 5: Poročanje o družbeni odgovornosti je kazalnik družbene odgovornosti same in vpliva na večjo uspešnost podjetja.

4.2 METODA IN PODATKI

4.2.1 Opis vzorca

Vzorec predstavlja 63 nefinančnih slovenskih javnih delniških družb, ki so s svojimi delnicami kotirale na organiziranem in prostem trgu Ljubljanske borze konec leta 2003 in v borzni kotaciji ter prostem trgu konec leta 2006. V vzorec je tako vključenih vseh 28 nefinančnih podjetij, ki so kotirala konec leta 2003 in 2006 v borzni kotaciji, ter 35 nefinančnih podjetij, ki so kotirala na prostem trgu v obeh letih. Upoštevala sem podjetja, ki so kotirana v obeh izbranih letih zato, da sem lahko podatke preverila tudi v času. Vzorec je manjši od vzorca v raziskavi Slapničarjeve (2004), kjer je bilo upoštevanih 105 nefinančnih slovenskih javnih delniških družb, ki so kotirala na Ljubljanski borzi leta 2003, ker se je v tem času zmanjšalo število podjetij, ki kotirajo na prostem trgu Ljubljanske borze.

4.2.2 Opis virov podatkov

Računovodski podatki in podatki o družbeni odgovornosti izhajajo iz letnih poročil podjetij, ki so jih podjetja objavila na svoji lastni spletni strani ali v okviru SEOnet (<http://seonet.ljse.si>), ki je javna elektronska storitev Ljubljanske borze in po svetovnem spletu omogoča med drugim tudi pregledovanje letnih poročil. Od 63 podjetij, ki so bila vključena v vzorec, 8 podjetij, ki so kotirala na prostem trgu, letnega poročila ni objavilo niti na svojih spletnih straneh niti v okviru SEOnet, zato sem jih pridobila na AJPES-u.

Dosegljivost letnega poročila je ključna, posebej pri informacijah o družbeni odgovornosti, ki zanimajo tudi druge interesne skupine, ne samo lastnikov. Če enostaven dostopa do informacij ni mogoč, informacij zanje sploh ni, čeprav so zapisane v letnih poročilih. Torej če podjetja pripravijo poročila, a jih ne objavijo, nimajo za interesne skupine nobene vrednosti.

Pregled, branje in ocenjevanje letnih poročil je predstavljalo zelo zamudno delo, saj so informacije o družbeni odgovornosti razporejene po celotnih besedilih letnih poročil in praktično v okvirih različnih poglavij letnega poročila, ne samo izključno pod poglavjem družbena odgovornost. Treba je bilo prebrati celotno poročilo.

4.2.3 Področja poročanja o družbeni odgovornosti

Zaradi kakovostne narave pojava družbene odgovornosti in različnih opredelitev pojma je tudi merjenje obsega poročanja o družbeni odgovornosti problematično. Njegove učinke je težko kvantificirati, posameznih informacij pa med seboj ni mogoče seštevati, saj jih težko spravimo na isti imenovalac. Težko je dobiti agregatno merilo družbene odgovornosti, saj informacije o družbeni odgovornosti in o okoljski odgovornosti nimajo skupnega imenovalca, zato tudi ne moremo dobiti skupnega končnega rezultata.

Standardizacija kriterijev je zelo težka. Zelo različni so že okoljski vplivi različnih panog, še bolj se to odraža na družbenih področjih. Zato so merile zgodnejše študije in tudi predstavljena študija Bakkerja (2007, str. 58) v prejšnjem poglavju obseg informacij s štejetjem števila znakov, besed ali strani, ki so govorile o družbeni odgovornosti.

Sprejemljivejša je vsebinska analiza, ki je pa zahtevnejša in predvsem zamudna, saj je treba dejansko pregledati in prebrati celotna poročila. Z njo je mogoče oblikovati intervalno spremenljivko. Sestavljajo jo vrednosti, ki so pripisane razkritjem na različnih področjih. Pripisane vrednosti ne označujejo, ali so informacije dobre ali slabe, temveč le popolnost razkritij v smislu, ali podjetje o določenem pojavu poroča in koliko.

V magistrskem delu je merilo obsega poročanja oblikovano na podlagi metodologije Slapničarjeve iz leta 2004 z namenom, da ohranim konsistentno merjenja, ki bo omogočala primerjave v času. Slapničarjeva je izoblikovala indeks poročanja o družbeni odgovornosti na podlagi vsebinske analize. V prvem koraku je opredelila področja poročanja ali kazalnike. Seznam področij temelji na seznamu področij družbene odgovornosti, ki so bila identificirana v predhodnih raziskavah poročanja v srednjeevropskih državah (East West Management Institute, 2004) in kazalci GRI 2002. Področja so oblikovana na podlagi priporočil literature v zvezi s širino družbene odgovornosti, ki naj bi čim bolj celovito pokrivala vse interesne skupine, istočasno pa upoštevajo tudi značilnosti dojemanja

družbene odgovornosti v Sloveniji. Pri merjenju družbene odgovornosti v Sloveniji tako ne bi bilo relevantno vključevanje področja dela otrok, ki bi bil sicer verjetno dober kazalnik v azijskih ali afriških deželah.

Področja (kazalniki) poročanja o družbeni odgovornosti, ki so upoštevani v raziskavi, so:

- Za področje ravnanja z okoljem: navedba oddelkov za okolje ali poimenska navedba okoljskih managerjev, navedba uporabe okoljskih standardov, skrbi za okolje v verigi dobaviteljev blaga in storitev, navedba poročil o rabi energije in vode, kazalcev uspešnosti na področju ravnanja z okoljem, ki odgovarjajo na naslednja vprašanja: Ali podjetje navaja oddelek ali imenuje managerja, ki je odgovoren za ravnanje z okoljem? Ali podjetje navaja, ali ima katerega od mednarodnih, nacionalnih ali sektorsko specifičnih okoljskih standardov? Ali podjetje svojo skrb za okolje raztega tudi na dobavitelje s skrbnim izborom okoljsko varnejših materialov in storitev? Ali podjetje poroča o rabi energije in vode? Ali podjetje poroča o kazalcih na področju ravnanja z okoljem, vključno s poročanjem o učinkovitosti izrabe virov, izpustih plinov in ravnanja z odpadki?
- Za področje odnosov z lokalno skupnostjo: navedba sponzorstev in donatorstev, ki odgovarja na vprašanje: Ali podjetje poroča o sponzorstvih, donatorstvih in svoji vključenosti v lokalne ali nacionalne projekte kulturne ali družbene narave?
- Za področje odnosov z zaposlenimi: navedba analize strukture zaposlenih, navedba analize absentizma, navedba skrbi za varnost in zdravje pri delu, navedba zaposlitvene politike, navedba analize zadovoljstva zaposlenih, navedba analize izobraževanja zaposlenih, navedba ugodnosti za zaposlene nad zakonsko določenimi, ki odgovarjajo na naslednja vprašanja: Ali podjetje prikazuje demografsko strukturo zaposlenih glede na izobrazbo, spol, vrsto zaposlitve (določen, nedoločen čas) ipd.? Ali podjetje razkriva stopnjo absentizma, izgubljene dni dela, stroške odsotnosti zaradi bolezni, število poškodb pri delu? Ali podjetje razkriva politiko varnosti in zdravja pri delu? Ali podjetje razkriva svojo zaposlitveno politiko? Ali podjetje meri zadovoljstvo zaposlenih in ali razkriva rezultate anket? Ali podjetje razkriva stroške izobraževanja, število ur izobraževanja, vrste izobraževanja zaposlenih? Ali podjetje razkriva, kakšne dodatne ugodnosti imajo zaposleni (npr. prispevke za prostovoljno pokojninsko

zavarovanje, ugodnosti ob upokojitvi ali nesrečah pri delu, športne dejavnosti, počitniške zmogljivosti)?

- Za področje odnosov z dobavitelji in kupci: navedba politike do dobaviteljev, navedba uporabe standardov kakovosti, deležev in stroškov reklamacij, navedba analize zadovoljstva kupcev, ki odgovarjajo na naslednja vprašanja: Ali podjetje razkriva svojo strategijo izgradnje dolgoročnih strateških odnosov z dobavitelji? Ali podjetje navaja, ali ima katerega od mednarodnih, nacionalnih ali sektorsko specifičnih standardov kakovosti? Ali podjetje razkriva deleže ali stroške reklamacij? Ali podjetje razkriva rezultate anket zadovoljstva kupcev?

4.2.4 Oblikovanje merske lestvice

V drugem koraku oblikovanja odvisne spremenljivke je bila definirana **merska lestvica** področij poročanja o družbeni odgovornosti.

Oblikovani sta bili dve vrsti lestvice. Poročanje o nekaterih področjih je dihonomna spremenljivka z vrednostima 0 in 3, kjer:

- 0 pomeni, da področje ni omenjeno, in
- 3, da je omenjeno.

Večina od identificiranih področij ima ordinalno mersko lestvico z vrednostmi od 0 do 3:

- 0 pomeni, da področje ni omenjeno,
- 1 pomeni, da je omenjeno pisno, ne pa s kakovostnimi merili,
- 2 pomeni, da so razkrite vrednosti kvantitativnih meril, in
- 3, da so razrite vrednosti količinskih meril ter da je podana primerjava glede na minulo leto.

Merske lestvice posameznih področij poročanja o družbeni odgovornosti so prikazane v naslednji tabeli.

