

UNIVERZA V LJUBLJANI
EKONOMSKA FAKULTETA

ZAKLJUČNA STROKOVNA NALOGA VISOKE POSLOVNE ŠOLE

**OKOLJSKA ODGOVORNOST V IZBRANEM
TELEKOMUNIKACIJSKEM PODJETJU**

Ljubljana, april 2021

ALEKSANDRA POLIČAR

IZJAVA O AVTORSTVU

Podpisana Aleksandra Poličar, študentka Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani, avtorica predloženega dela z naslovom Okoljska odgovornost v izbranem telekomunikacijskem podjetju, pripravljenega v sodelovanju s svetovalko red. prof. dr. Nado Zupan.

IZJAVLJAM

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

V Ljubljani, dne _____

Podpis študentke: _____

KAZALO

UVOD	1
1 OPREDELITEV IN POMEN OKOLJSKE ODGOVORNOSTI	2
1.1 Razvoj okoljske odgovornosti	3
1.2 Okoljska odgovornost v Sloveniji	4
1.3 Globalni vidik glede okoljske odgovornosti	5
1.4 Okoljska odgovornost v podjetjih.....	6
2 ANALIZA OKOLJSKE ODGOVORNOSTI V PODJETJU A1 SLOVENIJA.....	7
2.1 Predstavitev podjetja	8
2.1.1 A1 Slovenija in okoljske dejavnosti	9
2.2 Standardi okoljskega ravnanja	10
2.2.1 ISO 14001	10
2.2.2 EMAS	11
2.3 Anketa o okoljski odgovornosti podjetij	12
2.3.1 Metodologija.....	12
2.3.2 Analiza rezultatov ankete o okoljski odgovornosti podjetij	12
2.4 Predlogi za izboljšanje okoljske odgovornosti.....	17
SKLEP	18
LITERATURA IN VIRI	19
PRILOGA.....	21

KAZALO TABEL

Tabela 1: Nakup izdelka v podjetju	16
--	----

KAZALO SLIK

Slika 1: Cilji trajnostnega razvoja.....	4
Slika 2: Model treh stebrov.....	7
Slika 3: Osnovna načela in struktura ISO 14001	11
Slika 4: Razvrstitev anketirancev po spolu (v %)	13
Slika 5: Starost anketirancev.....	13
Slika 6: Dokončana stopnja izobrazbe	14

Slika 7: Poznavanje okolju prijaznih podjetij	14
Slika 8: Zeleno poslovanje podjetij	15
Slika 9: Stanje onesnaženosti v Sloveniji in po svetu	16
Slika 10: Promocija zelenih podjetij.....	17

KAZALO PRILOG

Priloga 1: Anketa o okoljski odgovornosti.....	1
--	---

SEZNAM KRATIC

angl. - angleško

EMAS – (angl. Eco Management and Audit Scheme); sistem ravnanja z okoljem

EU – (angl. European Union); Evropska unija

ISO – (angl. International Organization for Standardization); Mednarodna organizacija za standardizacijo

LPP – Ljubljanski potniški promet

OZN – Organizacija združenih narodov

RS – Republika Slovenija

URS – Ustava Republike Slovenije

UVOD

Okoljska odgovornost se je začela z zavedanjem globalne družbe, ki je spoznala, da je treba rešiti okoljske težave za nadaljnje generacije. Podjetja in tudi posamezniki so se začeli zavedati, da so negativni vplivi na okolje vse večji in stari še vedno prisotni, kar pomeni, da se vrednost okolja zmanjšuje, saj se izčrpavajo naravni viri, nastajajo podnebne spremembe, izumirajo živalske vrste itd. Človek na naravne procese ne more vplivati, vendar lahko poskrbi za to, da odpravi nekatere škodljive posledice svojih dejanj. Kot največji onesnaževalci se pojavljajo podjetja, ki skozi celotno poslovanje vplivajo na naravo. Škoda nastaja predvsem zaradi preoblikovanja ekosistemov z namenom pridobivanja hrane, lesa, vode. Vsak posameznik si želi v čim večjem obsegu zadovoljiti lastne potrebe, ne da bi pomislil na to, kako vpliva na okolje. Veliko težavo predstavlja tudi onesnaževanje, ki škoduje tako naravi kot ljudem.

Gospodarski razvoj in tehnologije nam po eni strani izboljšujejo kakovost življenja, po drugi nam jo poslabšujejo s svojimi negativnimi vplivi, kot so raznorazni odpadki in škodljive emisije. Podjetja s svojim delovanjem v okolju puščajo sled, ki vpliva na ljudi, živali in okolje. Zelo pomemben vpliv ima na prihodnost in življenje, negativne vplive pa bi bilo treba zmanjšati za boljši ugled družbe.

Namen zaključne strokovne naloge je predstaviti teoretične opredelitve okoljske odgovornosti in njen pomen za podjetje ter predlagati ukrepe za izboljšanje okoljske odgovornosti v telekomunikacijskem podjetju A1 Slovenija, d. d., ter poudariti, kaj bi lahko podjetja in posamezniki prispevali k izboljšanju njihovega odnosa do okolja. Ker danes okoljska problematika predstavlja veliko težavo, bi bil lahko vsak posameznik oziroma podjetje zgled in motivacija drugim, ki se ne obnašajo okolju prijazno. Podjetje A1 Slovenija, d. d., je družba, ki na neki način že prispeva k boljšemu odnosu do narave, s to zaključno strokovno nalogo pa želim spodbuditi in predlagati še nekaj ukrepov, s katerimi bi to le še izboljšali.

Preučila bom koristi izvajanja okoljske odgovornosti in kako okoljsko odgovornost izvajajo v tem telekomunikacijskem podjetju.

Cilj zaključne strokovne naloge je prikazati okoljsko odgovornost v izbranem podjetju. Prikazati želim, kako se podjetje obnaša do okolja, kakšne ukrepe uporablja za izboljšanje poslovanja, ne da bi s tem močno vplivalo na zunanji svet.

Osnovni motiv za izbiro je vse večja okoljska problematika, saj je tudi vedno bolj odmevna zaradi vse večjega vpliva podjetij in potrošnikov na okolje. Zaključna strokovna naloga je sestavljena iz dveh delov, in sicer prvi del predstavlja teorija, drugi del je sestavljen iz praktičnega dela. Prvi del zajema opredelitev okoljske odgovornosti, nastanek okoljske odgovornosti, okoljsko odgovornost pri nas in v svetu. Drugi del zajema praktični del, in sicer sem med zaposlenimi izvedla anketo ter rezultate nato analizirala.

1 OPREDELITEV IN POMEN OKOLJSKE ODGOVORNOSTI

Celoten svet se spoprijema z onesnaženostjo okolja. Tako je po vsem svetu veliko onesnaženih območij, ki predstavljajo večje tveganje za zdravje, v zadnjih desetletjih se je močno povečala tudi izguba biotske raznovrstnosti. Države Evropske unije (v nadaljevanju EU) so v želji po izboljšanju stanja in ohranitvi okolja za prihodnje generacije med svoje primarne cilje sprejele številne okoljevarstvene predpise (Ecolexlife, brez datuma).

Do šestdesetih let dvajsetega stoletja okolje kot koncept sploh ni obstajalo (čeprav so seveda že prej obstajali nekateri vidiki tega, čemur danes pravimo okolje, recimo pokrajina, onesnaženost in pomanjkanje virov). Danes so okoljske težave v ospredju javne pozornosti, zato ima večina držav že okoljsko zakonodajo in ministrstva za okolje (Dryzek, 2013, str. 14).

Glavne teme okoljske odgovornosti so bile vedno izčrpavanje naravnih virov, onesnaževanje okolja, ohranitev divjine in rast prebivalstva. Kmalu so se jim pridružili tudi izumrtje vrst, podnebne spremembe, energetska oskrba, tanjšanje ozonske plasti v stratosferi, strupeni odpadki, okoljska pravičnost, prehranska varnost, genetsko spremenjeni organizmi, zaščita celotnih ekosistemov in okoljska pravičnost. Vse te teme in tudi druge se prepletajo s številnimi vprašanji o preživetju človeštva, stališčih javnosti in o človeškem odnosu do drugih bitij na Zemlji (Dryzek, 2013, str. 12).

V tesni povezavi z okoljsko odgovornostjo je trajnostni razvoj, ki je v bistvu proces sprememb, v katerem so izkoriščanje virov, usmerjenost investicij, smer tehnološkega razvoja in institucionalne spremembe usklajeni ter krepijo tako sedanji kot prihodnji potencial za zadovoljevanje človeških potreb in teženj. Poudarja tudi celovit in pravičen pristop k oblikovanju odločitev na vseh ravneh. Na kratko to pomeni, da je človeštvo sposobno zagotoviti zadovoljevanje sedanjih potreb, ne da bi ogrozilo zadovoljevanje potreb prihodnjih generacij (Dryzek, 2013, str. 176).

