

2013

UNIVERZA NA PRIMORSKEM
FAKULTETA ZA MANAGEMENT

MAGISTRSKA NALOGA

MAGISTRSKA NALOGA

NATAŠA GRABLER

NATAŠA GRABLER

KOPER, 2013

UNIVERZA NA PRIMORSKEM
FAKULTETA ZA MANAGEMENT

Magistrska naloga

DRUŽBENA ODGOVORNOST DO ZAPOSLENIH
KOT VIDIK TRAJNOSTNEGA RAZVOJA
PODJETJA

Nataša Grabler

Koper, 2013

Mentor: izr. prof. dr. Zlatka Meško Štok

POVZETEK

Naloga obravnava družbeno odgovornost do zaposlenih kot statistično pomemben vpliv na trajnostni razvoj podjetja. Lastniki in zaposleni omogočajo obstoj podjetja in njegov razvoj. Ali bo razvoj podjetja trajnosten, je odvisno od odnosa lastniki – zaposleni. Načela, kot so ustrezni plačilni pogoji, motivacija, dobri delovni pogoji, pretok informacij, dobra komunikacija, razvoj in izobraževanje zaposlenih, implicira na zadovoljne zaposlene. Le ti so bolj motivirani in bolj produktivni, kar pripomore k ekonomski uspešnosti podjetja. V organizaciji se s tem ustvarja pozitivna klima, ki ima vpliv na notranje in zunanje deležnike. Raziskovalno delo potrjuje statistični vpliv družbene odgovornosti do zaposlenih na trajnostni razvoj podjetja.

Ključne besede: družbena odgovornost, odgovorno upravljanje, komunikacija, fleksibilnost, motivacija, informacija, trajnostni razvoj.

SUMMARY

This Master's Thesis discusses social responsibility towards employees as a statistically significant effect on the sustainable development of a company. The owners and employees of a company facilitate its survival and development. Whether or not the company will develop in a sustainable manner depends on the relationship between its owners and employees. Principles such as appropriate salary conditions, motivations, good working conditions, information flow, good communication, employee development and training imply satisfied employees. Satisfied employees are more motivated and productive and in turn contribute to the economic success of the company. A positive atmosphere is created in an organization that affects internal and external shareholders. This research paper confirms the statistical effect of social responsibility towards employees on the sustainable development of a company.

Key words: social responsibility, responsible corporate governance, communication, flexibility, motivation, information, sustainable development.

UDK: 005.2:658.3(043.2)

ZAHVALA

Zahvaljujem se izr. prof. dr. Zlatki Meško Štok za mentorstvo, strokovno vodenje in spodbudne besede pri izdelavi magistrske naloge.

Zahvaljujem se vsem sodelujočim, ki so mi pomagali pri izvedbi anketnega vprašalnika, ki je bil ključen za raziskovalno delo, na katerem je temeljila magistrska naloga.

Zahvaljujem se tudi družini, ki mi je ves čas stala ob strani.

VSEBINA

1	Uvod	1
1.1	Opredelitev problema in teoretična izhodišča	1
1.2	Namen, cilji in hipoteze.....	2
1.2.1	Namen raziskave	2
1.2.2	Cilji raziskave	3
1.2.3	Temeljne hipoteze	3
1.3	Predpostavke in omejitve raziskave	3
1.4	Uporabljene metode raziskovanja	4
2	Družbena odgovornost podjetij	6
2.1	Pojem družbene odgovornosti podjetja	6
2.2	Zgodovinski pogled na družbeno odgovornost	8
2.3	Zunanja in notranja razsežnost družbene odgovornosti	10
2.3.1	Notranja družbena odgovornost.....	10
2.3.2	Zunanja družbena odgovornost.....	11
2.4	Trendi na področju družbene odgovornosti podjetij	12
2.5	Uvajanje družbene odgovornosti v podjetja.....	13
2.6	Trajnostni razvoj in družbena odgovornost podjetij.....	14
3	Odnos delodajalcev do zaposlenih z vidika družbene odgovornosti	16
3.1	Notranja razsežnost družbene odgovornosti do zaposlenih	16
3.2	Kaj je popolnoma odgovorno upravljanje?	18
3.3	Certifikati za notranjo odgovornost v tujini	20
3.3.1	Britanski Investors in people.....	20
3.3.2	Avstrijski Familie & Beruf.....	20
3.3.3	Danski Social Index	21
3.3.4	Ameriški SA 8000	22
4	Družbena odgovornost podjetij v Sloveniji	23
4.1	Vidik družbene odgovornosti podjetij v Sloveniji.....	23
4.2	Priznanja družbeno odgovornim podjetjem v Sloveniji.....	25
5	Predstavitev podjetja Zlatarna Celje d. d.....	26
5.1	Predstavitev podjetja Zlatarna Celje d. d.....	26
5.2	Vpetost družbene odgovornosti v podjetje Zlatarna Celje d.d.	27
6	Raziskava o vplivu družbene odgovornosti do zaposlenih na trajnostni razvoj podjetja	30
6.1	Opredelitev problema	30
6.2	Namen in cilji raziskave	30
6.3	Hipoteza magistrske naloge.....	30
7	Metodologija	31
7.1	Populacija in vzorec	31
7.2	Opis vprašalnika	31