Tabela 2: Merske lestvice po posameznih področjih poročanja o družbeni odgovornosti

Področje poročanja o družbeni odgovornosti:	Lestvica:
Dostopnost	0, 3
Ravnanje z okoljem	
Navedeni oddelki za okolje ali poimensko navedeni okoljski managerji	0, 3
Navedena uporaba okoljskih standardov	0, 3
Navedena skrb za okolje v verigi dobaviteljev blaga in storitev	0, 3
Navedeno poročilo o rabi energije in vode	0, 1, 2, 3
Navedeni kazalci uspešnosti na področju ravnanja z okoljem	0, 1, 2, 3
Družbena odgovornost	
Navedba odnosov z lokalno skupnostjo	0, 1, 2, 3
Odnosi z interesnimi skupinami	
Navedena sponzorstva in donatorstva	0, 1, 2, 3
Zaposleni	
Navedena analiza strukture zaposlenih	0, 3
Navedena analiza absentizma	0, 1, 2, 3
Navedena varnost in zdravje pri delu	0, 3
Navedena zaposlitvena politika	0, 3
Navedena analiza zadovoljstva zaposlenih	0, 1, 2, 3
Navedena analiza izobraževanja zaposlenih	0, 1, 2, 3
Navedene ugodnosti za zaposlene nad zakonsko določenimi	0, 1, 2, 3
Dobavitelji	
Navedena politika do dobaviteljev	0, 3
Kupci	
Navedena uporaba standardov kakovosti	0, 3
Navedeni deleži in stroški reklamacij	0, 1, 2, 3
Navedena analiza zadovoljstva kupcev	0, 1, 2, 3

Vir: Poročanje o družbeni odgovornosti, Slapničar, 2004, str. 530

4.2.5 Indeks poročanja o družbeni odgovornosti

V zadnjem koraku je bil določen **indeks poročanja o družbeni odgovornosti**. Seštevek vseh vrednosti na vseh področjih: 18 področij z maksimalno vrednostjo 3, pomeni, da bi lahko podjetje, ki bi poročalo o vseh opredeljenih področjih, maksimalno doseglo 54 točk. Razmerje med doseženimi točkami in maksimalnimi možnimi točkami predstavlja **indeks poročanja o družbeni odgovornosti**. Indeks poročanja bi v primeru doseženih vseh točk znašal 100.

Razlog, da imajo dihotomne spremenljivke vrednost 3 (ne pa kot običajno 1), je v tem, da imajo tako enakovredno utež v končnem rezultatu in jih lahko seštevamo med seboj. Čeprav je vsem področjem dana enaka utež, bi bilo to lahko predmet diskusij, vendar je to najboljši možni praktično izvedljiv način.

Glede na predhodne analize in literaturo teorije poročanja o družbeni odgovornosti je poročanje o ravnanju z okoljem ocenjeno s petimi, poročanje o odnosu do zaposlenih s sedmimi, poročanje o odnosu do kupcev s štirimi področji (kazalniki) ter poročanje o odnosu do lokalnega okolja in odnosu do dobaviteljev s po enim področjem. Posebej sta bila izračunana še **indeks odnosa do okolja** in **indeks odnosa do zaposlenih** kot dve področji družbenega poročanja, ki sta najobširnejši in ki imata vpliv na številne interesne skupine in tiste, ki imajo veliko moč (zaposleni ali na primer okoljevarstvene organizacije).

4.2.6 Izbor pojasnjevalni spremenljivk

Pojasnjevalne spremenljivke so neodvisne spremenljivke, ki vplivajo na odvisne spremenljivke. V analizi rezultatov so bile uporabljene naslednje pojasnjevalne spremenljivke:

- velikost podjetja, ki je merjena z vrednostjo sredstev podjetij in višino prihodkov iz poslovanja. Upoštevan je naravni logaritem sredstev in naravni logaritem prihodkov zaradi nesimetrične porazdelitve originalnih podatkov;
- kotacija, ki je merjena z vrsto kotacije: prva kotacija, borzna kotacija, prosti trg je dihotomna spremenljivka:
 - kotacija na organiziranem trgu oziroma borzni kotaciji (1) in
 - kotacija na prostem trgu (0)
- panoga, ki je opredeljena na podlagi Standardne klasifikacije dejavnosti Statističnega urada RS. Na tej podlagi so oblikovane štiri skupine panog:
 - 1 – primarna dejavnost: kmetijstvo, gozdarstvo in rudarstvo,
 - 2 – predelovalna industrija,
 - 3 – elektrogospodarstvo, gradbeništvo in transport ter
 - 4 – storitve.

Oblikovana je bila tudi dihotomna spremenljivka za panogo:

- 1 – panoge z negativnejšim vplivom na okolje (to so panoge iz skupin 1, 2 in 3) in
- 0 – storitve.

- Uspešnost je merjena z dobičkonosnostjo sredstev, izračunano kot čisti dobiček / sredstva, ter profitno maržo, izračunano kot čisti dobiček / prihodki iz poslovanja.

4.2.7 Opredelitev časovnega okvira

Pregledana so bila letna poročila vseh javnih slovenskih nefinančnih delniških družb, ki so kotirala na Ljubljanski borzi leta 2003 in 2006. Triletni interval je bil izbran zato, ker je tako bolje opaziti razlike v poročanju v času. Tudi iz literature in doslej opravljenih raziskav izhaja, da je primernejši večletni interval. Mednarodna raziskava KPMG o poročanju o družbeni odgovornosti podjetij se prav tako izvaja vsake 3 leta, predstavljena raziskava Hond (2007, str. 58) pa je upoštevala celo 10-letni interval.

4.3 REZULTATI RAZISKAVE

4.3.1 Opisni rezultati

Panožna struktura podjetij, ki so vključena raziskavo kaže, da je 56 % vseh podjetij iz predelovalne panoge, 32 % iz storitvenih panog, 10 % iz elektrogospodarstva, gradbeništva in transporta ter 3 % iz primarne dejavnosti. 68 % vseh podjetij izhaja iz panog, ki imajo negativnejši vpliv na okolje.

Povprečna vrednost sredstev podjetij v letu 2003 znaša 95.533 tisoč EUR, v letu 2006 pa 135.951 tisoč EUR. Povprečna vrednost prihodkov podjetij znaša 78.038 tisoč EUR v letu 2003 in 134.956 tisoč EUR v letu 2006. Tudi število zaposlenih se je povečalo s povprečno 638 zaposlenih na podjetje v letu 2003 na 844 na podjetje v letu 2006.

Tabela 3: Panožna struktura podjetij v letu 2006

Panoga	Frekvenca	Odstotek
1 = primarna dejavnost: kmetijstvo, gozdarstvo in rudarstvo	2	3 %
2 = predelovalna industrija	35	56 %
3 = elektrogospodarstvo, gradbeništvo in transport ter	6	10 %
4 = storitve	20	32 %
5 = panoga 1 + panoga 2 + panoga 3	43	68 %
Skupaj:	63	100 %

Vir: Lastni izračuni

Splošni vtis ob pregledu rezultatov je, da je poročanje o družbeni odgovornosti tudi leta 2006 še vedno majhno, čeprav se povečuje. Za vseh 18 področij je v obeh letih najpogostejša ocena 0, ki pomeni, da področje ni omenjeno. Pri področjih, ki so ocenjena z ordinalno lestvico, je najpogostejša ocena 1, kar pomeni, da je področje omenjeno opisno, ne da bi bili razkriti kakršni koli vrednostni učinki v zvezi z delovanjem ali izboljšavo v primerjavi s predhodnimi leti. V poročilih podjetij so večinoma objavljena le opisna razkritja ali podatki za tekoče leto, čeprav bi bilo za vse interesne skupine zagotovo zanimiveje pridobiti informacije, ki so ovrednotene tudi v denarju in analizirane ter njihovo primerjavo s predhodnimi leti in predvidevanja za bodoče.

Če primerjamo leti 2003 in 2006, vidimo, da je poročanje o družbeni odgovornosti v letu 2006 obsežnejše kot v letu 2003. Največji napredek je opaziti na področju odnosa do zaposlenih, kjer je predstavilo analizo zaposlenih 81 % podjetij v letu 2003, v letu 2006 pa kar 92 %. Managerji so se začeli zavedati, da je interesna skupina zaposlenih za podjetje pomembna, saj bistveno vpliva na rezultate poslovanja podjetja. Po eni strani pomenijo zadovoljni zaposleni, ki so podjetju dolgoročno lojalni, konkurenčno prednost, po drugi strani pa se managerji zavedajo pomena sindikatov, ki bi lahko zaradi neprimernih pogojev dela zaposlenih začeli pritiskati nanje in zahtevali spremembe.

Kljub velikemu obsegu poročanja o odnosu do zaposlenih pa vsebinska analiza le ne kaže tako lepe slike. Pri pregledovanju poročanja o zaposlenih večine podjetij sem dobila vtis, da poročanje ni namenjeno informiranju zaposlenih kot pomembne interesne skupine, ki bi iz poročila lahko prepoznala ugodnosti v zvezi s svojo zaposlitvijo, pač pa je poročanje bolj usmerjeno v poročanje o tem, kako zaposleni koristijo podjetju. Pogosto je tudi poročilo v smislu, kako čim bolj znižati število zaposlenih oziroma stroške dela, kar pomeni zmanjševanje koristi zaposlenih. Zelo velik delež podjetij je pripravilo demografsko analizo zaposlenih, a je veliko letnih poročil ostalo zgolj pri tem. Delež podjetij, ki so poročala tudi o drugih področjih odnosa do zaposlenih, se v letu 2003 giblje med 1,6 % in 22 % ter v letu 2006 med 6,35 % in 44 %. V letu 2006 se je poročanje o odnosu do zaposlenih bistveno izboljšalo, posebej na področju poročanja o zdravstvenih in varnostnih pogojih delovnih mest, z 22 % na 44 %, in politike zaposlovanja s 13 % na 33 %.

Tabela 4: Opisne statistike za področje odnosa z zaposlenimi za leti 2003 in 2005

Leto	2003	2006	2003	2006	2003	2006	2003	2006
Ocena	0		1		2		3	
Analiza	19,05 %	7,94 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	80,95 %	92,06 %
Absentizem	79,37 %	60,32 %	6,35 %	3,17 %	6,35 %	12,70 %	7,94 %	23,81 %
Zdravje in varnost	63,49 %	49,21 %	3,17 %	4,76 %	11,11 %	1,59 %	22,22 %	44,44 %
Politika zaposlovanja	87,30 %	66,67 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	12,70 %	33,33 %
Zadovoljstvo zaposlenih	77,78 %	74,60 %	7,94 %	14,29 %	1,59 %	3,17 %	12,70 %	7,94 %
Izobraževanje	46,03 %	30,16 %	28,57 %	30,16 %	14,29 %	23,81 %	11,11 %	15,87 %
Ugodnosti	92,06 %	74,60 %	3,17 %	15,87 %	3,17 %	3,17 %	1,59 %	6,35 %

Vir: Lastni izračuni

Tudi obseg poročanja o odnosu z okoljem je večji. Pri ravnanju z okoljem je največkrat opisano področje navedba okoljskih standardov, ki jih podjetje uporablja, in sicer 25% v letu 2003 in 36 % v letu 2006. Prav tako se je povečalo tudi poročanje v zvezi s porabo energije, vode in izpustih v okolje ter ravnanju z odpadki, kjer se je zelo zmanjšalo število podjetij, ki o tem ne poročajo s 667 % v letu 2003 na 43 % oziroma 38 % v letu 2006. Še bolj spodbudno je to, da se je povečalo tudi število podjetij, ki so informacije o tem ovrednotile, analitično prikazale, tudi v primerjavi s predhodnimi leti: Delež takih podjetij se je z 11 oziroma 10 % povečal na 16 %.

