

**UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE**

Tjaša Krisper Kutin

**DRUŽBENA ODGOVORNOST VODILNIH PODJETIJ:
PRIMER GORENJA**

Diplomsko delo

Ljubljana 2007

**UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE**

Tjaša Krisper Kutin

Mentor: Zasl. Red. Prof. Dr. Lojze Sočan

**DRUŽBENA ODGOVORNOST VODILNIH PODJETIJ:
PRIMER GORENJA**

Diplomsko delo

Ljubljana 2007

ZAHVALA

Zahvaljujem se svojemu mentorju, zasl. red. prof. dr. Lojzetu Sočanu za strokovno pomoč in podporo.

Najlepša hvala gospe Vilmi Fece iz Gorenja za prijaznost in neprecenljivo pomoč pri zbiranju podatkov.

Predvsem pa se zahvaljujem staršem, Izi in Damirju za spodbudo, nasvete, razumevanje in potrpežljivost.

Družbena odgovornost vodilnih podjetij, primer Gorenja

Diplomsko delo obravnava tematiko družbene odgovornosti vodilnih podjetij s poudarkom na študiji primera enega izmed največjih in najbolj uspešnih slovenskih podjetij, Gorenja. V prvem delu se bralec lahko seznani z okoljem za družbeno odgovornost podjetij na treh ravneh; v svetu, v Evropski uniji in v Sloveniji. Ravno tako so predstavljene svetovne, evropske in slovenske pobude s tega področja. Študija primera predstavi splošne podatke o podjetju, pomembna obdobja v zgodovini razvoja Gorenja, njihove dejavnosti, vlogo na slovenskem in svetovnem trgu in podrobno razčleni njihovo družbeno odgovorno ravnanje. Predstavljene so njihove dejavnosti v okviru odgovornosti do zaposlenih, odgovornosti do družbene skupnosti, odgovornosti do naravnega okolja, odgovornosti do uporabnikov in njihove zavezanosti kakovosti. Sledi kratka kvalitativna in kvantitativna analiza vloge Gorenja na področju družbene odgovornosti kot enega vodilnih slovenskih podjetij, ki primerja družbeno odgovorno ravnanje Gorenja še s petimi slovenskimi vodilnimi podjetji iz različnih gospodarskih panog; z Revozom, Mobitelom, Krko, Mercatorjem in Merkurjem.

Ključne besede: družbena odgovornost podjetij, Gorenje, varovanje okolja, konkurenčnost, trajnostni razvoj.

Corporate Social Responsibility, a case study of Gorenje

The graduate thesis is an examination of the field of corporate social responsibility, with the main emphasis on a case study of Gorenje, one of Slovenia's biggest and most successful companies. The first part introduces the environment for corporate social responsibility on three different levels, in the world, in the European Union, and in Slovenia. It also includes an introduction of relevant worldwide, European and Slovenian initiatives in this field. The case study introduces the company, the history of its development, its activities and the role on the Slovenian and world markets and thoroughly examines its socially responsible behavior. It examines Gorenje's activities in the frame of its responsibility towards employees, its responsibility towards the community, its responsibility towards the natural environment, responsibility towards the consumers and their commitment to quality. What follows is a short qualitative and quantitative analysis of the role Gorenje has as one of the leading Slovenian companies in the field of corporate social responsibility. The analysis compares Gorenje's socially responsible behavior with five other Slovenian leading companies from different fields – Revoz, Mobitel, Krka, Mercator and Merkur.

Keywords: Corporate Social Responsibility, Gorenje, Environment Protection, Competitiveness, Sustainable Development.

KAZALO

SEZNAM TABEL	8
SEZNAM GRAFIKONOV	9
SEZNAM GRAFIKONOV	9
SEZNAM KRATIC	10
SEZNAM KRATIC	10
1. UVOD	11
1.1 OPREDELITEV TEME IN CILJEV DIPLOMSKEGA DELA	11
1.2 HIPOTEZE	12
1.3 METODOLOGIJA IN STRUKTURA DIPLOMSKEGA DELA	12
2. RAZDELAVA POJMA DRUŽBENA ODGOVORNOST PODJETIJ	14
3. OKOLJE ZA DRUŽBENO ODGOVORNOST PODJETIJ	16
3.1 SVETOVNO OKOLJE ZA DRUŽBENO ODGOVORNOST PODJETIJ	16
3.1.1 RAZVOJNI SISTEMI	16
3.1.2 TRAJNOSTNI RAZVOJ IN DRUŽBENA ODGOVORNOST PODJETIJ	18
3.1.2 OBSTOJEČE POBUDE IN STANDARDI NA PODROČJU DRUŽBENE ODGOVORNOSTI PODJETIJ	20
3.1.1.1 Mednarodni instrumenti	20
3.1.1.2 Državni standardi	20
3.1.1.3 Sistem certifikatov	21
3.1.1.4 Prostovoljne pobude	21
3.1.1.5 Splošni finančni kazalci	21
3.1.1.6 Orodja, srečanja in druge pobude	22
3.1.2 OBSEG POBUD IN STANDARDOV	22
3.1.3 PRAVNI STATUS POBUD IN STANDARDOV	23
3.2 OKOLJE ZA DRUŽBENO ODGOVORNOST PODJETIJ V EVROPSKI UNIJI	24
3.2.1 RAZNOLIKOST EVROPSKE UNIJE	24
3.2.1.1 Lisbon Review	24
3.2.1.2 World Economic Forum Global Competitiveness Report (priloga e)	27
3.2.1.3 IMD World Competitiveness Yearbook (WCY) (priloga f)	27
3.2.2 FINSKA KOT PRIMER DOBRE PRAKSE	28
3.2.3 EVROPSKA UNIJA IN POBUDE NA PODROČJU DRUŽBENE ODGOVORNOSTI	29
3.2.3.1 LIZBONSKA STRATEGIJA	30
3.2.3.2 ZELENA KNJIGA	30
3.2.3.3 DRUŽBENA ODGOVORNOST PODJETIJ: PRISPEVEK PODJETIJ K TRAJNOSTNEMU RAZVOJU	31
3.2.3.4 EVROPSKA STRATEGIJA ZA RAZVOJ DRUŽBENE ODGOVORNOSTI PODJETIJ	31
3.2.3.5 CSR EUROPE	32
3.2.3.6 FORUM INTERESNIH SKUPIN O DRUŽBENI ODGOVORNOSTI PODJETIJ	33
3.2.3.7 INSTRUMENTI DRUŽBENE ODGOVORNOSTI PODJETIJ	33

3.2.3.8	IZVAJANJE PARTNERSTVA ZA RAST IN DELOVNA MESTA: EVROPA – SREDIŠČE ODLIČNOSTI ZA DRUŽBENO ODGOVORNOST PODJETIJ	34
3.2.4	SKLEPI	34
3.3	SLOVENSKO OKOLJE ZA DRUŽBENO ODGOVORNOST PODJETIJ	35
3.3.1	ZAOSTANEK SLOVENIJE ZA DRUŽBAMI KONSENZA	35
3.3.2	KONKURENČNOST SLOVENIJE	36
3.3.3	AKTIVNOST DRŽAVE NA PODROČJU DRUŽBENE ODGOVORNOSTI	37
3.3.3.1	Nacionalno poročilo o javni politiki na področju družbene odgovornosti podjetij	38
3.3.3.1.1	Promocija družbene odgovornosti	38
3.3.3.1.2	Zagotavljanje transparentnosti	39
3.3.3.1.3	Razvoj politik za podporo družbeni odgovornosti podjetij	39
3.3.4	Sklepi	40
3.3.5	DRUGE AKTIVNOSTI NA PODROČJU DRUŽBENE ODGOVORNOSTI PODJETIJ V SLOVENIJI	42
3.3.5.1	Gospodarska zbornica Slovenije	42
3.3.5.2	SiQ - Slovenski institut za kakovost in meroslovje	43
3.3.5.3	Inštitut za razvoj družbene odgovornosti - IRDO	43
3.3.5.4	Informacijski portal za družbeno odgovornost podjetij	44
3.3.5.5	Slovensko društvo ZN za trajnostni razvoj	44
3.3.6	SKLEPI	44

4 ŠTUDIJA PRIMERA: GORENJE **45**

4.2	SPLOŠNO O GORENJU	45
4.3	ZGODOVINA GORENJA	47
4.3.1	ZAČETKI	47
4.3.2	VIZIONARSKA ŠIRITEV NA TUJE TRGE	47
4.3.3	KRIZA OSEMDESETIH LET	48
4.3.4	OBDOBJE KVALITATIVNE RASTI	49
4.3.5	OBDOBJE DRUŽBENEGA LASTNINJENJA	49
4.3.6	PREOBLIKOVANJE V DELNIŠKO DRUŽBO	49
4.3.7	GORENJE, USPEŠNO DRUŽBENO ODGOVORNO PODJETJE	50
4.4	STRUKTURA DRUŽBENE ODGOVORNOSTI GORENJA	52
4.4.1	ODGOVORNOST DO ZAPOSLENIH	52
5.3.1.1	Izobraževalna dejavnost	52
5.3.1.2	Merjenje zadovoljstva zaposlenih	54
5.3.1.3	Skrb za zdravje	54
5.3.1.4	Krepitev socialne varnosti	56
5.3.1.5	Povezovanje s pomočjo internih publikacij	56
4.4.2	ODGOVORNOST DO DRUŽBENE SKUPNOSTI	57
4.4.2.1	Sponzorstva	57
5.3.2.1.1	Šport	57
5.3.2.1.2	Kultura	58
5.3.2.1.3	Šolstvo	58
5.3.2.1.4	Humanitarna dejavnost	59
5.3.2.2	Lastna dejavnost na področju kulture	59
4.4.3	ODGOVORNOST DO NARAVNEGA OKOLJA	59
4.4.3.1	Varovanje okolja	59
4.4.3.2	Osveščanje javnosti o varovanju okolja	61
4.4.4	ODGOVORNOST DO UPORABNIKOV	62
4.4.4.1	Zagotavljanje varnosti izdelkov	62
4.4.4.2	Zagotavljanje okolju prijaznih izdelkov in storitev	62
4.4.4.3	Izpolnjevanje jamstvenih in servisnih obveznosti	62
4.4.4.4	Merjenje zadovoljstva potrošnikov	63
4.4.5	KAKOVOST	63