8	Deskriptivna statistika.....	32
9	Analiza zanesljivosti vprašalnika	42
10	Hipoteze	43
	10.1 Metode in rezultati.....	43
11	Sklep.....	49
	Literatura	51
	Viri	52
	Priloge	55

PREGLEDNICE

Preglednica 1: Cronbachov test zanesljivosti	42
Preglednica 2: KMO in Bartlettov test za spremenljivko zaposlovanje, razvoj in nagrajevanje zaposlenih:.....	43
Preglednica 3: KMO in Bartlettov test za spremenljivko komunikacija med zaposlenimi	44
Preglednica 4: KMO in Bartlettov test za spremenljivko krepitev medsebojnih odnosov.....	44
Preglednica 5: KMO in Bartlettov test za spremenljivko fleksibilnost delovnega mesta	44
Preglednica 6: KMO in Bartlettov test za spremenljivko opredelite področje varstva in zdravja pri delu	44
Preglednica 7: KMO in Bartlettov test za spremenljivko ekološka osveščenost zaposlenih .	44
Preglednica 8: KMO in Bartlettov test za spremenljivko trajnostni razvoj.....	44
Preglednica 9: Pearsonovi korelacijski koeficienti.....	45
Preglednica 10: Linearna regresija	46
Preglednica 11: Statistični test Anova.....	47
Preglednica 12: Ocena regresijskih koeficientov in njihova statistična značilnost	47

SLIKE

Slika 1: Piramida družbene odgovornosti podjetja.....	7
Slika 2: Zaposlovanje, razvoj in nagrajevanje zaposlenih	32
Slika 3: Komunikacija med zaposlenimi.....	32
Slika 4: Krepitev medsebojnih odnosov.....	33
Slika 5: Fleksibilnost delovnega mesta	33
Slika 6: Opredelite področje varstva in zdravja pri delu	34
Slika 7: Ekološka osveščenost zaposlenih.....	34
Slika 8: V kolikšni meri se strinjate s trditvijo, da izobraževanje zaposlenih, nagrajevanje in enakost pri plačilu pripomore k večji produktivnosti zaposlenih...	35
Slika 9: V kolikšni meri se strinjate s trditvijo, da v podjetju vključujemo zaposlene v faze načrtovanja in razvoja izdelkov/storitev in s tem pripomoremo k pretoku informacij, potrebnih za nastanek tržno uspešnih izdelkov	35
Slika 10: V kolikšni meri se strinjate s trditvijo, da podjetje nenehno izboljšuje procese, uvaja novo tehnologijo, vpeljuje inovacije za zagotavljanje ekonomske stabilnosti podjetja in s tem ohranjanju delovnih mest	36

Slika 11: V kolikšni meri se strinjate s trditvijo, da je v organizaciji prisotna kultura učenja, ki spodbuja inovativnost, kar pripomore k ekonomski učinkovitosti podjetja, kar je temelj trajnostnega razvoja	36
Slika 12: V kolikšni meri se strinjate s trditvijo, da vodstvo s svojim vzgledom in spoštovanjem načel družbene odgovornosti pripomore k trajnostnemu razvoju podjetja.....	37
Slika 13: Ekološka osveščenost zaposlenih, kot je smotrna raba materialov in ostalih virov, pripomore k trajnostnemu razvoju podjetja.....	37
Slika 14: V kolikšni meri se strinjate s trditvijo, da donacije podjetja pripomorejo k večjemu ugledu podjetja in s tem k boljšim tržnim izhodiščem, kar posledično pripomore k večji stabilnosti podjetja in varnosti za zaposlene.....	38
Slika 15: Kateri elementi so v podjetju najbolj cenjeni?.....	38
Slika 16: V naslednjih letih bi želel več pozornosti nameniti	39
Slika 17: Kateri elementi pripomorejo k ugledu podjetja	39
Slika 18: Spol	40
Slika 19: Starost.....	40
Slika 20: Vaš zaposlitveni status	41
Slika 21: Vaša dosežena stopnja izobrazbe	41

1 UVOD

1.1 Opredelitev problema in teoretična izhodišča

Družbena odgovornost podjetja je tematika, ki ji podjetja v zadnjem času posvečajo vse več pozornosti. Področje, ki se ga dotikamo, je družbena odgovornost podjetij oziroma odgovorno, trajnostno naravnano podjetništvo. S temeljnimi vprašanji družbene odgovornosti in etike se soočajo vsa podjetja, ne glede na njihovo velikost in položaj v družbi.