Tabela 5: Opisne statistike za področje odnosov z okoljem za leti 2003 in 2006

Leto	2003	2006	2003	2006	2003	2006	2003	2006
Ocena	0		1		2		3	
Okoljski oddelek, manager	96,83 %	95,24 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	3,17 %	4,76 %
Okoljski standardi	74,60 %	63,49 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	25,40 %	36,51 %
Analiza dobaviteljev	96,83 %	88,89 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	3,17 %	11,11 %
Voda, energija	66,67 %	42,86 %	12,70 %	34,92 %	9,52 %	6,35 %	11,11 %	15,87 %
Odpadki, izpusti, raba virov	66,67 %	38,10 %	14,29 %	44,44 %	9,52 %	1,59 %	9,52 %	15,87 %

Vir: Lastni izračuni

Delež podjetij, ki so poročala o svojem odnosu z lokalno skupnostjo, se je povečal. V letu 2003 je bilo takih podjetij 33 %, v letu 2006 pa 51 %. V letu 2003 22 % podjetij omenja sponzorstva, 10 % navaja, katerim organizacijam namenjajo denar, manj kot 2 % podjetij pa omenja zneske in jih primerja v času. Za leto 2006 je delež podjetij, ki so v poročila navedla tudi zneske sponzoriranja, višji, saj znaša skoraj 10 %. Delež tistih, ki opisujejo svoj odnos do lokalne skupnosti, je znašal v letu 2003 33 %, v letu 2006 pa že skoraj 51 %.

Tabela 6: Opisne statistike področja odnosov z lokalno skupnostjo za leti 2003 in 2006

Leto	2003	2006	2003	2006	2003	2006	2003	2006
Ocena	0		1		2		3	
Odnosi z lokalno skupnostjo	66,67 %	49,21 %	22,22 %	33,33 %	9,52 %	7,94 %	1,59 %	9,52 %

Vir: Lastni izračuni

Poročanje o odnosih do dobaviteljev in kupcev dosega zelo nizke deleže, ki so se vseeno povečali v letu 2006 glede na leto 2003. Visok odstotek dosega edino navajanje standardov kakovosti, saj je o tem poročalo 51 % podjetij v letu 2003 in 59 % v letu 2006. Pri poročanju o kakovosti podjetja večinoma omenjajo, da imajo ISO 9001. O preostalih področjih podjetja poročajo zelo slabo. O politiki do dobaviteljev je poročalo v letu 2006 le slabih 21 % podjetij, kar je sicer za skoraj 10 odstotnih točk več. Manj kot 10 % podjetij je poročalo o reklamacijah v zvezi s storitvami in izdelkih, od tega je le 3 % podjetij ovrednotilo in analitično prikazalo tudi v primerjavi s predhodnimi leti. Poročanje o raziskavah zadovoljstva kupcev je v letu 2006 izvedlo skoraj 16 % podjetij, v letu 2003 pa le slabih 10 %, od tega jih je le 1,59 % prikazalo rezultate raziskave in primerjavo s predhodnimi leti.

Tabela 7: Opisne statistike področja odnosa do dobaviteljev in kupcev

Leto	2003	2006	2003	2006	2003	2006	2003	2006
Ocena	0		1		2		3	
Odnosi z dobavitelji								
Politika do dobaviteljev	88,89 %	79,37 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	11,11 %	20,63 %
Odnosi s kupci								
Standardi kakovosti	49,21 %	41,27 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	50,79 %	58,73 %
Reklamacije	93,65 %	90,48 %	0,00 %	6,35 %	1,59 %	0,00 %	4,76 %	3,17 %
Zadovoljstvo kupcev	90,48 %	84,13 %	6,35 %	12,70 %	1,59 %	1,59 %	1,59 %	1,59 %

Vir: Lastni izračuni

Pri pregledu poročanja o družbeni odgovornosti v letnih poročilih podjetij, ki so bila vključena v raziskavo, sem ugotovila, da vsa podjetja predstavljajo le pozitivna dejstva. Nobeno podjetje ni objavilo informacije s področja vpliva na okolje, ki bi nakazovala na kakršne koli težave. Ali to pomeni, da so poročila pozitivno pristranska ali gre dejansko za izboljšanje odnosa do okolja? Težko bi rekli, da je ob visoki rasti podjetij, ki smo ji bili priča v letih analize, vpliv podjetij na okolje ugodnejši. Menim, da se da poročila pripraviti tako, da se to zdi. Le pri poročanju o odnosu do zaposlenih so nekatera podjetja razkrila, da

je treba zmanjševati število zaposlenih oziroma stroškov dela. Vse kaže na to, da podjetja poročajo o družbeni odgovornosti le v primeru pozitivnega delovanja, sicer pa negativne vplive zamolčijo, o njih ne poročajo.

Med pregledanimi in ocenjenimi letnimi poročili sem pripravila tudi prikaz desetih najboljše ocenjenih podjetij glede na poročanje o družbeni odgovornosti v letnih poročilih za leti 2003 in 2006. Izmed prvih desetih podjetij v letu 2003 je na lestvici najboljših deset za leto 2006 ostalo kar 7 podjetij. Čeprav je indeks prvouvrščenega Petrola v letu 2006 za 0,2 odstotne točke nižji, kot je indeks prvouvrščene Luke iz leta 2003, je potrebna višina indeksa za uvrstitev med najboljših deset v letu 2006 znašala 0,41, v letu 2006 pa kar 0,61. To pomeni, da se je povečalo število podjetij, ki v večjem obsegu poročajo o družbeni odgovornosti.

Večina podjetij, ki so bila uvrščena na prvih deset mest v letu 2003, je ostala v prvi deseterici tudi v letu 2006. Na novo sta se na lestvico prvih deset uvrstili le dve podjetji: Sava, d. d., in Cetis, d. d., ki sta izrinili Istrabenz, d. d, ki je padel na 14. mesto, čeprav je dosegel višji indeks kot v letu 2003, in Intereuropo, d. d., ki je padla na 16. mesto, vendar je dosegla nekoliko nižji indeks poročanja o družbeni odgovornosti. V naslednji tabeli je prikazan vrstni red desetih najboljših letnih poročil z vidika poročanja o družbeni odgovornosti v letu 2006 z indeksi odnosa do okolja, odnosa do zaposlenih in splošnega indeksa poročanja o družbeni odgovornosti za leti 2003 in 2006.

Tabela 8: Najboljših deset podjetij po poročanju o družbeni odgovornosti v letu 2006

Mesto 2006	Mesto 2003	Podjetje	Indeks okolja 2003	Indeks okolja 2006	Indeks zaposlenih 2003	Indeks zaposlenih 2006	Splošni indeks 2003	Splošni indeks 2006
1	4	Petrol, d. d.	,27	,80	,67	,71	,56	,72
2	6	Gorenje, d. d.	,80	,80	,38	,81	,50	,67
3	35	Sava, d. d.	,00	,60	,14	,76	,19	,67
4	3	Mercator, d. d.	,27	,40	,76	,81	,57	,65
5	2	Helios, d. d.	,80	,67	,71	,57	,67	,63
6	8	Krka, d. d.	,60	,80	,33	,57	,46	,61
7	1	Luka Koper, d. d.	,60	,53	,86	,62	,74	,61
8	5	Droga, d. d.	,53	,80	,71	,48	,56	,61
9	9	Merkur, d. d.	,13	,27	,62	,95	,46	,61
10	15	Cetis, d. d.	,20	,60	,57	,62	,39	,61

Vir: Lastni izračuni

Kakovostni pregled poročanja o družbeni odgovornosti v letnih poročilih podjetij, ki so za leto 2006 dosegla prva tri mesta, je prikazan v nadaljevanju. Namen pregleda je ocena, ali podjetja, ki največ poročajo o družbeni odgovornosti, vključujejo to družbeno odgovornost tudi v poslanstvo in strategijo podjetja. S tem dokazujejo, da je družbena odgovornost dejansko del vrednot podjetja in ne poročajo o družbeni odgovornosti samo zaradi zunanjega videza, temveč se zavedajo pomena družbene odgovornosti za doseganje trajnostnega razvoja, ki dolgoročno povečuje tudi vrednost za lastnike. Preverila sem tudi, ali podjetja, ki imajo najboljša poročila o družbeni odgovornosti, upoštevajo smernice poročanja o družbeni odgovornosti GRI (SRG).

4.3.1.1 PETROL, d. d. – Poročanje o družbeni odgovornosti v letnem poročilu 2006

4.3.1.1.1 Opredelitev strategije in vrednot podjetja v luči družbene odgovornosti

Podjetje Petrol daje tako v strategiji kot v vrednotah pomembno vlogo družbeni odgovornosti, kar kaže na to, da se management zaveda, da igra družbeno odgovorno ravnanje, kot tudi poročanje o njem odločilno vlogo pri doseganju glavnega strateškega cilja, povečevanja vrednosti za lastnike. Zavedanje pomena poročanja o družbeni odgovornosti je razvidno že iz obsežnosti in oblike letnega poročila.