Glavna tema trajnosti je zaščita narave oziroma okolja. Svoj razvoj poslovne skupine enačijo z gospodarsko rastjo, tako da za njih trajnostni razvoj pomeni nenehno gospodarsko rast tudi, če se imenuje »zeleni rast«. Za nekatere trajnost pomeni konec gospodarske rasti. Gospodarska rast je po vsem svetu glavna za boljše preživetje revnih, za vzdrževanje populacij in nazadnje za stabilizacijo populacijske ravni (Dryzek, 2013, str. 178). Zmanjšanje revščine bi zmanjšalo tudi enega izmed vzrokov za degradacijo okolja, saj so revni ljudje zaradi preživetja prisiljeni slabo ravnati s svojim tamkajšnjim okoljem (Dryzek, 2013, str. 185).

Okoljska odgovornost je pravzaprav na neki način varstvo okolja, ki je dejavnost za zaščito in ohranjanje narave. Družba je spoznala, da je rešitev okoljskih težav edini način za ohranitev človeštva. Ugled narašča tistim podjetjem, ki poslujejo v skladu z načeli trajnostnega razvoja in tako dajejo vedeti, da so družbeno odgovorni do okolja, v katerem

delujejo. Od leta 1970 se je javnost začela zelo zanimati za varovanje okolja. Ideja za trajnostni razvoj se je začela razvijati leta 1987 z objavo poročila Naša skupna prihodnost. V poročilu je Svetovna komisija za okolje in razvoj pri Organizaciji združenih narodov (v nadaljevanju OZN) trajnostni razvoj pravzaprav opredelila kot gospodarski razvoj, ki zadovoljuje potrebe zdajšnjih generacij in pri tem ne ogroža zadovoljevanja potreb naslednjih generacij (Lapajne, 2012).

1.1 Razvoj okoljske odgovornosti

Okoljska politika se je v Evropi razvila v letu 1972, kmalu po prvem zasedanju OZN o okolju (Kurrer, 2020). Evropski voditelji držav so takrat v Parizu pozvali k akcijskemu programu za varovanje okolja. Leta 1987 je bila v Enotnem evropskem aktu zapisana prva pravna podlaga za okoljsko politiko, cilji slednje so bili zagotavljanje gospodarne rabe naravnih virov, ohranjanje kakovosti okolja in varovanje zdravja ljudi. Skupnost je bila vedno močnejša in zavezana k varstvu okolja, delo Evropskega parlamenta pa se je pri razvijanju okoljske politike še bolj okrepilo (Kurrer, 2020).

Leta 1993 je okolje postalo z Maastrichtsko pogodbo uradno področje politike EU. Da bi še bolj spodbudili trajnostni razvoj, je Amsterdamska pogodba leta 1999 uvedla dolžnost vključevanja varstva okolja v vse sektorske politike EU. Tako kot boj proti podnebnim spremembam je bil z Lizbonsko pogodbo leta 2009 določen tudi trajnostni razvoj v odnosih s tretjimi državami (Kurrer, 2020).

Previdnostno načelo je eno izmed načel okoljske politike EU, ki pravi, da se odpravljanje in preprečevanje okoljske škode začneta pri viru, torej pri povzročitelju (Kurrer, 2020). Če obstaja dvom o nevarnih učinkih izdelka oziroma storitve in objektivna znanstvena ocena te negotovosti ne odpravi, se lahko ustavi proizvodnja izdelka ali se ga umakne s trga (Kurrer, 2020).

Poznamo tudi načelo odgovornosti povzročitelja, s katerim naj bi odpravili okoljsko škodo za zaščitene vrste, vodo, tla in naravne habitate (Kurrer, 2020). Če je škoda že storjena, npr. pri prevozu nevarnih snovi, pri katerih prihaja do izlita v vode itd., je treba sprejeti ukrepe za odpravo škode in plačati stroške, ki so pri tem nastali (Kurrer, 2020).

Svetovni voditelji so se septembra 2015 v New Yorku zavezali, da bodo preprečevali podnebne spremembe, nepravilnosti in odpravili revščino. Agenda 2030 ponuja boljši prihodnost za milijarde ljudi po svetu in naš planet kot celoto, kar se tiče trajnostnega razvoja. 193 držav je soglasno sprejelo vseh 17 ciljev trajnostnega razvoja, ki so postali univerzalni standard za razvoj. Namen teh ciljev (na sliki 1) je, da se na nikogar ne pozabi. Kazalniki teh ciljev so jasna merila za merjenje uspešnosti. Agenda tako razvite kot države še v razvoju in ljudi poziva, naj ukrepajo za odpravo revščine ter preprečevanje podnebnih sprememb in nepravilnosti do leta 2030 (Doves, 2020).

Slika 1: Cilji trajnostnega razvoja



Vir: Doves (2020, str. 2).

1.2 Okoljska odgovornost v Sloveniji

Ustava Republike Slovenije (URS), Ur. l. RS, št. 75/2016, v 72. členu (zdravo življenjsko okolje) in 73. členu (varovanje naravne in kulturne dediščine) opredeljuje, da ima vsakdo pravico do zdravega življenjskega okolja in da država skrbi za zdravo življenjsko okolje, pri čemer natančnejše pogoje določajo zakoni in podzakonski akti.

Primarni zakon s področja varovanja okolja je Zakon o varstvu okolja, v katerem so določeni ukrepi varstva okolja, načela varstva okolja, spremljanje stanja okolja in informacije o okolju, gospodarski in finančni instrumenti varstva okolja ter javne službe varstva okolja in druga pomembna, z okoljem povezana vprašanja. Namen varstva okolja sta usmerjanje in spodbujanje družbenega razvoja, ki omogočata dolgotrajne pogoje za človekovo počutje, zdravje in kakovost njegovega življenja ter s tem ohranjanje biotske raznovrstnosti. V Sloveniji je bil prvi zakon s področja varovanja okolja sprejet leta 1993, leta 2004 pa je bil prenovljen zaradi uskladitve s smernicami in direktivami EU ter drugih mednarodnih organizacij (Klun, Kuhelj & Slabe Erker, 2011, str. 19).

Direktiva o okoljski odgovornosti ima načelo »onesnaževalec plača«, kar pomeni, da so povzročitelji okoljske škode ali neposredne nevarnosti takšne škode odgovorni za izvedbo preventivnih ukrepov in plačilo stroškov, ki pri tem nastanejo. Direktiva želi podjetja s tem spodbuditi k upoštevanju ukrepov in različnim načinom ravnanja, s katerimi bi čim bolj zmanjšali nevarnost za nastanek okoljske škode (Ecolexlife, brez datuma).

Okoljska zakonodaja EU zajema področje onesnaževanja vode, tal, zraka, področje odpadkov, podnebnih sprememb, transporta in še nekatere druga področja. Vsa okoljska zakonodaja izhaja in že ustanovljenih pogodb EU, in sicer Enotnega evropskega akta,

Maastrichtske pogodbe prek Amsterdamske pogodbe do Lizbonske pogodbe (Klun, Kuhelj & Slabe Erker, 2011, str. 19).

1.3 Globalni vidik glede okoljske odgovornosti

Mednarodno poslovanje je vedno pomembnejše, zato so podjetja zavezana h gospodarski rasti, vendar navzven z ekološko občutljivostjo (Dryzek, 2013, str. 183). V okoljskih ukrepih so se inovacije leta 1970 najprej začele v Združenih državah Amerike, kasneje so jim sledile še druge države (Dryzek, 2013, str. 196).

V zadnjih desetletjih so v okoljski politiki največ dosežkov pokazale predvsem skandinavske države; torej Finska, Norveška, Švedska, ki jim sledijo Japonska, Nemčija, Nizozemska in Švica. Ker te države podpirajo mednarodne pobude za okoljsko zaščito, so sprejele inovativne, napredne postopke in ukrepe za spoprijem z okoljskimi vprašanji (Dryzek, 2013, str. 196).

Ob koncu osemdesetih let prejšnjega stoletja je Nizozemska sprejela nacionalni načrt okoljske politike, s katerim naj bi okoljske ukrepe vključevali v delovanje vseh vladnih resorjev. Smernice načrta so določili z naborom kvalitativnih okoljskih ciljev s časovnico in jih utemeljili s sofisticirano teorijo o nastajanju onesnaževanja po človeških družbenih sistemih. Nizozemska s tem skuša predvsem identificirati in spremeniti dejavnosti, ki onesnažujejo okolje. S tem načrtom, ki se opira na sodelovanje, ne pa na kazni in pravila, je dogovore z ministrstvom sklenila že četrtna milijona podjetij, prav tako spodbuja energijsko učinkovito proizvodnjo, transport in kmetijstvo, ki lahko dobre poljščine doseže tudi ob minimalni uporabi škropiv. Zgoraj našteje države so močne države ter so s svojim spodbujanjem in sodelovanjem o varovanju okolja postale le še močnejše (Dryzek, 2013, str. 205).

Organizacije bi morale prevzeti odgovornost za vplive svojih dejavnosti na okolje ter jih razkriti v svojih letnih poročilih in poročilih o trajnosti. Svetovno prebivalstvo je preveč izkoriščalo razpoložljive planetarne vire, podjetja pa morajo spremeniti način poslovanja zaradi nenehnega izčrpavanja ozonske plasti, globalnega segrevanja in podnebnih sprememb, če hočejo zagotoviti dobre pogoje za naslednje generacije (Aggarwal, 2013).