Globalizacija, svetovna kriza, ozaveščenost deležnikov in drugi trendi narekujejo družbeno odgovorno ravnanje podjetij, katerih cilj je trajnostna naravnost in uspešnost za prihajajoča obdobja.

Izbrana tema magistrskega dela je družbena odgovornost podjetij, s poudarkom na notranji družbeni odgovornosti do zaposlenih. Svetovni poslovni svet za trajnostni razvoj (World Business Council for Sustainable Development) opredeljuje družbeno odgovornost podjetja kot zavezanost podjetja k trajnostnemu, ekonomskemu razvoju. Ta zavezanost se kaže v sodelovanju z zaposlenimi, njihovimi družinami, lokalno skupnostjo in družbo nasploh, z namenom izboljšati njihovo kakovost življenja (Corporate Social Responsibility 2006).

Svetovna komisija za okolje in razvoj pri Združenih narodih je leta 1987 prvič vsebinsko opredelila pojem trajnostnega razvoja kot obliko razvoja oziroma napredka, ki zadovoljuje potrebe sedanosti, ne da bi pri tem ogrožal prihodnje generacije pri zadovoljevanju njihovih potreb (World Commission on Environment and Development 1987).

Družba od podjetij vse bolj pričakuje, da pri svojem poslovanju poleg interesov lastnikov upoštevajo tudi interese svojih zaposlenih, okolja, skupnosti, kupcev in drugih deležnikov ter partnersko pristopijo k reševanju družbenih problemov. Čeprav je razširjena misel, da so družbeno odgovorne aktivnosti in poslovanje domena velikih podjetij, pa največ novih delovnih mest ustvarjajo mala in srednja velika podjetja, zato Evropska unija kot eno od prioritarnih ciljev na tem področju navaja spodbujanje družbene odgovornosti le-teh (Štebih, Fras Haslinger in Hrast 2007).

Postavljajo se minimalni kriteriji, ki pravijo, da naj podjetje ne bo v konfliktu z okoljem. Brez dvoma javnost vse bolj zahteva družbeno odgovorno podjetje. Poleg tega naj podjetje skrbi za aktivnosti, ki so dobre tudi za širše okolje. Družbena odgovornost je tvegana, draga, toda obstaja in bo vedno obstajala. Nedvomno večina podjetij tehta, kaj z družbeno odgovornostjo pridobi. Pomembno je, da se podjetje družbene odgovornosti zaveda, da razmišlja širše, kar lahko nazadnje pozitivno vpliva tudi na dobiček (Jaklič 2005, 276).

Vodstva v podjetjih se še vedno premalo zavedajo, da poleg ekonomskega in zakonodajnega vidika obstoja podjetja postaja čedalje bolj pomemben tudi odnos do deležnikov tako v

notranjem kot zunanjem okolju. Številna podjetja po svetu in pri nas se pod pritiskom svetovne konkurence čedalje pogosteje odločajo za izboljšanje konkurenčnosti z uvajanjem družbeno odgovornega ravnanja na vseh področjih delovanja, kar posledično pripomore k trajnostnemu razvoju podjetja. Govorimo torej o implementaciji odgovornega upravljanja v strategije podjetja. V Sloveniji se največ podjetij odloča za vpeljavo standarda kakovosti v predelovalni industriji in storitvenih dejavnostih. Še vedno pa jih je premalo, ki se zavedajo, da so zaradi globalizacije za konkurenčnost podjetij vse bolj pomembni dejavniki, kot so zaupanje, motivacija in zvestoba zaposlenih, ugled v javnosti ter lojalnost vedno bolj zahtevnega potrošnika, ki ob ceni in kakovosti veliko razmišlja tudi o odnosu do okolja ter družbeni odgovornosti in etičnem poslovanju podjetja, katerega izdelke ali storitve kupuje.

Zavedamo se, da je zadovoljen delavec pogoj za uspešno podjetje. Družbeno odgovorno ravnanje se navezuje na primarne in sekundarne deležnike kakor tudi na globalno okolje. V svoji magistrski nalogi bomo raziskali, v kolikšni meri družbeno odgovorno ravnanje podjetja do zaposlenih pripomore k trajnostnemu razvoju.