Vrednote: »V Petrolu čutimo posebno odgovornost do svojih kupcev, dobaviteljev, poslovnih partnerjev, lastnikov in družbe kot celote. Njihova pričakovanja uresničujemo z motiviranimi in podjetniško usmerjenimi zaposlenimi, upoštevamo temeljna zakonska in moralna pravila slovenske družbe in širša evropska merila ter skrbimo za varovanje okolja in trajnostni razvoj.«

Strateški cilji: »Z namenom doseganja rasti in dobičkonosnosti smo si v skupini Petrol za obdobje 2006–2010 zastavili osem temeljnih strateških ciljev: 1. na področju trgovine z naftnimi derivati v Sloveniji bomo ohranili položaj tržnega vodje; 2. v jugovzhodni Evropi bomo pomembna energetska družba; 3. postali bomo še bolj dinamična, prilagodljiva in h kupcu usmerjena energetska družba; 4. člani skupine bomo partner javnemu in zasebnemu sektorju; 5. procese oskrbe z zemeljskim in utekočinjenim naftnim plinom ter električno energijo bomo nadgradili z vertikalno in horizontalno rastjo; 6. skrbeli bomo za okolje, v katerem delujemo. To pomeni zagotavljanje celovite oskrbe z energijo, izvajanje učinkovite rabe primarne energije in izvajanje zahtevnih ekoloških projektov; 7. gradili bomo poslovno odličnost in kakovost poslovanja, skrbeli za zadovoljstvo kupcev in zaposlenih. 8. Predvsem pa – povečevali bomo vrednost podjetja za lastnike.«

4.3.1.1.2 Upoštevanje načel SRG

Dostop do letnih poročil je enostaven prek spletne strani <http://www.petrol.si>. Tam je zelo enostavno pridobiti dostop do letnih poročil za vsa leta od leta 1997 in okoljskih poročil za tista leta, ko so bila objavljena (2000, 2002, 2004 in 2007). Letno poročilo 2006 je bilo objavljeno v rokih, kot jih določa Zakon o gospodarskih družbah. Vsebina poročanja je relevantna. Stopnja celovitosti je visoka, saj podjetje od 18 področij ni podalo informacij le za 3 področja družbene odgovornosti. Pri ocenjevanju posameznih področij podjetje ni

poročalo o tem, ali ima poseben oddelek za družbeno odgovornost, ne razkriva podatkov o dodatnih ugodnostih za zaposlene in o reklamacijah kupcev. Vsa preostala področja so vključena v poročilo. Vsa področja so opisana jasno, razumljivo in pregledno. Poročanje o družbeni odgovornosti je primerno za revizijo. Menim tudi, da sta zagotovljeni tudi kakovost in zanesljivost, saj številni količinski podatki omogočajo primerljivost. Tako kot pri veliki večini letnih poročil ne morem mimo omembe pozitivne pristranosti poročanja o družbeni odgovornosti, saj v celotnem letnem poročilu ne najdemo informacij z negativnim prizvokom. Ko sem po letnem poročilu iskala ključne besede: negativno, znižanje, zmanjšanje in njihove izpeljanke, sem lahko našla le znižanje stroškov energetske oskrbe, zmanjševanje izpustov v okolje in zmanjševanje absentizma.

4.3.1.2 GORENJE, d. d. – Poročanje o družbeno odgovornosti v letnem poročilu 2006

4.3.1.2.1 Opredelitev strategije in vrednot podjetja v luči družbene odgovornosti

Če bi iz vrednot, ki so navedene v letnem poročilu 2006, lahko razbrali tudi elemente družbeno odgovornega ravnanja, iz navedenih strateških ciljev izhaja, da je podjetje usmerjeno povsem k povečevanju vrednosti za delničarje in kljub obsežnem poročanju o družbeni odgovornosti, saj so strateški cilji podjetja izključno ekonomski.

Vrednote: »Poštenost, odprtost, lojalnost, kreativnost, ambicioznost«

Strateške usmeritve: »Naša osnovna strateška usmeritev delovanja je kakovostna in uravnotežena rast obsega poslovnih aktivnosti in pomembno povečanje ravni konkurenčnih sposobnosti, kar nam bo omogočilo uspešen razvoj tudi v prihodnosti. Pri uresničevanju vizije in poslanstva v posameznih družbah Skupine Gorenje spoštujemo še naslednje strateške usmeritve: doseganje kakovostne organske rasti prihodkov od prodaje vseh divizij zaradi rasti povprečnih prodajnih cen pri prodaji višje cenovno umeščenih izdelkov in pri uravnoteženi količinski rasti prodaje; uresničevanje možnosti rasti obsega poslovnih aktivnosti s prevzemi zanimivih proizvajalcev gospodinjskih aparatov v Evropi in z drugimi oblikami strateških partnerstev v vseh divizijah delovanja Skupine Gorenje; povečevanje dodane vrednosti in denarnega toka iz poslovanja z izboljševanjem prodajnega spleta, z ustreznimi prodajnimi aktivnostmi in z aktivnostmi marketinga, z ustreznimi razvojnimi aktivnostmi, z internacionalizacijo proizvodnje, s povečevanjem produktivnosti in stroškovno optimizacijo; povečevanje proizvodnih zmogljivosti izven Slovenije s proizvodnjo izdelkov na Češkem, v Srbiji ter na drugih rastočih trgih, pri zadržani proizvodnji 3 milijone izdelkov lastne proizvodnje z višjo dodano vrednostjo v Sloveniji.«

4.3.1.2.2 Upoštevanje načel SRG

Dostop do letnih poročil je enostaven. Na spletni strani <http://www.gorenje.si> so objavljena letna poročila za vsa leta od leta 1999 ter okoljska poročila za tista leta, ko so bila izdana (2000, 2002, 2003, 2006 in 2008). Objavljena je tudi okoljska izjava EMAS. Letno poročilo 2006 je bilo objavljeno v rokih, kot jih določa Zakon o gospodarskih družbah.

Vsebina poročanja je relevantna. Stopnja celovitosti je visoka, saj podjetje od 18 področij ni podalo informacij le za 4 področja družbene odgovornosti. Podjetje ni poročalo o tem, ali od dobaviteljev zahteva, da spoštujejo okoljske standarde, ni pripravilo podatkov o absentizmu zaposlenih in politiki zaposlovanja, politiki do dobaviteljev, reklamacijah in zadovoljstvu kupcev. Vsa preostala področja so vključena v poročilo. Vsa področja so opisana jasno, razumljivo in pregledno. Poročanje o družbeni odgovornosti je primerno za revizijo. Menim tudi, da sta zagotovljeni tudi kakovost in zanesljivost, saj številni količinski podatki omogočajo primerljivost. Tako kot pri veliki večini letnih poročil tudi tu ne morem mimo omembe pozitivne pristranosti poročanja o družbeni odgovornosti, saj v celotnem letnem poročilu ne najdemo informacij z negativnim prizvokom. Ko sem po letnem poročilu iskala ključne besede: negativno, znižanje, zmanjšanje in njihove izpeljanke, sem lahko našla le zmanjšanje količine odpadkov.

Pri poročanju o družbeni odgovornosti podjetje Gorenje upošteva načelo pravočasnosti in jasnosti. Podjetje upošteva celovitost poročanja o družbeni odgovornosti, saj že na spletni strani opredeljuje naslednja področja družbene odgovornosti: odnosi z investitorji, družbena odgovornost, odgovornost do zaposlenih, odgovornost do uporabnikov, odgovornost do družbene skupnosti, odgovornost do naravnega okolja, varstvo okolja ter varnost in zdravje pri delu in kakovost.

4.3.1.3 SAVA, d. d. – Poročanje o družbeno odgovornosti v letnem poročilu 2006

4.3.1.3.1 Opredelitev strategije in vrednot podjetja v luči družbene odgovornosti

Med vrednotami so v letnem poročilu 2006 jasno zapisane tudi družbeno odgovorne vrednote, medtem ko jih med strateškimi cilji ni, razen zadnjega cilja, ki bi ga lahko mogoče vključili mednje, to je ustvarjanje delovnih mest.

Vrednote: »Odličnost dosegamo v vsem, kar delamo. Je gibal neprestanih izboljšav in nenehnega razvoja. Razvijamo spodbudno delovno okolje, ki sprošča ustvarjalnost in omogoča razvoj sposobnosti zaposlenih. Zaposlene motiviramo za uspeh, za pridobivanje in uporabo znanja, v ospredje postavljamo timsko delo. Delujemo pošteno in etično, spoštujemo dogovore. Z odgovornim odnosom do uresničevanja ciljev, sodelavcev in naravnega ter družbenega okolja udejanjamo načela trajnostnega razvoja.«

Strateški cilji: »Rast premoženja Poslovne skupine Sava, udejanjanje sprejete dividendne politike, rast obsega in uspešnosti poslovanja Poslovne skupine Sava, naložbe v nadaljnji razvoj Poslovne skupine Sava, Ustvarjanje novih delovnih mest.«

4.3.1.3.2 Upoštevanje načel SRG

Dostop do letnih poročil je enostaven. Na spletni strani <http://www.sava.si> so objavljena letna poročila za vsa leta od leta 2000 do 2008. Letno poročilo 2006 je bilo objavljeno v rokih, kot jih določa Zakon o gospodarskih družbah.

Vsebina poročanja je relevantna. Stopnja celovitosti je visoka, saj podjetje od 18 področij ni podalo informacij le za 3 področja. Podjetje ni poročalo o tem, ali od dobaviteljev zahteva, da spoštujejo okoljske standarde, ni pripravilo informacij o tem, ali opravlja raziskave o zadovoljstvu zaposlenih, in kakšni so rezultati ter ni podalo informacij o politiki do dobaviteljev. Vsa preostala področja so vključena v poročilo. Vsa področja so jasno, razumljivo in pregledno opisana. Poročanje o družbeni odgovornosti je primerno za revizijo. Menim tudi, da so zagotovljene tudi kakovost in zanesljivost, saj številni količinski podatki omogočajo primerljivost. Prav tako tudi za Savo velja pozitivna pristranost poročanja o družbeni odgovornosti, saj v celotnem letnem poročilu ne najdemo informacij z negativnim prizvokom. Ko sem po letnem poročilu iskala ključne besede: negativno, znižanje, zmanjšanje in njihove izpeljanke, sem lahko našla le varčevalne programe na področju stroškov dela.

Pri poročanju o družbeni odgovornosti podjetje Sava upošteva načelo pravočasnosti in jasnosti. Podjetje upošteva celovitost poročanja o družbeni odgovornosti, saj že na spletni strani izpostavlja in opisuje področji družbene odgovornosti in varovanja okolja.

4.3.2 Predstavitev rezultatov preverjanja hipotez

Rezultati preverjanj hipotez z regresijskimi modeli, ki izhajajo iz vseh petih hipotez, so prikazani v nadaljevanju. Modeli predstavljajo ocene koeficientov vpliva pojasnjevalnih spremenljivk na odvisno spremenljivko in variirajo glede na uporabljen kazalnik, s katerim je merjena določena spremenljivka.