4.5 ANALIZA VLOGE GORENJA NA PODROČJU DRUŽBENE ODGOVORNOSTI KOT ENEGA VODILNIH SLOVENSКИH PODJETIJ	63
4.5.1 SODELOVANJE NA SLOVENSКИH KONFERENCAH NA TEMO DRUŽBENE ODGOVORNOSTI	64
4.5.2 POJAVLJANJE V MEDIJIH V ZVEZI Z DRUŽBENO ODGOVORNOSTJO	65
4.5.2.1 Delo	66
4.5.2.2 Finance	66
4.5.2.3 Najdi.si	67
4.3.2.4 Cobiss	68
4.5.3 DRUŽBENA ODGOVORNOST NA LASTNIH SPLETNIH STRANEH PODJETIJ	69
4.5.3.1 Gorenje	70
4.5.3.2 Revoz	71
4.5.3.3 Mobitel	72
4.5.3.4 Krka	72
4.5.3.5 Mercator	73
4.5.3.6 Merkur	73
4.5.4 SLOVENSКИ GLOBAL COMPACT	74
4.5.5 OKOLJSKA POROČILA IN PRIZNANJA	75
4.5.6 SKLEPI	77
5. ZAKLJUČEK	79
6. SEZNAM LITERATURE	82
PRILOGE	92
A. INFRASTRUKTURA	92
A. FORMIRANJE KAPITALA	93
B. ZNANJE	94
C. MATERIALNA INFRASTRUKTURA	95
D. PRESTRUKTURIRANJE	96
E. INOVATIVNOST	97
F. SISTEM, MAKROEKONOMSKO OKOLJE IN TRG	98
G. KONSENZ	99
H. WEF WORLD COMPETITIVENESS INDEX	100
I. IMD WORLD COMPETITIVENESS SCOREBOARD	101
J. EMAS OKOLJSKA IZJAVA DRUŽBE GORENJE D.D.	102
K. INTERVJU Z VILMO FECE	103

SEZNAM TABEL

<u>TABELA 3.2.1.1.1: OCENA DOSEGANJA CILJEV LIZBONSKE STRATEGIJE V DRŽAVAH ČLANICAH EU</u>	<u>25</u>
<u>TABELA 3.2.1.1.2: OCENA DOSEGE CILJEV LIZBONSKE STRATEGIJE V MOREBITNIH NOVIH ČLANICAH EU</u>	<u>26</u>
<u>TABELA 3.2.2.1 IZVIRNO DRUŽBENO IN INOVACIJSKO OKOLJE (SKLADNOST IN SINERGIJA RAZVOJNEGA OKOLJA NA RAVNI DRŽAVE, INFRASTRUKTURE IN GOSPODARSTVA) FINSKE</u>	<u>29</u>
<u>TABELA 3.3.2.1: OCENA SLOVENSKEGA DOSEGANJA CILJEV LIZBONSKE STRATEGIJE.....</u>	<u>36</u>
<u>TABELA 3.3.2.1.2: SPREMENITI DOSEDANJI SAMORASTNIŠKO-LIBERALISTIČNI KONCEPT RAZVOJA V RAZVOJNI KONSENZ O GOSPODARSKI IN DRUŽBENI PRENOVI SLOVENIJE</u>	<u>37</u>
<u>TABELA 3.3.2.1: ZBIRKA NACIONALNIH JAVNIH POLITIK ZA PODROČJE DRUŽBENE ODGOVORNOSTI</u>	<u>41</u>
<u>TABELA 5.3.1.1.1; MERE USPEŠNOSTI IZOBRAŽEVANJA – FUNKCIONALNEGA IZOBRAŽEVANJA IN USPOSABLJANJA ZAPOSLENIH (ZA KROVNO DRUŽBO).....</u>	<u>52</u>
<u>TABELA 5.3.1.1.2: VSEBINSKA IZOBRAŽEVANJA ZAPOSLENIH</u>	<u>53</u>
<u>TABELA 5.3.1.3.1: BOLNIŠKA ODSOTNOST V OBDOBJU 2000-2005.....</u>	<u>55</u>
<u>TABELA 5.3.1.3: PRIKAZ ŠTEVILA POŠKODB V DRUŽBI GORENJE D.D.</u>	<u>56</u>
<u>TABELA 4.4.3.1.1: IZPOLNJEVANJE CILJE VARSTVA OKOLJA ZA LETO 2005.....</u>	<u>60</u>
<u>TABELA 4.5.2.1.1: POJAVLJANJE V DELU NA TEMO DO</u>	<u>66</u>
<u>TABELA 4.5.2.2.1: POJAVLJANJE V FINANCAH NA TEMO DO.....</u>	<u>66</u>
<u>TABELA 4.5.2.3.1: ZADETKI V SPLETNEM ISKALNIKU NAJDI.SI NA TEMO DO</u>	<u>67</u>
<u>TABELA 4.5.2.4.1: ZADETKI ISKANJA PO COBISSU</u>	<u>68</u>
<u>TABELA 4.5.4.1: ČLANSTVO V SLOVENSKEM GLOBAL COMPACTU.....</u>	<u>75</u>

SEZNAM GRAFIKONOV

<u>GRAFIKON 3.1.1.1: EVOLUCIJA RAZVOJNIH SISTEMOV</u>	<u>16</u>
<u>GRAFIKON 5.3.1.1.1: GIBANJE IZOBRAZBENE STRUKTURE</u>	<u>54</u>
<u>GRAFIKON 4.5.1.1: AKTIVNA UDELEŽBA NA SLOVENSКИH KONFERENCAH NA TEMO DO.....</u>	<u>65</u>
<u>GRAFIKON 4.5.2.1.1: POJAVLJANJE V DELU NA TEMO DO</u>	<u>66</u>
<u>GRAFIKON 4.5.2.2.1:.....</u>	<u>67</u>
<u>GRAFIKON 4.5.2.3.1:.....</u>	<u>68</u>
<u>GRAFIKON 4.5.2.4 ZADETKI ISKANJA PO COBISSU</u>	<u>69</u>
<u>GRAFIKON 4.5.3.1: STRUKTURA DO, PREDSTAVLJENA NA SPLETNIH STRANEH PODJETIJ.....</u>	<u>70</u>
<u>GRAFIKON 4.5.3.2: OBSEG VSEBINE V RUBRIKI DO NA SPLETNIH STRANEH PODJETIJ.....</u>	<u>74</u>
<u>GRAFIKON 4.5.5.1: OKOLJSKA PRIZNANJA</u>	<u>75</u>
<u>GRAFIKON 4.5.5.2: PODJETJA S CERTIFIKATI SISTEMOV VODENJA.....</u>	<u>76</u>

SEZNAM KRATIC

DO – družbena odgovornost

DOP – družbena odgovornost podjetij

ZN – Združeni narodi

EU – Evropska Unija

GZS – Gospodarska zbornica Slovenije

IMD – Institute for Management Development

ISO – International Standardisation Organisation (Mednarodna organizacija za standarizacijo)

OECD – Organisation for Economic Cooperation and Development (Organizacija za mednarodno sodelovanje in razvoj)

IRDO – Institut za družbeno odgovornost

SIQ – Slovenski institut za kakovost in meroslovje

EMAS – ECO Management and Audit Scheme (Sistem okoljskega ravnanja in presojanja)

OHSAS – Occupational Health and Safety Advisory Services (Sistem vodenja varnosti in zdravja pri delu)

UNICEF – United Nations Childrens Emergency Fund (Sklad Združenih narodov za pomoč otrokom)

WEF – World Economic Forum

ZEOS – Sistem ravnanja z odpadno električno in elektronsko opremo

1. Uvod

1.1 *Opredelitev teme in ciljev diplomskega dela*

Družbena odgovornost podjetij je pojem, ki se vse pogosteje pojavlja tako v mednarodnem, kot tudi v slovenskem okolju. Z njo se ukvarjajo nadvladane organizacije kot so Združeni narodi, Organizacija za ekonomsko sodelovanje in razvoj in Evropska unija. Vedno več pozornosti ji namenjajo države, njene pomembnosti pa se vse bolj zavedajo podjetja in nenazadnje tudi posamezniki.

Pomen družbene odgovornosti podjetij je večplasten, saj prinaša koristi vsem. Več raziskav je pokazalo, da družbeno odgovorna podjetja na borzi dosegajo boljše rezultate. Raziskava ene največjih svetovnih investicijskih bank kaže, da so dobički družbeno odgovornih podjetij do 25% višji od dobičkov ostalih podjetij, 72% družbeno odgovornih podjetij pa posluje bolje kot njihovi tekmeci (Goldman Sachs 2007). Podjetja si od družbeno odgovornega delovanja lahko obetajo boljše konkurenčnost in posledično dobiček. Uspešna podjetja so gonilo gospodarske rasti, izboljšujejo konkurenčnost gospodarstev, odpirajo nova delovna mesta in polnijo državno blagajno.

A korist ni samo v dobičku, veliko večja korist se skriva v stvareh, ki se jih ne da kupiti – boljši družbi in zdravem okolju, skratka, v trajnostnem razvoju. Družbena odgovornost podjetij lahko namreč pomaga **»zadovoljiti trenutne potrebe, ne da bi pri tem ogrožali zadovoljevanje potreb prihodnjih generacij«** (Brundtland 1987). Še tako majhno podjetje lahko z družbeno odgovornim ravnanjem prispeva k trajnostnemu razvoju, ko govorimo o vodilnih podjetjih, pa je razlika še toliko večja.

Gorenje je eno izmed največjih slovenskih podjetij. Uspešnost podjetja je pomembna za slovensko gospodarstvo, njihov odnos do zaposlenih in varnosti in zdravja pri delu vpliva na zdravje, počutje in socialno varnost več tisoč slovenskih delavcev. Odnos, ki ga imajo v Gorenju do okolja je izjemnega pomena za zelo obremenjeno Savinjsko – Šaleško regijo, za Slovenijo kot celoto, za tiste države, v katerih ima podjetje svoje podružnice in vse države v katerih prodaja svoje izdelke. Odnos do ožje in širše skupnosti lahko pripomore k razvoju

Velenja in njegove okolice, štipendije pomagajo do izobrazbe socialno šibkim, z delovanjem na področju kulture lahko priskočijo na pomoč še neuveljavljenim umetnikom, s sponzorstvi pa lahko do uspeha pomagajo številnim slovenskim športnikom.

Cilj diplomskega dela je predstaviti okolje za družbeno odgovornost na treh ravneh; v svetu, Evropski uniji in v Sloveniji in ugotoviti ali je za podjetja spodbudno. Ugotoviti želim, ali se Gorenje obnaša družbeno odgovorno in kakšne so koristi njihovega ravnanja. Družbeno odgovorno ravnanje Gorenja bom nato primerjala še s petimi vodilnimi slovenskimi podjetji, da bi ugotovila ali lahko Gorenje služi kot dober zgled.

Pomen diplomskega dela je v doprinosu k razpravi o področju, ki je v Sloveniji še v povojih, a lahko pomembno prispeva k izboljšanju dinamike in konkurenčnosti našega gospodarstva, še posebej če bodo imela podjetja, ki se bodo odločala za družbeno odgovorno ravnanje, na voljo dober zgled. Ker gre za področje, ki se razvija in raste - spodbud za družbeno odgovorno ravnanje podjetij bo vedno več, podjetja pa bodo vedno bolj družbeno odgovorna, je diplomsko delo omejeno s časovno perspektivo obdobja v katerem je napisano.

1.2 Hipoteze

Pred pisanjem sem postavila naslednji hipotezi in raziskovalno vprašanje:

- 1 Družbena odgovornost podjetij kot komponenta trajnostnega razvoja, ki pripomore k boljši dinamiki in konkurenčnosti gospodarstev, pridobiva na pomembnosti v vseh okoljih.
- 2 Gorenje je razvojno zrelo in družbeno odgovorno vodilno slovensko podjetje, ki kot strateški nosilec razvoja lahko služi kot zgled in vpliva na vse družbene partnerje v regiji in državi.
- 3 Ali Gorenje v primerjavi z drugimi vodilnimi slovenskimi podjetji ravna bolj ali manj družbeno odgovorno?

