

**UNIVERZA V LJUBLJANI
EKONOMSKA FAKULTETA**

**DIPLOMSKO DELO
DRUŽBENO POROČANJE**

LJUBLJANA, julij 2004

MAJDA JANEŽIČ

IZJAVA

Študentka **Majda JANEŽIČ** izjavljam, da sem avtorica tega diplomskega dela, ki sem ga napisala pod mentorstvom **prof. dr. Slavke KAVČIČ** in dovolim objavo diplomskega dela na fakultetnih spletnih straneh.

V Ljubljani, dne _____

Podpis: _____

KAZALO

1. UVOD	1
2. DRUŽBENA ODGOVORNOST PODJETIJ	1
3. DRUŽBENO POROČANJE	2
3.1. Definicija družbenega poročanja	2
3.2. Trajnostni razvoj	3
3.3. Teoretski okvir družbenega poročanja	3
3.3.1. Teorija deležnikov	4
3.3.2. Teorija legitimnosti	6
3.3.3. Teorija politične ekonomije	8
3.4. Razvoj družbenega poročanja	9
3.4.1. Faze razvoja družbenega poročanja	9
3.4.2. Razvoj družbenega poročanja v državah v razvoju	11
3.5. Razlogi za družbeno poročanje	12
3.5.1. Prednosti družbenega poročanja	13
3.5.2. Zakonska obveza družbenega poročanja	15
3.6. Raznolikost družbenega poročanja	16
3.6.1. Kategorije družbenih poročil	16
3.6.2. Okvir družbenega poročanja	18
3.6.3. Notranji in zunanji pristop	18
3.6.4. Družbeno odgovoren in etični pristop	20
4. SESTAVA DRUŽBENEGA POROČILA	21
4.1. Struktura družbenega poročila	21
4.2. Standardi in navodila	24
4.2.1. Univerzalna načela standardov	24
4.2.2. Global Reporting Initiative (GRI)	25
4.2.3. AccountAbility 1000 (AA1000)	26
4.2.4. Social Accountability 8000 (SA8000)	26
4.2.5. ISO 14001 IN ISO 14031	27
5. DRUŽBENO POROČANJE V SLOVENIJI	27
5.1. Letno poročilo	28
5.2. Raziskava razkritij v slovenskih letnih poročilih	30
5.3. Poročanje o družbeni odgovornosti desetih največjih podjetij v Sloveniji v primerjavi z Madžarsko za leto 2002	34
5.3.1. Predstavitev poročil desetih največjih slovenskih podjetij za leto 2002	35
5.3.2. Primerjava Slovenije in Madžarske na področju razkrivanja družbene odgovornosti	39
6. SKLEP	44
LITERATURA	47
VIRI	50

1. UVOD

Svet okoli nas se vsakodnevno spreminja, zaradi česar izginjajo tradicionalni načini kreacije blagostanja. Prvotno se je bogastvo ustvarjalo z enkratno porabo naravnih virov, danes pa vse pomembnejše postajajo nove tehnološke rešitve in znanje. Sočasno poteka tudi geografsko, kulturno in zakonsko širjenje podjetij, kar slednjim prinaša nove odgovornosti in obveznosti. Vse te spremembe za podjetja pomenijo več kot inovacije in izboljšave proizvodov. Če bodo podjetja želela uspeti, bodo morala v obstoječe podjetniške modele vpeljati družbeno odgovorno ravnanje oziroma prispevati k trajnostnemu razvoju. Toda katera orodja in pristopi bodo podjetjem pri tem v pomoč?

Velik vpliv na družbeno odgovorno ravnanje podjetij ima proces družbenega poročanja, ki predstavlja osnovo diplomskega dela, ki je v grobem sestavljeno iz dveh delov. Prvi sklop družbeno poročanje predstavi s teoretičnega vidika. Družbena poročila so pomembna z vidika družbene odgovornosti, zato začetno poglavje namenjam opredelitvi tega koncepta. Nadaljnje poglavje je namenjeno družbenemu poročanju oziroma definiciji pojma, predstavitvi teoretičnih konceptov, zgodovinskemu razvoju družbenega poročanja, opredelitvi motivacijskih dejavnikov, ki vodijo v proces družbenega poročanja, ter predstavitvi različnih pristopov in kategorij družbenih poročil. V tem delu diplomskega dela se opiram predvsem na članke in razprave tujih avtorjev, ki se ukvarjajo s tem problemom. V okvir prvega sklopa oziroma teoretičnega prikaza družbenega poročanja je kot zadnje poglavje vključena sestava družbenega poročila.

V drugem sklopu predstavljam družbeno poročanje v Sloveniji, ki ga primerjam z družbenim poročanjem na Madžarskem. Za Madžarsko sem se odločila predvsem zato, ker je to država, ki je tako kot Slovenija šla skozi proces tranzicije in leta 2004 postala polnopravna članica Evropske unije. Diplomsko delo sklenem s sklepnimi ugotovitvami o družbenem poročanju podjetij, ki izhajajo iz teoretičnega in praktičnega dela moje diplomske naloge.

2. DRUŽBENA ODGOVORNOST PODJETIJ

Družbena poročila kot taka slonijo na predpostavki o družbeni odgovornosti podjetij. Družbena odgovornost podjetja pomeni, da je podjetje odgovorno za svoje aktivnosti, ki vplivajo na skupnost ljudi in njihovo okolje. Negativne vplive na družbo mora podjetje ugotoviti in jih skušati popraviti. To lahko pomeni, da se mora podjetje odpovedati delu dobička, če njegova aktivnost resno prizadeva kakšno interesno skupino (Jaklič, 1996, str.60). Družbena odgovornost predstavlja vrednote in politiko delovanja tistih korporacij, ki želijo zmanjševati negativne družbene in okoljske vplive ter ustvariti dodano vrednost za lokalno skupnost (Vezjak, 2002a, str. 47). Gray s sodelavci družbeno odgovornost ponazarja z razmerjem med principalom in agentom¹ (Gray et al., 1996, str. 38). Med njima obstaja družbena pogodba oziroma dogovor. Principal v skladu s pogodbo agentu da navodila, katere

aktivnosti se od njega pričakujejo, ter nagrado. V model agenta in principala sta vključeni dve vrsti odgovornosti:

- odgovornost agenta, da akcijo izpelje;
- odgovornost agenta, da o akciji poroča.

Ta poenostavljen model avtorji uporabljajo za ponazoritev razmerja med družbo in organizacijami oziroma med delničarji (principal) in podjetjem (agent). Delničarji podjetju nudijo moč preko finančnih investicij in to hkrati predstavlja ustanovitev pogodbe, ki je v večji meri implicitna. Med obema stranema obstajajo nasprotujoči si interesi, zato izvajanje aktivnosti podjetja v dobro deležnikov ne more temeljiti na zaupanju. Pojem zaupanja so zato v veliko primerih nadomestili formalni sporazumi in nadzori. Gray s sodelavci ugotavlja, da je obliko odgovornosti v primeru obstoja zakonodajnega okvira lahko določiti, težje pa je odnos med agentom in principalom opredeliti v primeru razmerja med podjetji in drugimi organizacijami: odnos do okolja, zaposlenih in skupnosti.

3. DRUŽBENO POROČANJE

3.1. Definicija družbenega poročanja

Družbeno poročanje² je proces komuniciranja organizacij o družbenih in okoljskih učinkih ekonomskih delovanj teh organizacij posameznim interesnim skupinam znotraj družbe in tudi širši javnosti. Kot tako zahteva razširitev odgovornosti organizacij (še posebej podjetij) s tradicionalne vloge zagotavljanja finančnega poročila lastnikom kapitala, natančneje delničarjem. Takšna razširitev temelji na predpostavki, da odgovornost podjetij ni zagotavljanje dobička njenim delničarjem, temveč širša odgovornost do družbe (Gray et al., 1996, str. 3). Družbena poročila so analiza družbene politike z vprašanjem o tem, ali so se izboljšale objektivne življenjske razmere in subjektivna blaginja na eni strani in na drugi, preko ravni posameznikov, ali se je izboljšala kakovost družbe (Zapf, 2002, str. 903). Vloga družbenega poročanja je razkritje družbene odgovornosti, iz česar sledi, da je družbeno poročanje razširitev pojma družbene odgovornosti. Poleg navedene vloge družbeno poročanje ocenjuje vplive, ki jih imajo aktivnosti podjetja na družbo; meri učinkovitost in uspešnost družbenih programov, ki jih izvaja podjetje; predstavlja notranji informacijski sistem, ki dopušča celovito analizo sredstev in družbenih vplivov podjetja (Tilling, 2001, str. 2). Primarni namen družbenega poročanja ni v prepoznavanju slabih korporacij, temveč kreacija dialoga med korporacijo in deležniki. Družbeno poročilo kot dokument nima večje vrednosti, če ne informira deležnikov, vodi k pogovoru z deležniki ali vpliva na odnos med podjetjem in deležniki.

¹ Agent je podjetje, posameznik ali skupina, ki je pooblaščen za izvedbo poslov s tretjo stranko v imenu nekoga drugega (imenovanega principal).

² Ang. »social reporting, social responsibility accounting, corporate social disclosure, social accountability disclosure, social audit, ethical statements, values report, social statement«. Nekateri sistem družbenega poročanja imenujejo 3E, saj naj bi ta sistem vključeval poročanje o ekonomskem, okoljskem in etičnem vidiku organizacije (economy, environment, ethics) ali 3P kot sestav ljudi, okolja in dobička (people, planet, profit).

Velikokrat se zgodi, da je sestava družbenega poročila odvisna od ekonomskih dejavnikov (Swift, 2001, str. 18) in predstavlja del promocije podjetja. Razlog za to gre iskati v podjetju, ki deluje na podlagi privilegiranja interesov managementa ali investitorjev.

3.2. Trajnostni razvoj

Trajnostni razvoj³ je takšen razvoj, ki zadovoljuje potrebe sedanjih generacij, ne da bi pri tem poslabšal možnosti zadovoljevanja potreb prihodnjih generacij (Gray et al., 1996, str. 61). Termin je bil prvič omenjen okoli leta 1987 v knjigi *Our Common Future*, ki jo je izdala Svetovna komisija za okolje in razvoj⁴ (Wilson, 2003, str. 1). Trajnostni razvoj je v knjigi definiran kot »proces sprememb, v katerem so izraba resursov, usmerjenost investicij, smer tehnološkega razvoja in institucionalne spremembe v harmoniji in proces, ki poudarja pomembnost sedanjih in prihodnjih družbenih potreb«. V praksi je bil termin prvič uporabljen leta 1992 na konferenci o okolju in razvoju Združenih narodov v Rio de Janeiru. S tem je trajnostni razvoj postal mednarodno sprejet politični cilj. Tega leta je bil z namenom spodbujanja podjetij, naj svoje poslovanje usmerijo v dobrobit varstva okolja in družbe kot celote ustanovljen Svetovni poslovni svet za trajnostni razvoj⁵ (WBCSD), ki ga tvori skupina vodilnih managerjev največjih svetovnih podjetij. V okviru tega projekta je bila razvita spletna platforma, ki podjetjem naročnikom svetuje pri sestavi trajnostnega poročila.

Trajnostni koncept podjetja povzema elemente štirih že uveljavljenih konceptov: trajnostnega razvoja, družbene odgovornosti, teorije deležnikov (glej poglavje 3.3.1.) in teorije odgovornosti do poročanja podjetja. Koncept družbene odgovornosti podjetja k trajnostnemu konceptu prispeva etične argumente, zakaj naj bi podjetja delovala v smeri trajnostnega razvoja. Poslovne argumente je mogoče najti v teoriji deležnikov. Zadnji koncept, na katerega se nanaša smer trajnostnega razvoja, je teorija odgovornosti do poročanja, ki razkriva etične argumente, zakaj naj bi podjetja poročala. Družbeno poročanje lahko pripomore k trajnostnemu razvoju, saj upošteva dolgoročne vplive delovanja podjetja, danes prevladujoče finančno poročanje pa je usmerjeno kratkoročno.

3.3. Teoretski okvir družbenega poročanja

Nastanek družbenih poročil je po mnenju mnogih avtorjev odgovor na potrebe po informacijah s strani uporabnikov, potrošnikov. Gray s sodelavci pojav družbenih poročil pojasnjujejo s teorijami, saj naj bi le-te nudile boljše razlago (Gray et al., 1996, str. 45-50).

3 Ang. »Sustainability or sustainable development«. Sopomenke za trajnostni razvoj so: sonaraven razvoj, uravnotežen razvoj, vzdržen razvoj. Nekateri (Isaaksson, Garvare, 2003, str. 652) ga predstavljajo z modelom BEST (bio/physical sustainability, economic sustainability, social sustainability, technological sustainability), drugi preko modela 3E (economy, environment, ethics) in tretji (Istrabenz, 2003) preko modela 3P (planet, people, profit).

4 World Commission for Environment and Development (WCED).

5 World Business Council for Sustainable Development.

3.3.1. Teorija deležnikov

Teorija deležnikov temelji na splošnosistemski teoriji. Vsi živi organizmi (sistemi) vplivajo in so vplivani od ostalih sistemov v njihovem okolju. Za podjetje je bistveno, da ugotovi, kdo so subjekti vplivanja. V povezavi s tem govorimo o deležnikih⁶. Deležniki so posamezniki ali skupine, ki imajo kakršenkoli vpliv na delovanje podjetja oziroma na njih vpliva poslovanje podjetja. Predstavljajo gospodarske ali človeške zmogljivosti podjetja, njihova vrednost je odvisna od obnašanja podjetja (Hinna, Monteduro, 2003, str. 14). Model deležnikov je interaktivni model, ki združuje vse interesne skupine in podjetje. Jaklič (1996, str. 24-26) loči primarne in sekundarne interesne skupine.

Tabela 1: Primare interesne skupine podjetja

Interesna skupina	Interes interesne skupine	Vpliv na podjetje
Zaposleni	- stabilna zaposlenost - primerno plačilo - varno in prijetno delovno okolje	- pogajalska moč sindikata - stavke in druge aktivnosti - javno mnenje
Lastniki/delničarji	- primerne dividende - rast vrednosti delnice v času	- volilna pravica - kontrola nad poslovanjem
Kupci	- primeren nakup (kakovost, cena)	- nedobavljanje naročenega - dobavljanje konkurentom
Dobavitelji	- kontinuirana naročila - pravočasna plačila - možnost razvoja	- tehnološke inovacije; konkurenti morajo slediti - nižje cene
Konkurenti	- biti profitabilni - pridobiti večji delež trga - rast celotne panoge	- nakupi pri drugih dobaviteljih - bojkotiranje podjetij
Prodajalci	- primerjati kvalitetne proizvode ob primerni ceni in pravem času - nuditi zanesljive proizvode, ki jim kupci zaupajo in jih cenijo	- odpoklic posojil - pravna pot (prevzem lastnine)
Posojilodajalci	- servisiranje posojil	

Vir: Jaklič, 1996, str. 25.

⁶ Ang. »Stakeholder«. Sinonim za deležnike je interesne skupine.

Tabela 2: Sekundarne interesne skupine podjetja

Interesne skupine	Interes interesne skupine	Vpliv na podjetje
Lokalne skupnosti	- zaposlitev lokalnega prebivalstva - zaščita okolja - razvoj lokalnega okolja	- nezaupanje in nenaklonjenost - lobiranje vlad
Družbeni aktivisti	- opazovanje podjetij z namenom ugotovitve morebitnih nelegalnih in neetičnih aktivnosti	- pridobivanje podpore s publiciranjem - lobiranje vlad
Mediji	- informiranje javnosti - opazovanje aktivnosti podjetij	- publiciranje in komentiranje
Poslovno-interesne skupine	- zagotavljanje informacij za boljše poslovanje	- podpora strokovnjakov - pravna in politična podpora
Tuje vlade	- družbeno-ekonomski razvoj	- dovoljenja in regulativa
Domače vlade	- obdavčenje, razvoj	- regulacije, licence, dovoljenja
Javnost	- zaščita družbenih vrednot - zmanjšati tveganja - zagotoviti napredek za družbo	- (ne)podpora določenih aktivnosti - vpliv na vlado

Vir: Jaklič, 1996, str. 26.

Mei Ondina Gabrovec poleg že naštetih interesov deležnikov navaja še nekatera možna interesna področja posameznih interesnih skupin, ki jih lahko podjetje vključi v družbeno poročilo:

- zaposleni: informacije o strukturi zaposlenih⁷, o družbenih aktivnostih, o politiki enakih možnosti, o nadomestilih in spodbudah, o zdravju in varnosti;
- delničarji: informacije o strukturi kapitala po delničarjih glede na državljanstvo in status delničarja, o koristih delničarjev, o zaslužkih kapitala, o prispevkih delničarjev k managementu podjetja in k zaščiti interesov manjšin, o povezavah med investitorji;
- posojilodajalci: informacije o strukturi financiranja⁸, o povezavah z bankami, o povezavah z investitorji;
- potrošniki: informacije o značilnostih in analizi trga, o sistemu kakovosti, o oceni zadovoljstva kupcev, o pogodbenih odnosih;
- dobavitelji: informacije o značilnostih in analizi dobaviteljev, o sistemu kakovosti, o pogodbenih odnosih, o lokaciji, o izpolnjevanju standardov skozi celotno vrednostno verigo;
- javna uprava: informacije, ki predstavljajo povezave podjetja z mednarodnimi organizacijami, EU, vlado, regijo, lokalnimi občinami (primeri teh informacij so

⁷ Struktura po starosti, spolu, izobrazbi, dolžnostih, nacionalnosti, po vrsti (redna, honorarna ali začasna zaposlitev).

⁸ Obrestna mera, trajanje, garancija.

informacije o davkih, o prispevkih, o subvencijah, o davčnih olajšavah, o pogodbenih odnosih, o notranjem nadzoru in kontroli, o delovanju podjetja v skladu z zakonom).

Deležnike in njihove interese Gray s sodelavci (Gray et al., 1996, str. 67) deli glede na raven medsebojnega vplivanja. Odnosi med podjetjem in deležniki naj bi potekali na treh nivojih. Primarno raven vplivanja predstavlja delitev deležnikov v skupine: delničarji, vlada, lokalna skupnost, banke, pokojninski in zavarovalni skladi, kupci, zaposleni itd. Sekundarno raven vplivanja predstavi interese deležnikov, kot so izraba infrastrukture, zdravje zaposlenih, izbira potrošnikov, oglaševanje, tehnologija, oportunitetni družbeni stroški, izkoriščanje resursov itd. Nadaljnja tretja raven pa se za razliko od prvih dveh, ki se osredotočita na posamezno podjetje, nanaša na celoten ekonomski sistem in vključuje okoljevarstveno stanje, zdravstveno stanje, zakonsko ureditev, svobodo, kulturno dediščino, vprašanja manj razvitega sveta itd.

Teorijo deležnikov avtorji (Gray et al., 1996, str. 45-50) pojasnjujejo v dveh različicah. Značilnost obeh je eksplicitno zasnovan sistemski pogled na organizacije in njihovo okolje, ki priznava dinamično in kompleksno naravo povezav med njimi. Prva različica teorije se navezuje na družbeno odgovornost podjetja. Govori o tem, kakšni bi morali biti odnosi med podjetjem in deležniki. Slednji so za podjetje eksogeno dani, zato se jim mora le-to prilagajati. Povezava med deležniki in podjetjem je ponazorjena z odgovornostjo, ki izhaja iz razmerja med podjetjem (agentom) in deležniki (principal). Druga različica teorije poudarja, da podjetja deležnike prepoznajo sama na podlagi ocenitve pomembnosti odnosov s posameznimi skupinami. Bolj pomembni kot so deležniki za podjetja, več truda bodo le-ta vložila v upravljanje odnosov z njimi. Ključni pomen pri upravljanju ali celo manipuliranju odnosov so tako računovodske kot tudi družbene informacije. Za vsakega deležnika mora podjetje razkriti vsaj štiri vrste informacij (Gray, 2001, str. 9):

- Informacije, ki opredeljujejo elemente odnosa med podjetjem in deležnikom. Primeri teh informacij so število in struktura zaposlenih, število delovnih ur itd.
- Informacije, ki jih zahtevajo zakon in načela. Primeri le-teh so odgovornost zaščititi okolje, izpolnitev industrijskih načel.
- Informacije, ki jih želi razkriti podjetje.
- Informacije, ki jih želijo deležniki.

Cilj podjetij v procesu upravljanja teh odnosov je pridobitev podpore pri poslovanju ali odobravanje podjetniških aktivnosti s strani deležnikov.