Uresničevanje materialističnih finančnih ciljev, podoba in slava posameznikov temeljijo na vidni porabi in kopičenju blaga visokega statusa, kot so športni avtomobili, širokozaslonski televizorji z visoko porabo energije, uresničevanje materialističnih sanj, kar vključuje povečanje negativnih vplivov na okolje. Materialistične vrednote so povezane z okoljskim vedenjem. Bolj, kot so materialistični ljudje, slabše je verjetno njihovo okoljsko vedenje, saj so take osebe najbolj trdožive. Na splošno je sprememba posameznega vedenja in življenjskega sloga ključnega pomena za prehod na trajnostno ravnanje (Hurst, Dittmar, Bond & Kasser, 2013).

Vlade so zaradi okoljskih razlogov sprejele ločevanje in recikliranje embalaže. Zeleni življenjski slog zajema več kot le posamezne neposredne učinke takih odločitev. Gre za to, da ravnamo zeleno in da smo zeleni ter uporabljamo te dejavnosti za negovanje postindustrijskega načina doživljanja in odnosa do sveta (Dryzek, 2013, str. 227).

Povezanost z naravo izraža posebni občutek povezanosti in skrbi za naravo. Tudi tu se zdi, da vključuje prednost do določenega življenjskega sloga in zavesti, naravnejši je tudi odnos do želje, da prispevamo sebe (npr. »Rad se trudim prispevati k boljšemu okolju.«). Drugi dejavnik, kot je pripravljenost na spremembe, je bil skovan, ker izjave v tem dejavniku odražajo pripravljenost na spremembe, torej naklonjenost okolju na različnih ravneh: družbeno s pomočjo podpore za vladno intervencijo in posamezno prek spreminjanja lastnega vedenja in življenjskega sloga. Ta dejavnik vsebuje idejo, da takšne spremembe niso nujno neugodne: na koncu se bo izkazalo v dobro gospodarstvu, nakup okolju prijaznejših izdelkov pa daje neki dober občutek (Hedlund-de Witt, De Boer & Boersema, 2014).

Morali bi prevzeti odgovornost in razkriti različne koristne in škodljive vplive svojih dejavnosti na celotno družbo in okolje, v katerem obstajajo. Tako ima koncept korporativne trajnosti velik pomen in je za podjetja postal vir konkurenčne prednosti. Svetovni poslovni svet za trajnostni razvoj je trajnost opredelil kot »zavezanost podjetij, da prispevajo k trajnostnemu gospodarskemu razvoju in sodelujejo z zaposlenimi, njihovimi družinami, lokalno skupnostjo in družbo na splošno za izboljšanje njihove kakovosti. Število standardov in smernic glede okolja in trajnosti se medtem hitro povečuje (Aggarwal, 2013).

1.4 Okoljska odgovornost v podjetjih

Danes je okoljska trajnost postala nujna za svetovna podjetja, da zagotovijo svoje preživetje in ostanejo konkurenčna. Zato bi si morala podjetja prizadevati, da bi postala zelena, da bi se izognila regulativnim ukrepom v prihodnosti (Aggarwal, 2013). Telekomunikacijska podjetja so med tistimi podjetji, ki si najbolj prizadevajo za širitev baze kupcev po vsem svetu (Saafein & Shaykhian, 2014).

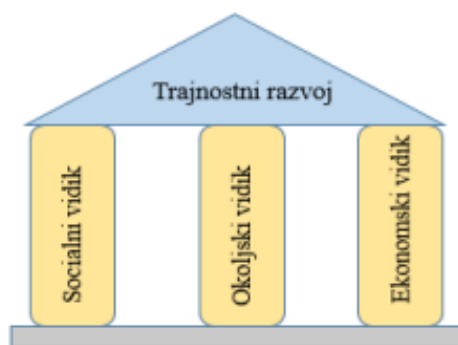
Vodstvo se zaveda, da dolgoročna rast ni mogoča, razen, če je rast družbeno in okoljsko odgovorna. Ravnotežje med gospodarskim napredkom, družbeno odgovornostjo in varstvom okolja, včasih imenovano tudi trojno dno, lahko vodi do konkurenčne prednosti. S preučevanjem procesov in izdelkov lahko podjetja širše ocenijo svoj vpliv na okolje, družbo in gospodarstvo ter najdejo stičišče med izboljšanjem trajnosti in s tem povečajo dolgoročno finančno uspešnost (Epstein & Rejc Buhovac, 2014).

Ocena socialnih, gospodarskih in okoljskih vplivov organizacije (prikazanih na sliki 2) je potrebna za učinkovito sprejemanje operativnih odločitev in odločitev o kapitalskih naložbah, ki pozitivno vplivajo na organizacijske cilje in izpolnjujejo cilje več

zainteresiranih strani. V številnih primerih zmanjšanje teh vplivov dolgoročno poveča donosnost podjetja in izboljšano kakovost izdelkov.

Da bi postali vodilni na področju trajnosti, je treba jasno opredeliti, kaj je trajnost, razviti procese za spodbujanje trajnosti v celotni korporaciji, izmeriti uspešnost glede trajnosti in na koncu to povezati s finančno uspešnostjo podjetja (Epstein & Rejc Buhovac, 2014). Trajnostni razvoj zagotavlja družbeni in gospodarski razvoj ter hkrati varuje okolje, in sicer vključuje gospodarske, socialne in okoljske vidike. Leta 1987 je Svetovna komisija za okolje v svojem poročilu napisala sedaj najpogostejše citirano definicijo za trajnostni razvoj, in sicer: »Zadovoljiti trenutne potrebe, ne da bi pri tem ogrozili zadovoljevanje potreb prihodnjih generacij.« (EkoGlobal, brez datuma) Korporacijsko državljanstvo je pomembno gonilo za izgradnjo zaupanja, privabljanje, ohranjanje in pridobitev »licence za delovanje« znotraj skupnosti.

Slika 2: Model treh stebrov



Vir: Zupančič (2018, str. 8).

2 ANALIZA OKOLJSKE ODGOVORNOSTI V PODJETJU A1 SLOVENIJA

A1 Slovenija, d. d., je podjetje, ki poleg odgovornosti do ljudi namenja veliko pozornosti tudi varovanju okolja, tako družbenega kot naravnega. V nadaljevanju zaključne strokovne naloge bom predstavila ukrepe, ki jih podjetje že dlje časa izvaja.

Podjetje ima posebni interni Eko tim, ki s sodelavci uresničuje okolju prijazne ideje in pobude z namenom, da se ozelenijo poslovni procesi in delovno okolje ter s tem pomaga znižati ogljični odtis in druge vplive na okolje. Prizadevajo si, da so zagotovljeni finančni in kadrovske viri ter tudi primerna izobraževanja in določena znanja, s katerimi zmanjšujejo vplive na okolje (A1 Slovenija, brez datuma a).

Podjetje že od leta 2009 v najvišji možni meri zmanjšuje ogljični odtis. Vpeljan imajo sistem ravnanja z okoljem ISO 14001 in EMAS, s katerim opredeljujejo okoljske programe in merijo načrtane cilje (A1 Slovenija, 2018, str. 12).

Njihovo poslovanje temelji na varčevanju z energijo in povečevanju energetske učinkovitosti. Nižjo porabo energije zagotavljajo z gradnjo sodobnega in varčnega omrežja. Ker stalno nadgrajujejo omrežje, si prizadevajo, da se poraba z električno energijo na enoto prometa zmanjšuje. Električno energijo črpajo iz obnovljivih virov, kasneje želijo delež še povečati (A1 Slovenija, 2018, str. 12).

A1 Slovenija, d. d., varčuje tudi z materialnimi viri. Kupujejo okolju prijazne izdelke, ki se reciklirajo in ponovno uporabijo. Vsa prodajna mesta imajo opremljena s sistemom elektronskega podpisovanja, s čimer zelo zmanjšajo porabo papirja, prav tako uporabnike spodbujajo k odgovornemu ravnanju do okolja. Če imajo kakšno poslovno pot, porabo energentov zmanjšajo z videokonferenčnimi klici (A1 Slovenija, 2018, str. 12).

Ravnanju z odpadki posvečajo posebno pozornost. Te pridno ločujejo in preprečujejo njihovo nastajanje, prav tako k pravilnemu ravnanju z odpadki spodbujajo svoje zaposlene in poslovne partnerje. V vseh poslovalnicah imajo nameščene zbiralnike, v katere lahko uporabniki odvržejo odslužene telefone, polnilnike, baterije, odpadno elektronsko in drugo električno opremo (A1 Slovenija, 2018, str. 12).

Ker je sevanje tudi ena izmed težav okolja, svoje uporabnike ozaveščajo o vplivih elektromagnetnega sevanja ter pri tem nenehno sodelujejo s splošnimi in strokovnimi javnostmi. Tako meritve elektromagnetnega sevanja kot vse druge zahteve izvajajo skladno s trenutno veljavno zakonodajo (A1 Slovenija, 2018, str. 12).

A1 Slovenija je podjetje, ki je v središče svojega delovanja postavilo tudi čebelnjak, v prihodnosti si prizadevajo, da bi iskali tudi nove možnosti za nadgradnjo odnosa s čebelami (A1 Slovenija, 2018, str. 12).