4.3.2.1 Preverjanje hipoteze št. 1: Poročanje o družbeni odgovornosti je povezano z minimiziranjem stroškov pritiska javnosti, ki nastanejo na določene skupine podjetij. Pritiski javnosti so večji na večja podjetja, na podjetja iz bolj okoljsko obremenilnih panog in na tista, ki kotirajo na organiziranem trgu.

V naslednji tabeli so prikazani štirje modeli, ki predstavljajo ocene koeficientov pojasnjevalnih spremenljivk na indeks družbenega poročanja. V prvem modelu za kazalnik uspešnosti podjetja uporabim dobičkonosnost sredstev in za kazalnik velikosti podjetja vrednost sredstev. V drugem modelu za kazalnik uspešnosti podjetja uporabim dobičkonosnost sredstev in za kazalnik velikosti podjetja vrednost prihodkov. V tretjem modelu uporabim za kazalnik uspešnosti podjetja profitno maržo in za kazalnik velikosti podjetja vrednost prihodkov. V četrtem modelu uporabim za kazalnik uspešnosti podjetja profitno maržo in za kazalnik velikosti podjetja vrednost sredstev.

V vseh modelih uporabim kot referenčno panogo storitveno panogo, v nasprotju s seštevkom vseh panog, ki imajo večji negativni vpliv na okolje (panoge 1, 2 in 3, ki so seštete v t. i. panogo 5).

Pri kotaciji je referenčni prosti trg, s čimer preverjam, ali se poročanje razlikuje med resnično javnimi družbami, ki kotirajo na organiziranem trgu, in družbami, ki kotirajo na prostem trgu, od katerih so nekatere na trgu zaradi nezmožnosti izstopa, čeprav to ne velja za vse družbe.

Tabela 9: Ocena koeficientov za indeks poročanja o družbeni odgovornosti, metoda najmanjših kvadratov, za leti 2003 in 2006

	1. model	2. model	3. model	4. model
Konstanta	-1,023 (-6,424)***	-0,319 (-2,574)*	-0,359 (-3,057)**	-0,920 (-5,596)***
Sredstva (Ln)	0,074 (7,130)***			0,067 (6,244)***
Prihodki (Ln)		0,030 (3,458)**	0,032 (3,971)***	
Kotacija	0,079 (2,324)*	0,163 (4,501)***	0,152 (4,406)***	0,090 (2,594)*
Panoga 5	0,099 (4,191)***	0,080 (2,926)*	0,080 (3,083)**	0,096 (4,113)***
Dobičkonosnost sredstev	-0,218 (-1,113)	-0,012 (-0,054)		
Profitna marža			0,064 (3,586)***	0,021 (1,191)
Adj R ²	0,550	0,418	0,474	0,551
F	31,581	18,932	23,532	31,663

Legenda: * značilno pri 5 odstotkih;
 ** značilno pri 1 odstotku;
 *** značilno pri 0,1 odstotku.
 (v oklepaju t-testi)

Vir: Lastni izračuni

Rezultati potrjujejo hipotezo, da večja javna izpostavljenost podjetja pozitivno vpliva na indeks poročanja o družbeni odgovornosti. To se kaže prek vseh treh spremenljivk: velikosti podjetja, ne glede na to, ali jo merimo s prihodki ali s sredstvi, panogo in kotacijo. Kotacija značilno pozitivno vpliva na poročanje o družbeni odgovornosti. Helios, Cetus in Gea tovarna olja so družbe s prostega trga, ki so se uvrstile na 5., 10. in 11. mesto. Uspešnost, merjena z dobičkonosnostjo sredstev, se ne pokaže za značilno, profitna marža pa ima značilno pozitiven vpliv.

4.3.2.2 Preverjanje hipoteze št. 2: Poročanje o ravnanju z okoljem je pozitivno povezano s panogo ter izpostavljenostjo javnosti.

V naslednji tabeli so – enako kot pri preverjanju prve hipoteze – prikazani štiri modeli, le da predstavljajo ocene koeficientov pojasnjevalnih spremenljivk na indeks poročanja o ravnanju z okoljem. Uporabljene so enake kombinacije kazalnikov uspešnosti in velikosti kot pri preverjanju prve hipoteze. Enako je za referenčno panogo uporabljena storitvena panoga, pri kotaciji je enako referenčni prosti trg.

Tabela 10: Ocena koeficientov za indeks poročanja o ravnanju z okoljem, metoda najmanjših kvadratov, za leti 2003 in 2006

	1. model	2. model	3. model	4. model
Konstanta	-1,305 (-5,800)***	-0,382 (-2,241)*	-0,448 (-2,735)	-1,207 (-5,218)***
Sredstva (Ln)	0,083 (5,658)***			0,076 (5,064)***
Prihodki (Ln)		0,024 (2,016)*	0,028 (2,503)*	
Kotacija	0,060 (1,240)	0,176 (3,533)**	0,163 (3,371)***	0,071 (1,462)
Panoga 5	0,149 (4,475)***	0,135 (3,569)**	0,137 (3,804)***	0,150 (4,565)***
Dobičkonosnost sredstev	-0,042 (-0,152)	0,229 (0,758)		
Profitna marža			0,077 (3,095)*	0,029 (1,197)
Adj R ²	0,427	0,298	0,346	0,433
F	19,609	11,591	14,250	20,120

Legenda: * značilno pri 5 odstotkih;
 ** značilno pri 1 odstotku;
 *** značilno pri 0,1 odstotku
 (v oklepaju t-testi)

Vir: Lastni izračuni

Rezultati, prikazani v zgornji tabeli, potrjujejo tudi drugo hipotezo in so skladni z rezultati vpliva na splošni indeks.

Rezultati potrjujejo hipotezo, da večja javna izpostavljenost podjetja pozitivno vpliva na indeks poročanja o ravnanju z okoljem. To se kaže z vsemi tremi spremenljivkami: velikostjo podjetja, ne glede na to, ali jo merimo s prihodki ali sredstvi, panogo in kotacijo. Med prvimi desetimi podjetji so samo tri podjetja (Petrol, Merkur in Mercator) iz panoge 4 – storitve, ki imajo manjši vpliv na okolje, vsa preostala podjetja pa spadajo v panoge z večjim negativnim vplivom na okolje. Uspešnost, merjena z dobičkonosnostjo sredstev, se ne pokaže za značilno, profitna marža pa ima značilno pozitiven vpliv.

Prvi dve hipotezi je v svoji raziskavi preverjala tudi Slapničarjeva (2004), upoštevajoč 105 nefinančnih javnih delniških družb. Rezultati preverjanja prvih treh hipotez so avtorici pokazali, da velikost podjetja, merjena s prihodki in s sredstvi, panoga in kotacija pozitivno in značilno vplivajo na oba indeksa: splošni indeks poročanja o družbeni odgovornosti in indeks poročanja o ravnanju z okoljem. Rezultati preverjanja hipotez v tem magistrskem delu so enaki kot pri raziskavi Slapničarjeve, zato lahko rečem, da hipoteze veljajo v daljšem časovnem obdobju.

4.3.2.3 Preverjanje hipoteze št. 3: Poročanje o ravnanju z zaposlenimi je pozitivno povezano s številom zaposlenih in izpostavljenostjo javnosti

V naslednji tabeli so prikazani štirje modeli, ki predstavljajo ocene koeficientov pojasnjevalnih spremenljivk na indeks odnosa do zaposlenih. V prvem in drugem modelu uporabim za kazalnik velikosti podjetja število zaposlenih, za kazalnik uspešnosti podjetja uporabim v prvem modelu dobičkonosnost sredstev, v drugem pa profitno maržo. V tretjem modelu uporabim za kazalnik velikosti podjetja vrednost sredstev, za kazalnik uspešnosti podjetja profitno maržo. V četrtem modelu uporabim za kazalnik velikosti podjetja vrednost prihodkov, za kazalnik uspešnosti podjetja pa dobičkonosnost sredstev.

Enako kot pri preverjanju prejšnjih hipotez je za referenčno panogo uporabljena storitvena panoga, pri kotaciji je enako referenčni prosti trg.

Tabela 11: Ocena koeficientov za indeks poročanja o ravnanju z zaposlenimi, metoda najmanjših kvadratov, za leti 2003 in 2006

	1. model	2. model	3. model	4. model
Konstanta	0,107 (2,821)**	0,102 (2,793)**	-0,991 (-4,293)***	-0,412 (-2,509)*
Število zaposlenih	0,000 (2,526)*	0,000 (2,861)**		
Sredstva (Ln)			0,072 (4,791)***	
Prihodki (Ln)				0,037 (3,245)**
Kotacija	0,220 (4,833)***	0,211 (4,782)***	0,118 (2,429)*	0,186 (3,876)***
Panoga 5	0,097 (2,694)**	0,101 (2,917)**	0,091 (2,794)**	0,072 (1,977)*
Dobičkonosnost sredstev	0,083 (0,285)			-0,063 (-0,216)
Profitna marža		0,071 (2,899)**	0,025 (1,007)	
Adj R ²	0,344	0,386	0,450	0,365
F	14,109	12,594	21,446	15,359

Legenda: * značilno pri 5 odstotkih;
 ** značilno pri 1 odstotku;
 *** značilno pri 0,1 odstotku
 (v oklepaju t-testi)

Vir: Lastni izračuni

Rezultati potrjujejo hipotezo, da večja javna izpostavljenost podjetja pozitivno vpliva na indeks poročanja o ravnanju z zaposlenimi. To se kaže tako s spremenljivkama panoga in kotacija, kot tudi s številom zaposlenih, ki ima sicer značilen vpliv, a je dosegel v obeh modelih zelo šibek pozitiven vpliv (približno 0,00003). Močnejši pozitiven vpliv na indeks poročanja o zaposlenih ima velikost podjetja, merjena z vrednostjo sredstev in prihodkov.