1.3 Metodologija in struktura diplomskega dela

V uvodu sem predstavila opredelitev problema, cilje in pomen teme. Postavila sem hipotezi in raziskovalno vprašanje in predstavila strukturo dela in uporabljene metode raziskovanja.

Osrednji del diplomskega dela je sestavljen iz treh poglavij. V prvem s pomočjo analize primarnih in sekundarnih virov in z opisno metodo predstavim koncept družbene odgovornosti podjetij in njegovo definicijo.

V drugem poglavju se posvetim okolju za družbeno odgovornost, v svetu, v Evropski uniji in v Sloveniji. Tudi tokrat tematiko raziščem s pomočjo kritične analize primarnih in sekundarnih virov z zgodovinsko in primerjalno metodo.

Tretje poglavje predstavlja študija primera Gorenja, v katerem najprej predstavim podjetje in njegovo zgodovino in nadaljujem z analizo družbene odgovornosti v Gorenju, njeno zgodovino in strukturo. Poleg analize besedila zberem podatke tudi s pomočjo intervjuja ter kvalitativne in kvantitativne analize vloge Gorenja na področju družbene odgovornosti.

V analizo je poleg Gorenja vključenih pet vodilnih slovenskih podjetij; Mercator, Merkur, Mobitel, Krka in Revoz. Podjetja sem izbrala, ker spadajo med deset največjih slovenskih podjetij in predstavljajo različne gospodarske panoge. Analizirala sem njihove spletne strani in kataloge podatkov Gospodarske zbornice Slovenije. Pregledala sem arhive časnikov Dela in Financ, slovensko knjižnično bazo Cobiss in največji spletni brskalnik Najdi.si. Primerjala sem imetnike certifikatov in priznanj, naredila pregled udeležencev konferenc na temo družbene odgovornost in članstva slovenske veje Global Compacta – pobude Združenih narodov za trajnostni razvoj.

V zaključku sem povzela ugotovitve, ovrednotila hipoteze, odgovorila na raziskovalna vprašanja in podala priporočila.

2. Razdelava pojma družbena odgovornost podjetij

Kaj sploh je družbena odgovornost podjetij? Na to vprašanje ni mogoče odgovoriti enoznačno iz preprostega razloga, da za pojem ne obstaja le ena definicija, prav tako ni opisa, ki bi zavzel mesto uradne definicije. V Sloveniji in širše, v Evropski Uniji, se zadnjih nekaj let najpogosteje srečujemo z razlago, katero je Evropska komisija zapisala v Zeleni knjigi o družbeni odgovornosti ¹. Ta pravi, da je družbena odgovornost podjetij **»koncept, pri katerem se podjetja prostovoljno odločijo, da želijo prispevati k boljši družbi in čistejšemu okolju«** (Evropska komisija 2001:5).

Tudi Björn Stigson, predsednik Svetovnega poslovnega sveta za trajnostni razvoj (World Business Council for Sustainable Development) trdi, da univerzalna definicija družbene odgovornosti ne obstaja, zaradi česar je nemogoče izbrati pristop, ki bi ustrezal vsem. Namesto definicije so pri Svetu skovali t.i. 12-točkovni navigator, ki naj bi podjetjem pomagal pri iskanju usmeritve na tem področju. Le-ta jim svetuje naslednje korake:

- poiščite svojo usmeritev
- sestavite strateški poslovni načrt
- osredotočite se na posameznike
- določite svojo dediščino
- zaposleni naj bodo na prvem mestu
- spoznajte svoje sosede, skupnost in kulturo
- omogočite pogovor in dialog
- zavzemajte se za pametno partnerstvo
- ugled je pomemben
- bodite dober gost
- beležite svoja dejanja in zanje odgovarjajte.

(Stigson 2002).

Global Compact – mreža Združenih narodov, in ena izmed najpomembnejših pobud na področju družbene odgovornosti podjetij združuje podjetja, ki ravnajo odgovorno na področjih človekovih pravic, dela, okolja in preprečevanja korupcije. Namesto definicije družbene odgovornosti njihovo delovanje povzema 10 osnovnih načel. Podjetja morajo

¹ Green Paper, Promoting a European framework for Corporate Social Responsibility, published by European Commission, in July 2001

podpirati in spoštovati mednarodne človekove pravice in se zavezati, da ne bodo sodelovala pri njihovem kršenju. Spoštovati morajo svobodo zbiranja in dopustiti skupinska pogajanja. Zavzemati se morajo za ukinitve vseh vrst prisilnega in otroškega dela ter diskriminacije na delovnem mestu. Varovanja okolja se morajo lotevati preventivno, sodelovati morajo pri pobudah, ki spodbujajo večjo odgovornost do okolja in spodbujati razvoj in uporabo okolju prijaznih tehnologij. Zavežejo se tudi boju proti korupciji v vseh oblikah, vključno z izsiljevanjem in podkupovanjem (Global Compact 2007).

Mednarodna organizacija za standardizacijo pripravlja nov standard ISO 26000 s smernicami za družbeno odgovornost, ki ključna področja družbene odgovornosti razdeli na:

- okolje
- človekove pravice in zaposlovanje
- vodenje organizacije in etična načela ravnanja
- vprašanja povezana s kupci / potrošniki ter vključenost v razvoj skupnosti / družbe

(Kaker 2007 : 2).

In kako vidi družbeno odgovornost podjetij Gorenje? Družbena odgovornost Gorenja pomeni zavezo k:

- poštenemu in enakopravnemu obravnavanju zaposlenih (skrb za izobraževanje in kariero zaposlenih, varno in zdravo delo, program zdravstvenega varstva, upokojitveni načrt, ustrezni plačilni sistemi in sistemi nagrajevanja ipd.),
 - etičnemu in poštenemu poslovanju,
 - spoštovanju temeljnih človekovih pravic,
 - odgovornemu ravnanju z okoljem ter
 - poštenemu odnosu do ožje lokalne skupnosti in širšega družbenega okolja
- (Gorenje 2007b).

Številnim definicijam in razlagam navkljub, je smisel družbene odgovornosti jasen. Pomeni premik iz tradicionalnega mišljenja, da je družbena odgovornost podjetja zgolj zaveza k čim večjemu dobičku (Friedman v Marrewijk 2003 : 96). Podjetja niso več odgovorna samo svojim delničarjem, temveč tudi družbi in okolju, njihova naloga pa ni več zgolj kovanje dobička, temveč tudi prispevati k boljši družbi in čistejšemu okolju.

3. Okolje za družbeno odgovornost podjetij

3.1 Svetovno okolje za družbeno odgovornost podjetij

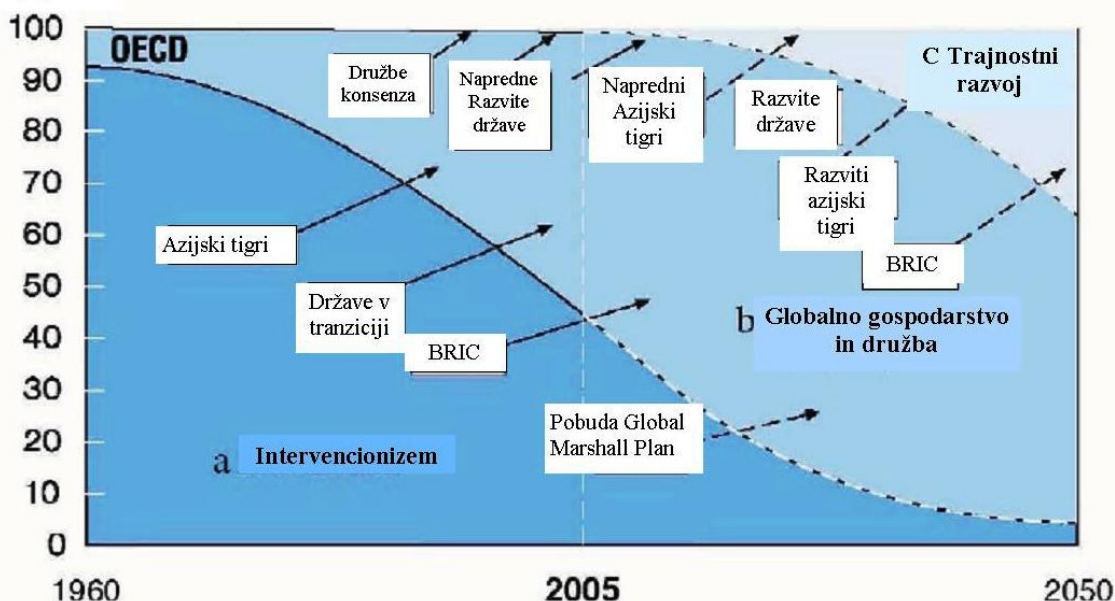
3.1.1 Razvojni sistemi

Še pred petdesetimi leti je velika večina svetovnega prebivalstva živela v državah, kjer je vladal (a) intervencionizem; sistem, ki je temeljil na zagotavljanju tehnološke, gospodarske in družbene suverenosti držav. Večina držav je intervencionizem že zamenjala za (b) sistem globalne odprtosti in svobode, ki se je v najbolj naprednih državah pojavil že v drugi polovici 20. stoletja in temelji na teoriji ekonomske svobode. Sistem globalne odprtosti in svobode manj razvitim gospodarstvom in državam ne omogoča razvojnega dohitevanja, zaradi česar vodi svet v neravnovesje, v katerem prihaja do bogatenja majhnega dela prebivalstva in do zniževanja ali zaostajanja življenjske ravni preostalega dela sveta (Sočan 2004a : 7 in 2006 : 3).