3.3.2. Teorija legitimnosti

Teorija legitimnosti je zasnovana na teoriji deležnikov, kateri sta dodana pojma konfliktnost in nesoglasja. Podjetje po tej teoriji lahko obstaja le, če družba, v kateri deluje, podjetje zaznava kot takšno, ki deluje v sistemu vrednot⁹, ki je skladen z vrednotami družbe.

⁹ Ocenjevalec vrednot organizacije, ki privrženost določenim vrednotam kaže preko aktivnosti, je družba.

Legitimnost družbe je lahko v primeru neskladnosti vrednot ogrožena in v tem primeru avtorji naštevajo različne strategije, ki jih ima podjetje na voljo. Lindblom (Gray et. al., 1996, str. 46) navaja naslednjo možno razdelitev strategij:

- izobraževanje in informiranje deležnikov o dejanskih namenih izboljšanja aktivnosti podjetja;
- sprememba zaznavanja podjetniških aktivnosti s strani deležnikov brez hkratne spremembe delovanja podjetja;
- preusmeritev pozornosti od nelegitimnih k legitimnim aktivnostim;
- sprememba zunanjih pričakovanj.

Če teorijo legitimnosti povežemo s pojmom družbena pogodba, je obstoj podjetja ogrožen, če le-ta prelomi določbe te pogodbe. Prelom pogodbe lahko po posebnem modelu, imenovanem »accountability scorecard«¹⁰, pomeni umik prispevkov deležnikov, ki omogočajo delovanje opodjetja. Teoretski okvir tega sistema namreč predstavlja odnos med prispevki¹¹ podjetju s strani deležnikov in povračili¹² deležnikom v zameno za prispevke s strani podjetja (Nickols, 2003, str. 3).

Tabela 3: Primeri prispevkov deležnikov in spodbud organizacije

Deležniki	Prispevki deležnikov	Spodbuda podjetij
Zaposleni	- izvršitev dodeljenega dela - dajanje časa in energije, potrebnih za izvršitev aktivnosti	- plača - bonitete - napredovanje
Dobavitelji	- ugodni pogoji dobave - visokokakovostni proizvodi in storitve - fleksibilnost	- takojšnje plačilo - večja naročila - dolgoročni odnosi
Kupci	- denarna sredstva ¹³	- proizvodi in storitve
Investitorji in posojilodajalci	- denarna sredstva	- obresti na vložena sredstva

Vir: Nickols, 2003, str. 3.

Med prispevki in povračili mora obstajati ravnovesje, saj je dolgoročni uspeh podjetja odvisen v glavnem od zmožnosti upravljanja potreb in zahtev deležnikov, ki organizacijo glede na te

¹⁰ Za angl. »Accountability scorecard« sem v slovenskem jeziku zasledila dva prevoda in sicer izkaz odgovornosti (Kavčič, 2003, str. 83) ali izkaz obveznosti (Rejc, 2002, str. 109).

¹¹ Angl. »contributions«.

¹² Angl. »inducements«.

¹³ Denarna sredstva, ki jih prispevajo kupci, investitorji in posojilodajalci, so uporabljena za spodbude ostalim deležnikom.

zmožnosti tudi ocenjujejo. Če so medsebojni odnosi v ravnovesju, to pomeni, da podjetje izpolnjuje določila družbene pogodbe oziroma zahteve deležnikov ter da obstoj podjetja ni ogrožen. Ocenjevanje medsebojnih odnosov pa omogoča ravno model »accountability scorecard«, ki ga podjetje razvije po korakih:

1. Identifikacija deležnikov.
2. Določitev prispevkov in spodbud za vsako skupino deležnikov.
3. Rangiranje prispevkov in rangiranje spodbud.
4. Določitev postopkov za merjenje prispevkov in spodbud. Hkrati je potrebno določiti mejne velikosti, ki so sprejemljive za dajalce prispevkov, in mejne velikosti za tiste, ki dajejo spodbude.
5. Uporaba opredeljenih postopkov za merjenje z upoštevanjem ugotovitev, kaj o velikosti mer menijo posamezni deležniki.

Teorija legitimnosti ima, podobno kot teorija deležnikov, dve različici. Prva zadeva legitimnost posameznega podjetja, druga pa legitimnost ekonomskega sistema kot celote.

3.3.3. Teorija politične ekonomije

Termin politična ekonomija so kot oznako za ekonomsko vedo uveljavili klasični ekonomski teoretiki (Sušjan, 2001, str. 1). Pridevnik politična je označeval tri pomembne značilnosti ekonomske vede: družbenost, zgodovinskost in institucionalnost. Družbenost¹⁴ pomeni, da je bilo delovanje ekonomskega sistema neločljivo povezano z družbeno strukturo. Oznaka politična v tem kontekstu pomeni, da je ekonomija družbena oziroma družboslovna veda. Institucionalnost pomeni, da je delovanje ekonomskega sistema v delih klasičnih ekonomistov povezano z značilnostmi institucij¹⁵ v širšem pomenu besede. Klasični ekonomisti so opazili, da se institucije v teku zgodovinskega časa spreminjajo, zaradi česar se spreminja tudi delovanje ekonomskih sistemov. Zadnja značilnost oziroma zgodovinskost politične ekonomije pomeni, da mora znanost nastale spremembe upoštevati.

Gray s sodelavci (Gray et al, 1996, str 45-50) tudi pri tej teoriji priznava dve različici: klasična (Marxistična) in buržuazna teorija¹⁶. Bistvena razlika med teorijama je obravnavanje strukturalnega konflikta v družbi. Klasična politična ekonomija pri analizi tega konflikta v ospredje postavlja neenakost in državo ter zavrača možnost obstoja tržnih rešitev. Buržuazna politična ekonomija pa navedene elemente pojmuje kot eksogeno dane, zato jih iz analize izključuje. Osredotoči se na odnose med skupinami, v katerih obstaja pluralizem interesov. Po klasični različici so družbena poročila zgolj mehanizem vzdrževanja legitimnosti pred javnostjo. Družbeno poročilo je v tem primeru proaktivno orodje, s katerim management vpliva na družbo in je namenjeno obvladovanju in transformaciji družbenih konfliktov. Obvezujoči predpisi o razkritju informacij s strani države po tej različici predstavljajo pretvarjanje države, da deluje v korist depriviligiranih skupin z namenom ohranjanja

14 Nimamo opravka samo s posamezniki, temveč z družbenimi sloji, skupinami, interesi.

15 Ekonomske institucije, tehnološke značilnosti, vzorci obnašanja, navade ipd.

16 Ta del teorije se največkrat povezuje z Johnom Stuartom Millom.

legitimnosti celotnega kapitalističnega sistema. Država je na nek način ujeta v kapital, zato bo dejansko dala prednost zaščiti interesov tega kapitala in ne zaščiti interesov deležnikov. V primeru vprašanj legitimnosti celotnega sistema ali vprašanj interesov kapitala zato obstaja možnost zakonske obveze sestavljanja družbenih poročil.

Predstavljene teorije družbenega poročanja razkrivajo nekatere razloge, zaradi katerih se podjetja odločajo v poslovanje vključiti proces razkrivanja družbene odgovornosti. Razvoj teh teorij je večinoma potekal brez upoštevanja notranjih spremenljivk podjetja (Adams, 2002, str. 225-229). Navedene teorije po Adamsovem mnenju tudi ne razkrivajo razlogov za nerazkritje informacij, zato poleg upoštevanja teorij, pomembnost pripisuje tudi spremenljivkam znotraj podjetja:

- Značilnost podjetja. Med značilnosti so vključene velikost podjetja, sektor, finančne in ekonomske značilnosti delovanja podjetja, horizont odločanja, tveganja, finančni vzvod. Upoštevanje zgolj značilnosti podjetja bi pomenilo, da podjetja z enakimi značilnostmi pripravljajo enaka družbena poročila povsod po svetu. Toda med državami kljub enakim značilnostim obstajajo razlike, ki so posledica različnega geografskega vpliva etičnih in okoljskih vrednot.
- Splošni faktorji. Med te faktorje je vključena država, v kateri je podjetje ustanovljeno, čas, pritiski medijev, politični in družbeni vplivi, kultura.
- Notranji dejavniki. Sem spadajo vodstvo, obstoj posebnega odbora za izvršitev procesa družbenega poročanja, organizacijska struktura, stopnja vključenosti deležnikov, pomembnost računovodske službe, organizacijska kultura.

Ne glede na različne poti, ki vodijo do sestave družbenih poročil, vse teorije potrjujejo ugotovitev, da se podjetja za družbeno poročanje odločajo z namenom vzpostaviti boljšo sliko podjetja v očeh družbe.

3.4. Razvoj družbenega poročanja

3.4.1. Faze razvoja družbenega poročanja

1. Faza: 1950-1960

Prvi, ki je pričel s povezovanjem poslovanja podjetja in družbene odgovornosti, je bil Bowen leta 1953. Toda ideja o družbeni vlogi se je pričela že leta 1929 z Weimarsko ustavo. Kasneje je to povezavo skušal opredeliti tudi Linowes (Gray et al., 1996, str. 98). Ugotovil je, da sestava družbenega poročila predstavlja strošek in s tem posledično zmanjšanje dobička. V knjigi »The Responsible company«, ki jo je leta 1960 izdal George Goyder, se že pojavljajo vprašanja, kako meriti nefinančno delovanje podjetja. Razvoj družbenega poročanja so v prvi fazi označevali štiri procesi (Berthoin Antal et al., 2002, str. 25). Prvi proces je bil zaupanje v sposobnost učinkovitega in hitrega reševanja socialnih problemov s strani vlade. Gonilna sila drugega procesa je bila kritika uporabe bruto domačega proizvoda kot prikaza kakovosti

življenja in posledica je bil razvoj novih družbenih kazalcev in kazalnikov. Naslednji proces so bile povečane zahteve glede upoštevanja družbenih vplivov v procesu odločanja podjetja. V zadnjem procesu se je pojavila potreba po višji stopnji družbene odgovornosti.

2. Faza: 1960-sredina 1980

Leta 1972 se je pod imenom ekonomika kvalitativne rasti¹⁷ pojavil koncept blagostanja (Zapf, 1999, str. 3). Pričele so se raziskave družbenih stroškov in eksternih disekonomij. Koncept blagostanja so proučevali z upoštevanjem tako življenja posameznika kot tudi širše družbe. Onesnaževanje, zmanjšanje virov, odpadki, kakovost in varnost izdelkov, pravice in status delavcev ter moč velikih podjetij so bili deležni večje pozornosti. Proti koncu sedemdesetih let in kasneje v osemdesetih se je proučevanje individualiziralo, kar pomeni, da je bila raven kakovosti življenja posledica posameznikovega delovanja. Pomembni so bili objektivni in subjektivni dejavniki. Združitve obeh so omogočile ankete¹⁸, saj je izpolnjevalec poleg navedbe podatkov imel možnost izraziti subjektivno mnenje (Zapf, 2002, str. 896). Proučevanje družbenih vplivov podjetij je postal tudi interes deležnikov. Rast družbenega poročanja je bila tedaj posledica naraščajočih pritiskov širše družbe. Leta 1972 je podjetje Singer izdelalo prvo družbeno poročilo¹⁹. V osemdesetih letih se je prvič pojavilo tudi vprašanje zakonske obveznosti priprave družbenega poročila. Prva država, ki se je leta 1977 odločila za zakonsko obvezo, je bila Francija.

3. Faza: sredina 1980-1990

To je bil čas stagnacije družbenega poročanja. Možni razlogi (Berthoin Antal et al., 2002, str. 26) za ta upad so bila nasprotovanja raznih združenj, ki so v družbenih poročilih videla ogroženost svoje moči. Ponekod (ZDA in VB) se je krepila moč delničarjev, ki so v sestavi družbenega poročila videli zgolj porabo svojega denarja. Nekateri avtorji (Owen, 2003, str. 4) stagnacijo družbenega poročanja pripisujejo makroekonomskim dejavnikom. Podjetja so se zaradi manjše ekonomske rasti in povečane stopnje nezaposlenosti usmerila v doseganje ekonomskih rezultatov in ne v družbeno odgovornost.

4. Faza: po letu 1990

Čas je pokazal, da radikalne tržne strategije niso uspele rešiti družbenih problemov ter da maksimiranje vrednosti delničarjev ne pomeni nujno tudi povečanja družbene blaginje. V ospredje so prišli zopet interesi vseh deležnikov in ne le delničarjev. Pojavili so se novi mediji, ki so omogočili razkritje aktivnosti podjetij. Večja zanimanja deležnikov in medijev za družbena vprašanja so delno rezultat največjih nesreč, kot sta npr. razlitje Exxon Valdeza in nesreče v Bhopalu. Leto 1990 je pomembno predvsem za ameriška podjetja, saj je bil takrat predstavljen indeks, imenovan »Domini 400 Social Index«, iz katerega so bila izključena podjetja, ki so se ukvarjala s tobačnim proizvodi, kockanjem, orožjem ali ustvarjanjem

¹⁷ Ang. »economics of qualitative growth«.

¹⁸ Izpolnjevalec je v anketo vpisal prejeti prihodek kot objektivni podatek in osebno zadovoljstvo s tem prihodkom kot subjektivni podatek.

¹⁹ Več o razvoju družbenega poročanja dostopno na http://www.ethos.org.br/docs/conceitos_praticas/guia_relatorio/guia_relatorio_ingles.pdf.

nuklearnega orožja. K razvoju družbenega poročanja so prispevale tudi mednarodne organizacije z izdajo standardov ter predstavitvijo trajnostnega razvoja. Sočasno so se razširili tudi interesi delničarjev, ki čedalje več pozornosti namenjajo etičnim oziroma družbeno odgovornim investicijam²⁰. Investitorji, katerih glavni motiv je dobiček, ne kažejo zanimanja po družbenih poročilih (Gray et al., 1996, str. 240). V tem primeru slednji zanimanje za razkritje aktivnosti podjetij kažejo le, če le-te vplivajo na finančno sliko podjetja. Dosedanje raziskave o vplivu družbenih razkritij na ceno delnic so dale različne rezultate. Nekateri kažejo premosorazmernost²¹ zaslužkov investorjev in družbenih poročil, drugi pa nakazujejo na obratno sorazmerje²² med proučevanima spremenljivkama. Nasprotujoči si rezultati so vodili v nadaljnje raziskave, ki so pokazale, da na odnos med družbenim razkritjem in zaslužki investorjev vplivajo tudi faktorji, kot so velikost podjetja ter tržni segment, v katerem podjetje deluje.

Če smo pred letom 1970 govorili o obdobju izpolnjevanja obveznosti podjetja za izboljšanje družbenega okolja, po tem letu o obdobju družbene odzivnosti²³, danes govorimo o proaktivnosti. Danes se podjetje ne sooča več z vprašanjem, ali naj sprejme proces družbenega poročanja, temveč z vprašanjem, kako in kdaj razkriti družbeno odgovornost.

3.4.2. Razvoj družbenega poročanja v državah v razvoju

Razvoj družbenega poročanja v državah v razvoju poteka zelo počasi, saj se soočajo s pomanjkanjem nadzora nad organizacijami. Hkrati tudi nimajo konkretnih navodil po katerih bi razkrivali aktivnosti podjetij. Neenaka razvojna stopnja držav v razvoju v primerjavi z razvitimi zahodnimi državami onemogoča uporabo razvitih modelov družbenega poročanja. Res je, da v nekaterih državah regulacija obstaja, toda tam oviro uresničevanju družbenega poročanja predstavljajo mile kazni. Poleg pomanjkanja ustrezne zakonodaje lahko najdemo tudi druge razloge za počasen razvoj družbenega poročanja:

- pomanjkanje navodil,
- neizobraženost zaposlenih na področju družbenega poročanja,
- mišljenje, da družbena poročila pomenijo zgolj strošek,
- pomanjkanje podpore oziroma motivacije,
- poraba dodatnega časa za sestavo družbenega poročila.

Zaradi možnosti izkoriščanja manj razvitih držav s strani razvitih držav bi bilo potrebno, da bi nadzorni organi manj razvitih držav pričeli z uvajanjem zakonske obveze družbenega poročanja. V teh državah že sedaj obstajajo večji pritiski izkoriščanja naravnih virov s ciljem izboljšati življenjske razmere družbe. Toda s tem je ogrožen obstoj prihodnjih generacij oziroma trajnostni razvoj.

20 Angl. »Socially responsible investment (SRI)«.

21 S povečanjem družbenih razkritij se povečajo tudi zaslužki investorjev.

22 S povečanjem družbenih razkritij se zaradi povečanje stroškov zniža dobiček in s tem tudi zaslužek investorjev.

23 Družbena odzivnost pomeni zmožnost odzivanja podjetja na družbene pritiske.

3.5. Razlogi za družbeno poročanje

V času globalizacije trga in informacijsko vodene družbe so podatki, kako širša družba zaznava aktivnosti podjetja, za podjetje pomembnejši kot kdajkoli v zgodovini. Z geografsko in kulturno širitvijo podjetij preživetja ne omogočajo zgolj investicije in izboljšave proizvodov, temveč prispevek k trajnostnemu razvoju. Družba zahteva večjo stopnjo razkritja poslovanja podjetij, hkrati s temi zahtevami pa rastejo tudi njihova pričakovanja. Globalna ekonomija zahteva nove načine vodenja podjetja, ki bi prinesli družbene koristi. V preteklosti so podjetja delovala na podlagi medsebojnega zaupanja z deležniki, toda s časom so deležniki najprej želeli vedeti nekaj o aktivnostih podjetja, danes pa se je pojavila potreba po konkretnih informacijah²⁴. Z razvojem medijev deležniki prihajajo tudi do informacij, ki jih je podjetje namerno prikrilo. Zatorej je za podjetje bolje, da izda družbeno poročilo, v katerem razkrije pozitivne in negativne družbene vplive svojih aktivnosti, saj je s tem omogočena pojasnitev sedanje situacije in predstavitev načrtovanih izboljšav. V nasprotnem primeru obstaja nevarnost pristranskih ocen negativnih vplivov podjetniških aktivnosti s strani medijev.

Kultura zaupanja med deležniki in podjetjem je izhajala iz asimetrij moči (Swift, 2001, str. 17), saj deležniki v preteklosti niso imeli dostopa do informacij o delovanju podjetja. Edini vir informacij je bilo podjetje, kateremu so bili deležniki primorani verjeti. Razvoj družbenega poročanja so torej na eni strani pospeševale kulturne spremembe, toda na drugi strani je računovodska služba predstavljala zaviralni dejavnik (Stittle, 2002, str. 354). Proces poročanja je bil pod velikim vplivom računovodske službe, ki je v ospredje postavljala zbiranje in analiziranje denarno izraženih podatkov ter hkrati zanemarjala prvine družbenega poročanja. K počasnejši razširitvi družbenega poročanja so nadalje prispevali tudi drugi dejavniki (Beckett, 2002, str. 38). Definicija trajnostnega razvoja je še vedno neopredeljena na nekaterih področjih. Zaradi začetne enačitve trajnostnega razvoja z odgovornostjo do okolja je bil razvoj ostalih komponent tega razvoja zapostavljen. Za razširitev družbenega poročanja je bil družbeni vidik trajnostnega razvoja premalo poznan. Hkrati je veliko podjetij, še posebej storitveni sektor, ocenjevalo minimalen vpliv na okolje, zato so ob majhnem vplivu prevzemali tudi manjšo odgovornost. Veliko podjetij je trajnostni razvoj označilo kot višjo stopnjo odgovornosti do okolja, za katero je primarno odgovorna državna politika.

Raziskave o vzrokih za povečano družbeno poročanje so pokazale, da so za ta trend obstajale različne pobude (Wheeler, Elkington, 2004). Glavne pobude v Evropi niso izhajale iz pritiskov deležnikov, temveč iz obveznosti do okolja, odnosov z javnostmi, želje po posedovanju konkurenčnih prednosti ter zakonskih izpolnitev. Na drugi strani pa so bili manj pomembni razlogi v Evropi na prvem mestu po pomembnosti v Severni Ameriki, saj so bili tam glavno vodilo poročanja pritiski deležnikov.

²⁴ Gre za premik od t. i. kulture »trust me« preko kulture »tell me« do kulture »show me« (Owen, Swift, 2000, str. 89).