Trajnostni razvoj podjetja daje človeku možnost za življenje in za preživetje. Prav človek je tisti, ki daje smernice za trajnostni razvoj nekega podjetja. Poraja se vprašanje, ali je družbeno odgovorno ravnanje pravi poslovni model organizacije, ki daje koristi vsem deležnikom proizvodnega procesa. Vse to so dejstva, ki jih bomo skušali v našem raziskovalnem delu potrditi oziroma zanikati. Ali je res, da družbena odgovornost do zaposlenih pripomore k zagotavljanju pogojev za vzdržno trajnostno rast podjetja?

V raziskovalni nalogi bomo pojasnili, ali zdravo in varno okolje za zaposlene, motivacija in ustrezni plačilni sistem enak za moške in ženske, pripravljenost organizacije za izvajanje vseživljenjskega učenja zaposlenih, dober pretok informacij v organizaciji, razvijanje dobre klime preko kulturnih in rekreacijskih dejavnosti res pripomore k ekonomski uspešnosti organizacije, ki je eno izmed meril trajnostnega razvoja. Ekonomska uspešnost organizacije je posledica pripadnosti zaposlenih podjetju, večji motivaciji k razvoju produktov in storitev, večji inovativnosti zaposlenih, večji ekološki osveščenosti, kar posledično implicira na uvajanje novejših ekološko sprejemljivih tehnologij, ki prav tako predstavljajo trajnostni razvoj podjetja. Pomemben je tudi družbenosocialni vidik trajnostnega razvoja, ki se kaže v krepitvi dobre klime v podjetju in promocije podjetja izven organizacije preko zadovoljnih zaposlenih, pripravljenih podpreti vsako donacijo ali sponzorstva.

1.2 Namen, cilji in hipoteze

1.2.1 Namen raziskave

Namen raziskave je ugotoviti vpliv družbene odgovornosti do zaposlenih na trajnostni razvoj podjetja. Namen raziskave je ugotoviti:

- ali motivirani in informirani zaposleni, ki so vključeni v načrtovanje in razvoj produktov, pripomorejo k nastanku tržno uspešnih izdelkov, ki so pogoj za ekonomsko stabilnost podjetja, ki predstavlja osnovo za trajnostni razvoj;
- ali zdravo okolje in dobri medsebojni odnosi pripomorejo k izboljšavi procesov, racionalni rabi materialov, kar pripore k ekonomski in ekološki učinkovitosti;
- ali je v organizaciji prisotna kultura učenja, ki spodbuja inovativnost na področju trajnostnega razvoja;
- ali vodstvo s svojim zgledom spoštovanja družbenih načel, pripomore k trajnostnemu razvoju podjetja;
- ali donacija pripomore k večjemu ugledu podjetja, ki implicira na uspešnost in stabilnost podjetja.

Na osnovi rezultatov raziskave bomo podali predloge izboljšav in prikazali dejansko stanje.

1.2.2 Cilji raziskave

Cilji raziskave so:

- opredelitev družbene odgovornosti in njen razvoj,
- prikazati zakonodajo in trende na področju družbene odgovornosti,
- preučiti področje popolnoma odgovornega upravljanja podjetij,
- opredelitev področja trajnostnega razvoja,
- raziskati pomen odgovornega ravnanja podjetja glede na pridobivanje ugleda in posledično večje konkurenčnosti podjetja,
- analizirati pomen družbeno odgovornega ravnanja do zaposlenih kot pomemben dejavnik trajnostnega razvoja podjetja,
- podati kritično oceno raziskovalnega dela, prikazati dejansko stanje ter podati predloge za izboljšave.

1.2.3 Temeljne hipoteze

Hipoteza 1: Družbena odgovornost do zaposlenih ima statistično pomemben vpliv na trajnostni razvoj podjetja.

1.3 Predpostavke in omejitve raziskave

Predpostavljamo, da se bo v Sloveniji večal delež podjetij, ki se zavedajo pomena družbene odgovornosti do zaposlenih, saj so prav zaposleni ključ do trajnostnega razvoja. Prav tako predpostavljamo, da postajajo vprašanja, povezana z družbeno odgovornostjo in trajnostnim razvojem podjetja, ključna pri zagotavljanju temeljne uspešnosti podjetij. Predpostavljamo, da družbena odgovornost do deležnikov prispeva k prepoznavnosti podjetja, utrjevanju

konkurenčnega položaja na trgu in posledično k ekonomski uspešnosti.