Grafikon 3.1.1.1: Evolucija razvojnih sistemov

Svetovno
prebivalstvo
v %

EVOLUCIJA RAZVOJNIH SISTEMOV

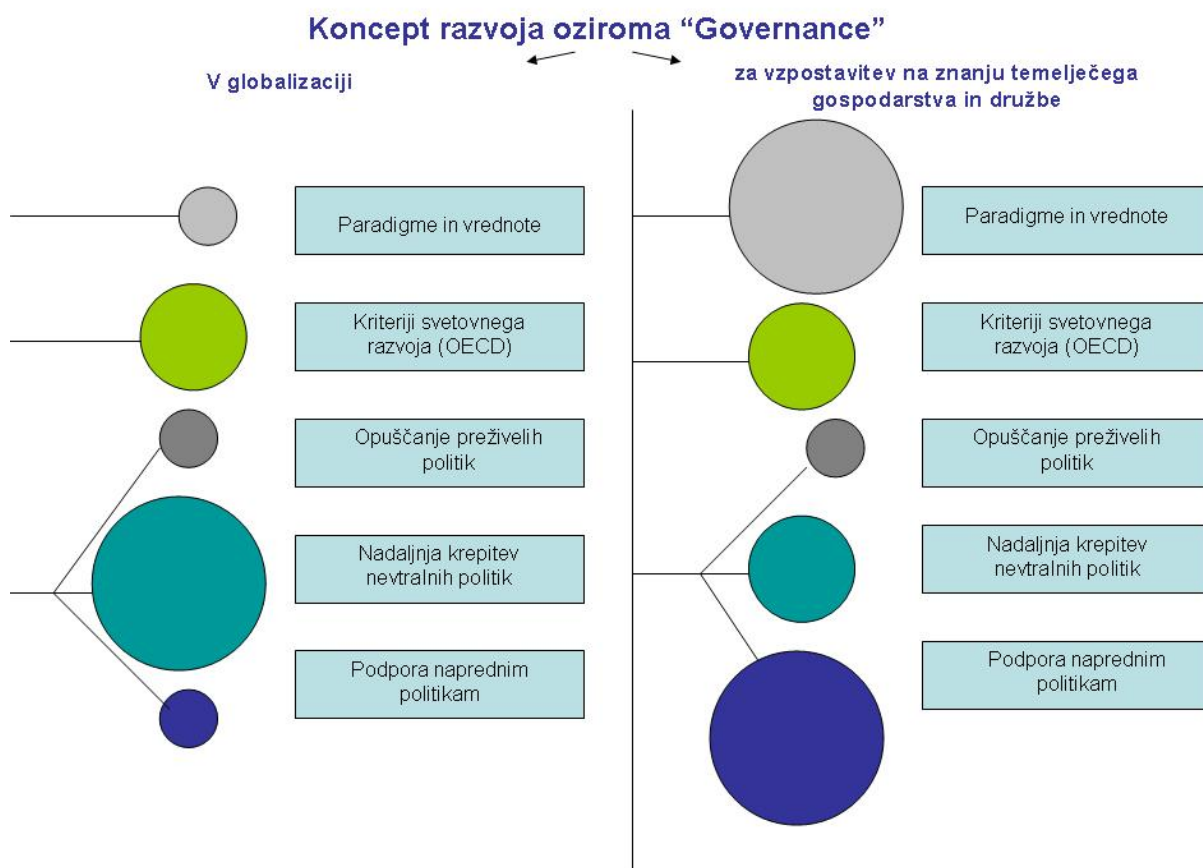


- A: Tehnološka, gospodarska in družbena suverenost— intervencionizem**
B: Teorija ekonomske svobode, ki sloni na trgu, kapitalu in tehnologiji— odprtost in konkurenca
C: Odločanje s konsenzom, ki sloni na znanju in inovacijah— trajnostni razvoj

Vir: The European Union in a Global Context – a developmental approach 2006 : 5.
Da bi se s temi izzivi uspešno spopadle, se najbolj razvite države sveta obračajo v smer **trajnostnega razvoja in na znanju temelječega gospodarstva in družbe**. To so (c) **družbe konsenza**², ki so svoja gospodarstva skoraj popolnoma odprle globalnemu gospodarstvu in tako izničile prednost velikih trgov. V raziskave in razvoj vlagajo do 4% svojega BDP, ravno tako so vodilne po vlaganju v celovito znanje, ki vključuje tudi izobraževanje, usposabljanje posameznikov, podjetij in inštitucij in vlaganje v informacijsko komunikacijske tehnologije (IKT). Veliko dajo na vrednote in paradigme protestantske etike. V primerjavi s sistemom globalnega gospodarstva in družbe več pozornosti namenjajo promociji naprednih politik in manj krepitvi nevtralnih politik (Sočan 2006 : 3 in Sočan 2007).

² Finska, Švedska, Norveška, Danska, Nizozemska, Avstrija, Švica in Irska

Slika 3.1.1.1: Koncept razvoja oziroma »Governance«



Vir: Sočan 2007.

3.1.2 Trajnostni razvoj in družbena odgovornost podjetij

Družbena odgovornost podjetij predstavlja prispevek podjetij k trajnostnemu razvoju. Da se podjetje začne obnašati družbeno odgovorno, mora sprejeti iste vrednote kot država, ki se odloči za trajnostni razvoj. V pomoč pri razvijanju družbene odgovornosti in uspešnem delovanju pa jim bo **infrastruktura** (priloga a) po Stiglitzu (Stiglitz v Sočan 2006:7), ki zajema:

1. Znanje

Če država zagotovi ustrezno povezanost gospodarstva in šolstva, s tem priskrbi kadre, ki jih gospodarstvo potrebuje. Država lahko skrbi za vseživljensko izobraževanje, usposabljanje posameznikov, podjetij in institucij in prešolanje nezaposljivih kadrov, podjetja pa imajo nalogo, da svoje delavce ves čas usposabljujejo, da znajo slediti novim tehnologijam in tako ohranjajo ali celo povišujejo dodano vrednost na zaposlenega. (priloga b)

2. Kapital

Za razpoložljivost kapitala je nujno varčevanje in mehanizmi, sistemi in kadri, ki znajo z njim dobro upravljati. Če ima država visoko stopnjo varčevanja, to pomeni, da je na voljo začetni kapital za ustanovitev novih podjetij in kapital za kredite za že obstoječa, večja podjetja, za vlaganje v raziskave in razvoj. (priloga c)

3. Tehnologijo

Pomembno je, da je tehnologija dobro razvita, saj omogoča višjo dodano vrednost na delavca, kar ohranja podjetja in z njimi državo konkurenčna državam s poceni delovno silo.

4. Materialno infrastrukturo

Materialna infrastruktura (ceste, železnica, elektrika, vodovod, informacijska avtocesta,...) mora biti dobro razvita, saj je ta osnoven predpogoj za konkurenčnost in za uspešno delovanje podjetij. (priloga d)

5. Socialno infrastrukturo

Ta zajema sistem vrednot in prepričanj, ki ga ima družba, v kateri so vsi sloji vključeni v določanje dolgoročnih strateških ciljev in orodij, s katerimi jih bo družba dosegla. Če so te vrednote v družbi ponotranjene, so skupne tudi podjetjem, ki v njej delujejo. Vrednote so ključne za družbeno odgovorno ravnanje podjetij, saj se morajo podjetja zavedati odgovornosti, ki jo imajo do svojih zaposlenih ter ožje in širše družbene skupnosti.

6. Okolje

Skrb za okolje je vrednota, ki se je morajo zavedati tako država kot podjetja. Če država dobro skrbi za okolje in skrb za okolje spodbuja, je bolj verjetno, da bodo tudi njena podjetja ravnala družbeno odgovorno in varovala okolje, v katerem delujejo (Ploštajner 2005: 28–31).

Obstaja močna korelacija med družbeno odgovornostjo podjetij in družbo konsenza. Družba konsenza ima sistem vrednot, ki spodbujajo družbeno odgovornost. V njej spoštujejo in varujejo okolje, ceni se tudi solidarnost, zaradi česar si država prizadeva za socialno

vključenost vseh slojev. Z dobro vzpostavljenimi mehanizmi za upravljanje kapitala imajo podjetja na voljo potrebna sredstva za raziskave in razvoj. Ker izdatno podpirajo napredne politike in veliko vlagajo v znanje, razvoj tehnologije in materialno infrastrukturo, ostanejo konkurenčni v svetovnem merilu kljub temu, da velike zneske vlagajo v socialne transfere.

3.1.2 Obstoječe pobude in standardi na področju družbene odgovornosti podjetij

V svetu obstaja vrsta različnih pobud in standardov, povezanih z družbeno odgovornostjo podjetij. Poročilo Združenih narodov³ o odgovornosti transnacionalnih korporacij in drugih podjetij do človekovih pravic, jih deli po naslednjem ključu:

3.1.1.1 Mednarodni instrumenti

Mednje spadajo mednarodne pogodbe in deklaracije, ki so lahko namenjene državam (a posredno pomembne tudi za podjetja) ali neposredno podjetjem. Primer prvega je Konvencija Organizacije za ekonomsko sodelovanje in razvoj o boju proti podkupovanju tujih uradnikov v mednarodni trgovini, katero je kot ena izmed 36ih držav podpisala tudi Slovenija. Primer instrumenta, ravno tako s strani Organizacije za ekonomsko sodelovanje in razvoj, ki je namenjen neposredno podjetjem, so Smernice za multinacionalna podjetja, ki vsebujejo priporočila za vedenje na področjih dela, okolja, zaščite potrošnikov in boja proti korupciji. Priporočila sestavijo vlade sodelujočih držav in niso zavezujoča, a so v svojih šestih letih obstoja vseeno postala eden izmed najpomembnejših instrumentov promocije družbene odgovornosti podjetij (OECD 2007).

3.1.1.2 Državni standardi

³ Ekonomski in socialni svet, Poročilo podkomisije za promocijo in zaščito človekovih pravic, 15.2.2005.

Poročilo je dostopno na <http://www.ohchr.org/english/bodies/chr/sessions/61/lisdocs.htm>.

Lahko gre za ustavna določila, državne zakone in predpise, ki se nanašajo na podjetja. Nekateri izmed njih vplivajo tudi na aktivnosti podjetij zunaj lastne države, kot na primer ameriški Zakon o krivicah, storjenih na tujem, ki omogoča preganjanje ameriških kršiteljev človekovih pravic, čeprav se je kaznivo dejanje zgodilo v tujini (Ekonomski in socialni svet 2005 : 4).

3.1.1.3 Sistem certifikatov

Sistem certifikatov lahko vzpostavijo organizacije, skupine ali mreže, ki od podpisnikov zahtevajo spoštovanje določenih pravil. Večina teh sistemov ima vzpostavljen tudi nadzor, ki omogoča pregled nad spoštovanjem ali nespoštovanjem pravil. Primer tega je shema EMAS (ECO Management and Audit Scheme), ki je namenjena ocenjevanju in izboljševanju učinkov ravnanja z okoljem v organizacijah ter informiranju javnosti o teh učinkih. Mednarodna organizacija za standardizacijo (ISO) pripravlja nov mednarodni standard ISO 26000 s smernicami za družbeno odgovornost, ki bo objavljen leta 2008 (ISO 2007).

3.1.1.4 Prostovoljne pobude

Med prostovoljne pobude spadajo etični kodeksi, direktive, sistemi poročanja, ki jih prostovoljno vzpostavijo posamezna podjetja, skupine podjetij, medvladne organizacije, nevladne organizacije in društva. Najbolj uspešen in razširjen primer prostovoljne pobude je Global Compact, ki deluje s podporo Združenih Narodov. Prostovoljnih pobud se poslužuje cela vrsta pomembnih multinacionalnih podjetij, med njimi tudi Gap, Shell, Pfizer, British Petroleum in drugi (Global Compact 2007).

3.1.1.5 Splošni finančni kazalci

S pomočjo skupine družbenih in okoljskih kazalcev se spremlja delovanje podjetij. Primer tega sta kazalca FTSE4GoodIndex in Goldman Sachs Energy Environmental and Social Index (Ekonomski in socialni svet 2005 : 5).

3.1.1.6 Orodja, srečanja in druge pobude

Gre za širok spekter pobud; od delavnic, izobraževanj, ocenjevanj, sodelovanja z multinacionalnimi podjetji, pa do javno-zasebnega partnerstva. V to kategorijo lahko uvrstimo Danski institut za človekove pravice in Pobudo vodilnih poslovnežev za človekove pravice (Business Leaders Initiative for Human Rights 2007).

3.1.2 Obseg pobud in standardov⁴

- Cilji

Zgoraj omenjene pobude in standardi imajo lahko za cilj zaščito človekovih pravic, njihovo promocijo, ali pa kombinacijo obojega. Global Compact ima tako v prvi vrsti promocijsko vlogo, medtem ko sistemi certifikatov poleg promocije zagotavljajo tudi zaščito.