Deegan (2002, str. 290-291) priznava 11 razlogov, zaradi katerih se podjetja odločajo za družbeno poročanje:

- Izpolnitev zakonskih priporočil.
- Ekonomska racionalnost, kar pomeni, da delanje pravih stvari prinaša podjetju konkurenčne prednosti.
- Občutek odgovornosti in dolžnosti do družbenega poročanja.
- Izpolnitev zahtev posojilodajalcev, saj institucije, ki podjetje preskrbujejo s finančnimi sredstvi, zahtevajo razkritje informacij o družbeni odgovornosti podjetja.
- Sprejetje družbenega poročanja kot odgovor na ogroženost legitimnosti podjetja.
- Družbeno poročanje kot odgovor na negativno poročanje medijev.
- Obvladovanje pomembnih skupin deležnikov.
- Želja po povečanju stopnje privlačnosti investicij v podjetje, saj so na trgu vse pomembnejše etične investicije.
- Zadovoljitev industrijskih priporočil in načel.
- Preprečitev postavitve strožjih zakonskih obveznosti v okviru družbenega poročanja. Managerji se za družbeno poročanje odločajo prostovoljno zaradi bojazni, da bi država uvedla zakonsko obveznost sestave družbenega poročila, saj bi bila s tem določena njegova vsebina in obseg.
- Pridobitev nagrad na natečajih družbenih poročil.

Po teoriji klasične politične ekonomije lahko obveznost sestavljanja družbenih poročil uvede država, toda le-ta tega ne more storiti brez soglasja podjetij. V večini primerov zato ostaja odločitev o družbenem poročanju v rokah podjetij. Poleg zakonske obveze in prostovoljne odločitve se lahko podjetja za družbeno poročanje odločijo tudi zaradi priporočil vodstva podjetja ali delničarjev na podlagi formalnega sporazuma z deležniki (Dierkes, Berthoin Antal, 1986, str. 117).

3.5.1. Prednosti družbenega poročanja

Nekatera podjetja se za družbeno poročanje odločajo predvsem zaradi potencialnih koristi, ki jih ta odločitev lahko prinese. Le-te so mnogovrstne (povzeto po različnih virih):

- nižji transakcijski stroški na trgu kapitala kot posledica zmanjšanja konflikta med managerji in delničarji,
- družbeno poročilo kot managersko orodje za nadzor in upravljanje družbenih in poslovnih ciljev,
- povečana uspešnost in učinkovitost pri doseganju družbenih in okoljskih ciljev,
- delni prenos moči in vpliva podjetja na deležnike,
- predstavitev osnov za etično trženje,
- izboljšano finančno delovanje podjetja,
- večja učinkovitost in produktivnost ter znižanje operativnih stroškov,
- dvig ugleda podjetja in večja prepoznavnost blagovne znamke,

- usmerjenost k trajnostnemu razvoju podjetja,
- pozitiven vpliv na krizni management,
- povečana predanost zaposlenih in manjša fluktuacija le-teh,
- razvoj dobrih odnosov z državo in nasploh s skupnostjo,
- dokaz pravice do obstoja podjetja po teoriji legitimnosti,
- razvoj novih inovativnih proizvodov in s tem večja možnost za vstop na nove trge,
- lažji dostop do kapitala, saj se kot posledica informacij zmanjša tveganje v očeh investitorjev,
- seznanitev managementa z vprašanji trajnostnega razvoja,
- kreacija blagostanja delničarjev in širše družbe na dolgi rok,
- stimulacija sinergij na ravni podjetja,
- dodatne koristi finančnih deležnikov²⁵,
- odkrivanje potencialnih konfliktov z deležniki,
- zmanjšanje verjetnosti, da bi podjetje postalo tarča aktivističnih skupin,
- možnost konkurenčne prednosti,
- izboljššan proces odločanja z upoštevanjem v preteklosti storjenih napak v povezavi z družbenimi potrebami,
- oskrba managementa s kritičnimi informacijami o prihodnjih družbenih in tržnih trendih
- jasna odgovornost, saj povečana transparentnost vodi v povezovanje podjetniških aktivnosti in ciljev, kar nadalje vodi do večje odgovornosti,
- družbeno poročilo kot managersko orodje, saj razširitev informacij z internetno hitrostjo od managementa zahteva proaktivnost,
- družbeno poročanje povezuje navadno ločene organizacijske funkcije v podjetju (finančna funkcija, trženje, raziskave in razvoj),
- uvrstitev podjetij na »trajnostne« in družbene borzne indekse, kot so Dow Jones Sustainability Group Index, Domini 400 Social Index in serija FTSE4Good²⁶.

Naštete potencialne prednosti ne pomenijo, da bodo podjetja z enako politiko razkritja družbene odgovornosti dosegla enake rezultate oziroma imela enake prednosti. Družbeno poročilo predstavlja del celote, ki izhaja iz celotne filozofije in strategije podjetja.

Prostovoljnost odločitev, poleg potencialnih prednosti, pogojuje obstoj motivacijskih dejavnikov, ki bi vodili v razširjenost družbenih poročil. Možno motivacijo za sestavo družbenega poročila lahko predstavlja:

- označevanje proizvodov z etiketami, ki bi sporočale, da podjetje zadovoljuje minimalna priporočila družbenega poročanja;
- znižanje davkov za izdatke, nastale v procesu družbenega poročanja;

²⁵ Banke bi z razširitvijo družbenega poročanja lažje ocenile kreditna tveganja. Zavarovalnice bi ob večjih tveganjih zaračunavale dodatne premije. Koristi bi bili deležni tudi investitorji.

²⁶ Sestavljen iz štirih indeksov za britanski, evropski, ameriški in svetovni trg, s katerimi ocenjujejo poslovanje podjetij, ki dosegajo mednarodne standarde družbene odgovornosti.

- dajanje privilegijev pri sklepanju državnih pogodb;
- nagrade za najboljša poročila.

Prostovoljnost odločitve za družbeno poročanje ni vedno pozitivna (Tilling, 2001, str. 3). Obstaja namreč velika verjetnost, da podjetje informacije, ki bi ga predstavile v negativni luči, ne vključi v družbeno poročilo, saj vsebina poročila ni zakonsko določena in je rezultat prostovoljne izbire. Sočasno se družba sooča tudi s problemom zavajajočih ali namerno prikritih informacij ter dvomom v resničnost navedenih informacij. Prostovoljnost družbenega poročanja hkrati zavira tudi razširjenost le-tega. Glavna prednost prostovoljnega družbenega poročanja je v fleksibilnosti procesa poročanja.

3.5.2. Zakonska obveza družbenega poročanja

Današnja družba postaja vse bolj dinamična in kompleksna. Ponavadi se razvoju družbe prilagaja zakon, ki gre v procesu razvoja skozi tri faze (Hess, 2001, str. 308). V začetku so se podjetja soočala s formalnim zakonom, kasneje pa so preko stvarnega zakona prešla v t. i. reflektivni zakon²⁷. Formalni zakon podjetjem postavlja zakonske okvire njihovega delovanja, podjetja so pri sprejemanju odločitev popolnoma samostojna. Za ta zakon sta značilna individualizem in avtonomija. S povečano vlogo države se formalni zakon razvije v stvarnega, ki predvideva neposredno poseganje države v poslovanje podjetja z namenom razrešitve tržnih nepopolnosti. Država določa rezultate in tudi vplive aktivnosti podjetij. V letih 1960-1970 je ta zakon določal družbeno odgovorne rezultate. Slabost tega zakona je bila v tem, da podjetja niso bila motivirana za izboljšanje družbenih vplivov svojih aktivnosti, temveč so zadovoljevala le minimalne zahteve države. V zadnji razvojni fazi zakona se pojavi reflektivni zakon, ki predvideva neposredno vmešavanje države v delovanje podjetij. S tem zakonom je bil rešen problem minimalnega zadovoljevanja zahtev države in reaktivnega delovanja podjetij, saj zakon na podlagi povratnega učinka spodbuja proaktivno delovanje podjetij, uvajanje nenehnih izboljšav ter moralno odgovornost. Cilj kreacije družbenega poročila je bil doseči povratni učinek na nadaljnje odločanje ter kreativno mišljenje podjetja.

V nekaterih državah se podjetja že soočajo z zakonsko obvezo sestave družbenega poročila. V Franciji mora letno družbeno poročilo Bilan social sestaviti vsako podjetje, ki ima več kot 300 zaposlenih. Zaradi želje po objektivnem prikazu delovanja podjetja so v to poročilo vključeni le statistični kazalci in kazalniki, povezani z zaposlenimi, okoljem in širšo skupnostjo. Informacije so v Bilan social razvrščene v sedem sklopov (Gray et al., 1996, str. 199):

- informacije o lastnostih zaposlenih (starost, spol itd.),
- plače in nagrade zaposlenih,
- področje higiene in varnosti pri delu,
- drugi delovni pogoji (nočno delo, hrup na delovnem mestu, število delovnih ur itd.),
- sklop aktivnosti namenjenih razvoju zaposlenih,

²⁷ Angl. »Formal law, substantive law and reflexive law«.

- informacije o odnosih med podjetjem in zaposlenimi,
- drugo.

Po mnenju Mei Ondine Gabrovec so zaposleni le ena skupina deležnikov, zato je v primeru Francije ne moremo govoriti o družbenem poročilu, temveč o poročilu o zaposlenih. O družbenem poročilu bi po njenem mnenju lahko govorili le v primeru poročanja o vseh deležnikih. Od leta 1995 je zakon določil obveznost družbenih poročil tudi v Belgiji in sicer za podjetja z več kot dvajsetimi zaposlenimi. Informacije v belgijskem družbenem poročilu so v večini povezane z zaposlenimi, za proces zbiranja podatkov in nadaljnjo distribucijo družbenih poročil pa skrbi banka²⁸ (Urminsky, 2004, str. 58). Zakonska ureditev družbenega poročanja ne bi pomenila neposrednega nadzora outputa podjetij, temveč vodilo kritičnega, kreativnega in nenehnega razmišljanja o družbenih vplivih podjetja.

3.6. Raznolikost družbenega poročanja

Poročila o družbeni odgovornosti se od podjetja do podjetja razlikujejo. Razlikujejo se po različni pomembnosti interesnih skupin, zanesljivosti, naravi vsebin poročil, motivacijskih dejavnikov itd. Razlikujejo pa se tudi kategorije glede na avtorja, ki je proučeval družbeno poročanje. Vsem kategorijam in avtorjem je skupna ugotovitev, da sestava poročila za podjetje ne bi smela biti zgolj formalnost, temveč del komunikacijskega procesa.

Tabela 4: Nekateri možni izvori razlik v družbenih poročilih

DELEŽNIKI	VSEBINA	MOTIVACIJA	ZANESLJIVOST
- delničarji - investitorji - zaposleni - kupci ...	- opisna - kvantitativna - finančna	- individualna predanost - etika - zakon - odziv na pritiske ...	- ocene in delni podatki - notranje revidirana poročila - zunanje revidirana, komentirana ali pripravljena poročila

Vir: Gray et al., 1996, str. 83.

3.6.1. Kategorije družbenih poročil

Pri poročilih gre za dopolnjujoče se sklope, saj le-ta vsebujejo kategorije poročil z različnih vidikov. Neko poročilo lahko vsebuje tako finančna kot tudi nefinančna razkritja. Gray s sodelavci (Gray et al., 1987, str. 93-110) poročila deli v naslednje sklope: nefinančna poročila, finančna poročila in poročila zaposlenim in o zaposlenih.

V okvir nefinančnih poročil spadajo opisna razkritja, statistični povzetki, družbeni kazalci in kazalniki, skladnost s standardi, avdio- in videokasete, oglaševanje (Gray et al., 1987, str. 104-110).

²⁸ Bank of Belgium.

Opisna razkritja

Opisna razkritja²⁹ so najcenejša, zato pogosto predstavljajo prve poskuse objave družbenih vplivov podjetja. Obsegajo vse od splošnih trditev o dobrem namenu v letnih poročilih do relativno temeljitih analiz specifičnih zadev, izpeljanih v posebnem dokumentu ali poročilu. Prva, ki je takšno poročanje priporočila, je bila Ameriška zveza računovodij³⁰ leta 1973 in kasneje leta 1977 še Ameriški inštitut pooblaščenih javnih računovodij³¹. Raziskave (Gray et al., 1987, str. 94) so pokazale, da so bile predstavitve družbenih vplivov podjetij, kljub veliki uporabnosti teh poročil s strani podjetij, velikokrat pristranske in kratke.

Statistični povzetki

Razkritje družbenih aktivnosti podjetje lahko izvaja s statističnimi povzetki, ki jih skoraj vedno spremlja tudi tekst. Največ pozornosti je tukaj namenjene delovni sili (plača, nesreče pri delu, odsotnost z dela, fluktuacija zaposlenih ipd.) in kakovosti storitev (stališča potrošnikov). Izdelava statističnega povzetka za podjetje ne predstavlja velikega stroška, saj je zbiranje podatkov razmeroma poceni, rezultati pa so natančni in jih je mogoče preprosto sporočati.

Družbeni kazalci in kazalniki

Družbeni kazalci in kazalniki so podatki, ki nam nazorneje prikažejo strukture, procese, cilje, dosežke, vrednote, mnenja (Heinz-Herbert Noll, 2003, str. 4). Naloga teh kazalcev in kazalnikov je nadzor družbenih sprememb in merjenje blagostanja. Heinz-Herbert Noll priznava objektivne in subjektivne družbene kazalce in kazalnike³². Družbeno poročanje definira kot prikaz družbenih kazalcev in kazalnikov oziroma podatkov, ki omogočajo oceno sedanjega družbenega življenja ter ugotavljanje sprememb v času. Zato naj bi bili v družbenem poročilu zajeti kazalci in kazalniki pomembni ter razumljivi za uporabnike, količinsko omejeni in prilagodljivi razvoju.

Druga delitev³³ pristope k družbenemu poročanju razvrsti nekoliko drugače:

- Družbeno poročanje na podlagi krivulje učenja.
- Pristop z uporabo anekdot. Poročila so sestavljena iz krajših zgodbic o projektih in programih podjetja.
- Pristop na podlagi standardov EMS (Environmental management strategy)/ISO 14001 (International Organisation for Standards 14001). Ta poročila se osredotočijo na prikaz uspešnosti managementa in proizvodnega sistema.
- Pristop na podlagi standardov CERES (Coalition for Environmental Responsible Economies) /GRI (Global Reporting Initiative).

29 Ang. »narrative disclosure«.

30 American Accounting Association.

31 American Institute of Certified Public Accountants.

32 Primeri objektivnih so stopnja nezaposlenosti, stopnja revščine, delovne ure na teden. Primeri subjektivnih pa zadovoljstvo z življenjem, zaznavanje pravičnosti razdelitve.

33 Več o tej delitvi v Corporate sustainability reporting, dostopno na <http://www.sustreport.org/business/report/trends.html>.

- Sestava enotnega poročila, kjer je trajnostno poročilo sestavni del letnega poročila.
- Inovativno poročilo. Podjetje sestavi poročilo, ki upošteva splošna priporočila družbenega poročanja, v katera vključi cilje in potrebe konkretnega podjetja.

3.6.2. Okvir družbenega poročanja

K družbenemu poročanju je mogoče pristopiti tudi z upoštevanjem dveh spremenljivk:

- Dostop do informacij s strani deležnikov. Gre za vprašanje, ali zbrani podatki služijo kot pomoč v procesu odločanja znotraj podjetja ali so namenjeni tudi zunanjim uporabnikom. Zunanji uporabniki so v tem primeru deležniki.
- Vsestranskost in vključenost. Vsestranskost se nanaša na zbrane informacije, vključenost pa na upoštevanje vseh deležnikov v procesu zbiranja informacij.

Z razvrstitvijo obeh parametrov v matriko (glej Tab. 5) je mogoče sestaviti okvir družbenega poročanja.

Tabela 5: Okvir družbenega poročanja

	NOTRANJI DOSTOP DO INFORMACIJ	ZUNANJI DOSTOP DO INFORMACIJ
VKLJUČENOST IN VSESTRANSKOST	PODJETNIŠKI MODELI	DRUŽBENO POROČANJE
IZKLJUČENOST IN NEVSESTRANSKOST	NOTRANJE RAZISKAVE (raziskave o obnašanju zaposlenih, razgovori s kupci itd.)	ZUNANJE OCENE

Vir: Wilson, 2004, str. 3.

3.6.3. Notranji in zunanji pristop

Colle in Gonella (Colle, Gonella, 2002, str. 87-92) v okviru družbenega poročanja razlikujeta dva pristopa:

- Notranji pristop, ki je povezan z etičnimi vprašanji. Podjetja, ki izberejo ta pristop, ponavadi razvijejo kodeks etike, v katerem so navedena etična načela, ki jim sledi podjetje v odnosu z deležniki.
- Zunanji pristop avtorja povezujeta z družbenimi vprašanji. Izbrani pristop predvideva upoštevanje vseh družbenih interesov in podjetju nalaga izdelavo družbenega poročila.

Notranji pristop

Izbira notranjega pristopa je ustrezna predvsem za podjetja, ki želijo več pozornosti nameniti zaposlenim in managerjem. Glavni cilj podjetja je oblikovati močno organizacijsko kulturo, ki bi omogočila homogenost in enotnost ravni v organizacijski strukturi. Colle in Gonella za uspešno izvršitev notranjega pristopa navajata naslednje determinante:

- Samoocenitev organizacijske strukture, organizacijske kulture in okolja podjetja z namenom prepoznati potencialne nevarnosti in določiti ravni odgovornosti.
- Predanost vrhnjega managementa.
- Kodeks etike. Gre za dokument, ki vključuje dovoljeno in nedovoljeno obnašanje zaposlenih pri uresničevanju etičnih načel.
- Dvosmerni potek komunikacije, preko katerega podjetje sporoča vrednote in filozofijo podjetja.
- Izobraževanje, ki članom podjetja omogoča razumevanje in uresničevanje etičnih načel.
- Potreba po dodatnih sredstvih, ki jih zahteva vključitev etičnih načel v proces odločanja.
- Enotni standardi, saj morajo biti vrednote enake za celotno podjetje.
- Proces ocenjevanja, saj bi moralo podjetje nenehno spremljati učinkovitost razvoja novih vrednot in uresničevanje etičnih načel.

Pristop k poročanju na podlagi notranjega pristopa za podjetje prinaša večino prednosti, ki so navedene v podpoglavju prednosti družbenega poročanja. Toda ta pristop ima lahko tudi slabosti. Vzpostavitev močne organizacijske kulture lahko pri geografski razširjenosti podjetja povzroči konflikte med vrednotami in načeli, navedenimi v etičnem kodeksu, ter med tradicionalnimi vrednotami in normami v tuji državi. Druga slabost je povezana s postavljanjem vrednot. Sprejetje notranjega pristopa je le navidezno, če postavljene vrednote niso rezultat sodelovanja vseh članov podjetja, temveč so prisila vrhnjega managementa. Cilj podjetja je v tem primeru manipulacija mnenj in neupoštevanje vrednot posameznikov. Pri postavljanju vrednot brez zunanjih deležnikov pa obstaja tudi nevarnost, da podjetje ne bo ustrezalo javnim pričakovanjem.

Zunanji pristop

Zunanji pristop izberejo podjetja, ki želijo oceniti ekonomske, okoljske in družbene vplive svojih aktivnosti. Ta pristop je proces družbenega poročanja, saj podjetje pri postavljanju ciljev upošteva tudi zunanje deležnike. Zunanji pristop po mnenju avtorjev dobro predstavlja standard AA1000, ki je predstavljen v nadaljevanju. Prav tako kot notranji pristop tudi podjetja, ki izberejo zunanji pristop, uživajo prednosti, ki so navedene predhodno kot prednosti družbenega poročanja. Prva izmed slabosti, ki jih prinaša ta pristop je prevelik poudarek zunanjih učinkov, kar lahko vodi v zanemarjanje notranjega vodenja podjetja. Obstaja tudi nevarnost, da je proces družbenega poročanja vzpostavljen le za tržne namene in ne zaradi vključenosti deležnikov v vsakdanje odločanje. Nadalje lahko kompleksni in nasprotujoči si interesi, ugotovljeni v procesu komunikacije, predstavljajo oviro managementu pri sprejemanju hitrih in učinkovitih odločitev.

V realnosti je težko najti podjetje, ki bi bilo predano zgolj enemu pristopu. Colle in Gonella v raziskavah o zunanjem in notranjem pristopu zato navajata vmesne možnosti. Popolna predanost notranjemu pristopu je značilna za kulturno organizacijo³⁴, ki vrednote razvije sama

³⁴ Ang. »Cultish organization«.

brez upoštevanja zunanjih deležnikov. Podjetje, ki razvije kodeks etičnih načel, že priznava pomembnost deležnikov, toda še vedno gre le za sporočanje vrednot zunanjim deležnikom oziroma za enostranski dialog. V tem primeru obstaja nevarnost neskladja organizacijskih vrednot s pričakovani deležnikov. Ta pristop avtorja imenujeta notranji etični pristop³⁵. Druga skrajnost je popolna usmerjenost podjetja v zunanji pristop, kjer ima proces družbenega poročanja izključno tržni namen. To podjetje je imenovano kameleon³⁶. Družbeno poročanje ne vpliva na delovanje podjetja. Z vključitvijo dialoga z deležniki se podjetje iz kameleona spremeni v podjetje, ki upošteva zunanji pristop. Če upoštevanje zunanjega pristopa spremlja tudi dialog z deležniki in skupno razvijanje vrednot, potem gre za združitev družbenega in etičnega pristopa k poročanju. Podjetje v tem primeru gradi notranje zaupanje in zunanji ugled. Slednji pristop sta avtorja označila za idealnega.