Omejitve pričakujemo predvsem pri izpolnjevanju anket, in sicer pri nenatančnosti izpolnjevanja anket oziroma neizpolnjevanju poslanih anket. Kakovost raziskave je odvisna od pripravljenosti anketirancev za sodelovanje v anketi, njihove iskrenosti pri izpolnjevanju vprašalnika. Osredotočili smo se samo na pomen in vpliv družbene odgovornosti do zaposlenih na trajnostni razvoj podjetja. Omejili se bomo zgolj na družbenopolitični vidik trajnostnega razvoja. Ekonomski in ekološki vidik trajnostnega razvoja ne bomo analizirali. Zaradi pomanjkanja literature o trajnostnem razvoju tako v domačem kot tujem prostoru smo podatke pridobivali z medmrežja.

1.4 Uporabljene metode raziskovanja

Magistrska naloga bo sestavljena iz dveh delov.

V teoretičnem delu bomo uporabili metodo kompilacije, saj bomo povzeli spoznanja, stališča, sklepe in rezultate drugih avtorjev. Vsi podatki bodo pridobljeni sekundarno iz obstoječe domače in tuje literature.

V empiričnem delu bomo uporabljali metodo zbiranja podatkov z oblikovanjem anketnega vprašalnika. Za zbiranje podatkov bomo oblikovali anketni vprašalnik, na katerem bomo zasnovali kvantitativno raziskavo. Pri oblikovanju anketnega vprašalnika si bomo pomagali z raziskavo, ki jo je izvedla Univerza v Mariboru, Fakulteta za organizacijske vede in laboratorij za menedžment kakovosti (Raziskava o vplivu dejavnosti organizacije na področju trajnostnega razvoja na učinkovitost in uspešnost organizacije – ver. 5). Anketni vprašalnik bomo zasnovali po sklopih. Prvi sklop vprašalnika bo vključeval 6 vprašanj s področja družbene odgovornosti do zaposlenih, drugi sklop (10 vprašanj) se bo nanašal na trajnostni razvoj organizacije, sklop sociodemografije bo zasnovan s 5 vprašanji (podjetje, menedžment ..). Zaradi boljše obravnave in analize podatkov bodo vprašanja v anketi predvsem zaprtega tipa. Uporabili bomo Likertove lestvice od 1-5 (najmanj pomembno – najbolj pomembno), saj bomo z dobljenimi rezultati lažje analizirali odgovore.

Analiza odgovorov bo implicirala na dejstvu, ali družbena odgovornost do zaposlenih res pripomore k trajnostnemu razvoju podjetja. Za preučevanje trajnostnega razvoja podjetja bomo opredelili več kazalnikov, s pomočjo katerih bomo opredelili trajnostni razvoj podjetja. Osredotočili se bomo na ekonomske in socialne kazalnike.

Hipotezo bomo preverjali s pomočjo Anove in t-testa. Ocenili bomo vpliv družbene odgovornosti do zaposlenih na trajnostni razvoj podjetja. Preverjali bomo vpliv neodvisne spremenljivke na odvisno spremenljivko ter tako testirali hipotezo. Pričakujemo več kot 40-odstotno odzivnost anketirancev.

Anketni vprašalnik bomo posredovali potencialnim respondentom, s katerimi sodelujemo po elektronski pošti. Anketo bomo izvedli tudi osebno. Predviden vzorec bo 400 deležnikov. (1. 2. 2013- 28. 2. 2013)

Pridobljene podatke bomo analizirali s pomočjo statičnega računalniškega programa SPSS, ki bo upošteval povprečno vrednost pomembnih dejavnikov vseh anketirancev. Rezultate bomo prikazali v obliki tabel, vizualne predstavitve (stolpčnih, tortnih ali frekvenčnih histogramov/ poligonov).

2 DRUŽBENA ODGOVORNOST PODJETIJ

V poglavju bomo opredelili pojem družbene odgovornosti podjetja, razvoj družbene odgovornosti, vidike družbene odgovornosti, trende in uvajanje družbene odgovornosti, ter njen pomen za trajnostni razvoj podjetja. Zavedati se je potrebno, da je družbeno odgovorno ravnanje bistvenega pomena za zagotavljanje uspešnosti podjetja in s tem trajnostnega razvoja.