2.1 Predstavitev podjetja

Švedski telekomunikacijski operater Telia je v devetdesetih letih prejšnjega stoletja ustanovil podjetje, ki se je pred kratkim preimenovalo v A1 Slovenija. Mobilni operater je na slovenski trg prinesel veliko spremembo v telekomunikacijskem okolju. Takrat je že obstoječe podjetje, ki se je prav tako ukvarjalo s telekomunikacijskimi storitvami, dobilo novo konkurenco. Pred začetkom komercialnega poslovanja je uporabnikom sporočilo, da bo ponujalo odlične storitve po nižjih cenah. Glede na to, da so na trgu že dolgo časa, ostajajo tej ideji zvesti že od vsega začetka (A1 Slovenija, brez datuma b).

Od skromnih začetkov z le dvema centralama je z razvojem tehnologije podjetje napredovalo v ponudnika telekomunikacijskih storitev, s katerimi pokriva več kot 99 % prebivalcev Slovenije in ponuja vedno pestrejšo izbiro mobilnih storitev.

Število uporabnikov iz leta v leto narašča. Na koncu leta 2000 je podjetje imelo 130.000 uporabnikov, v zaključku leta 2002 pa že 350.000 uporabnikov (A1 Slovenija, brez datuma b).

K taki rasti je prispevalo tudi partnerstvo z globalno družbo, ki je podjetju dalo predvsem prednost na področju mednarodnega gostovanja, novih storitev, prenosa znanja itd. Ker je na trgu tudi veliko konkurence, se je rast upočasnila, vendar še vseeno pridobiva nove uporabnike. Konec leta 2016 so beležili kar 714.324 uporabnikov (A1 Slovenija, brez datuma c).

Podjetje A1 Slovenija se je z leti nadgradilo, kar dokazujejo tudi številne nagrade, zadovoljni uporabniki in rast poslovanja. Pridobilo je tudi okoljska certifikata ISO 14001 in EMAS, ki dokazujeta, da poslujejo odgovorno (A1 Slovenija, brez datuma b).

2.1.1 A1 Slovenija in okoljske dejavnosti

A1 ustrezne zakonske in druge zahteve, na katere so pristali in so povezane z okoljskimi vidiki, beležijo v dokumentaciji ISO 14001. V njej so določene tudi odgovorne osebe, ki spremljajo določena področja zakonodaje. Ker skrbno spremljajo zakonske spremembe, so vsako leto povsem skladni z zakonodajo (A1 Slovenija, 2018).

Podjetje ima Eko tim s sodelavci, ki uresničujejo ideje, s katerimi se ozelenijo procesi in delovno okolje, ter s tem pomagajo zmanjšati ogljični odtis in druge vplive na okolje. Prav tako se udeležujejo tudi raznih izobraževanj, ki jim pomagajo pri zmanjšanju vpliva na okolje.

Od leta 2009 imajo vpeljana sistema ravnanja z okoljem, in sicer ISO 14001 in EMAS, s katerima predvsem merijo zastavljene cilje. Njihovo delovanje temelji na varčevanju z energijo in povečevanju energetske učinkovitosti. Kljub temu da omrežje stalno posodablja, si prizadevajo, da se poraba električne energije na enoto prometa zmanjšuje. Prav tako varčujejo z materialnimi viri, in sicer kupujejo izdelke, ki so okolju prijazni, se reciklirajo ali ponovno uporabijo. Prodajna mesta imajo opremljena z elektronskim podpisovanjem, s čimer zmanjšujejo porabo papirja in s tem dajejo vzgled uporabnikom. Veliko pozornost namenjajo ravnanju z odpadki, ki jih vestno ločujejo in preprečujejo njihovo nastajanje. V poslovalnicah imajo nameščene zbiralnike, v katere lahko uporabniki zavržejo stare telefone, baterije in drugo odpadno elektronsko opremo (A1 Slovenija, 2018).

Podjetje za svoje zaposlene pripravlja razne okoljske projekte, v katerih lahko sodelujejo. Očistili in ozelenili so teraso, ki je na strehi poslovne stavbe v Ljubljani, posadili so medovite rastline, da pomagajo čebelarjem preživeti v mestu, za službena vozila uporabljajo hibridna vozila, ki zmanjšujejo odtis CO₂. Na dan Zemlje so zaposlene povabili k sodelovanju pri tem, da za nekaj časa ugasnejo vse luči in naprave ter s tem pripomorejo k varovanju našega planeta (A1 Slovenija, 2018).

2.2 Standardi okoljskega ravnanja

Podjetja ravnaajo okoljsko osveščeno, ker so odgovorna za okoljske vidike svojih dejavnosti, s čimer lahko močno spremenijo svoje vplive na okolje. Vplivi na okolje se od podjetja do podjetja razlikujejo, zato je bistveno, da izvajajo primerne metode varstva okolja in s tem ustrezno obvladajo okoljske vidike. Na ta način podjetja ohranjajo naravo in čisto okolje ter zmanjšujejo onesnaževanje ter s tem povezana tveganja. Pri varovanju okolja si podjetja pomagajo z različnimi instrumenti okoljskega vedenja, kot so na primer: čistejša proizvodnja, energetska in ekološka učinkovitost, ekološko oblikovanje, ocena življenjskega cikla in ekološke oznake, vrednotenje učinkov ravnanja z okoljem, zelena pisarna, okoljsko poročanje, industrijska ekologija in standardi okoljskega ravnanja, ekološki nadzor, ekološko računovodstvo, ekološko sponzorstvo, razreševanje okoljskega spora, zelena logistika in »ozelenjevanje« dobavne verige. Med standardi okoljskega ravnanja sta najbolj uporabljena standarda ISO 14001 ter EMAS (Lapajne, 2012).

2.2.1 ISO 14001

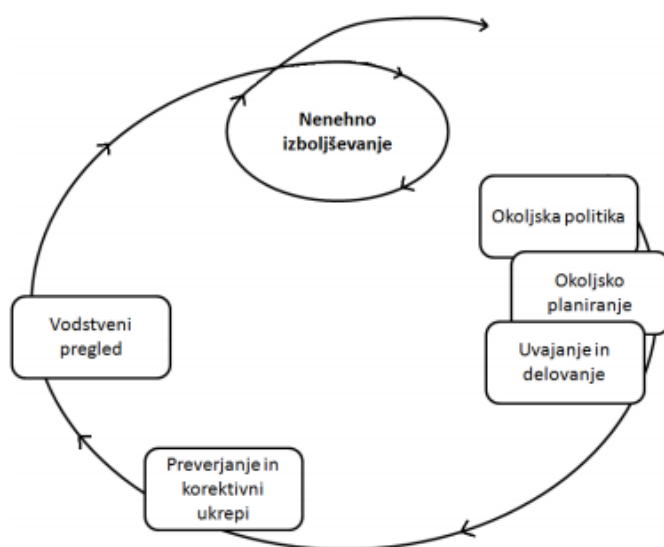
Človekov način življenja je v zadnjih desetletjih močno spremenil naravo. Človeštvo se srečuje z vedno večjim onesnaževanjem okolja, posledice takega ravnanja pa so lahko usodne za naš planet. Skrb za okolje je postala ena izmed glavnih prioritet pri sprejemanju poslovnih odločitev v podjetjih. Da bi podjetja čim bolj prispevala k varovanju okolja, je ena izmed možnih rešitev uvedba standardov ISO 14000 (Šircelj, 2006).

Eden izmed certifikatov je ISO 14001, ki so ga leta 2009 pridobili v A1 Slovenija, d. d., zaradi nenehnega izboljševanja odnosa do okolja (A1 Slovenija, d. d., brez datuma a). Ta standard določa zahteve za sistem ravnanja z okoljem. Pisan je splošno in omogoča nenehno posodabljanje sistema, ki zmanjšuje vplive na okolje. Vsebuje točno določene postopke, sredstva, procese in odgovornost, vendar ne postavlja vrednosti in meril. Uporaben je v vseh podjetjih, nanaša se na filozofijo, da je postavljena okoljska politika najboljša za okolje. Ta standard je namenjen varovanju in ohranjanju okolja ter vzdrževanju primernih življenjskih pogojev za prihodnje generacije. Zajema preprečevanje kontaminacije okolja, izvajanje zakonskih zahtev in učinkovito izkoriščanje virov (Šircelj, 2006). Načela in strukturo ISO 14001 predstavlja slika 3.

Uvajanje okoljskega standarda ISO 14001 v podjetje prinaša določene prednosti, ki niso takoj vidne. Te so:

- manjša poraba energije,
- smotrna uporaba naravnih virov,
- manjši stroški odstranjevanja odpadkov,
- večji ugled v javnosti,
- konkurenčna prednost,
- zmanjšano tveganje zaradi nesreč,
- nižje zavarovalne premije,
- izpolnjevanje predpisov in zakonskih določil.

Slika 3: Osnovna načela in struktura ISO 14001



Vir: Lapajne (2012, str. 30).

2.2.2 EMAS

Aprila leta 2014 je Agencija RS za okolje in prostor po uspešni vsakoletni obnovitvi okoljskega certifikata ISO 14001 potrdila, da A1 Slovenija, d. d., ustreza pogojem za vpis v register EMAS. Gre za nadgradnjo standarda ISO 14001, ki ga je razvila Evropska komisija za podjetja in druge organizacije, da ocenijo, poročajo in izboljšajo svojo okoljsko učinkovitost (European Commission, brez datuma).