3.6.4. Družbeno odgovoren in etični pristop

Družbeno poročanje po besedah Mei Ondine Gabrovec izhaja iz tematike družbene odgovornosti na eni strani ter iz tematike etike in ekonomije na drugi strani. Povezava z družbeno odgovornostjo je bila predstavljena že v poglavju o družbeni odgovornosti, zato bo ta del namenjen tematiki etike in ekonomije. Etični pristop k ekonomiji v podjetju zahteva obstoj načel, ki usmerjajo obnašanje podjetij. Načela so zapisana v kodeksih, ki vplivajo na ekonomske modele podjetij. Z zgodovinskim razvojem je pri postavitvi strategije podjetja na pomenu pridobivala družba. Strategija v podjetju z etičnim pristopom je zato postala družbena strategija, katera uravnoveša pristop do reševanja problemov tako, da je doseženo zadovoljstvo vseh. Za podjetje je uravnovešena strategija skoraj zagotovo cenejša kot konflikt z deležniki. Prvotna strategija je bila v preteklosti usmerjena v kreacijo dobička, kar je pomenilo potrebe po računovodskih informacijah. Spremenjena strategija pa narekuje potrebe po pridobitvi informacij z vseh področij (ne le računovodskega) oziroma vključitev deležnikov v informacijski sistem podjetja. Hkrati mora biti spremenjena strategija posredovana znotraj in zunaj podjetja, kar podjetje doseže s sestavo družbenega poročila. S tem je Mei Ondina Gabrovec dokazala, da tudi etični pristop privede do enakega cilja kot pristop na podlagi družbene odgovornosti, in sicer do družbenega poročanja.

Ne glede na izbrani pristop je v procesu družbenega poročanja pomembno priznavanje, da gre za demokratičen mehanizem, da obstajajo različni pogledi in interesi deležnikov, da imajo deležniki pravico do informacij, da se v kompleksnih in konfliktnih situacijah pojavi potreba po formalnih družbenih poročilih, da v primeru obstoja zaupanja med podjetjem in deležniki zadostuje neformalno družbeno poročilo, da je proces družbenega poročanja dinamičen in se s časom razvija ter zahteva nenehne izboljšave (Gray et al., 1997, str. 330).

35 Ang. »The internal ethics approach«.

36 Ang. »chameleon organisation«.

4. SESTAVA DRUŽBENEGA POROČILA

4.1. Struktura družbenega poročila

Razvoj družbenega poročanja ni prinesel le razlik v metodologiji, temveč tudi razlike v strukturi oziroma obliki družbenega poročila. Razlike v strukturi izhajajo predvsem iz sistema merjena in izbranih področij, katere podjetje vključi v družbeno poročilo. Opredelitev strukture se glede na različne avtorje razlikuje tudi v literaturi. Gray (2001, str. 9) razlikuje tri različice sestave družbenega poročila:

1. Družbeni pregled oziroma revizija³⁷. Družbeni pregled pomeni, da so aktivnosti podjetja analizirale zunanje neodvisne organizacije (npr. Greenpeace, Ethical Consumer, New Consumer) bodisi z ali brez odobravanja analiziranega podjetja. Poročilo je osnovano na temelju konfliktnih interesov, asimetrije moči in asimetrije informacij. Pojem družbena revizija se je ponekod uveljavil kot sinonim za družbena poročila, kot neodvisno preverjanje družbenega poročila ali pa kot zunanje pripravljeno poročilo. Najpogostejše družbene revizije so bile v sedemdesetih letih.

2. Tiha družbena poročila³⁸. Ta poročila so sestavljena iz podatkov, ki so v podjetju že zbrani, zato je potrebna le preureditev in združitev podatkov v družbeno poročilo. Za podjetje predstavlja takšna vrsta sestave družbenega poročila v primerjavi z novim pridobivanjem podatkov manjši strošek. Uporaba tihih poročil bi pripomogla k razširitvi števila družbenih poročil.

3. Novi val družbenih poročil³⁹. Novi val družbenega poročanja je posledica nastanka nevladnih organizacij, ki temeljijo na družbenih vrednotah.

Po mnenju Mei Ondine Gabrovec bi moralo vsako družbeno poročilo, ne glede na obliko, vsebovati predstavitev podjetja in kriterijev sestave družbenega poročila; predstavitev izboljšav, ki jih namerava podjetje uresničiti; predstavitev podrobnih povezav podjetja z okoljem ter predstavitev kreacije in alokacije dodane vrednosti.

Identiteta podjetja

Predstavitev podjetja vsebuje predstavitev strukture (struktura delničarjev, razvojne točke podjetja, velikost, tržna pozicija), misije, etičnih vrednot, strategije, politike podjetja.

Povezava podjetja z okoljem

Navodila za družbeno poročanje (Social Reporting Guidelines, 2001) opredeljevanje družbenih odnosov v družbenem poročilu predstavljajo z naslednjimi elementi:

- opis ciljev in obveznosti ter načel, ki izhajajo iz poslovanja podjetja;
- identifikacija deležnikov;
- opis politike v povezavi s skupino deležnikov, napoved rezultatov in složnost vrednot;

37 Ang. »social audit«.

38 Ang. »silent social accounts«.

39 Ang. »The new wave of social accounting«.

- proces družbenega poročanja, ki omogoča odkritje povezav med cilji in outputom podjetja;
- predstavitev kvantitativnih in kvalitativnih informacij, primerjav in drugih informacij, ki so pomembne za predstavitev povezav med obveznostmi in cilji podjetja;
- mnenja deležnikov, ki so vključeni v družbeno poročilo v skladu z načelom vključenosti;
- primerjave, ki uporabnikom poročil omogočajo boljšo oceno aktivnosti podjetja;
- načrtovane izboljšave;
- mnenja in poročila neodvisnih oseb.

Izkaz dodane vrednosti

Računovodsko poročilo in družbeno poročilo imata različne informacijske cilje, toda med seboj se ne izključujeta, temveč sta odraz komplementarnega pogleda na ekonomsko in družbeno odgovornost podjetja. Povezavo med ekonomsko in družbeno razsežnostjo poslovanja predstavlja izkaz dodane vrednosti⁴⁰. Dodana vrednost predstavlja vrednost, ki jo je ustvarilo podjetje skozi letno poslovanje in je namenjena deležnikom.

Po mnenju Mei Ondine Gabrovec sistem dodane vrednosti izhaja iz teorije deležnikov v povezavi s petimi predpostavkami podjetja:

- Podjetje je sistematična enota.
- Podjetje je avtonomen deležnik v primerjavi z ostalimi udeleženci. Avtonomnost se nanaša na preskrbo produkcijskih faktorjev.
- Dobro podjetje je skupno dobro.
- Podjetje ima pravico, da traja v času.
- Kot sistematična enota podjetje deluje na podlagi ekonomske racionalnosti oziroma maksimizacije skupnega dobrega.

Koncept dodane vrednosti je predstavljen s konceptom skupnega dobrega. Ta koncept kreira pogoje, ki članom družbe omogočajo dosego osebnih ciljev (Argandona, 1998, str. 1097). Skupno dobro podjetja ni le obseg prodaje, dosežen dobiček, zaposlovanje in ugled, temveč izpolnitev cilja podjetja. To pomeni, da naj bi podjetje z obstojem ustvarilo razmere, ki članom podjetja omogočajo tudi dosego lastnih ciljev. Ne gre za vsoto individualnih ciljev notranjih deležnikov podjetja, temveč za povezovanje le-teh s cilji podjetja. Vsaka skupina deležnikov želi, da bi bil njen interes vsaj nekoliko zadovoljen, sicer bo izstopila iz koalicije in ne bo hotela biti več partnerica podjetja. Cilji deležnikov morajo biti torej vsaj minimalno zadovoljeni, saj je to pogoj za zadovoljevanje interesov lastnikov in nasploh podjetja (Kavčič, 1999, str. 41). Cilji deležnikov so različni, saj med skupinami obstajajo konfliktni interesi. Osebni cilji delničarjev so npr. dobičkonosnost, čim manjše tveganje, uresničitev tržnih priložnosti. Zaposleni, kot druga skupina deležnikov, si želijo nekaj povsem drugega: ustrezno plačilo, redno zaposlitev, kariero, izobraževanje. Kljub različnosti ciljev delničarjev in zaposlenih morata obe skupini deležnikov prispevati k ciljem podjetja in s tem k skupnemu dobremu. Združitev teh ciljev pomeni učinkovito proizvodnjo dobrin in storitev ter posredno zagotovitev pogojev, ki bodo tako delničarjem kot tudi zaposlenim omogočili uresničitev

⁴⁰ Angl. »corporate value added«.

lastnih ciljev. Delničarji, managerji in zaposleni so notranji deležniki podjetja, znotraj katerega imajo pravice in dolžnosti. Primarna dolžnost vsakega deležnika je izpolnitev teh pravic in dolžnosti, saj bo s tem dosežen tudi cilj podjetja. Ob razširitvi skupin deležnikov izven podjetja elemente skupnega dobrega (Argandona, 1998, str. 1099) sestavljajo vsi odnosi podjetja, iz katerih izhajajo pravice, dolžnosti in obveznosti.

Izkaz dodane vrednosti prikazuje kreacijo in alokacijo dodane vrednosti in je v družbenem poročilu sestavljen iz dveh tabel. Prva tabela prikazuje izračun dodane vrednosti na podlagi primerjave prihodkov in stroškov, druga tabela razkriva alokacijo dodane vrednosti oziroma prikaz plačil deležnikom. Izkaz dodane vrednosti skupaj s konceptom skupnega dobrega izraža filozofijo, da cilj podjetja ni le ustvarjanje dobička.

Tabela 6: Prikaz izračuna dodane vrednosti

	Vrednost proizvedenega blaga in storitev
-	Vrednost inputov porabljenih v proizvodnji
=	Bruto dodana vrednost
-	Amortizacija
=	Neto dodana vrednost
+/-	Stranske postavke
=	Čista dodana vrednost
+/-	Izredne postavke
=	Celotna dodana vrednost

Vir: Social Reporting Guidelines, 2001.

Tabela 7: Alokacija dodane vrednosti

NOTRANJI DELEŽNIKI	POVRAČILA DELEŽNIKOM
Zaposleni (delo)	Stroški dela
Delničarji (lastni kapital)	Dividende ⁴¹
Posojilodajalci	Finančni stroški kapitala
Javna uprava	Plačilo javni upravi ⁴²
Podjetje ⁴³	Akumulacija rezerv
	Donacije

Vir: Social Reporting Guidelines, 2001.

41 Dividende skupaj s finančnimi stroški kapitala predstavljajo ceno kapitala.

42 Plačilo javni upravi je vsota, ki jo je javna uprava prejela od podjetja, da je le-to lahko opravljalo svoje aktivnosti. Ta del je vsota posrednih in neposrednih davkov, zmanjšanih za subvencije.

43 Podjetje je obravnavano kot neodvisen deležnik, kateremu pripadajo povračila, ki jih nameni akumulaciji rezerv. Če je ta vrednost pozitivna, je podjetje v fazi razvoja, če je negativna, gre za propadanje podjetja, če je enaka nič, to pomeni fazo preživetja podjetja.

4.2. Standardi in navodila

V okviru družbenega poročanja obstajajo predstavljene razlike v pristopih k družbenemu poročanju, v metodologiji in kategorijah družbenih poročil, kar kaže na nestrukturiran razvoj družbenega poročanja. Standardi, ki bi zmanjšali različnost družbenih poročil, so še v razvoju, toda obstajajo že prvi, širše sprejeti standardi. Standardi so se pripravljali na dva načina, na podlagi katerih jih Mei Ondina Gabrovec tudi loči:

- Procesni standardi, ki se osredotočijo na procese, kako priti do družbenega poročila. Tu ni predpisane enotne vsebine poročila, saj se je le-ta spreminjala s spreminjanjem izbire deležnikov.
- Vsebinski standardi, ki določajo vsebino družbenega poročila.

Glavni standardi so: Global Reporting Initiative, UN Global Compact, Global Sullivan Principles, AA 1000, SA 8000, ICC Business Charter for Sustainable Development, OECD Guidelines for Multinational Enterprises, UN Universal Declaration of Human Rights. Poleg glavnih standardov so še nekatera navodila, ki so v pomoč družbenemu poročanju: ILO Tripartite Declaration of Principles concerning Multinational Enterprises and Social Policy, Caux Round Table Principles for Business, Amnesty International Human Rights Guidelines for Companies, WBCSD, CSR Europe, BSR.

4.2.1. Univerzalna načela standardov

Izdelani standardi temeljijo na univerzalnih načelih družbenega poročanja:

- Načelo odgovornosti se nanaša na upoštevanje vseh deležnikov.
- Načelo identifikacije, kjer je pomembna preskrba natančnih informacij o premoženju in managementu podjetja, iz katerih so razvidne odgovornosti podjetja. Postavljena mora biti tudi misija podjetja.
- Načelo transparentnosti. Transparentnost pomeni razkritje procesov, postopkov in predpostavk, ki jih podjetje uporablja v procesu družbenega poročanja.
- Načelo vpletenosti oziroma vključenosti. Vsi deležniki morajo imeti pravico izraziti svoje mnenje. Primer izključenosti mora biti pojasnjen v družbenem poročilu. Tudi na videz nepomembne skupine deležnikov lahko vplivajo na spremembo aktivnosti. To potrjuje primer ameriškega podjetja Sunkist, ki proizvaja ribje izdelke. Zaradi prikaza filma o lovu tune, so spremenili način lova, saj je s tradicionalnim načinom poginilo veliko delfinov. Glavno pobudo za to spremembo so imeli otroci.
- Načelo konsistentnosti, kar pomeni predstavitev složnosti politike managementa in procesa odločanja v povezavi z vrednotami podjetja.
- Načelo nevtralnosti, saj mora biti družbeno poročilo nepristransko.
- Načelo točnosti. Podjetje mora o družbenih vplivih poročati v času nastanka le-teh in ne šele ob nastanku gospodarskih posledic teh vplivov.

- Načelo preudarnosti oziroma razsodnosti. V družbenem poročilu mora podjetje na preudaren način predstaviti pozitivne in negativne informacije, kar pomeni, da je v procesu zbiranja informacij potrebno upoštevati tudi nastale stroške.
- Načelo primerljivosti se nanaša na primerljivost v času, z ostalimi podjetji, z normami. Primerljivosti na mednarodni ravni ustreza indeks človeškega razvoja (Zapf, 2002, str. 898). Človeški razvoj je postal pomemben z letnimi poročili razvojnega programa Združenih narodov. Teoretično vključuje poleg produktivnosti, enakosti in prenosljivosti tudi usposabljanje. Empirično so vse države sveta razporedili v skladu z indeksom človeškega razvoja.
- Načelo jasnosti oziroma razumljivosti.
- Načelo pravočasnosti. Družbena poročila dopolnjujejo finančna poročila, zato morajo pokrivati isto časovno obdobje.
- Načelo poenotenosti. Vse vrednosti morajo biti v isti valuti.
- Načelo popolnosti. V družbeno poročilo mora podjetje vključiti samo informacije, ki zadovoljujejo pričakovanja deležnikov ali na njih vplivajo.
- Načelo pomembnosti. Subjektivne ocene v družbenem poročilu morajo biti podprte z doslednimi izjavami.
- Načelo verifikacije. Revizije družbenih poročil se od podjetja do podjetja razlikujejo, saj na tem področju še ne obstajajo splošni standardi revidiranja. Nekatera podjetja poročil sploh ne revidirajo; druga jih revidirajo sama, tretja revizije ne potrebujejo, saj so pripravo poročila prepustila zunanjim podjetjem; četrta namesto verifikacije k družbenemu poročilu priložijo komentar strokovne osebe (npr. novinar); peta pa dajejo svoja družbena poročila revidirati zunanjim revizorjem.
- Načelo zanesljivosti. Družbeno poročilo ne sme vsebovati zavajajočih informacij ali neresničnih informacij.
- Načelo vključenosti neodvisnih predstavnikov. Gre za vprašanje, ali naj podjetje vključi tudi predstavnike izven podjetja, kar bi verjetno prispevalo k večji kakovosti procesa družbenega poročanja.
- Načelo nenehnih izboljšav. Proces družbenega poročanja mora prispevati k izboljšanju družbenih vplivov podjetja. Iz periodičnih družbenih poročil mora biti razvidno, ali je podjetje delovalo v skladu z vrednotami in cilji, ki so jih postavili skupaj z deležniki.

4.2.2. Global Reporting Initiative (GRI)

Standard Global reporting Initiative (GRI) je bil izdelan z namenom vzpostaviti enoten okvir družbenega poročila, s katerim bi se zagotovila verodostojnost in primerljivost družbenih poročil na globalni ravni. Prvotno je bil standard namenjen le podjetjem, postopoma pa tudi ostalim vladnim in nevladnim organizacijam. GRI kot procesni standard predstavlja prvi globalni okvir trajnostnega poročanja.

Priporočila oziroma navodila tega standarda so razvrščena v štiri sklope, ki temeljijo na načelih poročanja:

1. Navodila, ki sestavljajo okvir poročanja: transparentnost, vključenost, preglednost.
2. Navodila o čem poročati oziroma kaj vključiti v družbeno poročilo: popolnost, pomembnost, povezava s trajnostnim razvojem.
3. Navodila o zagotovitvi kakovosti in zanesljivosti: točnost, nevtralnost, primerljivost.
4. Navodila o dostopnosti: periodičnost, razumljivost.

4.2.3. AccountAbility 1000 (AA1000)

Standard AA1000 (AccountAbility 1000) je nastal novembra 1999 z namenom prikazati povezavo načela odgovornosti in trajnostnega razvoja. Kot ključni dejavnik poročanja je navedena vključenost deležnikov. Proces družbenega poročanja proučuje na treh področjih in na vsakem definira načela, potrebna za kakovostno družbeno poročanje:

1. Načela, povezana s ciljem in naravo procesa družbenega poročanja: vključenost, popolnost, točnost in pravočasnost, pomembnost.
2. Načela, povezana z interpretacijo informacij: verifikacija, dostopnost, kakovost informacij, primerljivost, zanesljivost, pomembnost in uporabnost informacij.
3. Načela, povezana z managementom: povezanost družbenega poročanja z managementom oziroma normalnim poslovanjem podjetja, nenehne izboljšave.

Standard je procesni, saj identificira procese, ki naj jih podjetje upošteva, da bi delovala odgovorno. Ne ukvarja se s proučevanjem inputov in outputov podjetja, temveč določa, katere procese naj podjetje izvede pri poročanju o odgovornosti, kar omogoča uporabnost standarda za podjetja vseh velikosti ter v različnih fazah razvoja. Ti procesi so: planiranje, računovodstvo, revidiranje in poročanje, integriranje, vključevanje interesnih skupin.

4.2.4. Social Accountability 8000 (SA8000)

Standard SA8000 (Social Accountability 8000) je nastal leta 1997 in ne upošteva holističnega pristopa. Razvila ga je ameriška nevladna organizacija CEPAA (Council for Economic Priorities Accreditation Agency). V proces poročanja so vključeni le izbrani deležniki. Je sistem, ki zagotavlja pravične in primerne delovne pogoje, saj od delodajalcev zahteva, da izplačujejo plače, zadostne za osnovne potrebe zaposlenih, da zagotovijo varno delovno okolje, da ne zaposlujejo otrok ali druge delovne sile pod prisilo in da od zaposlenih ne zahtevajo delavnika, ki bi praviloma presegel 48 delovnih ur na teden. Poleg navedenega se ukvarja z vprašanji diskriminacije, discipline, varstva in zdravja zaposlenih, svobode sindikalnih združenj. Vsebina standarda temelji na konvenciji Mednarodne organizacije za delo (ILO), Splošni deklaraciji človekovih pravic ter na Konvenciji Združenih narodov o pravicah otrok. Standard je nastal predvsem zato, ker so multinacionalna podjetja pripravljala poročila, ki so razkrivala dobre družbene vplive v državi, kjer je bilo podjetje ustanovljeno, zanemarjena pa je bila predstavitev slabših pogojev v podružnicah. Po mnenju Mei Ondine Gabrovec je standard vsebinski in spada v okvir družbenega poročanja, ni pa družbeno poročilo, saj upošteva le etični vidik podjetja. Upoštevanje standarda SA8000 je učinkovit

način za zagotovitev ustreznih delovnih pogojev, saj vključuje mednarodno opredeljene pravice zaposlenih, neodvisno revidiranje, javno objavo, vpletenost vseh deležnikov.