Lahko rečem, da so rezultati preverjanja tretje hipoteze nekoliko presenetljivi, saj sem pričakovala, da se bo potrdila hipoteza, da podjetja z večjim številom zaposlenih več poročajo o svojem odnosu do zaposlenih ter da se bo močnejša pozitivna povezanost pokazala ravno pri kazalniku števila zaposlenih. Razloge zato, da je prišlo do takih rezultatov lahko iščemo v razlikah med delovno intenzivnimi in kapitalsko intenzivnimi panogami. Rezultati nakazujejo, da velikost podjetja, merjena s prihodki in sredstvi, v večji meri vpliva na poročanje o zaposlenih kot število zaposlenih samo, kar lahko nakazuje na to, da kapitalsko velika podjetja dobro razvijejo sisteme poročanja o družbeni odgovornosti, v sklop katerega sodi tudi poročanje o zaposlenih.

4.3.2.4 Preverjanje hipoteze št. 4: Poročanje o družbeni odgovornosti se izboljšuje v času pod pritiskom javnosti in razvoja področja poročanja o družbeni odgovornosti.

V naslednji tabeli je prikazano preverjanje značilnosti razlik med posameznimi indeksi med leti 2003 in 2006.

Tabela 12: Analiza značilnih razlik v indeksih med leti 2003 in 2006

		Povprečje	N	Standardni odklon	Standardna napaka
Dvojica	Splošni indeks poročanja 2003	,250	63	,1677	,0211
	Splošni indeks poročanja 2006	,337	63	,1851	,0233
Dvojica	Indeks okolja 2003	,147	63	,2061	,0260
	Indeks okolja 2006	,231	63	,2391	,0301
Dvojica	Indeks zaposlenih 2003	,271	63	,2098	,0264
	Indeks zaposlenih 2006	,395	63	,2324	,0293

Vir: Lastni izračuni

Povprečje splošnega indeksa poročanja o družbeni odgovornosti slovenskih javnih delniških družb, ki so bile vključene v raziskavo v letu 2003, znaša 0,25. To pomeni, da je leta 2003 v povprečju podjetje od 54 možnih točk doseglo 13,5 točke. V letu 2006 znaša indeks poročanja o družbeni odgovornosti 0,34. To pomeni, da je leta 2006 v povprečju podjetje od 54 možnih točk doseglo 18,2 točke. Povečala sta se tudi indeks poročanja o okolju z 0,15 v letu 2003 na 0,23 v letu 2006 in indeks poročanja o odnosih do zaposlenih z 0,27 v letu 2003 na 0,40 v letu 2006. Opisne statistike indeksov torej kažejo na povečan obseg poročanja o družbeni odgovornosti na vseh področjih.

Tabela 13: Primerjava dvojic indeksov poročanja o družbeni odgovornosti za leti 2003 in 2006

		Povprečje	Standardni odklon	Standardna napaka	T test
Dvojica	Splošni indeks poročanja 2003	-,08701	0,11054	0,01393	-6,247
	Splošni indeks poročanja 2006				
Dvojica	Indeks okolja 2003	-,08360	0,17759	0,02237	-3,736
	Indeks okolja 2006				
Dvojica	Indeks zaposlenih 2003	-,12320	0,19021	0,02396	-5,141
	Indeks zaposlenih 2006				

Vir: Lastni izračuni

Iz tabele je razvidno, da so se vsi indeksi povečali, kar pomeni, da se je obseg poročanja o družbeni odgovornosti na vseh področjih povečal in da so razlike statistično značilne.

Rezultati tudi četrto hipotezo potrjujejo. Poročanje o družbeni odgovornosti se izboljšuje. Splošni indeks poročanja o družbeni odgovornosti se je v letu 2006 povečal za skoraj 20 odstotnih točk, še bolj sta se povečala indeks poročanja o ravnanju z okoljem, za več kot 30 odstotnih točk in indeks poročanja o odnosu z zaposlenimi za skoraj 37 odstotnih točk. Rezultati preverjanja hipoteze so skladni z opisnimi rezultati raziskave.

4.3.2.5 Preverjanje hipoteze št. 5: Poročanje o družbeni odgovornosti je kazalnik družbene odgovornosti same in vpliva na večjo uspešnost podjetja.

Tabela 14: Regresija indeksa poročanja o družbeni odgovornosti na donosnost in profitno maržo za leti 2003 in 2006

	1. Model	2. model
Odvisna spremenljivka	Dobičkonosnost sredstev	Profitna marža
Konstanta	0,020 (1,432)	0,107 (2,821)
Splošni indeks poročanja o družbeni odgovornosti	0,033 (0,486)	0,244 (0,580)
Adj R ²	-0,008	-0,011

Legenda: * značilno pri 5 odstotkih;
 ** značilno pri 1 odstotku;
 *** značilno pri 0,1 odstotku
 (v oklepaju t-testi)

Vir: Lastni izračuni

Rezultati preverjanja zadnje hipoteze kažejo, da uspešnost (merjenja z dobičkonosnostjo sredstev in profitno maržo) v letu 2006 ni pozitivno povezana z obsegom družbeno odgovornega poročanja. Hipoteze ni mogoče potrditi.

Nepotrditve hipoteze ni presenečenje glede na mešane rezultate predhodnih študij. Lahko izhaja iz najmanj treh razlogov: Poročanje o družbeni odgovornosti ni točen kazalnik večje družbene odgovornosti same ali pa podjetja večje družbene odgovornosti ne znajo obrniti tudi v prid večjih donosov za lastnike. Morda to izhaja iz dejstva, da podjetja zavzemajo pri vprašanih družbene odgovornosti razmeroma standardne pristope, nepovezane s poslovno strategijo. Tretji razlog je lahko v metodi merjenja družbene odgovornosti, ki je v veliki meri odvisna od raziskovalca in ni teoretično definirana. Z drugimi besedami, o merjenju družbene odgovornosti ni nobenega metodološkega konsenza. Če bi pri merjenju

družbene odgovornosti uporabila bolj panožno specifične kazalce, pa bi bila primerjava med njimi težka.

SKLEP

Prvi cilj vsakega podjetja je povečevanje vrednosti za lastnike. Tega cilja ne more doseči, če v svojih odločitvah ne upošteva tudi interesnih skupin, na katere vpliva njegovo poslovanje. S poročanjem o družbeni odgovornosti, si podjetje povečuje ugled; da ohrani verodostojnost, pa se mora tudi zares družbeno odgovorno obnašati. V sedanji gospodarski krizi je nujno bolj kot kdaj koli, da je poslovanje podjetja tudi transparentno, posebej na področju družbene odgovornosti. Transparentnost je pogoj za ohranitev ali vnovično pridobivanje zaupanja interesnih skupin. Dejstvo je, da zaradi povečanja povpraševanja kupcev po okolju prijaznih izdelkih in storitvah ter zmanjševanja porabe energije, odpadkov in izpustov v okolje, ki znižujejo stroške poslovanja, lahko postane družbena odgovornost ekonomsko učinkovita.

Teorije poročanja o družbeni odgovornosti skušajo razložiti, zakaj podjetja poročajo o družbeni odgovornosti. Vse teorije so si enotne v tezi, da so razlike v poročanju o družbeni odgovornosti posledica različnih pritiskov interesnih skupin, različno pa opredeljujejo vzroke zanj. Teorija interesnih skupin, teorija iger in teorija legitimnosti zagovarjajo tezo, da je poročanje odgovor pritiskov interesnih skupin od zunaj, teorija politične ekonomije računovodstva pa zagovarja tezo, da je poročanje sporočanje zgodbe o uspešnosti, ki jo hoče management sporočiti javnosti. S tem tudi legitimira svojo oblast v podjetju.

Poročanje o družbeni odgovornosti je v stalnem vzponu. Vedno več podjetij se zaveda pomembnosti obveščanja interesnih skupin. Razvoj poročanja gre v smeri sistemizacije in standardizacije, ki bi omogočila revidiranje poročil in jim s tem povečala verodostojnost. Svetovno uveljavljenega standarda sicer še ni, čeprav je standard GRI s svojimi smernicami in načeli na dobri poti, da to postane.

Zaradi različne moči posameznih interesnih skupin, posebej pa moči kapitala, ki narekuje neizprosno boj za dobičkom, ki povečuje vrednost premoženja lastnikov kapitala, bo treba zagotoviti trdno, a občutljivo in razumljivo regulacijo na področju poročanja o družbeni

odgovornosti, ki bo zagotavljala celovito in pošteno poročanje ter nadaljnji razvoj standardov družbene odgovornosti in poročanja o njej.

Evropska unija aktivno podpira in promovira družbeno odgovornost, vendar zagovarja načelo prostovoljnega družbeno odgovornega ravnanja in poročanja o njem. Večina evropskih držav sledi smernicam Evropske unije, med njimi tudi Slovenija, nekatere države, predvsem skandinavske in Francija, pa so se odločile za strožjo regulacijo in sprejele posebne zakone, ki opredeljujejo poročanje o družbeni odgovornosti.

Podjetja poročajo o družbeni odgovornosti v svojih letnih poročilih, posebnih (specializiranih) poročilih o družbeni odgovornosti, po spletnih straneh in s sporočili za javnost v raznih medijih. Letna poročila so v osnovi namenjena lastnikom, vendar so predvsem prek spletnih strani dostopna vsem.

Družbena odgovornost mora postati del sistema, vključena mora biti v strategijo podjetij in ne sme biti le orodje za doseganje ekonomskih ciljev. Če podjetja o družbeni odgovornosti ne poročajo, interesne skupine tega lahko ne zaznajo in tako družbena odgovornost nima pozitivnega vpliva ne na podjetja ne na interesne skupine. Ugled v okviru lokalne skupnosti predstavlja kapital v času krize. Zadovoljni zaposleni pa pomenijo konkurenčno prednost.

Žal kljub desetletjem raziskav poročanja o družbeni odgovornosti ostaja še veliko vprašanj neodgovorjenih. Raziskave so potrdile, da se poročanje o družbeni odgovornosti povečuje, da je poročanje o družbeni odgovornosti odvisno od izpostavljenosti javnosti. Eno vprašanje, ki ga je v Evropskem akcijskem načrtu izpostavila tudi Evropska komisija o »nezadostnosti poznavanja razmerja med družbeno odgovornostjo ter poslovno uspešnostjo«, pa za zdaj še ni dobilo odgovora. Odgovor nanj bi zagotovo vplival na prihodnjo razširjenost družbene odgovornosti v Evropi in s tem tudi na usodo poročanja o njej. Doslej velika večina raziskav ni mogla potrditi pozitivne povezanosti, in tudi pričujoča raziskava ne.