Namenjena je ocenjevanju in izboljšanju okoljskega učinka v družbah in informiranju javnosti o tem področju. Predstavlja osnovo zahteve iz standarda ISO 14001, v primerjavi z njim pa ima strožje zahteve po izboljševanju učinkov prepoznanih okoljskih vidikov in njihovem obvladovanju ter pri izpolnjevanju zakonskih zahtev. Če ima organizacija že standard ISO 14001, lažje pridobi sistem EMAS, ki prav tako podpira organizacije pri

iskanju ustreznih orodij za izboljšanje njihove okoljske uspešnosti. Udeležene organizacije se prostovoljno zavežejo, da bodo zmanjšale svoj vpliv na okolje. EMAS pomeni (European Commission, brez datuma):

- izvedbo; podpira organizacije, ki se zavežejo, da bodo pri iskanju ustreznih orodij imele čim manjši vpliv na okolje;
- pogojnost; preverjanje s strani tretje stranke, ki zagotavlja zunanjo in neodvisno naravo postopka registracije EMAS;
- preglednost; zagotavljanje javno dostopnih informacij o okoljski uspešnosti organizacije. To pomeni, da organizacija objavi okoljsko poročilo, vključuje pa tudi zaposlene v proces nenehnega izboljševanja.

2.3 Anketa o okoljski odgovornosti podjetij

V okviru zaključne strokovne naloge sem opravila anketo o okoljski odgovornosti podjetij. Anketa je sestavljena iz 10 vprašanj, ki sem jih posredovala zaposlenim na A1 Slovenija. Anketa je bila opravljena med zaposlenimi. Glede na to, da je bila anketa anonimna, predvidevam, da so odgovori iskreni in nam bodo podali dejansko stanje ankete oziroma mišljenje sodelujočih. Ker je obdelava podatkov lažja, je vprašalnik zaprtega tipa.

2.3.1 Metodologija

Z anketo sem skušala ugotoviti, kako blizu je zaposlenim tema o okoljski odgovornosti podjetij. Rezultati ankete so podali zanimive odgovore in predloge na temo zelenega poslovanja. Pri sestavi vprašanj sem si pomagala z znanjem, ki sem ga pridobila med pisanjem zaključne strokovne naloge.

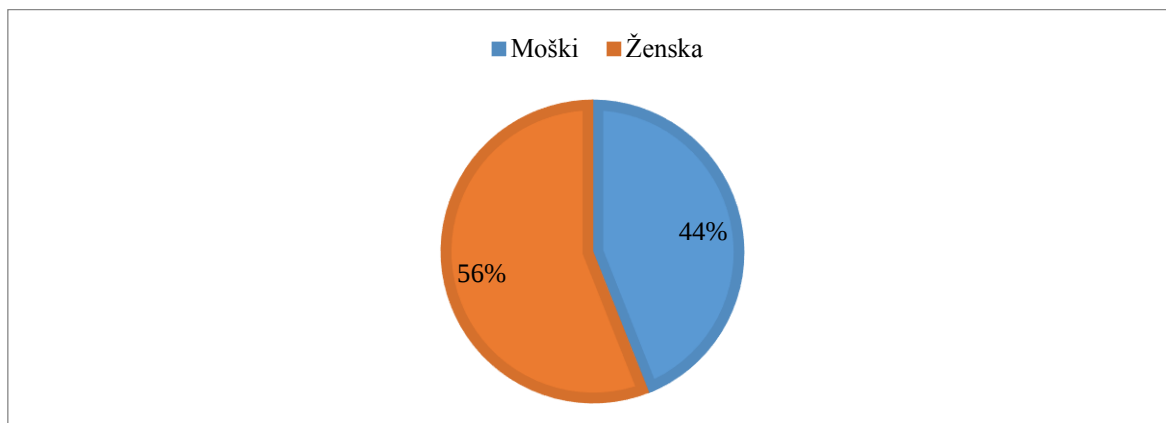
Anketni vprašalnik je vseboval 10 vprašanj na temo okoljske odgovornosti v podjetjih. Vprašanja so bila zaprtega in odprtega tipa. Anketa je zajemala tri splošna vprašanja o anketirancih, tri vprašanja o okoljski ozaveščenosti anketirancev, dve vprašanji, pri katerih so sodelujoči lahko napisali tudi svoj odgovor/mnenje, in dve vprašanji, ki se navezujeta na splošno poslovanje podjetij. Anketa je bila razdeljena med 50 naključno izbranih zaposlenih v podjetju, približno pol moških in pol žensk, da sem pridobila približne podatke obeh spolov. V mesecu juniju 2019 sem sestavila anketo, nato sem jo fizično posredovala tamkajšnjim zaposlenim. Izpolnjen vprašalnik sem nato analizirala in rezultate prikazala v tortnih diagramih v programu Microsoft Office Excel.

2.3.2 Analiza rezultatov ankete o okoljski odgovornosti podjetij

Anketiranci so morali pri prvem vprašanju odgovoriti, katerega spola so. Od 50 naključno izbranih anketirancev, ki so odgovorili na vprašanja ankete, je odgovorilo 22 moških in 28

žensk. Število odgovorov v % podrobneje predstavlja slika 4. Po rezultatih iz grafikona vidimo, da je na anketo odgovorilo več žensk kot moških.

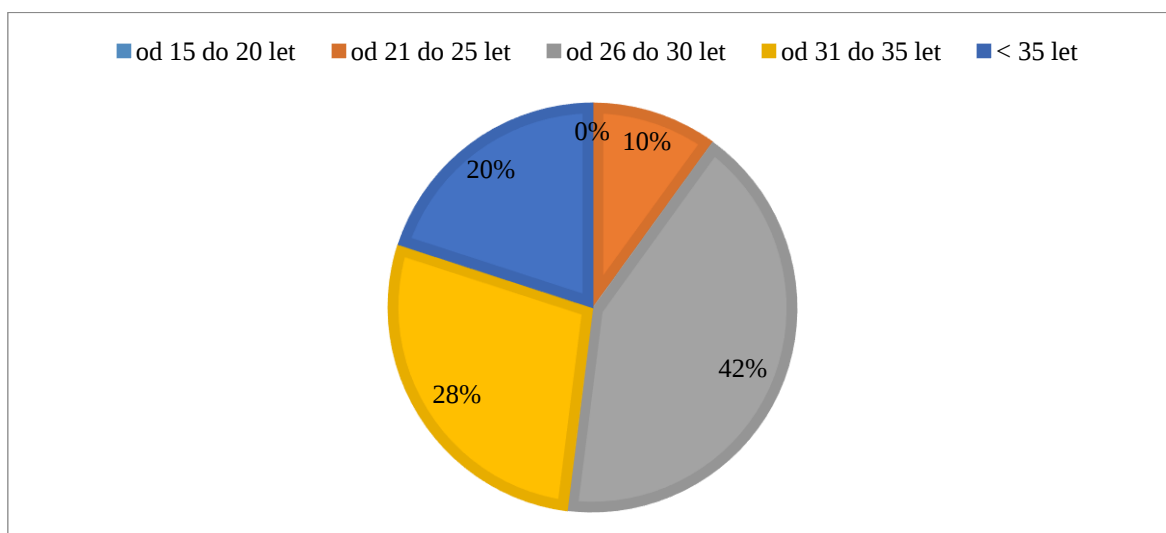
Slika 4: Razvrstitev anketirancev po spolu (v %)



Vir: lastno delo.

Anketirance sem razdelila na pet starostnih razredov. Kot prikazuje slika 5, vidimo, da je bilo največ izprašanih anketirancev starih od 26 do 30 let, torej 42 %. V starostno skupino od 31 do 35 let spada 14 anketirancev oziroma 28 %. Med sodelujočimi ni bilo oseb, starih med 15 in 20 let, samo pet anketirancev je starih od 21 do 25 let. V najstarejšo skupino anketirancev se je uvrstilo 10 sodelujočih.

Slika 5: Starost anketirancev

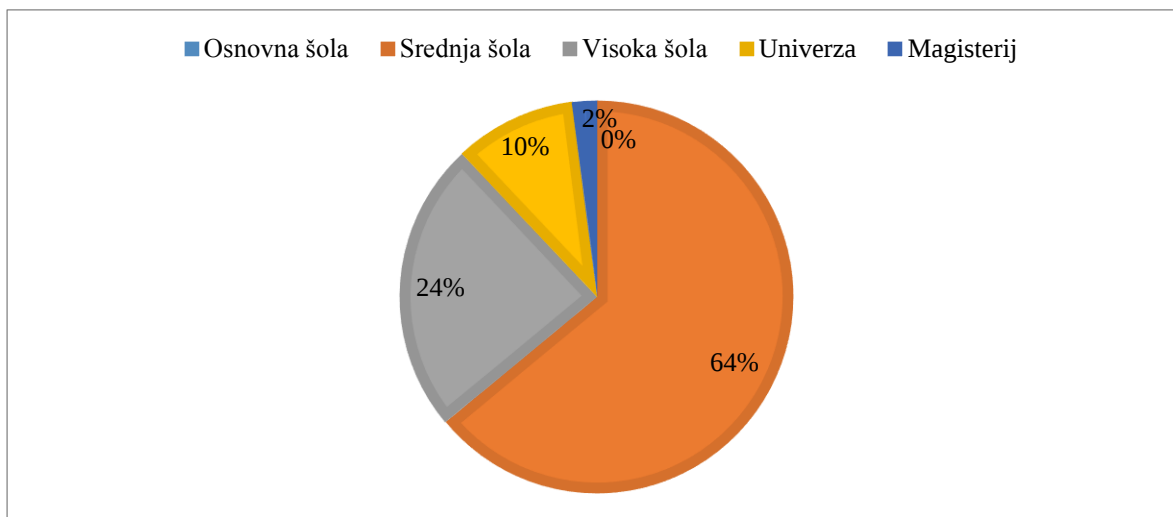


Vir: lastno delo.