Poleg že navedenih standardov se podjetja odločajo tudi za sprejetje nekaterih mednarodnih standardov, opredeljenih s strani Mednarodne organizacije za standarde (International Organization for Standards). Primera teh sta standarda okoljske odgovornosti ISO14001 in ISO14031.

4.2.5. ISO 14001 IN ISO 14031

Serijski ISO (International Organisation for Standards) standardi opredeljujejo okoljske standarde. ISO 14001 od podjetij zahteva komunikacijo o okoljskih vplivih. Podjetje mora opredeliti način komuniciranja in strategije, povezane z okoljskimi vidiki. Standard opredeljuje tudi okoljske vidike z namenom ugotoviti ali je ravnanje z okoljem v skladu z načrtom in ukrepi za ravnanje z okoljem in z namenom zagotoviti vodstvu informacije o rezultatih presoje.

Tudi standard ISO 14031 se nanaša na poročanje okoljskih vplivov. V tem standardu je posebej opredeljeno notranje in zunanje poročanje. Notranja poročila lahko vsebujejo trende podjetja glede ravnanja z okoljem, skladnost z zakonodajo in regulativo, upoštevanje drugih zahtev, ki jih je podjetje dolžno upoštevati, prihranek na stroških ali druge gospodarske rezultate ter priložnosti in priporočila za izboljšanje okoljskih učinkov. Standard ne določa natančne vsebine poročila, določa pa, da mora poročilo zanesljivo predstaviti okoljsko delovanje podjetja, prilagojeno mora biti tehničnemu znanju uporabnikov. Poročilo mora vzpodbujati nadaljnjo komunikacijo med podjetjem in deležniki.

5. DRUŽBENO POROČANJE V SLOVENIJI

V letu 2002 so se članice Združenih narodov srečale na svetovnem vrhu o trajnostnem razvoju v Johannesburgu (Okoljsko poročilo Gorenja, 2003, str. 11). V poročilo o uresničevanju trajnostnega razvoja je bila vključena tudi Slovenija, ki so jo označili kot državo blaginje in kakovostnega življenja v dejavnem sožitju z naravo. Konkurenčne prednosti in izpolnjevanje svoje odgovornosti v globalnem svetu dosega z inovativnimi tehnologijami, ki temeljijo na človeških zmogljivostih, prostorskem vzorcu, naravnih virih in družbeni zgradbi, z izobraževanjem ustvarjalnih posameznikov, z učinkovito državo, ki temelji na participativni demokraciji, z dejavnim varovanjem krajin in ekosistemov ter dejavnim vključevanjem v mednarodni proces trajnostnega razvoja. Slovensko gospodarstvo se na področju izpolnjevanja trajnostnega razvoja združuje pod okriljem Gospodarske zbornice Slovenije in se zaveda, da sta njihov obstoj in dobičkonosnost odvisna od uspešnega zadovoljevanja potreb ljudi s svojimi storitvami in izdelki, ob hkratnem izogibanju etičnih tveganj na vseh področjih poslovanja.

Družbeno poročanje je v Zahodni Evropi že precej razvito in vsakodnevno pridobiva na pomenu. Prvi zgledi na tem področju se uveljavljajo tudi v slovenskem prostoru. Večina slovenskih podjetij družbeno odgovornost razkriva skozi letna poročila, nekatera se odločijo za izdajo okoljskega poročila, druga za okoljevarstveno in tretja za trajnostno poročilo .

5.1. Letno poročilo

Letno poročilo je pomembno komunikacijsko orodje, s katerim se podjetje predstavi deležnikom. Koristno je za poročevalca in za prejemnika oziroma uporabnika poročila. Hkrati je glavni komunikacijski kanal med vodstvom podjetja in deležniki (Stittle, 2002, str. 356). V Sloveniji je razdeljeno na temeljne sestavne dele (Kavčič, 1998, str. 10):

1. Uvodni del s strjenimi poudarki, ki vsebuje poročilo uprave z najpomembnejšimi podatki o delovanju podjetja v letu poročanja, formalno pismo predsednika uprave in predsednika nadzornega sveta delničarjem, kazalo. Ta del je najbolj splošen in najmanj namenjen strokovnemu bralcu. Zato je napisan na način, da vsak bralec lahko spozna (ne)uspešnost poslovanja podjetja.

2. Poslovno poročilo, ki poleg sestavin, ki jih predpisuje ZGD, vsebuje vsa prostovoljna razkritja. Z njimi želijo podjetja povečati ugled in pokazati, da jih ne zanima samo dobiček, temveč da se zavedajo svoje družbene odgovornosti in skrbi za okolje. Sestavine poslovnega poročila so lahko informacije o (Kavčič, 1998a, str. 31):

- vplivu na okolje (onesnaževanje okolja, akcije za preprečitev in odpravo negativnih posledic za okolje itd.);
- porabi energije;
- delovanju podjetja s socialnega in širšega družbenega vidika, zlasti glede odnosa do manjšin, mladih, nezaposlenih, invalidov, žensk itd.;
- skrbi za zaposlene, zlasti z vidika varstva pri delu, izobraževanja, komunikacije, participacije itd.;
- sodelovanju z družbeno političnimi skupnostmi, zlasti z vidika odnosa do splošne zdravstvene ravni, do kulture, umetnosti itd.;
- drugih vplivih na družbo, kjer naj bi predstavili predvsem splošno usmeritev družbe do okolja.

Moja naloga je povezana z razkrivanjem družbene odgovornosti deležnikom, zato bom v nadaljevanju predstavila dele poslovnega poročila, povezane s temi razkritji. Predstavitev zaposlenih v poslovnem delu letnega poročila pridobiva na pomenu, saj ta skupina deležnikov preko znanja in uporabe le-tega k ustvarjanju dodane vrednosti prispeva največ. Najbolj pogoste informacije o zaposlenih so izražene skozi število zaposlenih, različne strukture zaposlenih (izobrazba, starost, spol), odsotnost z dela, povprečno plačo v primerjavi s panogo, kadrovsko politiko ipd. Informacije, namenjene kupcem, zajemajo predstavitev zadovoljstva kupcev, zvestobe izdelkom in blagovnim znamkam, izkušenj kupcev v povezavi s proizvodi

in storitvami, aktivnosti podjetja za ohranjanje ter izboljšanje zadovoljstva kupcev. V delu, ki je namenjen dobaviteljem, podjetje lahko razkrije število dobaviteljev ter število njihovih dobav, nabavo blaga, načine izbiranja dobaviteljev. V sklopu poročila, ki informira delničarje, so lahko razkrite informacije o gibanju tečaja delnice, tržni kapitalizaciji, kraju trgovanja, dividendni politiki ipd. Aktivnosti podjetja imajo velik vpliv tudi na okolje, zato je pomembno, da podjetje v letnem poročilu predstavi tudi okoljevarstveno delovanje, kjer je izražena odgovornost do okolja. Pomemben vir informacij so informacije o skladnosti z industrijskimi, nacionalnimi ali mednarodnimi standardi, predstavitev okoljske politike, izraba energetskih virov ipd. Ta del poročila je lahko samostojen oziroma ločen od letnega poročila in je po svoji sestavi oblikovan podobno kot letno poročilo. Razkritje družbene odgovornosti slovenska podjetja povezujejo z lokalno skupnostjo oziroma sponzoriranjem in doniranjem. Predstavitev načrtov podjetja je namenjena vsem deležnikom, saj je s tem omogočena ocena uresničevanja ciljev podjetja. V načrtih so predstavljene tudi informacije o tveganjih in priložnostih podjetja ter informacije o soočanju z njimi.

Za prostovoljna razkritja se podjetja največkrat odločajo zaradi ustvarjanja razmer za pridobivanje večjega dobička. Zavedajo se, da prostovoljno razkritje lahko prinese več koristi:

- vzbuditev zanimanja za združevanje;
- vplivanje na potencialne investitorje;
- dostop do izbranih skupin (okoljevarstvenikov);
- predstavitev poslanstva;
- povečanje lojalnosti delničarjev;
- povečanje možnosti nove izdaje delnic;
- pridobivanje najboljših kadrov itd.

3. Računovodsko poročilo, ki obsega računovodske izkaze in priloge s pojasnili oziroma razkritji. Računovodski izkazi obsegajo bilanco stanja, izkaz uspeha, izkaz uporabe dobička in izkaz izgube ter izkaz finančnih tokov. Pojasnila računovodskih izkazov obvezno vsebujejo: informacije o uporabljenih metodah vrednotenja postavk v računovodskih izkazih; razčlenitev sintetičnih podatkov iz računovodskih izkazov, ki omogočajo lažje razumevanje in analiziranje; podatke o delu organizacijskih enot v tujini. Obsežnost in kakovost tega poročila sta odvisni od: organizacije in celovitosti računovodske službe, strokovne usposobljenosti zaposlenih v računovodstvu, odnosa vodstva do računovodske službe, kakovosti notranje in zunanje revizije, razumevanje računovodskih informacij s strani vodstva itd.

Letna poročila velikih in srednjih družb, letna poročila malih družb z vrednostnimi papirji, s katerimi se trguje na organiziranem trgu, in konsolidirana letna poročila je potrebno zaradi javne objave skupaj z revizorjevim poročilom predložiti organizaciji, pooblaščenim za obdelovanje in objavljanje podatkov, to je organizacija za javnopravne evidence in storitve AJPEŠ (Horvat, 2004, str. 17).

5.2. Raziskava razkritij v slovenskih letnih poročilih

Zaradi želje razkriti čim več in pripraviti čim bolj obsežno letno poročilo je veliko razkritij neinformativnih, nekritičnih, imajo sicer veliko podatkov in informacij, pri čemer se zastavi vprašanje o njihovi kakovosti in izrazni moči. Sestava letnih poročil bi morala temeljiti na načelih bistvenosti, razumljivosti, zanesljivosti in primerljivosti informacij (Vezjak, 2004, str. 48). Posledica prostovoljne izbire vsebine poslovnega poročila v sklopu letnega poročila ali posameznega okoljskega ali trajnostnega poročila so preobsežna ali preskopa razkritja. Iz preobsežnih uporabniki ne morejo razbrati pomembnih informacij, iz preskopih pa ne morejo sprejemati ustreznih odločitev v zvezi s podjetjem. Primer preobsežnih poročil nakazuje tudi na negospodarnost podjetja. Vsebina in obseg informacij v letnem poročilu sta po mnenju Vezjakove odvisna predvsem od informacijskih potreb, to je zahtev uporabnikov letnega poročila oziroma tega, kaj jim želi podjetje skozi letno poročilo sporočiti. Pomembnost zadev, o katerih mora podjetje poročati, je sestavni del strateških usmeritev glede komuniciranja z deležniki in poznavanja informacijskih potreb le-teh.

Vprašanje kakovosti razkritij v slovenskih letnih poročilih za leti 1999 in 2000 je raziskovala Tatjana Horvat (Horvat, 2002a). Letna poročila je ocenjevala na podlagi devetih spremenljivk: poročilo predsednika uprave; predstavitev vizije, strateških ciljev in načrtov; analiza poslovanja; kadri; okolje in družbena dejavnost; informacije za delničarje; bilance; pojasnila oziroma razkritja; inovativnost. Na področju razkritij družbene odgovornosti so najpomembnejše naslednje štiri ocenjevane spremenljivke: kadri⁴⁴, okolje, delničarji in inovativnost. Prve tri sestavine so bile ocenjevane v okviru poslovnega poročila. Sestavina inovativnost je bila analizirana glede na zasledovanje zasnove upravljanja odnosov z interesnimi skupinami⁴⁵, opaznosti nove metrike poslovne odličnosti in uspešnosti⁴⁶ ter glede na izvornost⁴⁷. Ker so omenjene sestavine povezane z razkritjem informacij deležnikom podjetja, sem se odločila, da bom v nadaljevanju predstavila rezultate analize le-teh. V raziskavo je bilo vključenih 51 letnih poročil, last podjetij in finančnih ustanov. Kakovost razkritij sestavin je bila ocenjena na podlagi točk. V vsaki izmed sestavin kadri, okolje in delničarji je letno poročilo lahko doseglo maksimalno 240 točk, pri inovativnosti pa 600 točk, kar skupno znese 840 točk. V primeru vključenosti tudi ostalih petih spremenljivk je podjetje lahko doseglo maksimalno 6000 točk.

Kadri

Kakovost sestavine kadri je bila leta 2000 glede na 1999 boljša. V letu 1999 nekatera podjetja o zaposlenih sploh niso poročala, toda že v letu 2000 je to sestavino vsebovalo vseh 51 letnih poročil, kar pomeni, da se je povečala najnižja raven kakovosti. Hkrati se je zmanjšala najvišja raven kakovosti. To je razvidno tudi na sliki 1.

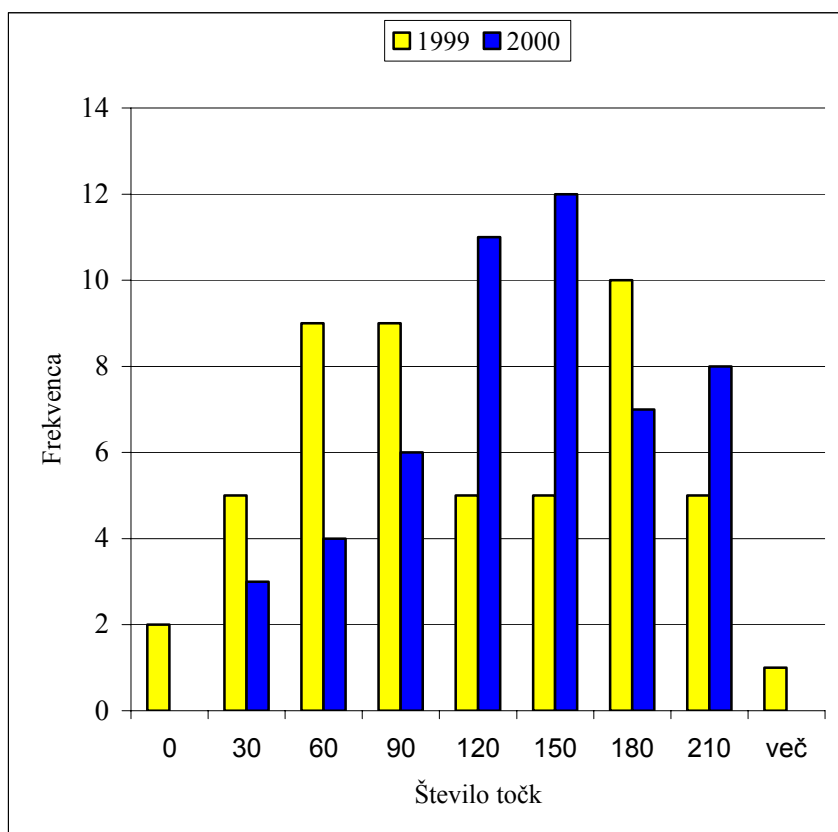
44 Namesto pojma kadri sedaj večina podjetij uporablja pojem zaposleni.

45 Teorija družbene odgovornosti, odnos do okoljevarstvenih vprašanj, prispevek k trajnostnemu in celostnemu razvoju, uravnotežen pristop k različnim interesnim skupinam.

46 Dodana vrednost, človeštvo, čustveno in družbeno premoženje, uravnoteženi kazalniki poslovne uspešnosti.

47 Pripravljenost za eksperimentiranje in novosti v stroki, marketingu, poslovođenju, komunikacijah.

Slika 1: Frekvenca porazdelitve točk letnih poročil pri sestavini kadri za leto 1999 in 2000



Vir: Horvat, 2002a, str. 240.

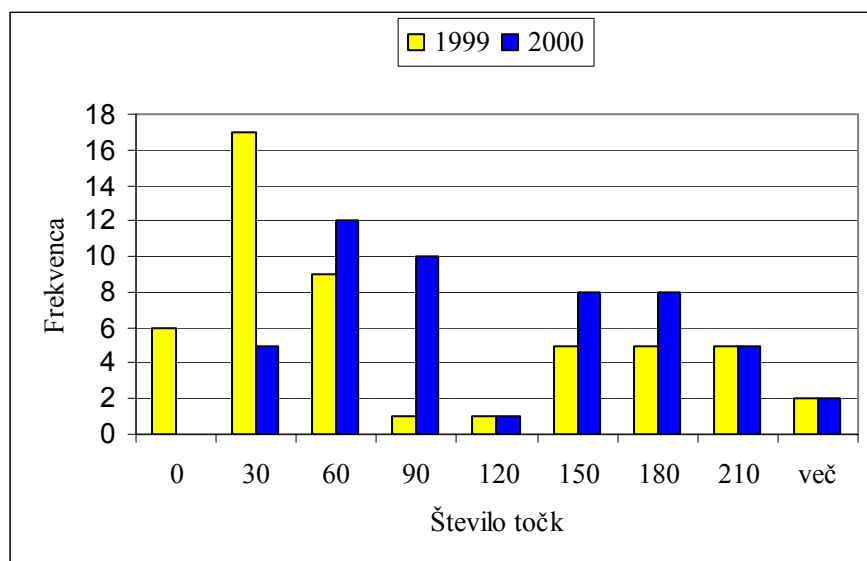
V letu 2000 je vidna večja homogenost poročanja o zaposlenih med podjetji, saj se frekvenčna porazdelitev bolj približa normalni. Aritmetična sredina se je iz 107.2 točke dvignila na 123.7 točk, kar je nekoliko več kot polovica vseh možnih točk. V letu 1999 je polovica letnih poročil dosegla več in polovica manj kot 95 točk, leta 2000 pa se je ta meja dvignila na 125 točke. Največ podjetij je leta 1999 doseglo 90 točk, v letu 2000 pa 195 točk.

Okolje in družbena dejavnost

Podobno kot kakovost poročanja se je izboljšala tudi kakovost razkritij v povezavi z okoljem, čeprav so bile ocene v obeh letih nekoliko slabše. Tudi tu nekatera podjetja leta 1999 o okolju niso poročala, za poročanje pa so se odločili že leta 2000.

Leta 1999 so letna poročila v povprečju dosegla 75.1 točke, leta 2000 pa 104.2 točke. Razlike v kakovosti poročanja so med podjetji večje, kar je vidno iz frekvenčne porazdelitve, ki se ne približa normalni. Polovica podjetij je leta 1999 doseglo več in polovica manj kot 45 točk, leta 2000 se je mediana dvignila na 80 točk. Največ podjetij je leta 1999 doseglo 10 točk, leta 2000 pa 35 točk.

Slika 2: Frekvenca porazdelitve točk letnih poročil pri sestavini okolje za leto 1999 in 2000

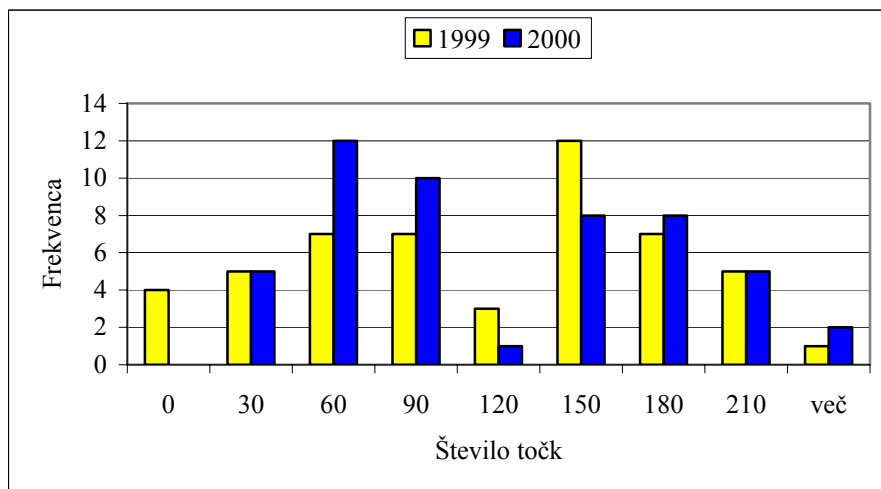


Vir: Horvat, 2002a, str. 241.