Pred to raziskavo sta bili v Sloveniji opravljene le dve empirični študiji, ki sta raziskovali poročanje o družbeni odgovornosti podjetij v Sloveniji na večjem vzorcu podjetij, zato

menim, da je pričujoča raziskava prispevala k empiričnim spoznanjem o stanju tega pojava.

V raziskavi, v katero je bilo vključenih 63 javnih slovenskih delniških družb, ki so na Ljubljanski borzi kotirale v letih 2003 in 2006, sem z analizo letnih poročil preverila pet temeljnih hipotez. Štiri hipoteze sem potrdila:

- Poročanje o družbeni odgovornosti je povezano z minimiziranjem stroškov pritiska javnosti, ki nastanejo na določene skupine podjetij. Pritiski javnosti so večji na večja podjetja, na podjetja iz bolj okoljsko obremenilnih panog, in na tista, ki kotirajo na organiziranem trgu. Ta podjetja so bolj na očeh javnosti in zato da bi opravičila svoj okoljski in družbeni vpliv pri prizadevanju za doseganje dobička, morajo odgovarjati tudi na vprašanja javnosti o svojem vplivu na interesne skupine. V nasprotnem primeru bi bilo lahko ogroženo tudi njihovo poslovanje v smislu, da bi javnost pritiskala na cene njihovih izdelkov, okoljsko zakonodajo, regulacijo ipd.
- Poročanje o ravnanju z okoljem je pozitivno povezano s panogo in izpostavljenostjo javnosti. Razlaga teh rezultatov je podobna kot pri prvi hipotezi.
- Poročanje o ravnanju z zaposlenimi je pozitivno povezano z izpostavljenostjo javnosti in velikostjo podjetja, merjeno z vrednostjo sredstev in prihodki. Hipoteza temelji na domnevi, da večje kot je število zaposlenih v podjetju, bolj močna interesna skupina so. To se nenazadnje kaže tudi v tem, da imajo svojega člana uprave in nadzornega sveta, ki vplivata na strategijo podjetja. Nepričakovano je dokazana le šibka pozitivna povezanost s številom zaposlenih. Pričakovala sem, da bo model prikazal močnejšo pozitivno povezanost. Večja povezanost se pokaže z velikostjo podjetja, merjeno s sredstvi in prihodki. To je mogoče razlagati s tem, da imajo velika podjetja dobro razvite sisteme poročanja interesnim skupinam, med katere sodijo tudi zaposleni.
- Poročanje o družbeni odgovornosti se izboljšuje v času pod pritiskom javnosti in razvoja področja poročanja o družbeni odgovornosti v Sloveniji. K temu prispevajo nenazadnje tudi mediji in tekmovanja v zvezi s tem. Predlagam, da se enaka raziskava izvede periodično vsake tri leta tudi v prihodnje, s tem bi dejansko bilo mogoče videti trend obsega poročanja o družbeni odgovornosti v Sloveniji.

Eno hipotezo pa sem morala zavreči, saj:

- poročanje o družbeni odgovornosti ni kazalnik družbene odgovornosti same in ne vpliva na večjo uspešnost podjetja. Čeprav uspešnost vpliva na poročanje o družbeni odgovornosti, obratno ni res. Nepotrditve hipoteze ni presenečenje, saj so tudi predhodne študije prišle do zelo različnih rezultatov. Razloge za takšen rezultat lahko

iščemo v tem, da poročanje o družbeni odgovornosti ni točen kazalnik večje družbene odgovornosti, da podjetja večje družbene odgovornosti ne znajo obrniti v prid večjih donosov za lastnike, da pri vprašanih družbene odgovornosti podjetja uporabljajo standardne pristope, ki niso povezani z njihovo poslovno strategijo in da o merjenju družbene odgovornosti ni nobenega metodološkega konsenza, ter sem jo tudi v tej raziskavi izmerila z mersko napako.

Prvi dve hipotezi potrjujeta tudi rezultate predhodne študije Slapničarjeve (2004), zato so ugotovitve skladne z njimi in lahko rečem, da hipoteze veljajo v daljšem časovnem obdobju.

V zvezi z metodologijo predlagam prihodnjim študijam, da se področja poročanja o družbeni odgovornosti dopolnjujejo skladno z razvojem področja in stanjem v gospodarstvu. Zagotovo bi bilo primerno med področja poročanja o družbeni odgovornosti, vključiti tudi področje korupcije, saj postaja vedno bolj aktualno. Hkrati pa bi bilo dobro ohraniti konsistentnost merjenja, da bi se lahko opazal napredek pri do sedaj proučevanih področjih. Če bodo prihodnje raziskave indeks poročanja o družbeni odgovornosti razširile z novimi področji, bi bilo dobro meriti dva indeksa vzporedno (novega in starega). Možnosti izboljšav v prihodnjih raziskavah so v preverjanju drugih povezav. Zato, da bi preverili verodostojnost poročanja o družbeni odgovornosti, bi lahko raziskali ali podjetja vključujejo elemente družbene odgovornosti v navedbe svoje strategije in strateških ciljev in s tem preverili njihovo poštenost pri poročanju o družbeni odgovornosti.

Čeprav je poročanje o družbeni odgovornosti še relativno skromno, to še ne pomeni, da podjetja niso družbeno odgovorna. Izobraževanje na področju družbene odgovornosti bi prineslo pozitivne učinke za podjetja, ki bi morala spoznati, da z ustreznim družbeno odgovornim ravnanjem lahko zmanjšujejo stroške poslovanja (zmanjševanje stroškov za energijo, manjša količina odpadkov ipd.) ter s primernim poročanjem o tem pridobijo ugled in zaupanje s strani interesnih skupin, interesne skupine pa bi pridobile ustrezne informacije.

Zavedanje, da smo vsi del družbe in naravnega okolja, tudi lastniki in managerji, integrira družbeno odgovornost v vrednote ljudi in s tem tudi podjetij. Gospodarstvo je potrebno usmeriti tako, da bo upoštevalo načela trajnostnega razvoja. K temu pripomore tudi

poročanje o družbeni odgovornosti, saj povečuje zavedanje o pomenu družbene odgovornosti. Podjetja morajo stremeti trojnemu izidu: ekonomski uspešnosti oziroma finančni stabilnosti, okoljski kakovosti oziroma minimiziranju negativnih vplivov na okolje in družbeni blaginji oziroma delovati v skladu z družbenimi pričakovanji. Trojni izid je nujni cilj, ki pa je zelo redko dosežen.

LITERATURA IN VIRI

1. *AA1000 Series of Standards*. Najdeno 16. avgusta 2009 na spletnem naslovu <http://www.accountability21.net/aa1000series>
2. *About ISO Standards*. Najdeno 16. avgusta 2009 na spletnem naslovu http://isotc.iso.org/livelink/livelink/fetch/2000/2122/830949/3934883/3935096/07_gen_info/about.html
3. Acquier, A. & Aggeri, F. (2007). The development of CSR Industry: Legitimacy and feasibility as the two pillars of the institutionalisation process. V F. den Hond, F. G. A. Bakker & P. Neergaard (ur.), *Managing corporate social responsibility in action*. Aldershot: Ashgate Publishing Company (str. 149–165).
4. Adams, C., Frost, G. & Webber, W. (2004). Triple Bottom Line: A review of the Literature. V A. Henriques & J. Richardson (ur.), *The triple bottom line: does it all add up?*. (str. 17–25). London: Earthscan.
5. Baker, M. (2008, 28. november). *Why CSR reporting is broken – and how it should be fixed*. Najdeno 18. aprila 2009 na spletnem naslovu <http://www.ethicalcorp.com/content.asp?ContentID=6224>
6. Bakker, F. G. A de, Ohlsson, C., Hond, F. den, Tengblad, S. & Turcotte, M. F. B. F. (2007). Tracing the Evolution of Corporate Discourse on Corporate Social Responsibility: A Longitudinal, Lexiological Study. V F. den Hond, F. G. A. Bakker & P. Neergaard (ur.), *Managing corporate social responsibility in action*. Aldershot: Ashgate Publishing Company (str. 53–73).

7. Campbell, D. J., (2000). Legitimacy Theory or Managerial reality Construction? Corporate Social Disclosure in Marks and Spencer Plc Corporate Reports, 1969 – 1997. *Accounting Forum* 24 (1), 80–101.
8. Crook, C., (2005, 22. Januar). The good company. *The Economist*, str. 4.
9. *CSR reporting obligatoy in Denmark*. Najdeno 18. aprila 2009 na spletnem naslovu <http://www.csrinfo.org/index2.php?option=comcontent&task=view&id=802&pop>
10. Debeljak, Ž. & Gregorič, A., (2004). Ekonomski model družbene odgovornosti podjetja. V J. Prašnikar (ur.), *Razvojnoraziskovalna dejavnost ter inovacije, konkurenčnost in družbena odgovornost podjetij* (str. 483–502). Ljubljana: Časnik Finance.
11. Deegan, C., (2002). The legitimising effect of social and environmental disclosures – a theoretical foundation. V *Accounting, Auditing & Accountability Journal* (str. 282–311). Bradford: MCB University Press Ltd.
12. Delbard, O. (2008) CSR legislation in France and the European regulatory paradox: an analysis of EU CSR policy and sustainability reporting practice. *Corporate Governance*, 8 (4), 397–405.
13. *Directive 2003/51/EC of the European Parliament and of the Council of 18 June 2003 (2003, 17. julij)*. Najdeno 15. aprila 2009 na spletnem naslovu <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:32003L0051:EN:HTML>
14. Elkington, J. (1998). *Cannibals with forks*. Gabriola Island: New Society Publishers.
15. Elliott, B. & Elliott, J. (2008). *Financial accounting and reporting*. (12th ed.) Essex: Pearson Education Limited.
16. Epstein, M. J. (2003). The identification, measurement, and reportin of corporate social impacts: past, present, and future. Amsterdam: Elsevier Ltd.: *Advances in Environmental Accounting and Management*, Volume 2, 1–30.
17. Evropska komisija (2001, 18. julij). *Green Paper - Promoting a European framework for Corporate Social Responsibility*. Najdeno 10. marec 2008 http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/site/en/com/2001/com2001_0366en01.pdf
18. Evropska komisija (2006, 22. marec). *Izvajanje partnerstva za rast in delovna mesta: Evropa – središče odličnosti za družbeno odgovornost podjetij*. Najdeno 10. marec 2008 http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/site/en/com/2001/com2001_0366en01.pdf
19. Friedman, M. (1970, 13. september). A Friedman Doctrine: The Social Responsibility Of Business Is to Increase Its profit. *The New York Times Magazine*, str. 4