Slika 6 prikazuje odgovore na tretje vprašanje, ki se je navezovalo na dokončano stopnjo izobrazbe. Med anketiranci, ki so sodelovali v anketi, jih ima največ dokončano srednjo šolo, kar prikazuje oranžna barva v grafikonu, torej imajo IV. stopnjo izobrazbe, teh je 32

oziroma 64 %. Sledijo osebe z dokončano visoko šolo, na to vprašanje jih je odgovorilo 12 od vseh anketiranih. Na tretje mesto so se uvrstili anketiranci z dokončano univerzo, ki predstavljajo 10 % izprašanih. Le en anketiranec ima opravljen magisterij, torej predstavlja 2 %.

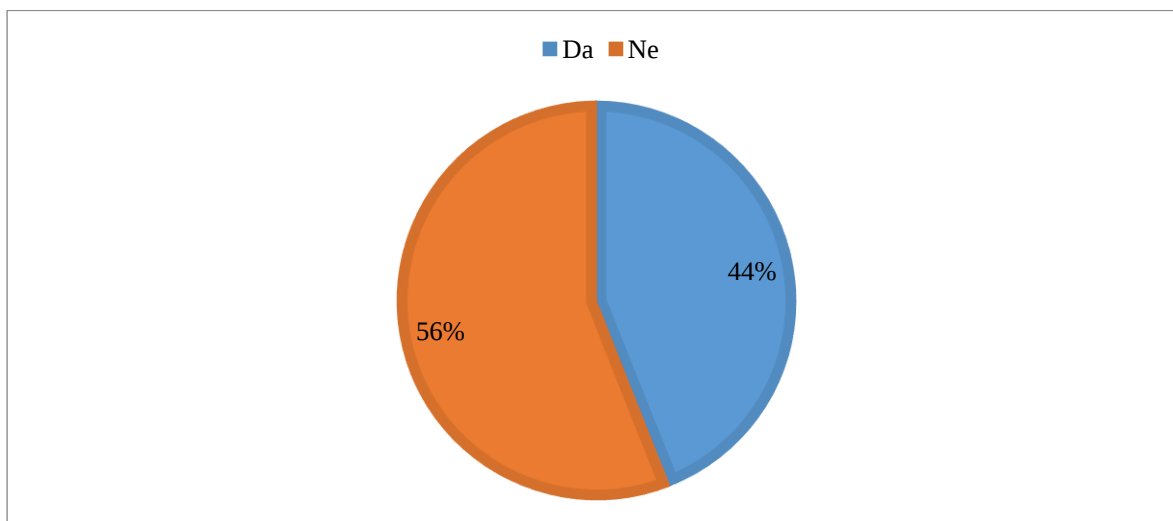
Slika 6: Dokončana stopnja izobrazbe



Vir: lastno delo.

V anketi sem postavila vprašanje, ali poznajo podjetje, ki je okolju prijazno. Prevladuje odgovor »Ne«, ki je na sliki 7 obarvan z oranžno barvo, in sicer jih je na to vprašanje odgovorilo 28 sodelujočih, torej 56 %, kar predstavlja več kot polovico.

Slika 7: Poznavanje okolju prijaznih podjetij



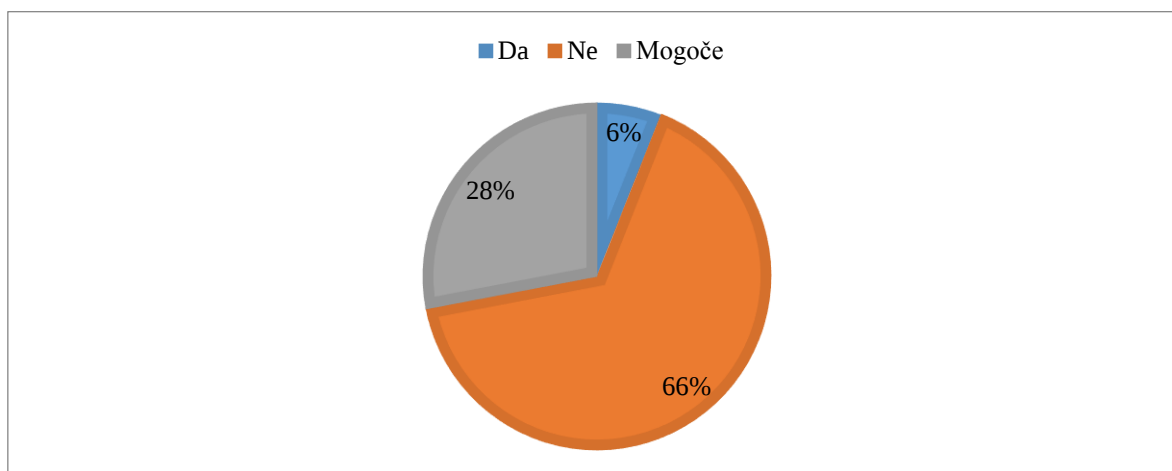
Vir: lastno delo.

Če so anketiranci pri prejšnjem odgovoru odgovorili z »Da«, so imeli pri naslednjem vprašanju možnost napisati, katero okolju prijazno podjetje poznajo, tudi tuje.

Največ anketirancev je kot odgovor navedlo telekomunikacijsko podjetje Telekom Slovenije, kar predstavlja štiri odgovore anketirancev. Prvo mesto si deli z Gorenjem, podjetjem, ki spada med vodilne evropske izdelovalce aparatov za dom. Slednje podjetje ima prav tako štiri odgovore. Drugo mesto je prevzelo podjetje A1 Slovenija, zopet telekomunikacijsko podjetje, in sicer z dvema odgovoroma. Temu sledi več naštetih podjetij, in sicer Patagonija, Ljubljanske mlekarne, Lidl, Marche, Lush, Elektro Ljubljana, LPP, Lek itd. Glede na rezultate sklepam, da se telekomunikacijska podjetja najbolj zavedajo okoljskih težav in sprotno posodablja tem primerne ukrepe za zmanjšanje posegov v okolje.

Pri šestem vprašanju me je zanimalo, ali anketiranci menijo, da podjetja poslujejo dovolj okolju prijazno. Na izbiro so imeli odgovore: da, ne in mogoče. Slika 8 prikazuje, da je kar 33 anketirancev (66 %), torej več kot polovica, odgovorilo, da podjetja ne poslujejo dovolj okolju prijazno, kar prikazuje oranžna barva, temu sledi odgovor mogoče, kar pomeni 14 anketirancev, torej 28 %, le trije so odgovorili pritrdilno, kar prikazuje modra barva, in sicer predstavlja 6 %.

Slika 8: Zeleno poslovanje podjetij

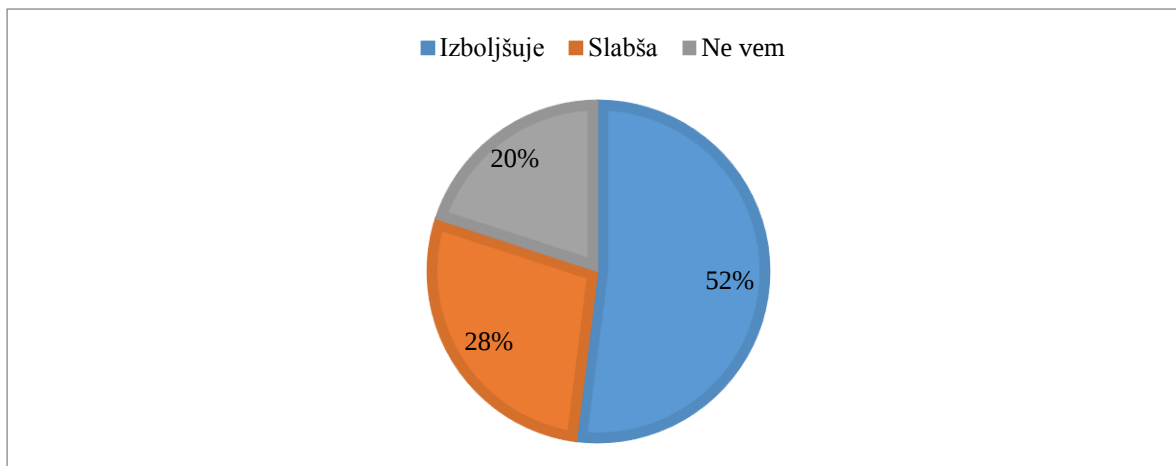


Vir: lastno delo.