- Viri

Viri pobud in standardov določajo njihovo relevantnost in vpliv. Če gre za pobudo s strani Organizacije Združenih narodov ali Mednarodne organizacije dela nosi ta večjo težo kot na primer lokalne ali regionalne pobude posameznih podjetij.

- Obseg človekovih pravic

Nekatere pobude in standardi so natančno opredeljeni glede pravic, za katere se zavzemajo, medtem ko so drugi bolj splošne narave. Medtem ko se Smernice za multinacionalna podjetja izpod peresa OECDja zavzemajo za vsesplošno zaščito človekovih pravic, je iz dokumentov Mednarodne organizacije dela jasno razvidno katere pravice delavcev ščiti.

- Ozemlje, ki ga pokriva

Doseg, ki ga ima standard ali pobuda je pomemben dejavnik njene uspešnosti. Nekateri delujejo lokalno ali zgolj znotraj državnih meja, čeprav je v zadnjem času v porastu število zakonov, ki pokrivajo več držav. Tudi pobude posameznih podjetij, ki se navidez zdijo majhne, imajo lahko velik dosež, če se podjetje svojih zavez drži v vseh svojih podružnicah povsod po svetu.

- Podjetja, ki jih zajema

⁴ Ekonomski in socialni svet, Poročilo podkomisije za promocijo in zaščito človekovih pravic, 15.2.2005. Poročilo je dostopno na <http://www.ohchr.org/english/bodies/chr/sessions/61/lisdocs.htm>.

Večje in pomembnejše pobude in standardi lahko združujejo podjetja iz določenega področja, kot to velja za Odgovorna proizvodnja oblačil po celem svetu (WRAP - Worldwide Responsible Apparel Production) ali pa vsa podjetja ne glede na področje kot to počno smernice OECD in Deklaracija Mednarodne organizacije dela.

- Nadzor

Glede nadzora se pobude in standardi med seboj močno razlikujejo. Nekatere nadzora sploh ne predvidevajo, tak primer je Global Compact. Ponekod se nadzor vrši le na začetku, ob pridobitvi certifikata, medtem ko drugi zahtevajo redno poročanje in javno objavo letnih poročil

(Ekonomski in socialni svet 2005 : 4–7).

3.1.3 Pravni status pobud in standardov⁵

- Zavezujoč za podjetja

Za podjetja so ponavadi zavezujoči zakoni države, v kateri delujejo. To velja na primer za človekove pravice in varovanje okolja. V večini primerov zakoni predpisujejo le minimalne standarde, katere resnično družbeno odgovorna podjetja presegajo.

- Zavezujoč za države

Države zavezujejo mednarodni sporazumi in deklaracije, čeprav slednje niso pravno zavezujoče. Primer je Evropska unija, ki je na področju družbene odgovornosti podjetij nekaj korakov pred mnogimi svojimi članicami, vključno s Slovenijo.

- Nezavezujoč

Velika večina obstoječih pobud in standardov je nezavezujočih in se podjetja in države zanje odločijo povsem prostovoljno.

Svetovno okolje torej družbeno odgovornost podjetij spodbuja in promovira, vendar podjetij z ničemer ne zavezuje. Podjetja so zavezana zgolj najosnovnejšemu spoštovanju človekovih pravic in s tem pravic zaposlenih ter varovanju okolja. Lahko se torej prostovoljno odločijo za družbeno odgovorno ravnanje in s tem verjetno tudi za sodelovanje v kateri izmed zgoraj omenjenih pobud ali standardov (Ekonomski in socialni svet 2005:4–7).

⁵ Ekonomski in socialni svet, Poročilo podkomisije za promocijo in zaščito človekovih pravic, 15.2.2005. Poročilo je dostopno na <http://www.ohchr.org/english/bodies/chr/sessions/61/lisdocs.htm>.

3.2 Okolje za družbeno odgovornost podjetij v Evropski Uniji

3.2.1 Raznolikost Evropske unije

3.2.1.1 Lisbon Review

Za uspešno delovanje podjetij je ključno okolje, v katerem delujejo. To lahko deluje spodbudno in jim nudi vso potrebno podporo, lahko pa je situacija ravno nasprotna in okolje uspešno delovanje podjetij ovira. Znotraj Evropske unije je, kljub vedno večji povezanosti, še vedno vsaj toliko različnih okolij, kot je držav.

Leta 2000 si je Evropska unija z Lizbonsko strategijo zastavila cilj, da do leta 2010 postane najbolj konkurenčno, najbolj dinamično na znanju temelječe gospodarstvo sveta. Za doseg tega cilja je ključnih naslednjih osem področij:

1. informacijska družba za vse
2. vzpostavitev evropskega inovacijskega in R&R območja
3. liberalizacije (enotni trg, politika konkurenčnosti in državnih pomoči)
4. vzpostavitev infrastrukture omrežij (telekomunikacije, promet in komunalna infrastruktura)
5. učinkovite in integrirane finančne storitve
6. izboljšanje podjetniškega okolja (zagon podjetij in regulativni okvir)
7. povečanje socialne vključenosti (višanje zaposljivosti prebivalstva, nadgradnja sposobnosti in znanj, modernizacija socialne zaščite)
8. spodbujanje trajnostnega razvoja

World Economic Forum je leta 2006 objavil že tretjo publikacijo *Lisbon Review*, ki analizira napredek držav Evropske unije glede na zastavljene cilje. Dosežke celotne Evropske unije nato primerja še z Združenimi državami Amerike in dosežki petih najbolj konkurenčnih Vzhodnoazijskih držav.

Tabela 3.2.1.1.1: Ocena doseganja ciljev Lizbonske strategije v državah članicah EU

Uvrstitev in točke držav Evropske unije

Država	Končna uvrstitev		Uvrstitev znotraj kategorije							
			Informacijska družba	Inovacije in R&R	Liberalizacija	Vzpostavitev infrastrukture omrežij	Finančne storitve	Podjetniško okolje	Socialna vključenost	Trajnostni razvoj
			Mesto	Mesto	Mesto	Mesto	Mesto	Mesto	Mesto	Mesto
EU 25										
Danska	1	5,76	4	4	5	2	5	1	1	3
Finska	2	5,74	6	1	4	8	4	4	2	1
Švedska	3	5,74	1	2	6	5	3	7	3	4
Nizozemska	4	5,59	2	5	2	6	6	2	4	6
Nemčija	5	5,53	10	3	1	1	2	12	10	2
VB	6	5,5	3	6	3	7	1	5	9	8
Avstrija	7	5,3	7	9	7	9	8	15	8	5
Luksemburg	8	5,29	9	12	9	4	9	8	5	7
Francija	9	5,21	11	8	11	3	7	9	15	10
Belgija	10	5,15	14	7	10	10	11	11	6	9
Irska	11	5,09	12	10	8	18	10	3	7	11
Estonija	12	4,93	5	11	12	17	12	6	12	16
Portugalska	13	4,64	17	17	15	12	13	14	17	14
Češka	14	4,53	15	16	13	13	21	21	11	13
Španija	15	4,49	20	15	16	11	14	16	23	18
Slovenija	16	4,44	13	13	22	15	20	23	19	12
Madžarska	17	4,4	23	14	17	21	17	19	16	17
Slovaška	18	4,38	19	23	14	22	22	17	18	15
Malta	19	4,38	8	25	19	23	15	22	13	25
Litva	20	4,31	18	20	24	19	19	13	20	21
Ciper	21	4,28	21	24	18	16	18	18	14	24
Latvija	22	4,25	22	21	20	24	24	10	21	20
Grčija	23	4,19	25	18	21	14	16	20	22	23
Italija	24	4,17	16	19	23	20	23	24	24	19
Poljska	25	3,76	24	22	25	25	25	25	25	22
Povprečje EU 25	--	4,84	--	--	--	--	--	--	--	--
ZDA	--	5,45	--	--	--	--	--	--	--	--
Vzhodna Azija*	--	5,28	--	--	--	--	--	--	--	--

* povprečje petih najbolj konkurenčnih gospodarstev: Japonske, Hong Konga, Koreje, Tajvana and Singapura

Vir: Lisbon Review 2006 :6.

Iz tabele je razvidno, da se uspehi članic Evropske unije medsebojno zelo razlikujejo. Na vrhu lestvice najdemo **države konsenza in države blaginje**, v drugi polovici pa južnoevropske države in nove članice.

Najbolje izmed **novih članic** se je odrezala Estonija, ki je s skupnim dvanajstim mestom prehitela kar tri stare članice in vse nove, najslabše pa Poljska. Slovenija na šestnajstem mestu s skupno oceno 4.44 zaostaja za evropskim povprečjem, ki znaša 4,84. Izmed novih članic sta jo prehiteli Češka in Estonija.

Med **južnoevropskimi državami** se je najbolje odrezala Portugalska na trinajstem mestu, ki je prehitela tudi Slovenijo, kar je uspelo tudi Španiji, medtem ko sta se Grčija in Italija znašli na dnu lestvice, za njima je zaostala samo Poljska.

Povprečje Evropske unije je precej nižje tako od ocene Združenih držav Amerike kot tudi od ocene najbolj konkurenčnih vzhodnoazijskih držav. Razlika med evropskim povprečjem in ZDA je enaka razliki med Finsko, ki je na evropski lestvici zasedla prvo mesto in Belgijo, ki je zasedla deveto. Najboljše vzhodnoazijske države so v povprečju toliko boljše od evropskega povprečja kot je Finska boljša od Avstrije, ki zaseda sedmo mesto. Med posameznimi evropskimi državami je ZDA prehitelo najboljših šest, povprečje vzhodnoazijskih držav pa najboljših osem.

Zanimivo je, da sta se novi članici Evropske unije Bolgarija in Romunija na lestvici **morebitnih novih članic** (iz leta 2006) uvrstili šele na tretje in četrto mesto, prehiteli sta ju tako Hrvaška kot Turčija, ki na članstvo še čakata. Ne samo to, Hrvaška in Turčija sta prehiteli tudi Poljsko, ki je članica EU že tri leta. (tabela 3.2.1.1.2)

Tabela 3.2.1.1.2: Ocena dosege ciljev Lizbonske strategije v morebitnih novih⁶ članicah EU

Uvrstitev in točke morebitnih novih članic EU										
	Končna uvrstitev		Uvrstitev znotraj kategorije							
	Mesto	Točke	Informacijska družba	Inovacije in R&R	Liberalizacija	Vzpostavitev infrastrukture omrežij	Finančne storitve	Podjetniško okolje	Socialna vključenost	Trajnostni razvoj
Država										
Hrvaška	1	3,93	3,69	3,32	4,07	4,65	4,53	3,81	3,4	3,96
Turčija	2	3,92	3,22	3,27	4,46	4,12	4,91	4,21	3,52	3,66
Romunija	3	3,59	3,21	3,17	3,89	3,51	4,19	3,81	3,62	3,33
Bolgarija	4	3,31	3,09	2,92	3,49	3,86	3,8	3,43	2,87	3
Makedonija	5	3,28	2,51	2,79	3,56	3,71	3,98	3,51	3,17	3,04
Srbija in ČG	6	3,14	2,8	2,94	3,5	3,39	3,77	3,32	2,8	2,59

⁶ V času izdaje poročila Bolgarija in Romunija še nista bili članici Evropske unije op.T.K.K

	Točke	Informacijska družba	Inovacije in R&R	Liberalizacija	Vzpostavitev infrastrukture omrežij	Finančne storitve	Podjetniško okolje	Socialna vključenost	Trajnostni razvoj
Povprečje EU 25	4,84	4,58	4,24	4,92	5,36	5,6	4,59	4,4	5,05

Vir: Lisbon Review 2006 : 7.