Informacije za delničarje

Za razliko od predstavitve okolja in zaposlenih se je kakovost poročanja delničarjem zmanjšala. Večja je sicer aritmetična sredina (leta 1999 je znašala 106.3 točke in 2000 111.9 točke), toda mediana in modus sta se zmanjšala. Mediana je iz 105 točk padla na 95, modus pa iz 145 na 80 točk. Slabša ocena je posledica slabše kakovosti poročanja finančnih ustanov, saj se je v podjetjih kakovost poročanja nekoliko dvignila. Možen razlog za manjše poročanje o delničarjih na strani finančnih ustanov bi bil, da te ustanove niso javne družbe, kar pomeni, da vrednostni papirji niso uvrščeni na Ljubljansko borzo vrednostnih papirjev. V primeru neobstoja zunanjih delničarjev podjetje ne vidi potrebe po razkrivanju informacij delničarjem v letnih poročilih. Tudi tu je razvidno, da leta 2000, za razliko od 1999, o delničarjih poročajo vsa analizirana podjetja. Med letnimi poročili tudi v letu 2000 obstaja nehomogenost. Sestavina delničarji je imela velik vpliv na oceno celotnega letnega poročila, kar je verjetno posledica tega, da podjetja delničarje še vedno obravnavajo kot najpomembnejšo skupino deležnikov.

Slika 3: Frekvenca porazdelitve točk letnih poročil pri sestavini delničarji za leto 1999 in 2000

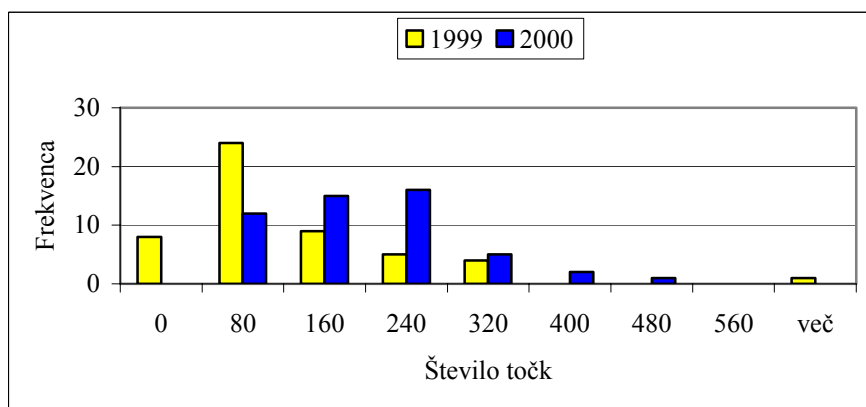


Vir: Horvat, 2002a, str. 242.

Inovativnost

Sklop ocenjevanja inovativnosti podjetij kaže na prizadevanje le-teh, da bi v letnem poročilu dosegla inovativnost. Navedeno potrjuje podatek, da leta 1999 veliko poročil ni bilo inovativnih, medtem ko so v letu 2000 vsa letna poročila dosegala določeno stopnjo inovativnosti.

Slika 4: Frekvenca porazdelitve točk letnih poročil pri sestavini inovativnost za leto 1999 in 2000



Vir: Horvat, 2002a, str. 245.

Povprečno število doseženih točk pri sestavini inovativnost je bilo leta 1999 92.4 točke in leta 2000 165 točk od maksimalno 600 točk. V letu 1999 je polovica poročil dosegla več in polovica manj kot 60 točk, leta 2000 pa se je mediana dvignila na 155 točk. Leta 1999 je bil modus enak nič, kar pomeni prevladujočo neinovativnost letnih poročil, v letu 2000 pa je največ podjetij doseglo 60 točk. Porazdelitev ni normalna, toda leta 2000 je vidna večja

homogenost med poročili. Inovativnost se je v analizi izkazala kot sestavina, ki h kakovosti celotnega letnega poročila prispeva največ.

V obeh letih se je izkazalo, da so bile najkakovostnejše informacije o zaposlenih, katerim so sledile informacije o delničarjih in nazadnje še informacije o okolju. Največje razlike med poročili so pri sestavini inovativnost, ki pa so leta 2000 že nekoliko manjše kot leta 1999. V letu 2000 so vsa analizirana podjetja poročala o zaposlenih, okolju, delničarjih in družbenem delovanju, kar potrjuje razvoj in pomembnost prostovoljnega poročanja.

5.3. Poročanje o družbeni odgovornosti desetih največjih podjetij v Sloveniji v primerjavi z Madžarsko za leto 2002

Madžarska je tako kot Slovenija nova članica Evropske unije, kjer vprašanje družbene odgovornosti in razkrivanja le-te pridobiva na pomenu. Po padcu socialističnega režima je Madžarska vstopila v proces politične in ekonomske modernizacije. Spremljali so jo visoki družbeni stroški, ki so bili posledica tranzicije. Realne plače so padale, dohodkovna neenakost je rasla, naraščala je tudi stopnja kriminala. V obdobju tranzicije so se tam pričele tudi prve raziskave o kakovosti družbenega življenja. Tako je bilo prvo družbeno poročilo, imenovano »Tarsadalmi riport«⁴⁸, izdano leta 1990 v madžarskem jeziku in leta 1992 še v angleškem jeziku. V tem poročilu je TARAKI (Social Research Informatics Centre) predstavil gibanje družbenih indikatorjev. Poročilo je vsebovalo poglavja o družini in populaciji, izobrazbi, zaposlenosti, prihodku, zdravju, načinih življenja, kulturi in okolju. Informacije so bile podane skozi tabele, opisno in z grafi. To poročilo je vsebovalo informacije o družbenem stanju na Madžarskem. Moje proučevanje družbenega poročanja pa ne temelji na poročanju države, temveč na razkrivanju družbene odgovornosti posameznega podjetja.

Raziskavo o poročanju družbene odgovornosti slovenskih in madžarskih podjetij je leta 2003 izvedel East-West Management Institute. Raziskava je poleg omenjenih držav vključevala tudi nekatere druge države Srednje in Vzhodne Evrope (Češka, Estonija, Latvija, Litva, Slovaška). V raziskavo je bilo vključenih deset največjih podjetij posamezne države glede na tržno kapitalizacijo leta 2002. Za razliko od ostalih držav je raziskava za Madžarsko vključevala 27 največjih madžarskih podjetij, toda zaradi lažje primerljivosti sem se odločila, da bom v primerjavo vključila le 10 največjih podjetij leta 2002. Kot deset največjih madžarskih podjetij sem vzela podjetja, ki so bila kot največja vključena v neko drugo raziskavo East West Management Instituta, in sicer v analizo spletnih strani desetih največjih podjetij v državah Srednje in Vzhodne Evrope avgusta 2003. Glavni vir informacij v okviru raziskave družbenega poročanja so predstavljala letna poročila in spletne strani omenjenih podjetij, saj podjetja z namenom povečanja dostopnosti do informacij o aktivnostih podjetja, poročila in druge informacije objavljajo tudi na spletnih straneh. Spletno objavljanje sicer izključuje tiste, ki nimajo dostopa do interneta, toda to je hkrati tudi način povečanja števila

48 »Tarsadalmi riport« pomeni »Social report« oziroma družbeno poročilo.

bralcev z majhnimi stroški. Dostopnost letnih poročil in drugih oblik poročanja na spletni strani dokazuje naraščanje pomembnosti interneta kot komunikacijskega orodja z deležniki. Spletno razkrivanje delovanja podjetja omogoča hitro ažuriranje podatkov, kar posledično vodi v težjo primerljivost. Slabost spletnih različic je tudi nezmožnost strokovne verifikacije. Poročanje o družbeni odgovornosti je bilo v okviru raziskave razdeljeno v tri sklope: upravljanje podjetja, okolje in družbena politika. Sklopi so bili nadalje razdeljeni v trinajst kategorij. V sklop upravljanja podjetja so bila uvrščena razkritja organov upravljanja, informacije o revidiranju poročila ter dividendna politika. Podrobnejša predstavitev organov upravljanja je pomembna zaradi potrditve, da imajo odgovorni v podjetju zmožnosti in znanje voditi podjetje. Razkritje okoljske politike vsebuje informacije o skladnosti z okoljskimi standardi⁴⁹, informacije o okoljskem managementu, informacije o virih energije in vode ter učinkoviti izrabi le-teh, informacije o upoštevanju okoljskih vidikov skozi celotno distribucijsko verigo. Družbena politika kot tretji sklop vsebuje informacije o skladnosti s standardi na področju delovnih pogojev in človekovih pravic, informacije o sponzoriranju in dobrodelnih namenih, informacije o razvoju zaposlenih in njihovih bonitetah, informacije o varnosti in zdravju v podjetju ter informacije o politiki zaposlovanja. Narejene analize temeljijo na poročanju o družbeni odgovornosti in ne na dejanskih aktivnostih podjetja. Najprej bom nekoliko podrobneje predstavila poročila desetih največjih slovenskih podjetij, nato bom le-te primerjala z madžarskimi. Nekateri podatki za Slovenijo se od podatkov izvajalca raziskave razlikujejo, saj slednji pri podatkih v primeru Gorenja in Luke Koper navajajo nedostopnost do podatkov v angleškem jeziku. Pri pregledu slovenskih letnih poročil sem se osredotočila predvsem na sklope, ki jih je v raziskavo vključil tudi East-West Management Institute.

5.3.1. Predstavitev poročil desetih največjih slovenskih podjetij za leto 2002

Krka

Letno poročilo Krke za leto 2002 vsebuje informacije iz vseh treh predhodno opredeljenih sklopov. Nekatere informacije, ki niso dostopne v letnem poročilu, so dostopne na njihovi spletni strani, nekatere informacije pa ostajajo nerazkrite. V poročilu opisujejo skrb za zdravo okolje, skrb za izobraževanje zaposlenih ter aktivnosti usmerjene v uresničevanje družbene odgovornosti. Poudarjen je predvsem pomen okolja, saj okolju prijazno podjetje zagotavlja prijetno delovno okolje in sožitje z družbo. Prevladujoča usmerjenost na okolje potrjuje tudi mnenje vodstva, da jim okoljska politika omogoča uresničevanje poslanstva in strateških usmeritev. Vez z okoljem podjetje utrjuje s sodelovanjem, sponzorstvom in donatorstvom. Poleg informacij za delničarje in zaposlene podjetje razkriva tudi majhen delež informacij, namenjenih dobaviteljem in kupcem.

⁴⁹ Skladnost z industrijskimi, nacionalnimi ali mednarodnimi okoljskimi standardi.

Petrol

V letnem poročilu za leto 2002 na področju družbene odgovornosti prevladujejo informacije, ki razkrivajo skrb za okolje, kar je verjetno povezano z dejavnostjo podjetja. Tudi informacije, namenjene zaposlenim, so povezane z uresničevanjem odgovornosti do okolja, saj je na okolje vezano izobraževanje zaposlenih, sponzorstvo in donatorstvo. Iz poročila je razvidna tudi postopna usmeritev k trajnostnemu razvoju.

Mercator

Mercator v letnem poročilu 2002 kot ključno interesno skupino navaja zaposlene, zato je del informacij v poročilu namenjen njim. Ta del vsebuje informacije o zadovoljstvu zaposlenih, odsotnosti, varstvu delovnega okolja, usposabljanju in izobraževanju kadrov, motiviranju kadrov. Širjenje na nove trge v Mercatorju povečuje družbeno odgovornost, katero po mnenju Mercatorja uresničujejo preko skrbi za zaposlene, skrbi za varovanje zdravja potrošnikov, skrbi za nadaljnjo predelavo embalaže, skrbi za varovanje okolja v proizvodnih obratih ter preko sponzorske dejavnosti.

Pivovarna Laško

V letno poročilo Pivovarne Laško za leto 2002 so vključena krajša poglavja o okolju v okviru podpoglavja okoljsko poročilo, kjer so razvidne informacije o izrabi energetskih virov ter izvršene in načrtovane izboljšave v povezavi s temi viri. Nekaj informacij je namenjenih tudi zaposlenim (politika zaposlovanja, struktura zaposlenih).

Intereuropa

Krajši odseki letnega poročila Intereurope za leto 2002 so namenjeni predstavitvi informacij o zaposlenih (struktura zaposlenih, izobraževanje, prestrukturiranje, organizacijska klima, zadovoljstvo zaposlenih, nagrajevanje), o okolju ter o sponzorstvu in donatorstvu podjetja.

Sava

Skrb za okolje, družbena odgovornost, skrb za kupce in zaposlene sodijo med temeljne vrednote podjetja. Zaposlenim informacije, poleg v letnem poročilu, razkrivajo tudi preko informacijskih tabel, s katerimi zaposlene seznanjajo s tedenskimi dogodki. Sodelavcem podrobne informacije o dogajanju v podjetju nudijo tudi preko internega glasila Informator in časopisa Sava. Zaposleni so za podjetje pomembna skupina deležnikov, saj je z njimi vzpostavljen dialog, v katerem zaposleni postavljajo vprašanja in predlagajo konkretne zamisli za izboljšave na vseh področjih. Delovanje usklajujejo z načeli trajnostnega razvoja, predvsem na področju okolja in zaposlenih. V letnem poročilu namenjajo poglavje predstavitvi trajnostnega razvoja, ki je razdeljeno na predstavitve družbene skupnosti, skrbi za zaposlene ter skrbi za delovno in življenjsko okolje. Poudarjen je tudi pomen dobrih odnosov z lokalno skupnostjo in pomen sponzoriranja.

Gorenje

Podjetje Gorenje poleg letnega poročila izdaja okoljevarstveno poročilo. Naslovili so ga »Prizadevanja Gorenja za trajnostni razvoj«, kar kaže na to, da poročilo, poleg informacij o okolju, vsebuje tudi informacije o družbeni in ekonomski odgovornosti. Struktura tega poročila je zelo podobna strukturi družbenega poročila. V začetku je predstavljeno podjetje Gorenje in upravljalna struktura, kateri sledi opredelitev vizije, vrednot in poslanstva. Pri opredelitvi vrednot Gorenje poudarja upoštevanje deležnikov, predvsem lastnikov, kupcev, poslovnih partnerjev, zaposlenih. Okoljevarstveno poročilo vsebuje posebno poglavje o trajnostnem razvoju ter posebno poglavje o skrbi za okolje. Slednji del je predstavljen s podatki kot so: izdatki za varstvo okolja, poraba električne energije, poraba vode ipd. Zavzemanje za varstvo okolja je Gorenje želelo razkriti tudi manj pomembnim deležnikom in ne le tistim z dostopom do interneta oziroma bralcem letnega poročila. V ta namen so izdali brošuro z naslovom Varujmo zemljo. Namenjena je šolarjem, potrošnikom gospodinjskih aparatov, nevladnim organizacijam in medijem. Z izdajo brošure podjetje zasleduje cilj dviganja zavesti širše javnosti o racionalni rabi energentov v gospodinjstvih.

Gorenje zaposlene kot pomembno skupino deležnikov vključuje v proces upravljanja v skladu z veljavnimi zakonskimi predpisi in splošnimi normami. Interni komunikacijski kanal je vzpostavljen preko tedenskega biltena Črno na belem in časopisa, ki izhaja občasno. Ta kanal je vzpostavljen z zaposlenimi, upokojnenci in družinskimi člani. Informacije kupcem so povezane s predstavitvijo vplivov Gorenjevih izdelkov in tehnologij, ki jih uporabljajo za njihovo izdelavo, na okolje. Kupec lahko informacije pridobi neposredno od prodajalca oziroma na aparatu (primer energijska nalepka ali spremna dokumentacija). Gorenje družbeno odgovornost predstavlja na najrazličnejših oblikah izobraževanja in usposabljanja v Sloveniji in tujini, v dnevnem in strokovnem tisku, v drugih javnih medijih in na internetni strani.

Odnos managementa in zaposlenih do okolja, izpolnjevanje politike, ciljev in programov varstva okolja ter sodelovanje z interesnimi skupinami potrjuje nagrada Gorenju za najboljše okoljsko podjetje v Sloveniji v letu 2003. To nagrado je Gorenje prejelo že drugič, kar še potrjuje prizadevanja podjetja na poti k uresničevanju načel trajnostnega razvoja.

Luka Koper

Tako kot večina ostalih podjetij tudi to podjetje na področju razkrivanja družbene odgovornosti poroča predvsem o vplivih na okolje. Poleg tega poročilo vsebuje sponzorske in donatorske aktivnosti. Del poročila je namenjen tudi informiranju kupcev njihovih storitev (rezultati anket o zadovoljstvu, informacije o reklamacijah). Informacije lahko zaposleni, poleg iz letnega poročila, pridobijo tudi preko sestankov, internega glasila, politike odprtih vrat⁵⁰, intraneta, elektronske pošte, oglasne deske, letnih razgovorov vodij s sodelavci, z letnimi informativnimi delavnicami in rednimi obhodi glavnega direktorja. Pri razkrivanju okoljskih vplivov podjetje upošteva tudi okoliško prebivalstvo, ki ocenjuje odnos podjetja do okolja. Rezultati teh anket so razkriti v letnem poročilu.

⁵⁰ Politika odprtih vrat pomeni stalno odprto komunikacijo v enotah.

Droga

Prve informacije o družbeni odgovornosti so razvidne že iz poročila predsednika uprave, ki navaja višino povprečne plače v podjetju. V osrednjem delu je letno poročilo oblikovano tako, da je vsako poglavje namenjeno posamezni interesni skupini: zaposleni, kupci, dobavitelji (informacije o številu vseh dobaviteljev, informacije o razvrstitvi dobaviteljev v bonitetne skupine), delničarji. Večji del informacij o zaposlenih je mogoče pridobiti iz samostojnega Droginega Poročila o zaposlenih, ki je dodatek k letnemu poročilu Droge. Poleg tega so v letnem poročilu še dve poglavji, povezani z družbeno odgovornostjo: informacije o okoljevarstvenem delovanju ter informacije o sponzoriranju.

Istrabenz

Do leta 2002 je družba Istrabenz izdajala Zeleno poročilo, v katerem so bile predstavljene informacije povezane z okoljem. V letu 2002 so lahko deležniki pridobili dodatne informacije s področja družbene odgovornosti, saj je okoljsko poročilo zamenjalo Poročilo o korporativnem trajnostnem razvoju 2002. Poročilo je sestavljeno iz štirih poglavij, opredeljenih s komponentami trajnostnega razvoja⁵¹ in hkrati vrednotami podjetja: ljudje, okolje, storitve (družbena in širša odgovornost) in donos. Sklop storitev družbeno odgovornost predstavi preko sponzoriranja in nekaterih interesih skupin, kot so kupci, partnerji, dobavitelji. Vsakemu izmed njih je namenjeno posebno podpoglavje.

Širša družbena odgovornost je opredeljena kot odgovornost do lokalne skupnosti. To odgovornost Istrabenz potrjuje z informacijami o vključevanju podjetja v celovit razvoj Slovenske Istre. Del poročila, ki opredeljuje družbeno odgovornost podjetja, je opisen in ne vsebuje prikaza kazalcev in kazalnikov ali drugih merljivih rezultatov, ki bi podprli navedene trditve. Podjetje poudarja pomembnost ustvarjanja strpnega in odprtega dialoga z deležniki, kar vodi do obojestranskega zadovoljstva. Medsebojna komunikacija se vrši preko anket, osebnih razgovorov, sestankov, toda v poročilu ni navedenih rezultatov. Mislim, da bi s predstavitev le-teh in hkratno predstavitev izpolnjevanja interesov deležnikov podjetje gradilo na medsebojnem zaupanju, ki v procesu poročanja deležnikom predstavlja zelo pomemben faktor. Drugi del poročila je namenjen predstavitvi odgovornosti do okolja.

Podpoglavje o energetiki vsebuje nekaj številčnih informacij, kot so: sredstva, namenjena preprečevanju vplivov na okolje; število ekoloških točk⁵², število bencinskih servisov, vrednost naložb v ekologijo ipd.