Pri sedmem vprašanju so imeli anketiranci možnost predlagati, kaj bi podjetja lahko še storila za čim manjše onesnaževanje. Veliko odgovorov se je navezovalo na ravnanje z odpadki, in sicer so anketiranci navedli, da bi podjetja lahko uporabljala manj umetnih materialov, torej materiale, ki se hitreje razgradijo. Glede na to, da plastika danes predstavlja eno izmed največjih težav sveta, bi se morala proizvodnja le -te zmanjšati oziroma povsem ukiniti. Anketiranci so poudarjali tudi uporabo »zelenе energije«. To pomeni, da se energija pridobiva iz obnovljivih energetske virov, kot so hidroelektrarne, sončne in vetrne elektrarne. Kot predlog so navedli tudi to, da bi podjetja sodelovala s podjetji, ki se ukvarjajo z okoljevarstvom, lahko bi bilo več čistilnih akcij.

Slika 9 prikazuje mnenje anketirancev glede stanja onesnaževanja v Sloveniji in po svetu. Na vprašanje, ali menijo, da se stanje onesnaženosti v Sloveniji in tujini izboljšuje ali slabša, je 26 anketirancev, torej 52 % v modri barvi, kar je več kot polovica, menilo, da se stanje onesnaženosti izboljšuje. 14 anketirancev je menilo, da se stanje slabša, 10 vprašanih je bilo neodločenih.

Slika 9: Stanje onesnaženosti v Sloveniji in po svetu



Vir: lastno delo.

Anketiranci so imeli pri devetem vprašanju tri možnosti, in sicer, ali bi kupili izdelek podjetja, ki posluje zeleno ali tudi ne. Imeli so možnost izbirati med podjetjem, ki posluje okolju zeleno in ima zaradi tega dražji izdelek, podjetjem, ki ne posluje okolju prijazno, izdelek pa je kakovostnejši, ali pa so lahko izbrali podjetje, ki nudi cenejši izdelek. Več kot polovica, torej kar 76 % ali 38 anketirancev, bi izbrala izdelek podjetja, ki posluje okolju prijazno in ima cenejši izdelek. Osem anketirancev oziroma 16 % je prepričala cena in bi kupili cenejši izdelek, le štiri anketiranci so se odločili za izdelek podjetja, ki ne posluje okolju prijazno, izdelek pa je kakovostnejši. Iz tabele 1 lahko sklepamo, da je ljudem še vedno pomembneje, da kupijo izdelek podjetja, ki je okolju prijazno tudi, če bi za to morali plačati več.

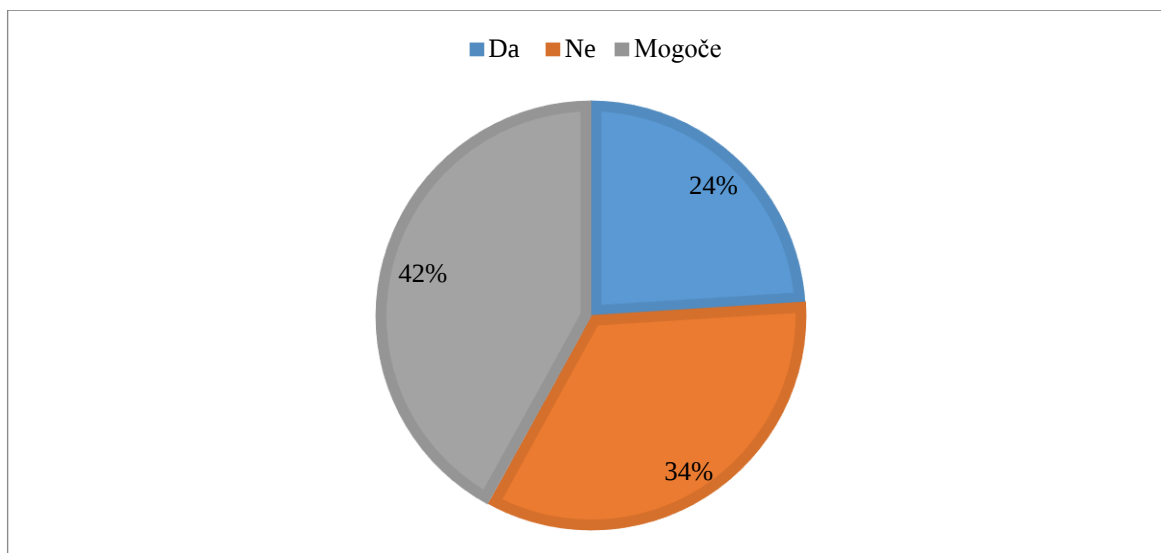
Tabela 1: Nakup izdelka v podjetju

Na izbiro imate podjetje, ki je okolju prijazno, in podjetje, ki ni. Izdelek oziroma storitev bi kupili pri podjetju, ki:	Št. odgovorov	Delež v %
Posluje okolju prijazno, tudi če je izdelek dražji,	38	76
Ne posluje okolju prijazno, izdelek pa je kakovostnejši.	4	8
Nudi cenejši izdelek.	8	16

Vir: lastno delo.

Ker je danes veliko govora o varovanju okolja, nekatera podjetja to izkoriščajo tudi za svojo promocijo. Največ anketiranih, torej 21 anketirancev v sivi barvi v grafikonu, je na vprašanje, ali menijo, da podjetja poslujejo zeleno zgolj zaradi promocije, odgovorilo z mogoče, drugi najpogostejši odgovor je bil negativen, in ga je izbralo 17 anketirancev ali 34 %. Dvanajst anketirancev je menilo, da podjetja poslujejo zeleno zgolj zaradi promocije.

Slika 10: Promocija zelenih podjetij



Vir: lastno delo.

2.4 Predlogi za izboljšanje okoljske odgovornosti

Skozi zaključno strokovno nalogo sem spoznala, da se podjetje A1 Slovenija, d. d., zelo trudi, da bi pripomoglo k varovanju okolja. V svojih poslovalnicah so omogočili elektronsko podpisovanje, kar pripomore k manjši porabi papirja, za svoje stranke in zaposlene so postavili zabojnike, v katere lahko odložijo rabljeno in staro elektronsko opremo. Ko uporabljajo službena vozila, večinoma vozijo hibridna vozila in s tem varujejo ozračje pred izpušnimi plini.

Okoljske organizacije bi s podjetjem A1 Slovenija, d. d., vendarle lahko organizirale več dnevov čistilnih akcij, ki bi se jih udeležile vse poslovalnice po Sloveniji. S tem bi podjetje spodbudilo, dalo vzgled in motiviralo tudi druga podjetja, da se pridružijo. Organizirali bi lahko tudi različne humanitarne in izobraževalne programe, na katerih bi lahko sodelovali vsi in ne samo zaposleni.

Prav tako bi lahko priredili tudi predavanja o varovanju okolja in s tem ozaveščali vse zaposlene, kaj lahko sami storijo doma, da bi zmanjšali npr. število odpadkov, uporabili izdelke z razgradljivimi materiali itd. S tem bi svoje znanje delili tudi z drugimi, ki niso zaposleni v podjetju.

Kot sem že omenila, imajo hibridna vozila, vendar bi lahko vsa službena vozila, ki še niso na električni pogon, nadomestili z električnimi vozili. V pisarnah bi manj papirja porabili s tem, da bi več stvari opravljali elektronsko in ne v fizični obliki.

Glede na to, da je dreves vedno manj, izsekavanje pa še narašča, bi k naravi lahko pripomogli tudi tako, da bi se nekajkrat na leto zbrali in kot podjetje skupaj posadili nekaj dreves in s tem pripomogli k več zelene površine. Za izboljšanje predlagam tudi postavitev več zabojnikov po vsej Sloveniji za odpadno elektronsko opremo. Prav tako bi lahko vzpostavili partnerske odnose s kakšnim drugim podjetjem na temo okoljske odgovornosti in bi s tem pomagali še drugim podjetjem, da bi postala bolj trajnostna.

Nekajkrat letno bi lahko organizirali kakšen dogodek, na katerem bi ljudje lahko podarili svoje rabljene stvari tistim, ki jih potrebujejo in sklenili nekakšen krog, kjer se ne bi zavračale še uporabne stvari. Zaposleni v A1 Slovenija, d. d., in drugi bi se lahko priključili kakšni organizaciji za varstvo okolja in del dobička namenili očiščenju morja, manjšemu izsekavanju dreves in posledično manjšemu poseganju v okolje živali.

SKLEP

Zaradi hitrega razvoja industrije so morala podjetja pred desetletji prilagoditi svoje poslovanje naravi. Ker smo danes priča vse večjim okoljskim težavam, kot so na primer vpliv plastike na okolje in živali okoli nas, podnebne spremembe ipd., bi moralo vsako podjetje v svoje vsakodnevno poslovanje vložiti kar se da največ truda, da bi zmanjšali vpliv na okolje. Spremembe so bile že takrat nujno, kajti, če bi se to nadaljevalo, bi trpele še številne nadaljnje generacije. Pri uvajanju okoljske odgovornosti v podjetje je potrebna potrpežljivost, saj se rezultati pokažejo po več letih. Te rezultate podjetja redno beležijo, jih nadgrajujejo in sčasoma uvedejo nove ukrepe proti onesnaževanju okolja.