3.2.1.2 World Economic Forum Global Competitiveness Report (priloga e)

World Economic Forum (WEF) vsako leto izda tudi Svetovno poročilo o konkurenčnosti. Uvrstitve izračunajo iz javno dostopnih podatkov in podatkov, ki jih pridobijo z anketiranjem vodilnih poslovnežev. Letos je sodelovalo več kot 11000 poslovnežev iz 125 držav.

Tudi po WEF indeksu so uvrstitve evropskih držav zelo razpršene, vodi Finska na drugem mestu, zadnji pa sta na 68. in 72. mestu najnovejši članici Romunija in Bolgarija. Na vrhu lestvice najdemo države konsenza in države blaginje, nekje v sredini pa južnoevropske države in članice iz širitve leta 2004. Slovenija je na 33. mestu zaostala za dvema novima članicama (Češko in Estonijo) in prehitela tri stare članice (Portugalsko, Grčijo in Italijo) (World Economic Forum 2007).

3.2.1.3 IMD World Competitiveness Yearbook (WCY) (priloga f)

IMD WCY je eno izmed najbolj obsežnih in natančnih letnih poročil o konkurenčnosti držav, ki izhaja že od leta 1989. S pomočjo štirih dejavnikov (ekonomska uspešnost, učinkovitost vlade, učinkovitost gospodarstva in infrastruktura) vsako leto sestavijo lestvico držav glede na njihovo sposobnost, da **ustvarijo in vzdržujejo okolje, ki spodbuja konkurenčnost podjetij** (IMD 2007 : 18–20).

Na lestvici petinpetdesetih držav zasedajo države članice Evropske unije mesta med petim (Danska) in dvainpetdestim (Poljska), kar pravzaprav pomeni, da so razporejene po celi lestvici. Tudi tu so na vrhu **države konsenza**, sledijo **države blaginje**, na drugi polovici lestvice pa najdemo **južnoevropske države** in države, ki so se Evropski uniji priključile leta 2004. Poljska zaostaja za novima članicama Romunijo in Bolgarijo kot tudi za državo kandidatko Turčijo. **Slovenija** na štiridesetem mestu zaostaja kar za petimi novimi članicami (Madžarsko, Slovaško, Češko, Litvo in Estonijo), prehitela pa je samo eno staro članico (Italijo).

3.2.2 Finska kot primer dobre prakse

V nadaljevanju bom predstavila izvirno družbeno inovacijsko okolje Finske, ki je že nekaj let v samem vrhu lestvice najbolj konkurenčnih držav na svetu (IMD, WEF 2006 in 2007, Lisbon Review) in lahko kot taka služi kot zgled Sloveniji in marsikateri drugi evropski državi.

Finska je tako imenovana »država konsenza«. To pomeni, da v državi obstaja konsenz družbenih partnerjev o razvojnih prednostih, predvsem o pospešenem razvoju znanja in tehnologij. Njihovi cilji so skladni, uvajanje in delovanje politik inovacijske verige pa pregledno. Regije so zasnovane razvojno, v njih vlada visoka stopnja socialne kohezije. Imajo zelo visoko stopnjo varčevanja, več kot 30% BDP, kar jim omogoča veliko vlaganja v razvoj in tehnološko visoko zahtevna delovna mesta. V svetovnem vrhu so tudi po razpoložljivosti tveganega kapitala za ustanavljanje podjetij in uvajanje zahtevnih tehnologij in programov (Sočan 2004a : 14–15).

Razvoj, v katerega poleg Švedske edini na svetu vlagajo več kot 4% BDP, načrtujejo dolgoročno. Pohvalijo se lahko s preglednostjo poslovanja in uspešnim povečevanjem zaposljivosti, zaradi česar se je brezposelnost v zadnjem obdobju znižala z 18% na 10%. Finska krepi razvojne sposobnosti političnega menedžmenta, integrira podjetja v svetovno mrežo ter uvaja informacijske tehnologije in razvojno zasnovane regije. Veliko pozornosti je bilo namenjene zmanjševanju zaščitnih in subvencijskih politikih za ohranjanje preživelih politik in ohranitvi subvencij znanju, krepitvi razvojnih potencialov in tehnološko – inovacijski prenovi podjetij (Sočan 2004a : 15).

Država zna usklajevati izobraževanje, usposabljanje na vseh ravneh, raziskave in razvoj ter informacijski sistem v gospodarstvu, državni upravi in družbi. Odprli so svoj bančni, zavarovalniški in telekomunikacijski sektor, s čimer so okrepili konkurenčen kapital, ki ga imajo na voljo za razvoj. Gospodarske veje med seboj povezujejo v grozde, s čimer omogočijo vzajemni prenos najboljših praks na področju menedžmenta, skupen tehnološki razvoj in usposabljanja kadrov, oblikovanje konkurenčnih programov ter celo usklajen izvoz. Podjetjem ja na voljo tudi pozitivna sinergija infrastrukture znanja in njegovega prenosa in institucionalna infrastruktura, ki spodbuja tehnološki razvoj in inovacije. Podjetja so tako visoko konkurenčna in imajo veliko dodano vrednost na zaposlenega. To se kaže v odlični uspešnosti njihovega gospodarskega potenciala; imajo namreč 85% zdravih podjetij, 10%

podjetij z razvojnimi težavami in samo 2% »klinično mrtvih« podjetij. S tem pridobi država še dodatna sredstva za visoka vlaganja v nadaljnji razvoj. Beležijo zelo visoko rast izvoza izdelkov, storitev in visokih tehnologij (Sočan 2004a : 16).

Tabela 3.2.2.1 Izvirno družbeno in inovacijsko okolje (skladnost in sinergija razvojnega okolja na ravni države, infrastrukture in gospodarstva) Finske

Država	Infrastruktura	Gospodarstvo
<ul style="list-style-type: none"> - konsenz družbenih partnerjev o razvojnih prednostih, predvsem o pospešenem razvoju znanja in tehnologij - skladnost ciljev in preglednost uvajanja in delovanja politik inovacijske verige - razvojno zasnovane regije in visoka stopnja socialne kohezije - varčevanje dosega okrog 30 % BDP; veliko je tveganega kapitala 	<ul style="list-style-type: none"> - vrhunski sistem šolanja in usposabljanja, vpis 2/3 generacije na visoke šole - vrhunski bančni in zavarovalniški sistem - vrhunska vlaganja v razvoj in prenos tehnologij med univerzo, inštituti in gospodarstvom 	<ul style="list-style-type: none"> - koordinirani strateški grozdi gospodarskih vej, ki omogočajo skladen tehnološki, menedžerski, proizvodni, tržni razvoj - uspešnost gospodarskega potenciala: 85 % zdravih podjetij, 10 % podjetij z razvojnimi težavami, 5 % »klinično mrtvih« - gospodarstvo z izredno visoko rastjo izvoza izdelkov in storitev visokih tehnologij in visoko dodano vrednostjo - visoka stopnja razvojne konkurenčnosti - zmanjšanje brezposelnosti z 19 na okrog 10 %
<p>Izvirno družbeno inovacijsko razvojno okolje Finske temelji na znanju in prednostnem tehnološkem razvoju ter vrhunski skladnosti in sinergiji povezovanja podjetniškega sektorja, infrastrukture in državnih odločitev o strateških ciljih in politikah za njihovo udejanjanje.</p>		

Vir: L. Sočan et al., *Projekt Simulacije trajnosnega razvoja*, 2004

3.2.3 Evropska unija in pobude na področju družbene odgovornosti

Evropska unija je na področju družbene odgovornosti podjetij začela načrtno delovati šele s pričetkom tretjega tisočletja, prvi dokument v celoti posvečen družbeni odgovornosti podjetij pa je bil izdan leta 2001. Na prvi pogled se zdi to pozno, če vemo, da je bil Svetovni poslovni svet za družbeno odgovornost in razvoj ustanovljen že leta 1992, Global Compact, svetovna pobuda Združenih narodov pa je začela delovati leta 2000.

Prvak med državami na področju družbene odgovornosti je bila, nepresenetljivo, Danska. Dansko ministrstvo za socialne zadeve je že davnega leta 1994 sprožilo kampanjo na temo družbene odgovornosti in v svoji prestolnici, Kopenhagnu, odprla Center družbene odgovornosti podjetij. Precej napredna je bila tudi Francija, ki je prvo zakonodajo, ki je vsebovala določila, povezana z družbeno odgovornostjo podjetij, sprejela leta 1995, kasneje pa še leta 1999 in 2001. Zelo velik korak naprej je naredila še danes visoko aktivna Velika Britanija, ki je leta 2000 potrdila prvega evropskega ministra za družbeno odgovornost podjetij (Eberhard-Harribey 2006: 358–360).

Navkljub navidezno poznemu začetku se je treba zavedati, da se je družbena odgovornost podjetij na ravni celotne Evropske unije pojavila že mnogo prej, čeravno ne v formi, pa v vsebini. Skupna evropska politika namreč vsebuje mnoge ideje in cilje, ki so sestavni del družbene odgovornosti podjetij. V številnih dokumentih lahko najdemo zavezo k odgovornemu kadrovskemu menedžmentu, ki vključuje vseživljenjsko izobraževanje, enakopravnost moških in žensk, odpravo diskriminacije na delovnem mestu in pravico dostopa do informacij. Veliko je bilo zapisanega tudi o drugih družbeno odgovornih praksah, kot na primer o varnosti in zdravju pri delu ter o družbeno odgovornem investiranju. (Eberhard-Harribey 2006: 360-362)

Sem ne spadajo le novejši dokumenti, duh družbene odgovornosti je prisoten že od vsega začetka. V Rimski pogodbi na primer piše, da je skupno delovanje za družbeni napredek prioriteta Evropske gospodarske skupnosti. V 117. členu se Evropska skupnost zaveže k izboljšanju pogojev za življenje in delo. Že leta 1975 se začne izvajati regionalna politika, ki se, tako kot DO, zavzema za uravnotežen razvoj. Enotni evropski akt tako promovira ekonomsko in družbeno kohezijo, v Maastrichtu pa se pojavijo predlogi za reforme strukturnih skladov in za socialni dialog, ki so kasneje, v Amsterdamu, tudi potrjeni (Eberhard-Harribey 2006: 363–365).

3.2.3.1 Lizbonska strategija

Leta 2000 Lizbonska strategija izpostavi povezavo med DOP in trajnostnim razvojem, ko zapiše, da je družbena odgovornost podjetij pomemben del trajnostnega razvoja tako na državni kot tudi na mednarodni ravni. V osrednjem sporočilu Lizbonske strategije je zapisan mnogokrat citiran cilj, da Evropa postane najbolj dinamično in konkurenčno gospodarstvo na svetu, ki je sposobno doseči visoko gospodarsko rast, izboljšati zaposljivost in družbeno kohezijo. Z zapisanimi vrednotami trajnostnega razvoja so se tako odprla evropska vrata za usmerjeno delovanje na področju družbene odgovornosti podjetij (Evropska komisija 2007).