Del poročila, ki je namenjen zaposlenim, je zgrajen na pomembnosti individualne komunikacije z zaposlenimi. Poleg opisnih informacij so podani tudi tabelarični prikazi (struktura zaposlenih po dejavnostih, izobrazbena struktura). Pretok informacij med podjetjem in zaposlenimi podjetje spodbuja preko tedenskih kolegijev za člane vodstva in občasnih razširjenih kolegijev z vodji prodajnih centrov in služb, preko delovnih sestankov, pisnih obvestil, oglasne deske, sistema internih pravil, elektronsko posredovanih informacij, izrednih sestankov. Povratna komunikacijska zveza je vzpostavljena preko sveta delavcev, sindikata, zbora delavcev. V letu 2002 so pričeli tudi z uporabo nove komunikacijske poti za obveščanje

51 Opredelitev komponent trajnostnega razvoja na podlagi 3P-jev: people, planet, profit.

52 Ekološke točke pomenijo ločeno zbiranje odpadkov v zabojnikih.

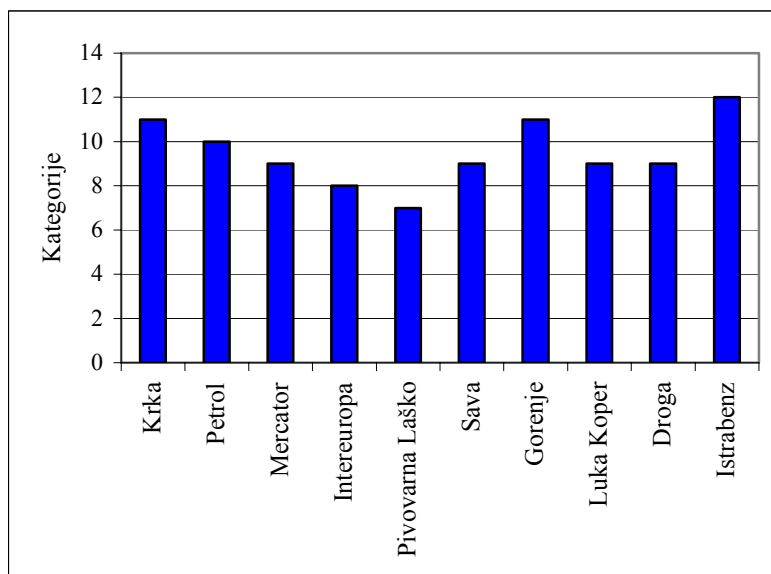
javnosti, ki jo nudi Ljubljanska borza vrednostnih papirjev (Seo-net sistem elektronskega obveščanja), preko katere posredujejo tudi pomembnejše izjave managementa. Kljub temu da Istrabenz poudarja, da osrednja informativna publikacija ostaja letno poročilo, spremlja pojavljanje v medijih, saj želi pravočasno komunicirati z deležniki.

Na podlagi pregleda poročil slovenskih podjetij sem ugotovila, da so se slovenska podjetja pri izdaji okoljevarstvenega ali trajnostnega poročila osredotočila na poročilo kot dokument, zanemarjajo pa proces priprave poročila in namen poročanja o družbeni odgovornosti. Skozi proces poročanja bi se morala oblikovati osnova potencialnih družbenih sprememb. Slovenska podjetja s formalnim poročanjem zato le začasno uresničujejo družbeno odgovornost. Podjetja bi morala priti do spoznanja, da je izziv podjetja širši od zadeve tehničnega poročanja. Pomembna je vzpostavitev medsebojnega zaupanja. Zaradi pomanjkanja slednjega je veliko deležnikov negotovih pri proučevanju resničnih motivov podjetja. K izgradnji zaupanja lahko pripomore tudi razkrivanje negativnih aktivnosti podjetja in namer za odpravo le-teh (Gribben, Olsen, 2003, str. 5). V slovenskih poročilih takšnih informacij zagotovo primanjkuje. Hkrati okoljska in trajnostna poročila niso posebej revidirana, kar bi povečalo verodostojnost informacij. Tudi revizijsko poročilo v letnem poročilu se nanaša predvsem na računovodski del, saj je pregled poslovnega dela le omenjen in ne podrobneje revidiran. Opazno je tudi posamično obravnavanje deležnikov. Iz poročil ni mogoče razbrati nasprotujočih si interesov deležnikov in namere podjetja za uravnovešenje le-teh. Mogoče bi bila boljša predstavitev informacij po področjih, ki bi vključevali poglede različnih skupin deležnikov. Problem slovenskih družb je tudi pomanjkanje sodelovanja z deležniki, zato menim, da bodo v prihodnosti nadaljevali z eksperimentiranjem kako poročati in vzpostaviti dialog z deležniki, kar bo vodilo do ustvaritve novih pristopov k družbenemu poročanju.

5.3.2. Primerjava Slovenije in Madžarske na področju razkrivanja družbene odgovornosti

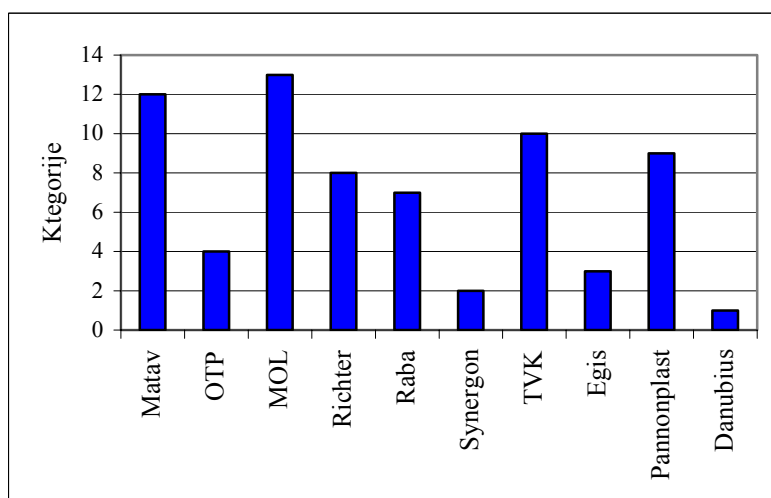
Kot indikator za prikaz količine razkritih informacij so na East-West Management Institutu uporabili t.i. »Publicity Index« oziroma indeks javnosti. Raziskava je bila najprej razdeljena v že omenjene tri sklope in nadalje v skupno trinajst kategorij (glej uvod v poglavje 5.3). Če je vrednost indeksa enaka trinajst, to pomeni, da je podjetje deležnikom razkrilo informacije o vseh trinajstih kategorijah. Nižji indeks pomeni manjši obseg razkritih informacij. Navedeni indeks je za deset največjih podjetij v Sloveniji in na Madžarskem prikazan v Sliki 5.

Slika 5: Število razkritih kategorij za deset največjih slovenskih podjetij (max 13)



Vir: East-West Management Institute, 2004; Letna poročila proučevanih slovenskih podjetij, 2002; spletne strani proučevanih slovenskih podjetij, 2004.

Slika 6: Število razkritih kategorij za deset največjih madžarskih podjetij (max 13)



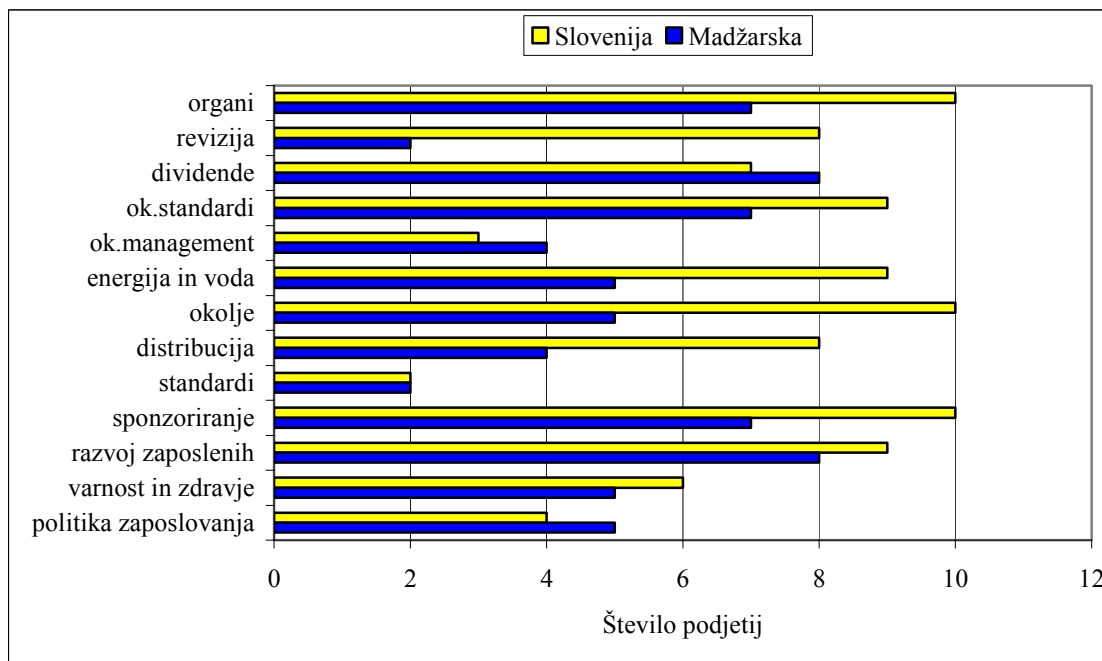
Vir: East-West Management Institute, 2004.

Od vseh slovenskih podjetij so najbolj komunikativna Krka, Gorenje, Petrol in Istrabenz. V primeru Madžarske so to Matav, MOL in TVK. Vsa našeta podjetja priskrbujeta zadovoljivo raven informacij vsaj v desetih kategorijah, kar pomeni, da njihov indeks javnosti znaša med 10 in 13. Podjetji, ki imata največ razkritih kategorij (Istrabenz in MOL), sta naftni podjetji. V Sloveniji vsa podjetja nudijo več kot 50 % razkritih kategorij, medtem ko štiri madžarska podjetja ostajajo pod polovico razkritih kategorij. Razlogi za nižji indeks javnosti oziroma nerazkritje informacij so po mnenju East-West Management Instituta lahko naslednji:

- Pomanjkanje dejavnikov v podjetju (surovine, osebje, čas), ki bi omogočili ažuriranje informacij.
- Politika nekaterih podjetij, ki informacije razkrivajo pod strogim nadzorom managementa in na prošnjo deležnikov⁵³.
- Prepričanje, da javno razkritje informacij ni v skladu z obstoječo kulturo podjetja, kar pomeni, da podjetje zbrane podatke obravnava kot skrivnost, ki naj bi ostala znotraj podjetja.
- Proces komunikacije je lahko počasnejši zaradi deležnikov, ki ne zahtevajo razkritih in javno dostopnih informacij.
- Prepričanje podjetja, da informacije, ki jih niso razkrili, niso pomembne za delovanje podjetja. Bančno podjetje za razliko od naftnega podjetja ne čuti pomembnosti razkrivanja okoljskih vplivov. To potrjujejo tudi raziskave, saj madžarska banka OTP v sklopu proučevanja okoljskih vplivov ne razkriva nobene kategorije (od skupaj petih). Na drugi strani pa naftno podjetje MOL podaja informacije o vseh petih kategorijah. Takšno prepričanje bank je lahko zavajajoče, saj politika bank lahko neposredno povzroči okoljske vplive.

Poleg analize razkritih kategorij po podjetjih, vpogled v pomembnost razkritih kategorij informacij daje tudi analiza znotraj kategorij.

Slika 7: Število slovenskih in madžarskih podjetij, ki razkrivajo informacije v posamezni kategoriji



Vir: East-West Management Institute, 2004; Letna poročila proučevanih slovenskih podjetij, 2002; spletne strani proučevanih slovenskih podjetij, 2004.

⁵³ To je bil tudi glavni razlog za manjše število razkritih kategorij v farmacevtskem podjetju EGIS.

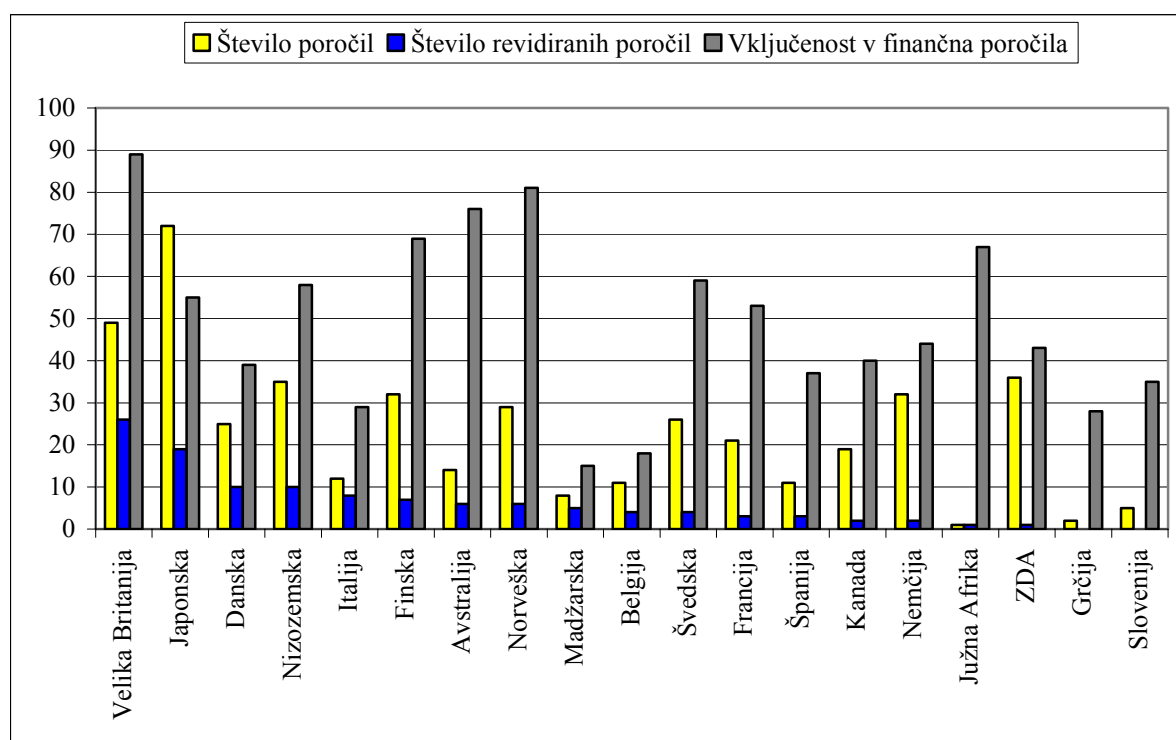
V primeru Slovenije so vsa obravnavana podjetja razkrila informacije o organih upravljanja, namerah o izboljšanju okolja ter sponzoriranju. Največ informacij je dostopnih v sklopu upravljanja podjetja, saj skupni indeks javnosti znaša 25 (max 30). Temu sledi sklop okoljskih informacij, na zadnjem mestu pa je razkrivanje družbenih vprašanj. Tudi proučevana madžarska podjetja največ informacij razkrivajo v sklopu upravljanja podjetja, kjer skupni indeks javnosti znaša 17, kar je nižje kot v Sloveniji. Najslabše madžarska podjetja razkrivajo okoljske informacije. Za razliko od Slovenije na Madžarskem nobene kategorije ne razkrivajo vsa podjetja. Največ madžarskih podjetij (80 %) razkriva informacije o dividendni politiki in razvoju zaposlenih. Na Sliki 7 je mogoče videti, da slovenska podjetja razkrivajo več v raziskavah opredeljenih informacij kot madžarska podjetja. Izjema so področje dividendne politike, okoljskega managementa in politike zaposlovanja. Podobnosti med proučevanimi podjetji so zaznane v okviru informacij o skladnosti z okoljskimi standardi, kjer večina slovenskih in madžarskih podjetij, ki razkrivajo te informacije, poudarjajo skladnost s standardom ISO14001. Mednarodne raziskave (The ISO 14001 Speedometer-June2002, 2004) so pokazale, da je bilo junija 2002 v Sloveniji 152 in na Madžarskem 340 podjetij, ki so delovala v skladu s tem standardom. Od skupaj 112 držav je po številu certifikatov Madžarska zasedla 22. mesto, Slovenija je bila uvrščena na 34. mesto. Iz navedenih informacij bi lahko sklepali, da je na področju skladnosti s standardom ISO14001 boljša Madžarska, toda za to trditev število certifikatov ni zadostna informacija. Da je Slovenija na tem področju pred Madžarsko, je vidno iz števila ljudi na en certifikat, ki v Sloveniji znaša 12.70 in na Madžarskem 29.72 certifikata na 1000 prebivalcev. Podobne rezultate kaže tudi primerjava BDP na certifikat, ki v Sloveniji znaša 150.7 in na Madžarskem 335 milijonov USD.

Raziskava East-West Management Instituta je pokazala, da slovenska in tudi madžarska podjetja že precej poročajo o komponentah trajnostnega razvoja, toda ta sklep velja le za velika podjetja. Če bi v raziskavo vključili večji vzorec podjetij, bi verjetno dobili drugačne rezultate, saj managerji manjših podjetij menijo, da tržno gospodarstvo avtomatično vodi do optimalnih rešitev. Hkrati večja podjetja več poslujejo na evropskem in ameriškem trgu, kjer so ponekod zahteve glede družbene odgovornosti višje. Prva trajnostna poročila v tranzicijskih državah so zato verjetno izdelana zaradi zadovoljitve mednarodnih deležnikov in ne zaradi vzpostavitve dialoga z lokalno skupnostjo, nevladnimi organizacijami in drugimi deležniki v domačem okolju. Večji obseg poročanja je po mnenju KPMG lahko tudi posledica dejavnosti, s katero se podjetje ukvarja, saj so raziskave pokazale odvisnost trajnostnega poročanja od sektorja, kateremu podjetje pripada (Kolks, 2002, str. 13).

Rezultati raziskave nakazujejo prednost Slovenije v primerjavi z Madžarsko, saj le-ta razkriva več informacij v okviru ocenjevanih sklopov. Istočasno bi lahko rekli, da državi dobro poročata o družbeni odgovornosti, toda podrobnejši vpogled pokaže, da nobeno podjetje ne izdaja samostojnega družbenega poročila. Z izjemo Istrabenza in Gorenja, ki družbeno odgovornost razkrivata v okoljskem in trajnostnem poročilu, večina podjetij te informacije poroča preko letnega poročila in spletne strani.

Drugačne rezultate o razvoju trajnostnega poročanja je pokazala raziskava, ki je v vzorec vključila 100 največjih podjetij (KPMG International Survey of Corporate Sustainability Reporting 2002, 2002). Mednarodno raziskavo o trajnostnem poročanju je leta 2002 izvedla mednarodna revizijska in svetovalna družba KPMG. V raziskavo sta bili poleg 250 vodilnih družb s seznama največjih družb »Fortune 500« (GFT250) in 17 držav vključeni tudi Slovenija in Madžarska kot državi, v katerih se praksa takega poročanja šele razvija. Sklop stotih največjih slovenskih podjetij je zajel 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 (Vezjak, 2002).

Slika 8: Poročanje največjih 100-ih podjetij v 19 državah s prikazom števila podjetniških poročil, števila revidiranih poročil ter števila poročil, ki informacije družbenega in trajnostnega poročanja vsebujejo v finančnih poročilih



Vir: Kolks, 2002, str. 14-19.

V omenjeni raziskavi se je nekoliko bolje izkazala Madžarska, toda v obeh državah je poročanje podjetij še nerazvito. V opredelitev števila podjetniških poročil je KPMG vključila družbena poročila; poročila o okolju, zdravju in varstvu pri delu; okoljska poročila in trajnostna poročila. V času raziskave trajnostnega poročila ni izdala še nobena slovenska družba, pet podjetij je izdalo posebna okoljska poročila. Takih poročil je bilo na Madžarskem 8 %, kar je v primerjavi z 72 % na Japonskem zelo majhen delež. Od vseh osmih poročil je bilo na Madžarskem revidiranih 5, v Sloveniji pa nobeno. Sicer je v letnem poročilu okoljska vprašanja obravnavalo 27 podjetij, 5 podjetij vprašanja zdravja in/ali varstva pri delu, 5 družb družbena vprašanja ter 18 odnos do širše skupnosti. Vključenih tovrstnih informacij v letna

poročila slovenskih podjetij, bank in zavarovalnic je bilo tako 35 %, v letna poročila madžarskih družb pa zgolj 15 %.

Kljub naraščanju zanimanja za družbeno odgovorne investicije v razvitih državah v primeru Slovenije in Madžarske ni podatkov o naraščanju. Razlog za to je lahko pomanjkanje informacij o družbeni odgovornosti podjetij ali celo nezaupanje investitorjev tranzicijskim državam.