20. Gray, R. & Milne, M., (2004). Towards Reporting on the Triple Bottom Line: Mirages, Methods and Myths. V A. Henriques & J. Richardson (ur.), *The triple bottom line: does it all add up?*. (str. 70–80). London: Earthscan.
21. Gray, R., Owen, D., Adams, C. (1996). *Accounting and accountability*. Harlow: Prentice Hall Europe.
22. Henriques, A. (2004). CSR, Sustainability and the Triple Bottom Line. V A. Henriques & J. Richardson (ur.), *The triple bottom line: does it all add up?* (str. 26-33). London: Earthscan.
23. Hond, F. den, den Bakker, F. G. A, Neergaard, P. (2007). Introduction to Managing Corporate Social Responsibility in Action: Talking, Doing and Measuring. V F. den Hond, F. G. A. Bakker & P. Neergaard (ur.), *Managing corporate social responsibility in action*. Aldershot: Ashgate Publishing Company (str. 1–12).
24. Horvat, T. (22. marc 2001). Revizorji naj bi revidirali tudi poslovni del letnega poročila. *Finance*. Najdeno 15. marca 2009 na spletnem naslovu <http://www.finance.si/3772>
25. Hunger D. J., Wheelen L. T. (1996). *Strategic Management*. Reading, Massachusetts: Addison-Wesley Publishing Company.
26. Jaklič, M., (1996). *Družbeno odgovorno poslovanje in poslovna etika*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
27. Jensen, M. (2001). *Value maximization, Stakeholder Theory, and the Corporate Objective Function*. Najdeno 15. marca 2004 na spletnem naslovu <http://papers.ssrn.com/abstract=220671>
28. Kavčič, S. (1998). Analiziranje za pripravo letnega poslovnega poročila podjetij. Analiziranje za potrebe strateškega odločanja ter dosežki analitske prakse in teorije. *Četrto strokovno posvetovanje o sodobnih vidikih analize poslovanja in organizacije* (str. 7-22). Ljubljana: Zveza ekonomistov Slovenije
29. *Kodeks upravljanja javnih delniških družb (Corporate Governance Code)*. Najdeno 12. julija 2009 na spletnem naslovu <http://www.zdruzenje-ns.si/zcnswb/vsebina.asp?n=3&s=379>
30. Kotler, P. & Lee, N. (2005). *Corporate social responsibility: doing the most good for your company and your cause*. Hoboken, New Jersey: John Wiley & Sons.
31. *KPMG International Survey of Corporate Responsibility Reporting*. Najdeno 10. marca 2009 na spletnem naslovu <http://www.kpmg.com/Global/IssuesAndInsights>

/ArticlesAndPublications/Pages/Sustainability-corporate-responsibility-reporting-2005.aspx

32. *Letna poročila*. Najdeno 15. junija 2009 na spletnem naslovu <http://seonet.ljse.si/menu/default.asp>
33. *Letno poročilo 2006 (podjetja Gorenje)*. Najdeno 1. julija 2009 na http://www.gorenjegroup.com/si/odnosi_z_investitorji/letna_porocila
34. *Letno poročilo 2006 (podjetja Petrol)*. Najdeno 1. julija 2009 na <http://www.petrol.si/media/letno.porocilo.petrol.slo.pdf>
35. *Letno poročilo 2006 (podjetja Sava)*. Najdeno 1. julija 2009 na <http://www.sava.si/odnosi-z-delnicarji/letno-porocilo.html>
36. Lozano, J. M., (2004). Towards the Relational Corporation: From Managing Stakeholder Relationships to Building Stakeholder Relationships (Waiting for Copernicus). *Corporate Governance*, 5 (2), 60–77.
37. Margolis, J. D. & Elfenbein, H. A. Jan 01, 2008 *Do Well by Doing Good? Don't Count on It*. Najdeno 1. septembra 2009 na spletnem naslovu <http://harvardbusiness.org/product/do-well-by-doing-good-don-t-count-on-it/an/F0801D-PDF-ENG>
38. Martin, R. L. (2003). The Virtue Matrix: Calculating the Return on Corporate Responsibility. V *Harvard Business Review on Corporate Responsibility* (str. 83-103). Boston: Harvard Business School Publishing.
39. McWilliams, A., Donald S. S. & Wright, P. M. (2006). Corporate Social Responsibility: Strategic Implications. *Journal of Management Studies*. 43(1), 1–18.
40. *Mednarodnimi standardi računovodskega poročanja*. Najdeno 16. maja 2009 na <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CONSLEG:2003R1725:20071125:SL:PDF>
41. Oakley, R. & Buckland, I., (2004). What if Business as Usual Won't Work?. V A. Henriques & J. Richardson (ur.), *The triple bottom line: does it all add up?*. (str. 131–141). London: Earthscan.
42. *OFR – Operating and Financial Review* (13. April 2006). Najdeno 15. 9. 2009 na spletnem naslovu http://www.article13.com/A13_ContentList.asp?strAction=GetPublication&PNID=1221
43. *Overview of SA8000*. Najdeno 16. avgusta 2009 na spletnem naslovu <http://www.sa-intl.org/index.cfm?fuseaction=Page.viewPage&pageId=473>

44. Partridge, K., Jackson, C., Wheeler, D., Zohar, A. (2005). *The Stakeholder Engagement Manual*. Ontario: Stakeholder Research Associates Canada Inc.
45. Pedersen, E. R., Neergaard, P. (2007). The Bottom Line of CSR: A Different View V F. den Hond, F. G. A. Bakker & P. Neergaard (ur.), *Managing corporate social responsibility in action*. Aldershot: Ashgate Publishing Company (str. 77–91).
46. Phillips, R. (2003). *Stakeholder theory and organizational ethics*. San Francisco: Berrett-Koehler Publishers, Inc.
47. Slapničar, S. (2004) Poročanje o družbeni odgovornosti. V J. Prašnikar (ur.), *Razvojnoraziskovalna dejavnost ter inovacije, konkurenčnost in družbena odgovornost podjetij* (str. 519–542). Ljubljana: Časnik Finance.
48. Slapničar, S. (2005, januar). Kako poročati o družbeni odgovornosti: obveščate zainteresirano javnost ali odvrčate pozornost od problemov?. *Manager*, str. 44–47.
49. Slapničar, S. (2007, 8. november). Ali več družbene odgovornosti pomeni dobro novico za lastnike. *Finance*, str. 25.
50. Slapničar, S. (2008, 11. november). Družbena odgovornost kot dobičkonosen poslovni model. *Finance*. Najdeno 15. marca 2009 na spletnem naslovu <http://www.finance.si/229301>> <http://www.finance.si/229301>.
51. *Slovenski računovodski standard 30 – Računovodsko informiranje*. Najdeno 16. maja 2009 na spletnem naslovu <http://www.racunovodja.com/clanki.asp?clanek=630>
52. *Survey on Reporting on Corporate Social Responsibility (CSR) by the Largest Listed Companies in 11 Central and Eastern European Countries* (2009, 3. marec). Najdeno 18. aprila 2009 na spletnem naslovu http://www.pfsprogram.org/capitalmarkets_research.php
53. *Sustainability investment*. Najdeno 1.9.2009 na spletnem naslovu http://www.sustainability-index.com/07_html/sustainability/sustinvest.html
54. *Tečajnica Ljubljanske (2006, 27. december)*. Najdeno 25. 7. 2009 na spletnem naslovu http://www.ljse.si/cgi-bin/jve.cgi?sid=1LCMosB6JtTEfDda&doc=2561&subtab=0_2&date1=27.12.2006.
55. *Tečajnica Ljubljanske borze (2003, 24. december)*. Najdeno 25. Julija 2009 na spletnem naslovu http://www.ljse.si/cgi-bin/jve.cgi?sid=1LCMosB6JtTEfDda&doc=2561&subtab=0_2&date1=24.12.2003.
56. *The First Earth Day-Bell-Bottoms and Gas Masks*. Najdeno 10.8.2009 na spletnem naslovu <http://news.nationalgeographic.com/news/2009/04/photogalleries/first-earth-day-1970-pictures/>

57. Ullman, A. A. (1985). A critical examination of the relationships among social performance, social disclosure and economic performance of US firms. *Academy of management review*. New York: State University of New York at Binghamton, 10 (3), 540–554.
58. Vezjak, B. (2002). Trajnostni razvoj podjetja. *Revizor*, 4(5), 41–69.
59. Vezjak, B. (2003, 23. januar). Okolju prijazno: Že imate okoljsko poročilo?. *Finance*. Najdeno 1. julija 2007 na spletnem naslovu <http://www.finance.si/show?id=39794&pool=gv>
60. Visser, W., Matten, D., Pohl, M. & Tolhurst, N. (2007). *The A to Z of Corporate social responsibility*. West Sussex: John Wiley & Sons Ltd.
61. Vogel, D. (2005). *The Market for Virtue – The Potential and Limits of Corporate Social Responsibility*. Washington: The Brookin Institution.
62. *What is EMAS?*. Najdeno 16. avgusta 2009 na spletnem naslovu http://ec.europa.eu/environment/emas/index_en.htm
63. *What is GRI?*. Najdeno 15. avgusta 2009 na spletnem naslovu <http://www.globalreporting.org/AboutGRI/WhatIsGRI/>
64. Windsor, D. (2006). Corporate Social Responsibility: Three Key Approaches. *Journal of Management Studies*, 34(1), 93–114.
65. Woods, M. & Colson, R. H. (2003). The Global Reporting Initiative. *CPA Journal*, 73 (6), 60–66.
66. Zakon o gospodarskih družbah. (2006). *Uradni list RS*. (Št. 42/2006, 19. april 2006).
67. Zerk, A. J. (2006). *Multinationals and corporate social responsibility: Limitations and opportunities in international law*. Cambridge: Cambridge University Press.