Z raziskovanjem sem želela prikazati, da se nekatera podjetja zavedajo, da ni pomemben le dobiček, ampak tudi, kako njihovo poslovanje vpliva na okolje. V anketi sem pridobila mnenja zaposlenih, ki menijo, da se onesnaženost v Sloveniji in v tujini izboljšuje, vendar to še ne pomeni, da se je onesnaževanje povsem ustavilo. Še vedno je velik poseg v okolje in živali, zato bodo morala podjetja ukrepe povečati in se jih držati in modra uvesti tudi nove.

Podjetja s svojimi ukrepi vplivajo tudi na svoje zaposlene in druge ljudi, saj so s svojimi dejanji nekakšen vzgled drugim in njihovim družinam, da tudi oni bolje skrbijo za okolje.

Okoljska odgovornost je za podjetje dolgoročen proces in tudi odgovornost, ki jo je treba vzdrževati, če hočejo videti rezultate. Sprva ti novi ukrepi prinesejo dodatne stroške, ki se na dolgi rok splačajo, saj je koristno tako za podjetje kot za druge vpletene. Kot sem opisala že v nalogi, so pomembni trije dejavniki za uspešno poslovanje, in sicer mora biti podjetje finančno, družbeno in okoljsko odgovorno.

Varovanje okolja je družbe pripeljalo do tega, da si pomagajo z različnimi instrumenti okoljskega vedenja. Uvedli so čistejšo proizvodnjo, uveljavili so energetske in ekološke učinkovitost, zelena pisarna promovira okolju prijazna delovna mesta, povečalo se je okoljsko poročanje, industrijska ekologija in standardi okoljskega ravnanja pripomorejo k uporabi naravnih sistemov in ustvarjati industrijske ekosisteme, povečali so se ekološki nadzor, ekološko računovodstvo, ekološko sponzorstvo, razreševanje okoljskega spora ter zelena logistika in »ozelenjevanje« dobavne verige. Med standardi okoljskega ravnanja sta najbolj uporabljena standarda ISO 14001 in EMAS, ki ju pridobijo okolju prijazna podjetja.

LITERATURA IN VIRI

1. A1 Slovenija, d. d. (2018, 30. junij). *Okoljska izjava EMAS 2017*. Pridobljeno 6. januarja 2021 iz https://www.a1.si/documents/10179/2451178/A1_EMAS_2017_SLO_Final.pdf/5823ed16-4449-47dc-921f-13bf6dcce1d5
2. A1 Slovenija, d. d. (brez datuma a). *O A1 Slovenija: Okolje*. Pridobljeno 27. julija 2019 iz <https://www.a1.si/druzbeno-odgovornost/okolje#tab-3183155>
3. A1 Slovenija, d. d. (brez datuma b). *O A1 Slovenija: Zgodovina*. Pridobljeno 27. julija 2019 iz <https://www.a1.si/predstavitev/zgodovina>
4. A1 Slovenija, d. d. (brez datuma c). *O A1 Slovenija: Dosežki*. Pridobljeno 27. julija 2019 iz <https://www.a1.si/predstavitev/dosezki>
5. Aggarwal, P. (2013). Relationship between environmental responsibility and financial performance of firm: a literature Review. *IOSR Journal of Business and Management*, 13(1), 13–22.
6. Doves. (2020). *Cilji trajnostnega razvoja*. Pridobljeno 5. januarja 2021 iz <https://ekosola.si/wp-content/uploads/2020/11/Cilji-trajnostnega-razvoja-resources.pdf>
7. Dryzek, J. S. (2013). *Politika Zemlje. Okoljski diskurzi* (3. izd.). Ljubljana: Inštitut Časopis za kritiko znanosti.
8. Ecolexlife. (brez datuma). *Okoljska odgovornost ni le stvar etike in morale*. Pridobljeno 5. januarja 2021 iz <https://ecolexlife.si/2019/07/29/okoljska-odgovornost-ni-le-stvar-etike-in-morale/>
9. EkoGlobal. (brez datuma). *Trajnostni razvoj – nuja tako zdaj kot za prihodnost*. Pridobljeno 11. januarja 2021 iz <https://ekoglobal.net/trajnostni-razvoj/>
10. Epstein, M. J. & Rejc Buhovac, A. (2014). *Making sustainability work: best practices in managing and measuring corporate social, environmental, and economic impacts*. San Francisco: Berrett-Koehler Publishers.
11. European Commission. (brez datuma). *What is EMAS?* Pridobljeno 10. avgusta 2020 iz https://ec.europa.eu/environment/emas/index_en.htm
12. Hedlund-de Witt, A., De Boer, J. & Boersema, J. J. (2014). Exploring inner and outer worlds: a quantitative study of worldviews, environmental attitudes, and sustainable lifestyles. *Journal of Environmental Psychology*, 37, 40–54.

13. Hurst, M., Dittmar, H., Bond, R. & Kasser, T. (2013). The relationship between materialistic values and environmental attitudes and behaviors: a meta-analysis. *Journal of Environmental Psychology*, 36, 257–269.
14. Klun, M., Kuhelj, A. & Slabe Erker, R. (2011). *Učinkovitost okoljske politike – ekonomski, administrativni in pravni vidiki* (1. izd.). Ljubljana: Fakulteta za upravo.
15. Kurrer, C. (2020). *Okoljska politika: splošna načela in osnovni okvir*. Pridobljeno 15. julija 2019 iz http://www.europarl.europa.eu/ftu/pdf/sl/FTU_2.5.1.pdf
16. Lapajne, E. (2012). *Okoljska odgovornost kot del družbene odgovornosti podjetij: Primer Adria Mobil, d.o.o. in Trim, d.d.* (diplomsko delo). Ljubljana: Fakulteta za upravo.
17. Saafein, O. & Shaykhian, G. A. (2014). Factors affecting virtual team performance in telecommunication support environment. *Telematics and Informatics*, 31(3), 459–462.
18. Šircelj, J. (2006). *Standard kakovosti ISO 14001 kot vir konkurenčne prednosti: primer podjetja Tib Transport d.d., Ilirska Bistrica* (diplomsko delo). Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
19. Zupančič, M. (2018). *Vpetost ekonomskega in socialnega vidika v trajnostno naravnano poslovanje – primera brezposelnosti in družbene neenakosti* (magistrsko delo). Ljubljana: Ekonomska fakulteta.

PRILOGA

Priloga 1: Anketa o okoljski odgovornosti

ANKETNI VPRAŠALNIK

Pozdravljeni!

Sem Aleksandra Poličar in sem študentka Ekonomske fakultete v Ljubljani. Pišem zaključno nalogo na temo okoljske odgovornosti. Ker je ta anketa tudi del zaključne naloge, bi Vas prosila za pomoč pri reševanju spodnje ankete, vaših odgovorov pa bom zelo vesela. Ker je anketa anonimna Vas prosim za iskrene odgovore. Ker je okoljska odgovornost zadnje čase zelo odmevna me zanimajo tudi vaša mnenja. Prav tako pa je zelo pomembna saj vpliva na nas in tudi na naše prihodnje generacije kot tudi naravo in živali.

Najlepša hvala za odgovore.

Q1: Spol (obkrožite):

- A. Moški
- B. Ženski

Q2: Starost (obkrožite):

- A. Od 15 do 20 let
- B. Od 21 do 25 let
- C. Od 26 do 30 let
- D. Od 31 do 35 let
- E. < 35 let

Q3: Dokončana stopnja izobrazbe (obkrožite):

- A. Osnovna šola
- B. Srednja šola
- C. Visoka šola
- D. Univerza
- E. Magisterij

Q4: Poznate kakšno podjetje, ki je okolju prijazno? (obkrožite):

- A. Da
- B. Ne

Q5: Če ste pri prejšnjem vprašanju odgovorili z »Da«, napišite katero podjetje poznate (lahko tudi tuje).

Odgovor napišite na črto.

Q6: Ali po vašem mnenju podjetja poslujejo dovolj okolju prijazno? (obkrožite):

A. Da

B. Ne

C. Mogoče

Q7: Kaj bi podjetja lahko še storila za čim manjše onesnaževanje? Podajte predlog.

Odgovor napišite na črto.

Q8: Ali menite, da se stanje onesnaženosti v Sloveniji in tujini izboljšuje ali slabša? (obkrožite):

A. Izboljšuje

B. Slabša

C. Ne vem

Q9: Na izbiro imate podjetje, ki je okolju prijazno in podjetje, ki ni. Izdelek oziroma storitev bi kupili pri podjetju, ki:

(obkrožite):

A. Posluje okolju prijazno, tudi če je izdelek dražji.

B. Ne posluje okolju prijazno, izdelek pa je kakovostnejši.

C. Nudi cenejši izdelek.

Q10: Ali menite, da podjetja poslujejo zeleno zgolj zaradi promocije? (obkrožite):

A. Da

B. Ne

C. Mogoče