2.1 Pojem družbene odgovornosti podjetja

Strokovnjaki različno pojmujejo družbeno odgovornost, zato je tudi definicij, ki se nanašajo na družbeno odgovornost, veliko. Ena izmed najbolj znanih definicij je iz Zelene knjige iz leta 2001, ki pravi, da je družbena odgovornost koncept, pri katerem podjetja vključujejo skrb za družbene in okoljske probleme v svoje poslovanje ter sodelovanje z deležniki na prostovoljni osnovi. Družbeno odgovorno ravnanje je tisto, ki presega upoštevanje zakonov in nudi dodatne ugodnosti za vse deležnike, ki kakor koli sodelujejo ali so povezani s podjetjem. Dokument daje napotke za družbeno odgovorno ravnanje podjetij. Podjetja naj ravnajo tako, da uravnotežijo potrebe in zahteve vseh udeležencev, ki kakor koli sodelujejo s podjetjem, skratka uveljavlja celovit pristop k družbeni odgovornosti podjetja (Commission of the European Communities 2001).

Jaklič (2005, 278) opredeljuje družbeno odgovornost štiridimenzionalno, in sicer:

- ekonomska odgovornost: podjetje proizvaja proizvode, ki jih družba potrebuje in s tem ustvarja dobiček, ki je pogoj za izvajanje druge dimenzije družbene odgovornosti;
- zakonska odgovornost: podjetje mora upoštevati pri svojem poslovanju zakone, ki v danem trenutku veljajo in z upoštevanjem le teh zagotavljajo minimalno družbeno odgovornost;
- etična odgovornost: je tista, ki jo pričakuje družba od podjetja;
- filantropska odgovornost: tu gre za prostovoljne aktivnosti, ki jih ne zahteva zakon niti etični standardi (razne humanitarne in dobrodelne akcije), vendar jih okolica nekako pričakuje in meni, da je to etično ravnanje (Jaklič 2005, 278).

Piramida družbene odgovornosti podjetja



Slika 1: Piramida družbene odgovornosti podjetja

Vir: Jaklič 2005, 279.

Ožje pojmovanje družbene odgovornosti se nanaša na njegove deležnike, širše gledano pa se odgovornost nanaša tudi na okolje, tako regionalno kot globalno.

Na podlagi zgoraj povedanega je opredelitev družbeno odgovornega podjetja takšna (Toth 2008, 31):

- je del sistema, ne pa slepi potnik, ki ga zanima le večanje dobička,
- priznava le trajnost kot največji izziv naše dobe,
- razume, da morajo vlade in podjetja skupaj iskati rešitve, glede na težo, ki jo imajo,
- ovrednoti samo sebe in prispevke k družbeni odgovornosti,
- sistematično, napredno in osredotočeno sprejema ukrepe za oblikovanje bolj trajnostnega sveta.

Hancock opredeljuje vrednosti podjetij v štirih stebrih družbene odgovornosti, in sicer v človeškem kapitalu, deležnikih, okolju in strateškem upravljanju. Dobro upravljanje z navedenimi dejavniki pripomore k večji konkurenčnosti podjetja, krepitvi blagovne znamke, večjemu dobičku in posledično večji vrednosti za delničarje. Doseganje rezultatov je možno s pomočjo rasti prihodkov, ki so posledica novih proizvodov oziroma storitev, korektnega odnosa z vsemi deležniki, ki so kakor koli povezani s podjetjem, povečanja zvestobe kupcev in vlagateljev, zmanjševanja stroškov, smotrna raba energije, zmanjševanje količine odpadkov, zmanjševanje tveganja, pridobivanje in motiviranje kadrov, krepitev organizacijske kulture, korektni odnosi z deležniki, prilagajanje in težnja k inovacijam (Hancock 2005, 70–71).

Temeljni pristopi menedžmenta k družbeni odgovornosti so trije, in sicer predpisana družbena

obveza, predpisana družbena odgovornost in družbena odgovornost na podlagi predvidevanj in preventive. Prvi pristop opredeljuje odgovornost podjetja le do delničarjev. Menedžment deluje po načelu zakonsko predpisanega, izven teh okvirjev ne nastopa. Delovanje menedžmenta v primeru predpisane družbene odgovornosti je širše od zakonsko predpisanega. Deluje z okoljem, tako ekološko kot finančno. Menedžment, ki deluje po principu družbene odgovornosti, na podlagi predvidevanj in preventive upošteva vsa merila družbene odgovornosti, kot so etične norme, ekologija, informacijska odprtost, kakovost izdelkov in storitev, inovativnost, skrb za vse deležnike (Vila 1995, 219).

Upoštevanje družbene odgovornosti vodi k večjemu uspehu za trajnostni razvoj podjetja. Utemeljitev za celovit in trajnostni pristop, ki se potrebujejo za trajnostni razvoj tako v podjetju kot v družbi, so potrebne tudi za uvajanje družbene odgovornosti. Pomembno je slediti dobrim praksam na področju celostnega vedenja, da bi spodbudili nadaljnje delovanje (Božičnik, Ećimović in Mulej 2008).