3.2.3.2 Zelena knjiga

Leta 2001 izdana Zelena knjiga, dokument, ki ga »Evropska komisija izda z namenom, da sproži razpravo v državah članicah« z naslovom »Promocija evropskega okvira za družbeno odgovornost podjetij«, (Urad vlade RS za informiranje 2007), velja za temeljni kamen na področju družbene odgovornosti v Evropski uniji. V njem Evropska komisija zapiše, da so se

na strani državljanov, potrošnikov, oblasti in celo investorjev, pojavila nova pričakovanja in skrbi. Opažen je večji vpliv družbenih kriterijev na odločitve investorjev, ki najverjetneje rezultira iz vedno večjih posledic, ki jih ima gospodarska dejavnost za okolje. Z razvojem novih informacijsko komunikacijskih tehnologij se je pojavila tudi boljša preglednost, ki zainteresiranim strankam omogoča cenejši, hiter in bolj učinkovit nadzor nad delovanjem podjetij (Evropska komisija 2001).

3.2.3.3 Družbena odgovornost podjetij: prispevek podjetij k trajnostnemu razvoju

Leta 2002 je bilo za področje družbene odgovornosti v Evropski uniji prelomno leto. Takrat izide poročilo Evropske komisije z naslovom Družbena odgovornost podjetij: prispevek podjetij k trajnostnemu razvoju. Poročilo je pravzaprav nadaljevanje Zelene knjige, v njem pa je predstavljena prva Evropska strategija za razvoj družbene odgovornosti podjetij. Poročilo je naslovljeno na evropske institucije, države članice, družbene partnerje, podjetja, potrošniške organizacije in vse, ki jih družbena odgovornost zadeva. Evropska strategija se lahko namreč razvija in implementira le z njihovo pomočjo (Evropska komisija 2002).

3.2.3.4 Evropska strategija za razvoj družbene odgovornosti podjetij

Evropska strategija iz leta 2002 je temeljila na naslednjih načelih:

- priznavanje prostovoljne narave družbene odgovornosti podjetij
- potreba po kredibilnosti in preglednosti družbeno odgovornih praks
- osredotočenost na dejavnosti, katerim pomoč skupnosti doprinese dodano vrednost
- uravnoteženost in vsevključujoč pristop k družbeni odgovornosti, ki vključuje ekonomske, družbene in okoljske tematike, skupaj z varovanjem potrošnikov
- pozornost za potrebe in značilnosti srednje velikih in majhnih podjetij
- podpora in kompatibilnost z obstoječimi mednarodnimi dogovori in instrumenti (ILO core labour standard, OECD smernice za mednarodna podjetja).

Osredotočila se je na naslednja področja:

1. izboljšanje znanja o pozitivnih učinkih družbene odgovornosti na podjetja in družbo v Evropi in tujini, predvsem pa v državah v razvoju

2. razvoj izmenjave izkušenj in dobre prakse med podjetji
3. promocija razvoja družbeno odgovornih vodstvenih veščin
4. gojenje družbene odgovornosti med srednje velikimi in majhnimi podjetji
5. omogočiti zблиževanje in preglednost družbeno odgovornega delovanja in pripomočkov
6. oblikovanje Foruma interesnih skupin za družbeno odgovornost podjetij
7. integracija družbene odgovornosti podjetij v evropsko politiko.

Poročilo navede tudi osnovne predpostavke v zvezi z družbeno odgovornostjo podjetij, ki pravijo:

1. družbena odgovornost podjetij je obnašanje, ki presega zakonske okvire in za katerega se podjetja odločijo, ker menijo, da je tovrstno ravnanje v njihovem dolgoročnem interesu.
2. Družbena odgovornost podjetij je neločljivo povezana s trajnostnim razvojem; podjetja morajo integrirati gospodarske, družbene in okoljske učnike svojega delovanja
3. Družbena odgovornost ni le dodatek k osnovni dejavnosti podjetja, temveč je način vodenja podjetja

(Evropska komisija 2002).

3.2.3.5 CSR Europe

Istega leta je Evropska unija začela aktivno sodelovati z nepridobitno organizacijo CSR Europe (Družbena odgovornost podjetij v Evropi), katere cilj je promocija družbene odgovornosti. Podjetjem želijo pomagati, da s pomočjo družbene odgovornosti dosežejo dobiček, trajnostno rast in napredek. Danes je sestavljena iz 60ih vodilnih multinacionalnih podjetij, s pomočjo osemnajstih državnih organizacij pa dosega več kot 1400 podjetij. Njeni začetki segajo v leto 1995, ko je na pobudo Jacquesa Delorsa začela delovati pod imenom Evropska poslovna mreža za socialno kohezijo (CSR Europe 2006).

3.2.3.6 Forum interesnih skupin o družbeni odgovornosti podjetij

Leto 2002 je zabeležilo še en pomemben dogodek: oktobra je začel delovati Forum interesnih skupin o družbeni odgovornosti podjetij. Odločitev o ustanovitvi Foruma je zapisana v poročilu iz istega leta, njegovi cilji pa so bili sledeči:

- izmenjava izkušenj in dobre prakse med akterji na evropski ravni
- združitev obstoječih pobud znotraj EU in vzpostavitev skupnega evropskega pristopa in načel, kot podlago za dialog na mednarodni ravni in z drugimi državami.
- Prepoznati in raziskati področja, na katerih obstaja potreba za delovanje na evropski ravni.

Forum, kateremu je predsedovala Komisija, je bil sestavljen iz predstavnikov štiridesetih evropskih organizacij delavcev, delodajalcev, potrošnikov, civilne družbe, strokovnih združenj in poslovnih mrež. Poleti 2004 je predstavil zaključke svojega dela in podal obsežna priporočila (EU multistakeholder forum on CSR 2004).

3.2.3.7 Instrumenti družbene odgovornosti podjetij

Dokument o instrumentih družbene odgovornosti podjetij je direktorat Evropske komisije za zaposlovanje in socialne zadeve izdal v aprilu 2003, dve leti po nastanku Zelene knjige. V vmesnem času se je zaradi naraščajoče pozornosti, namenjene družbeni odgovornosti podjetij, pojavila vrsta različnih instrumentov; od kodeksov, standardov, smernic, shem za označevanje, sistemov za vodenje, pa do metodologij za nadzor in družbeno odgovorno investiranje. Instrumenti so se razlikovali po pristopu, obsegu, namenu, izvoru, implementaciji in uporabnosti za različna področja. Glede na to, da so bila pričakovanja v zvezi z družbeno odgovornostjo podjetij vedno večja, se je pojavila potreba po boljši preglednosti, kredibilnosti in usklajenosti standardov, praks in meril doseženih rezultatov. Študijo Pregled instrumentov družbene odgovornosti podjetij je za Komisijo pripravila skupina neodvisnih strokovnjakov (Evropska komisija 2003).

3.2.3.8 Izvajanje partnerstva za rast in delovna mesta: Evropa – središče odličnosti za družbeno odgovornost podjetij

Marca 2006 je Evropska komisija objavila novo Poročilo⁷ Evropskemu parlamentu, Svetu in Evropskemu ekonomsko – socialnemu odboru v katerem je povzela dogajanje na področju v preteklosti in podala predloge za spodbujanje nadaljnje uporabe praks na področju družbene odgovornosti podjetij. Ti so sledeči:

- Dvigovanje osveščenosti in izmenjava najboljših praks
- Podpora pobudam interesnih skupin
- Obveščanje potrošnikov in transparentnost
- Sodelovanje z državami članicami
- Raziskave
- Izobrazba
- Mala in srednje velika podjetja
- Mednarodna razsežnost družbene odgovornosti podjetij

Zapišejo tudi, da družbena odgovornost prispeva k trajnostnemu razvoju in spodbuja možnosti za inovacije in konkurenčnost in posledično prispeva k zaposljivosti in ustvarjanju novih delovnih mest. Za doseg te ciljev je nujno sodelovanje držav članic, podjetij in vsemi interesnimi skupinami. V ta namen so se odločili ustanoviti Evropsko zvezo za družbeno odgovornost podjetij, ki bo služila kot politično okrilje za nove in obstoječe pobude na področju družbene odgovornosti. Prostovoljno jo lahko brez vsakršnih obveznosti in zahtev podprejo prav vsa podjetja, njen cilj pa je pozitivno vplivati na odnos podjetij do družbene odgovornosti (Evropska komisija 2006b).

3.2.4 Sklepi

Evropska unija se zaveda pomembnosti družbene odgovornosti podjetij za uspešen trajnostni razvoj vseh držav članic in je zato na tem področju v zadnjih letih zelo aktivna. Izdala je vrsto dokumentov na temo družbene odgovornosti, financirajo številne izobraževalne projekte v vseh državah članicah, tudi v Sloveniji, podpirajo projekte, ki podjetja rangirajo glede na

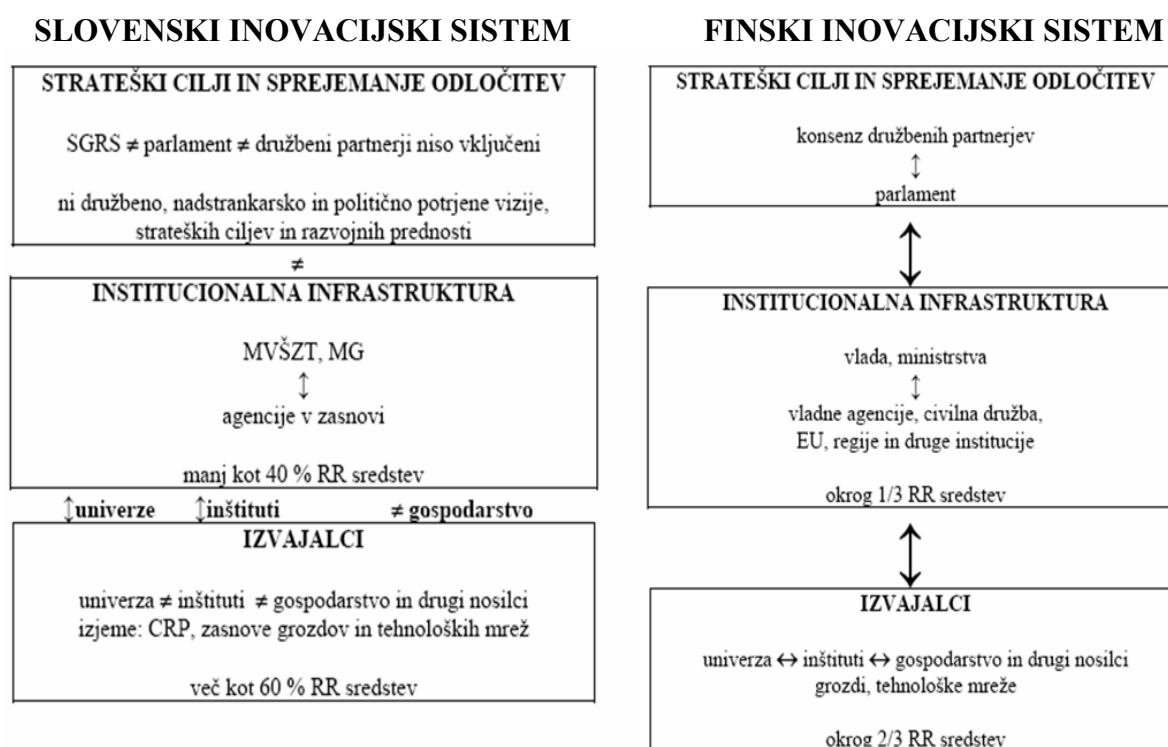
⁷ Poročilo Evropskemu parlamentu, Svetu in Evropskemu ekonomsko – socialnemu odboru Izvajanje partnerstva za rast in delovna mesta: Evropa – središče odličnosti za družbeno odgovornost podjetij

družbeno odgovorno ravnanje, vzpostavili pa so tudi Evropsko zvezo za družbeno odgovornost podjetij. Vedo, da je družbeno odgovornost pomemben mejnik na poti k najbolj dinamičnemu in konkurenčnemu gospodarstvu sveta.