6. SKLEP

V zgodovini so se podjetja soočila s finančnimi poročili, katerih pomembnost so spoznala preko uporabe le-teh, saj so jim danes v pomoč pri vodenju in upravljanju podjetja. Toda z nedavnimi razpinitimi finančnimi škandali, ki se začnejo z razkritjem nekajletnih manipulacij računovodskih izkazov, se odpirajo vprašanja, ki so širša od ekonomskega vidika trajnostnega razvoja. Tovrstni škandali nas opominjajo na vpliv podjetniških aktivnosti na življenje širše družbe, saj stečaj podjetja, poleg izgube premoženja lastnikov, pomeni tudi nezaupanje potencialnih investitorjev v računovodske izkaze, izgubo delovnih mest, pokojnin in povzročitev drugih družbenih stroškov. Prizadetih je več deležnikov, zato slednji čedalje več interesa kažejo tudi v okviru okoljskih in družbenih vplivov. Rast njihovega interesa je lahko tudi posledica večje izobraženosti in obveščenosti oziroma seznanjenosti s svetovnimi problemi. Trenutno obvezno finančno poročanje izpolnjuje tehnična priporočila in razkriva finančno delovanje podjetja v preteklosti. Kaj pa prihodnost? Kje lahko deležniki pridobijo informacije o inovacijskih sposobnostih podjetja, o človeških zmogljivostih in nasploh o vseh neopredmetenih sredstvih podjetja in vplivih delovanja podjetja?

Podjetja se zavedajo, da morajo zaskrbljenim deležnikom odgovoriti, saj je njihova uspešnost odvisna od družbe v kateri delujejo. Tega ne dosežejo zgolj s spremembo delovanja, temveč tudi z razkritjem informacij o soočanju z družbenimi, ekonomskimi in okoljskimi kriteriji. V zahvalo za upoštevanje mnenj deležnikov so slednji pripravljene podjetja nagraditi. Za razkritje ekonomskih, okoljskih in družbenih vplivov podjetja sestavljajo družbena poročila, ki so rezultat procesa družbenega poročanja. Proces družbenega poročanja tako postaja vse pomembnejša aktivnost predvsem v zadnjih petih do desetih letih, čeprav je med podjetji velikokrat nekoliko sovražno sprejeta. Toda ta proces poročanja za podjetje ne bi smel predstavljati le aktivnosti, katere rezultat je družbeno poročilo, temveč proces, ki podjetju omogoča: razumevanje zahtev deležnikov; upoštevanje zahtev deležnikov v procesu odločanja podjetja; prikaz akcij, ki jih je izvedlo podjetje kot odgovor na zaskrbljenost deležnikov.

Družbeno poročanje je aktivnost podjetja, ki dopušča eksperimentiranje. Večletno eksperimentiranje na področju družbenega poročanja je pripeljalo do različnih pogledov in pristopov k družbenemu poročanju, različnih poročil in standardov, različnih poimenovanj ter različnih vsebin, ki segajo od kratkih izjav do obsežnih informacij. Vse navedene razlike nakazujejo nestrukturiran razvoj družbenega poročanja. Nestrukturiran razvoj nadalje pomeni

nestandardiziranost in neprimerljivost družbenih poročil. Toda tudi tu je viden napredek, saj se razvijajo novi standardi in smernice (Global Reporting Initiative, AccountAbility1000, SA8000 itd). Predlagatelji teh standardov so predvsem nevladne organizacije.

V okviru družbenega poročanja poleg že omenjenih razlik obstajajo tudi različni motivacijski dejavniki, ki podjetja vodijo v sestavo družbenih poročil. Nekateri odločitev za sestavo družbenega poročila pojasnjujejo s potencialimi koristmi, drugi s teoretičnimi modeli, nekateri pa s pojavom globalizacije in razvojem informacijske tehnologije. Nekatera podjetja motivacijo najdejo celo v samonadzoru ali pa morajo družbena poročila sestaviti zaradi izpolnitve zakonske obveze.

Koncept družbenega poročanja je v Sloveniji še neuveljavljen. Na podlagi pregleda letnih poročil desetih največjih slovenskih podjetij lahko rečem, da le-ta kot komunikacijsko orodje za razkritje družbene odgovornosti uporabljajo pretežno letna poročila. V okviru vključevanja teh informacij v letna poročila pa obstaja večja verjetnost nepopolnosti informacij. Družbena poročila kot samostojen dokument niso aktualna, toda pregled letnih poročil je pokazal, da se večina proučevanih podjetij zaveda pomembnosti družbeno odgovornega ravnanja. Največja pomanjkljivost v primeru Slovenije je pomanjkanje razkritja merljivih parametrov, toda moje mnenje je, da bo eksperimentiranje v procesu družbenega poročanja ter posnemanje razvitih držav tudi tu sčasoma pripomoglo k izboljšanju družbenih poročil. Z vstopom v Evropsko unijo je Slovenija postala del evropskega trga, na katerem se slovenska podjetja soočajo z večjim številom družbeno odgovornih korporacij. S tem se zmanjšuje verjetnost, da bo družbena odgovornost vir konkurenčne prednosti oziroma diferenciacije, temveč bo nujnost za obstoj podjetij na milijonskem trgu. Hkrati pa obstaja nevarnost, da bo večja svetovna konkurenca povzročila uvedbo sistemov vodenja po različnih standardih (npr. standard kakovosti proizvodov in storitev) brez sočasne spremembe poslovanja. Veliko slovenskih podjetij se namreč še ne zaveda pomembnosti zaupanja, motivacije in zvestobe zaposlenih, ugleda v javnosti ter predanosti potrošnikov, ki ob nakupu izdelkov poleg kakovosti in zunanjšega izgleda upoštevajo tudi ekonomske, okoljske in družbene vplive podjetja.

Primerjava družbenega poročanja v Sloveniji in na Madžarskem je pokazala, da se tako slovenska kot tudi madžarska največja podjetja pričenjajo zavedati pomembnosti razkrivanja odgovornega ravnanja interesnim skupinam. Toda obe državi sta kot novi članici Evropske unije v primerjavi z ostalimi zahodnoevropskimi državami še vedno na začetni stopnji razvoja priprave družbenih poročil.

Neodvisno od razlogov za družbeno poročanje odločitve o načinu in vodenju komunikacije o družbeni odgovornosti ostajajo v rokah podjetij. Za podjetja, ki želijo preživeti in uspeti v okviru nacionalne in globalne konkurence je delovanje v smeri trajnostnega razvoja zelo pomembno, kajti delovati trajnostno danes je naložba za jutri. Komponente trajnostnega razvoja pa je mogoče izboljšati le z večjo transparentnostjo in odgovornostjo podjetij, z izgradnjo odnosov in vzpostavitvijo dialoga med deležniki in podjetjem. K te

Vloga družbenega poročanja se bo v prihodnosti zagotovo povečevala, toda to je odvisno tudi od vseh nas oziroma naših interesov. Naši interesi in zahteve namreč ustvarjajo ekonomski trg, v katerem družbeno odgovorno ravnanje prinaša ekonomske nagrade.

LITERATURA

1. Adams A Carol: Internal organisational factors influencing corporate social and ethical reporting: Beyond current theorising. *Accounting, Auditing and Accountability Journal*. Bradford, West Yorkshire : MCB University Press, 15(2002), 2, str. 223-250.
2. Antal Ariane Berthin, Dierkes Meinolf, MacMillan Keith, Marz Lutz: Corporate Social Reporting Revisted. *Journal of General Management*. London : Mercury House business Publication, 28(2002), 2, str. 22-42.
3. Argandona Antonio: The Stakeholder Theory and the Common Good. *Journal of Business Ethics*. Boston : Kluwer Academic Publishers, 17 (1998), 9, str. 1093-1102.
4. Armstrong Anona, Sweeney Mary: Enhancing corporate governance: Demonstrating corporate social responsibility through social reporting. [URL: http://mailman.efn.org/pipermail/local_activists/2003-June/003738.html], 29. 01. 2004.
5. Beckett Robert, Jonker Jan: AccountAbility 1000: A new social standard for building sustainability. *Managerial Auditing Journal*. Bradford : MCB University Press, 17(2002), 1, str. 36-42.
6. De Colle Simone, Gonella Claudia: The social and ethical alchemy: an integrative approach to social and ethical accountability. *Business Ethics*. Oxford : Blackwell Business, 11(2002), 1, str. 83-94.
7. Deegan Craig: Introduction The legitimising effect of social and environmental disclosures-a theoretical foundation. *Accounting, Auditing and Accountability Journal*. Bradford, West Yorkshire : MCB University Press, 15 (2002), 3, str. 282-311.
8. Dierkes Meinolf, Antal Ariane Berthoin: Whiter Corporate Social Reporting: Is It Time to Legislate? *California Management Review*. Berkley, California : Graduate Schools of Business Administration, University of California, 28 (1986), 3, str. 106-121.
9. Gray Rob et al.: Struggling with the praxis of social accounting. *Accounting, Auditing and Accountability Journal*. Bradford, West Yorkshire : MCB University Press, 10 (1997), 3, str. 325-364.
10. Gray Rob, Owen Dave, Adams Carol: *Accounting & accountability: changes and challenges in corporate social and environmental reporting*. London : Prentice-Hall, 1996. 332 str.
11. Gray Rob: Social and Environmental Responsibility, Sustainability and Accountability: Can the Corporate Sector Deliver? . Centre for Social and Environmental Accounting. [URL:<http://www.agenda-scotland.org/documents/Can%20business%20deliver%20Gray.pdf>], 7. 02. 2004.
12. Gribben Chris, Olsen Leon: An Anchor-Not the Answer: The Trends in Social and Sustainable Development Reporting. Centre for Business and Society. [URL: [http://www.acbas.org/web/AcbasNew.nsf/acbas/publications/\\$file/Camelotananchor.pdf](http://www.acbas.org/web/AcbasNew.nsf/acbas/publications/$file/Camelotananchor.pdf)], 29. 04. 2004.
13. Hess David: Regulating corporate social performance: a new look at social accounting, auditing and reporting. *Business Ethics Quarterly*. Bowling Green, OH : The Society, 11 (2001), 2, str. 307-330.

14. Hess David: Social reporting: A Reflexive Law Approach to Corporate Social Responsiveness. *Journal of Corporation Law*. Iowa City : University of Iowa, College of law, 25 (1999), 1, str. 41-84.
15. Hinna Luciano, Monteduro Fabio: Trust in local authorities: The role of social reporting to citizens. [URL: www.soc.kuleuven.ac.be/pol/io/egpa/qual/lisbon/paper_lisbon_monteduro_hinna.pdf], 29. 01. 2004.
16. Horvat Tatjana: Kritična analiza razkritij v letnih poročilih slovenskih podjetij. Doktorska disertacija. Ljubljana : Ekonomska fakulteta, 2002a. 299 str.
17. Horvat Tatjana: V letnem poročilu razkrijte toliko, kot je pomembno. *Finance*. Ljubljana : Časnik Finance, 13. 02.2004, str. 17.
18. Horvat Tatjana: Vsebinska zasnova letnega poročila. *Finance*. Ljubljana : Časnik Finance, 22. 10. 2002, str. 30.
19. Isaakson Raine, Garvare Rickard: Measuring sustainable development using process models. *Managerial Auditing Journal*. Bradford : MCB University Press, 18 (2003), 8, str. 649-656.
20. Jaklič Marko: Družbeno odgovorno poslovanje in poslovna etika. Ljubljana : Ekonomska fakulteta, 1996. 178 str.
21. Kavčič Slavka: »Več in bolje« pri izgrajevanju sodobnih računovodskih metod in modelov. 10. forum odličnosti in mojstrstva. Ljubljana : Zveza ekonomistov Slovenije, 1998a, str. 24-35.
22. Kavčič Slavka: Analiza poročila poslovanja kot izhodišče za razpravo na skupščini delniške družbe. Metode, modeli in orodja analiziranja ter poslovnega odločanja. 5. strokovno posvetovanje o sodobnih vidikih analize poslovanja in organizacije. Ljubljana : Zveza ekonomistov Slovenije, 1999, str. 39-50.
23. Kavčič Slavka: Analiziranje za pripravo letnega poslovnega poročila podjetij. Analiziranje za potrebe strateškega odločanja ter dosežki analitske prakse in teorije. 4. strokovno posvetovanje o sodobnih vidikih analize poslovanja in organizacije. Ljubljana : Zveza ekonomistov Slovenije, 1998, str. 7-22.
24. Kolk Ans, van der Veen Mark: KPMG International Survey of Corporate Sustainability Reporting 2002. De Meern : Global Sustainability Services, 2002. 32 str.
25. Luciano Hinna, Fabio Monteduro: Trust in local authorities: The role of social reporting to citizens. EGPA Annual Conference on »Public Law and The Modernising State«. Oeiras : EGPA Study Group on Productivity and Quality in Public Sector, 2003. 39 str.
26. Nickols Fred: The Accountability Scorecard. [URL: <http://home.att.net/~Nickols/scorecard.htm>], 5. 05. 2004.
27. Noll Heinz-Herbert: Social Indicators and Social Reporting: The International Experience. [URL: www.unine.ch/socio/enseignement/IS_2003_2004/indicateurs/noll.doc], 29. 01. 2004.
28. Owen David, Swift Tracey: Introduction Social accounting, reporting and auditing: Beyond the rhetoric? *Business Ethics*. Oxford : Blackwell Business, 10 (2001), 1, str. 4-13.

29. Rejc Adriana: Vloga in pomen nefinančnih informacij v okviru uspešnosti poslovanja podjetja – teorija in empirična preverba. Doktorska disertacija. Ljubljana : Ekonomska fakulteta, 2002. 184 str.
30. Stittle John: UK Corporate thical Reporting-A Failure to Inform: Some Evidence from Company Annual Reports. Business and Society Review. Boston, MA : Blackwell Publishers, 2002, str. 349-370.
31. Sušjan Andrej: Klasična politična ekonomija. Ljubljana : Ekonomska fakulteta, 2001. 83 str.
32. Swift Tracey: Trust, reputation and corporate accountability to stakeholders. Business Ethics. Oxford : Blackwell Business, 10 (2001), 1, str. 16-26.
33. Tilling Matt: Corporate social reporting: A Cook´s Tour. Australia : School of Commerce. [URL: <http://www.ssn.flinders.edu.au/commerce/researchpapers/01-9.htm>], 29. 01. 2004.
34. Turk Ivan, Kavčič Slavka, Kokotec-Novak Majda: Poslovodno računovodstvo. Ljubljana : Zveza računovodij, finančnikov in revizorjev Slovenije, 2003. 856 str.
35. Urminsky Michael: Corporate public reporting on labour and employment issues. [URL: www.ilo.org/public/english/dialogue/actrav/publ/130/9.pdf], 27. 01. 2004.
36. Vežjak Blanka: Letno poročilo je ogledalo podjetja. Svetovalec iz Gospodarskega vestnika. Ljubljana : Gospodarski vestnik, št.15, 5. 04. 2004, str. 48.
37. Vežjak Blanka: Nove vsebine letnih poročil. Finance. Ljubljana : Časnik Finance, št. 117, 20. 06. 2002, str. 19.
38. Vežjak Blanka: Trajnostni razvoj podjetja. Revizor. Ljubljana : Zveza računovodij, finančnikov in revizorjev Slovenije, 13 (2002a), 4/5, str. 41-69.
39. Wheeler David, Elkington John: The recent history of environmental and social reporting. [URL: <http://www.sustainability.com/programs/engaging/history-reporting.asp>], 26. 01. 2004.
40. Wilson Andrew, Olsen Leon: Corporate responsibility-who is responsible? The Ashridge Journal. Hertfordshire : Ashridge Management College, 2003, str. 19-24.
41. Wilson Andrew: Social Reporting: Developing Theory and Current Practice. [URL: <http://www.eldis.org/static/DOC10925.htm>], 29. 01. 2004.
42. Wilson Mel: Corporate sustainability: What is it and where does it come from?. Ivey Business Journal. London, Ont. : Ivey School of Business, University of Western Ontario, 2003. 6 str.
43. Zapf Wolfgang: Raziskovanje blaginje in družbeno poročanje. Teorija in praksa. Ljubljana : Fakulteta za sociologijo, politične vede in novinarstvo Univerze v Ljubljani, 39 (2002), 6, str. 895-907.
44. Zapf Wolfgang: Social Reporting in the 1970s and 1990s. Berlin : Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung, 1999. 12 str.

VIRI

1. AccountAbility – Institute of Social and Ethical Accountability. [URL: <http://www.accountability.org.uk/uploadstore/cms/docs/AA1000%20Overview.pdf>], 17. 02. 2004.
2. Bringing Concrete Expression to Corporate Responsibility: The Fundamental Role of Sustainability Reporting. [URL: <http://www.responsiblepractice.com/english/standards/gri/>], 28. 01. 2004.
3. Corporate sustainability reporting: Trends in Sustainability Reporting. [URL: <http://www.sustreport.org/business/report/trends.html>], 28. 01. 2004.
4. East-West Management Institute: Report on a survey of corporate social responsibility of the largest listed companies in Hungary. [URL: <http://www.ewmi.hu/file.php?id=Survey+-+Reporting+on+CSR+by+Listed+Companies+in+Hungary+-+MAKK.pdf>], marec 2004.
5. East-West Management Institute: Survey of Reporting on Corporate Social Responsibility (CSR) by the Largest Listed Companies in Central and Eastern Europe. [URL: http://www.ewmi.hu/capitalmarkets_research.php], 18. 04. 2004.
6. Gabrovec Mei Ondina: Social reporting guidelines. Neobjavljeno gradivo. Study group for the social reporting, Milan, 2001.
7. Internetna stran Droge. [URL: <http://www.droga.si>], 23. 04. 2004
8. Internetna stran Gorenja. [URL: <http://www.gorenje.si>], 23. 04. 2004
9. Internetna stran Intereurope. [URL: <http://www.intereuropa.si>], 23. 04. 2004
10. Internetna stran Istrabenza. [URL: <http://www.istrabenz.si>], 23. 04. 2004
11. Internetna stran Krke. [URL: <http://www.krka.si>], 23. 04. 2004
12. Internetna stran Luke Koper. [URL: <http://www.luka-kp.si>], 23. 04. 2004
13. Internetna stran Mercatorja. [URL: <http://www.mercator.si>], 23. 04. 2004
14. Internetna stran Petrola. [URL: <http://www.petrol.si>], 23. 04. 2004
15. Internetna stran Pivovarne Laško. [URL: <http://www.pivo-lasko.si>], 23. 04. 2004.
16. Internetna stran Save. [URL: <http://www.sava.si>], 23. 04. 2004.
17. Letno poročilo 2002. Koper : Intereuropa, 2003. 112 str.
18. Letno poročilo 2002. Koper : Luka.
[URL: <http://www.luka-kp.si/publikacije/porocilo2002/slo/1.html>], 24. 04. 2004
19. Letno poročilo 2002. Kranj : Sava, 2003. 145 str.
20. Letno poročilo 2002. Laško : Pivovarna, 2003. 61 str.
21. Letno poročilo 2002. Ljubljana : Petrol, slovenska naftna družba, 2003. 180 str.
22. Letno poročilo 2002. Ljubljana : Poslovni sistem Mercator, 2003. 184 str.
23. Letno poročilo 2002. Portorož : Droga, 2003. 136 str.
24. Measuring the co-operative difference.
[URL: <http://www.eurocoop.org/publications/en/memos/bilansocial.asp>], 28. 01. 2004.
25. Okoljevarstveno poročilo Gorenje 2002. Velenje : Gorenje, 2003. 34 str.
26. Poročilo o korporativnem trajnostnem razvoju 2002. Koper : OMV Istrabenz, holdinška družba, 2003. 52 str.
27. Poročilo o zaposlenih: Skupina Droga 2002/2003. Portorož : Droga, 2003. 16 str.

28. Poslovno poročilo 2002. Koper : OMV Istrabenz, holdinška družba, 2003. 100 str.
29. Poslovno poročilo 2002. Novo mesto : Krka, 2003. 55 str.
30. Production guide for corporate responsibility: Annual report and statement. Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social. [URL: www.ethos.org.br/docs/conceitos_praticas/guia_relatorio/guia_relatoriol_ingles.pdf], 29. 02. 2004.
31. Social Accountability 8000 (SA8000). Council on Economic Priorities Accreditation Agency. [URL: <http://www.cepaa.org/SA8000.htm>], 27. 02. 2004.
32. Social reporting in focus. The Center for Corporate Citizenship. [URL: www.bc.edu/centers/ccc/Media/InFocus_SR.pdf], 29. 01. 2004.
33. Social reporting: transparency and accountability. The Center for Corporate Citizenship. [URL: http://www.bc.edu/centers/ccc/Media/FactSheet_SR.pdf], 29. 01. 2004.
34. Sustainability reporting guidelines. Global Reporting Initiative. [URL: http://www.globalreporting.org/guidelines/2002/GRI_guidelines_print.pdf], 17. 02. 2004
35. The ISO 14001 Speedometer – June 2002. [URL: http://www.inem.org/htdocs/iso/speedometer/speedo-06_2002.html], 29. 04. 2004.
36. Why Corporate Social Responsibility?. [URL: <http://www.csrcampaign.org/why/default.asp>], 28. 01. 2004.