Naraščanje družbenih problemov in posledično reševanje teh problemov vodi k vse večjemu sodelovanju tako med podjetji kakor tudi med državami. Tega se dobro zavedajo države na področju Evrope kakor tudi slovenska podjetja. Tu govorimo o zunanji družbeni odgovornosti, ki zajema vse zunanje deležnike. Na tem področju je odprtih še veliko možnosti, saj je družbeno odgovorno ravnanje še v razvoju, prav tako pa še niso izkoriščene vse sinergijske možnosti (Knez Riedl 2007).

2.2 Zgodovinski pogled na družbeno odgovornost

Prve zgodovinske zametke družbene odgovornosti lahko najdemo že v knjigi Howarda Bowena iz leta 1953, ki govori o družbeni odgovornosti poslovneža. Nekateri podjetniki iz 19. in začetka 20. stoletja trdijo, da so bili družbeno razsvetljeni. Gradili so hiše za svoje zaposlene, zagotavljali otroško varstvo in domove za ostarele ... (Toth 2008, 13).

Sodobna razprava o družbeni odgovornosti podjetij izvira iz ZDA. Začela se je z izidom članka ekonomista Milтона Friedmana leta 1970. Jasno je povedal, da se podjetja ne bi smela ukvarjati le z drugimi vprašanji. Naloga vsakega podjetnika je večanje vrednosti delnic in dobička. Leta 1982 sta Kenneth Goodpaster in John B. Matthews objavila članek, da lahko ima podjetje vest (Toth 2008, 14).

Adam Smith (1723-1790), ki je bil pripadnik klasične šole, je bil mnenja, da lahko ljudje največ prispevajo k napredku celotne družbe, če najprej delajo skladno s svojimi osebnimi interesi. Glavni cilj menedžmenta je bil, in je še danes, maksimiranje dobička podjetja, kar povečuje tudi ekonomsko moč cele družbe. Takšne so bile zamisli menedžerjev vse do dvajsetih let dvajsetega stoletja (Jacoby 1973, 191).

Za tem obdobjem se pojavijo drugačna razmišljanja, zato lahko govorimo o drugi fazi v

poslovni filozofiji. V ospredje prihaja tudi družbena odgovornost podjetja. Za poslovne uspehe in neuspehe se začne zanimati tudi širše družbeno okolje. V tem času so se za delovanje podjetij začeli zanimati številni posamezniki in institucije, ki jim doslej uspešnost podjetja ni bila tako zelo pomembna: porabniki, delničarji, uslužbenci, sindikati, dobavitelji, razna združenja in druga podjetja iz iste ali drugih vej industrije pa tudi celotna javnost ter vlada. V prihodnost usmerjeni posamezni direktorji podjetij so poslovnemu svetu svetovali, naj uporabijo svojo moč in svoj vpliv za širše družbene namene, ne le za doseganje največjih možnih dobičkov. Mnogi poslovneži so postali navdušeni nad to idejo, ki je postala tudi osnova za družbeno odgovornost podjetij. Najbogatejši poslovneži so postali darovalci v izobraževalnih in dobrodelnih ustanovah, medtem ko so drugi razvijali programe za rekreacijske aktivnosti in zdravstvene potrebe svojih zaposlenih. Skupno jim je bilo to, da so verjeli, da imajo podjetja dolžnost do družbe, v kateri delujejo tudi tedaj, ko poslujejo z dobičkom (Vila in Kovač 1997, 217).

Tretja faza se je začela z letom 1950, ko se pojavijo oziroma okrepijo zahteve in večja skrb za kakovost življenja. Podjetje ne deluje le v smeri največjih dobičkov, temveč v smeri najboljše zadovoljitve menedžerjev, ki iščejo varnost in moč za svoje življenje preko rasti podjetja. Prav tako skrb ne velja več samo količini dobrin, temveč tudi kakovosti dobrin. Pri tem pa ne gre le za kakovost izdelkov, ampak stopa v ospredje skrb za kakovost, ki zajema tako delovno okolje v podjetju kakor tudi vse vidike življenja v družbi nasploh (Jacoby 1973, 193).

V zadnjih desetih letih beležimo predvsem na področju ZDA hitro rast družbeno odgovornih podjetij. Predvsem je prisotnost pasivnih kategorij družbene odgovornosti, kot so dobrodelni prispevki, ki jih določa predsednik podjetja ali nadzorni svet. Poglobljanje v človeške pravice in dobre odnose do zaposlenih je predvsem posledica pritiska iz okolja. Po mnogih škandalih v zadnjih letih, kot so Enron, Anderson in World Comom, služi družbeno odgovorno ravnanje kot orodje za pridobivanje zaupanja javnosti (Hancock 2005, 5–7).

Družbena odgovornost podjetij bi lahko prispevala k doseganju enega izmed lizbonskih strateških ciljev, in sicer postati najbolj dinamično in konkurenčno svetovno gospodarstvo, ki temelji na znanju in enakomerni rasti, z več in boljšimi delovnimi mesti, ter večjo socialno enotnostjo. Družbeno odgovornost bi podjetja morala upoštevati, saj ima pomemben vpliv na vse udeležence v gospodarstvu in družbi. Precej članic EU je že prepoznalo pomen družbene odgovornosti in aktivno pristopajo k njeni promociji (Commision of the European Communities 2001).

Družbena odgovornost podjetja zajema širok spekter dejavnosti, s katerimi podjetje pokaže svojim deležnikom, da se zavzema za več kot samo za lastno rast in dobiček. V zeleni knjigi Evropska komisija opozarja, da gre pri družbeni odgovornosti podjetja za več kot le izpolnjevanje z zakoni določenih obveznosti in da družbena odgovornost ni nadomestilo za zakonsko ureditev družbenih in okoljskih vprašanj. Zakonska ureditev je le temelj, na katerem lahko družbeno odgovornost podjetje gradi (Commision of the European Communities 2001).

V smislu družbene odgovornosti vidimo potrebo po bolj celovitem pristopu, ki deluje sinergijsko, ob medsebojni odvisnosti, solidarnosti, ekonomski učinkovitosti, ter celovitem obnašanju, ki temelji na opazovanju, zaznavanju, razmišljanju, torej čustvenem in duhovnem življenju ter odločanju in delovanju (Mulej in Hrast 2008, 4).

2.3 Zunanja in notranja razsežnost družbene odgovornosti

Zelena knjiga kot temeljni dokument EU opredeljuje družbeno odgovornost z dveh vidikov; gre namreč za notranjo družbeno odgovornost in zunanjo družbeno odgovornost.

2.3.1 Notranja družbena odgovornost

Notranja družbena odgovornost se nanaša na vse deležnike znotraj podjetja. To so lastniki, delničarji, menedžerji, zaposleni. Z notranjo družbeno odgovornostjo opredeljujemo odnos med notranjimi deležniki, vlaganje v človeški kapital, zdravje in varstvo pri delu, smotrno ravnanje z vsemi resursi, ki se uporabljajo v podjetju, krepitev ekološke osveščenosti in ustvarjanje najboljših pogojev za dobro delovanje podjetja.

Ravnanje s človeškimi viri je področje, ki se ukvarja z iskanjem in pridobivanjem ustreznih človeških virov, njihovo kontinuirano izobraževanje, nagrajevanje, motiviranje, lažje usklajevanje življenja in dela, enake možnosti za ženske in moške in končno obdržati dober kader v podjetju. Da bi ostali konkurenčen ponudnik dela, jim mora ponuditi možnost vseživljenjskega učenja (vključno z olajševanjem prehoda mladih iz šole na delo) ali lažjega usklajevanja dela in zasebnega življenja. Ukrepi bi morali iti v smeri delitve odgovornosti, boljšega obveščanja znotraj podjetja, skrbi za zaposljivost in varnost delovnih mest kot tudi enako plačilo za oba spola in njune enake možnosti za napredovanje (Commission of the European Communities 2001).

Zdravje in varstvo pri delu je zakonsko predpisano. Družbeno odgovorno ravnanje pa mora presegati zakonske okvire. Z naraščanjem pomena zdravja in varstva pri delu so se razvijali tudi dokumentiranje, načini ocenjevanja ukrepov in uporaba tovrstnih ukrepov v reklamne namene (Commission of the European Communities 2001).

Naslednje pomembno področje je prilagajanje spremembam, ki kakorkoli vplivajo na uspešnost podjetja. Podjetje, ki živi v tako turbulentnem okolju, se mora znati prilagajati in spreminjati, če je to potrebno. Veliko bolj družbeno odgovorno in praviloma uspešnejše je prilagajanje ali preoblikovanje, kjer vodstvo upošteva interese vseh vpletenih, ki se jih v ta proces običajno vključuje preko obveščanja in posvetovanja. Pri tem se je nujno truditi, da ne pride tudi do (množičnega) odpuščanja zaposlenih in s tem škodljivega vpliva na lokalno družbeno okolje (Commission of the European Communities 2001).