3.3 Slovensko okolje za družbeno odgovornost podjetij

3.3.1 Zaostanek Slovenije za družbami konsenza

Slika 3.3.1.1: Slovenski in Finski inovacijski sistem



Legenda:

↓, ↔: konceptualna, finančna in vsebinska povezanost = **pozitivna sinergija**

≠: konceptualna, finančna in vsebinska nepovezanost = **negativna sinergija**

Vir: L. Sočan, FDV, 2005

Če primerjamo slovenski inovacijski sistem s finskim vidimo, da so na Finskem v oblikovanje strateških ciljev in sprejemanje odločitev vključeni vsi družbeni partnerji in parlament. Obstaja tudi pozitivna sinergija med strateškimi cilji in institucionalno infrastrukturo. V Sloveniji družbeni partnerji niso vključeni v ta proces, parlament ravno tako ne sodeluje pri oblikovanju Strategije gospodarskega razvoja Slovenije. Nimamo družbeno, nadstrankarsko in politično potrjene vizije, strateških ciljev in razvojnih prednosti. Med tistimi, ki oblikujejo cilje in sprejemajo odločitve obstaja negativna sinergija.

Na Finskem je institucionalna infrastruktura sestavljena iz vlade in ministrstev, ki sodelujejo z vladnimi agencijami, civilno družbo, Evropsko unijo, regijami in drugimi institucijami. Vsa institucionalna infrastruktura je povezana z izvajalci, torej univerzo, inštituti, gospodarstvom in drugimi nosilci, ki so ravno tako odlično povezani med seboj. Povezujejo se v grozde in tehnološke mreže. Pri nas institucionalno infrastrukturo sestavljata Ministrstvo za visoko šolstvo, znanost in tehnologijo in Ministrstvo za gospodarstvo, agencije pa so še v zasnovi. Obstaja pozitivna sinergija med institucionalno infrastrukturo in univerzami in inštituti, ne pa tudi med institucionalno infrastrukturo in gospodarstvom. Izjema so grozdi in zasnove tehnoloških mrež ter Ciljni raziskovalni program (CRP) (Sočan 2005).

Slovenija za državami konsenza zaostaja na vseh področji ukrepanja. Ocena Sočana je, da veliko zaostajamo na področju uvajanja novih razvojnih paradig in vrednot, na področju upoštevanje sodobnih razvojnih vzvodov svetovnega gospodarstva in na področju opuščanja preživelih razvojnih politik. Na področju ohranjanja nevtralnih politik zmerno zaostajamo, na področju pospešenega uveljavljanja izvernih proaktivnih politik pa je naš zaostanek zelo velik (Sočan 2004b : 54). (priloga e,f,g,h)

3.3.2 Konkurenčnost Slovenije

World Economic Forum je v *Lisbon Review* leta 2006 pri oceni doseganja ciljev Lizbonske strategije v državah članicah Evropske unije Slovenijo uvrstil na šestnajsto mesto v EU 25.

Tabela 3.3.2.1: Ocena slovenskega doseganja ciljev Lizbonske strategije

	Končna uvrstitev		Uvrstitev znotraj kategorije							
			Informacijska družba	Inovacije in R&R	Liberalizacija	Vzpostavitev infrastrukture omrežij	Finančne storitve	Podjetniško okolje	Socialna vključenost	Trajnostni razvoj
Slovenija	16	4,44	13	13	22	15	20	23	19	12

Vir: Lisbon Review 2006 : 6.

Najvišjo uvrstitev je Slovenija dosegla v kategoriji trajnostni razvoj, kjer je zasedla dvanajsto mesto in prehitela vse nove članice, med starimi pa Španijo, Portugalsko, Grčijo, Italijo in Poljsko. Sledi trinajsto mesto v kategorijah informacijska družba in inovacije in raziskave & razvoj. Petnajsto mesto smo zasedli v kategoriji vzpostavitev infrastrukture omrežij, kjer smo prehiteli vse nove članice razen Češke. Precej slabše nam je šlo v kategoriji socialna vključenost, kjer so nas na devetnajstem mestu izmed novih članic prehiteli Češka, Estonija, Madžarska, Slovaška, Malta in Ciper. Z dvajsetim mestom v kategoriji finančne storitve smo zaostali za petimi novimi članicami. V kategoriji liberalizacije smo za seboj pustili samo

Italijo, Litvo in Poljsko. Podjetniško okolje, ki je ključno za družbeno odgovornost podjetij je naša najšibkejša točka, saj smo v tej kategoriji zasedli triindvajseto mesto, prehiteli so nas torej vse članice razen Poljske in Italije.

Niti v eni sami kategoriji nismo prehiteli držav konsenza niti držav blaginje. Tudi na lestvici svetovne konkurenčnosti, ki jo vsako leto objavi ista ustanova, je situacija podobna. Prehiteli nismo nobene izmed držav konsenza niti držav blaginje, zaostali pa za istima dvema novima članicama, Estonijo in Češko. Še slabše nam kaže na lestvici IMD, kjer so nas na štiridesetem mestu od dvainpetdesetih prehiteli Madžarska, Slovaška, Češka, Litva in Estonija in vse nove članice razen Italije.

Slovenija še nima izoblikovanega izvirnega družbenega inovacijskega okolja, zato je nujno, da se čim prej loti vsebinske preobrazbe dosedanjega koncepta razvoja. Sočan predlaga naslednje korake na treh področjih:

Tabela 3.3.2.1.2: Spremeniti dosednji samorastniško-liberalistični koncept razvoja v razvojni konsenz o gospodarski in družbeni prenovi Slovenije

Država	Infrastruktura	Gospodarstvo
<ul style="list-style-type: none"> -še naprej posvečati pozornost odprtosti in konkurenčnosti -zgraditi institucionalno infrastrukturo za učinkovito inovacijsko verigo -zmanjševati veliko zaostajanje na področju vrednot, vzvodov in politik razvoja -povečati varčevanje in vhodne in izhodne neposredne naložbe ter tvegani kapital -naložbe in izvoz kot osnova rasti -zmanjšati davčne obremenitve in transferje -vsaj prepoloviti sivo ekonomijo in ekscesno državno lastnino -razvojno zasnovati regije -zagotavljati varnost države 	<ul style="list-style-type: none"> -vlaganje v znanje povečati s 14,5% na vsaj 20%BDP -zagotoviti učinkovit sistem prenosa kapitala -pretežni del materialne infrastrukture financirati s tujim kapitalom -izboljšati socialno kohezijo in povečati zaposljivost -sprejeti in uvajati norme »alpskega okolja« 	<ul style="list-style-type: none"> -izvesti načrtno tehnološko-inovacijsko prenavo večine podjetij -zagotoviti vodilno razvojno vlogo domačim in tujim strateškim partnerjem -pospešeno razvijati tehnološko zahtevna delovna mesta -hitreje povečevati izvoz -hitreje povečevati dodano vrednost na zaposlenega

Vir: Sočan 2004 : 32.

3.3.3 Aktivnost države na področju družbene odgovornosti

Družbena odgovornost slovenskih podjetij je prepuščena njihovi lastni pobudi. Čeprav je tematika v zadnjih letih deležna precej pozornosti, s strani države ni bilo narejeno prav veliko. V letu 2005 je vlada ustanovila medresorsko delovno skupino za spodbujanje družbene

odgovornosti podjetij, ki je leta 2006 objavila **Nacionalno poročilo o javni politiki na področju družbene odgovornosti podjetij**.

3.3.3.1 Nacionalno poročilo o javni politiki na področju družbene odgovornosti podjetij⁸

V poročilu je zapisano, da se v Sloveniji odvija vrsta dejavnosti, ki so vsebinsko povezane z družbeno odgovornostjo podjetij, in da je le-ta kot del trajnostnega razvoja tudi ena izmed stalnih prioritet Slovenske razvojne strategije. Poročilo vendarle priznava, da se na državni ravni besedna zveza družbena odgovornost podjetij ne uporablja prav pogosto, kar pa naj ne bi pomenilo, da Slovenija na tem področju ni dejavna (Evropska komisija 2006c).

3.3.3.1.1 Promocija družbene odgovornosti

Družbeno odgovornost vlada promovira s pomočjo štirih orodij:

1. Zviševanje osveščenosti

Cilji vlade so zelo okvirni: postaviti zakonsko podlago, ki bo spodbujala družbeno odgovorno ravnanje in vzpostaviti nadzor nad implementacijo omenjenih zakonov. V poročilu ne piše za katere zakone gre in kakšne zahteve bodo v njih postavljene. Ravno tako ni zapisano, do kdaj naj bi omenjene zakone sprejeli. Vlada naj bi s pomočjo tekmovanj, nagrad, izobraževanj in primerov dobre prakse tudi spodbujala podjetja, k večji odgovornosti, kot je predpisana z zakoni.

2. Poslovne pobude

Med poslovnimi pobudami je omenjena zgolj Podelitev priznanja Republike Slovenije za poslovno odličnost za dosežke na področju kakovosti proizvodov in storitev ter kakovosti poslovanja kot rezultata razvoja znanja in inovativnosti. Priznanje vsako leto po izboru ocenjevalne komisije podeli predsednik vlade

(Ministrstvo za visoko šolstvo, znanost in tehnologijo, Urad za meroslovje 2007).

3. Raziskave

⁸ Nacionalno poročilo o javni politiki na področju družbene odgovornosti podjetij, Medresorska delovna skupina za družbeno odgovornost podjetij, Ljubljana, 2006

Vlada načrtuje raziskave na temo družbene odgovornosti, katere naj bi predlagala in izvedla posamezna ministrstva. Poročilo navede en sam primer; subvencije, ki so na voljo le ekološkim, ne pa tudi navadnim kmetom.

4. Vodstvena orodja

Vlada spodbuja kakovost in odličnost z modelom EFQM (European Foundation for Quality Management), ki je omenjen tudi v Slovenski razvojni strategiji. Ne omenijo nobenega izmed certifikatov vodenja, ki so na voljo slovenskim podjetjem (Evropska komisija 2006c).

3.3.3.1.2 Zagotavljanje transparentnosti

V poročilu vlada ugotavlja, da je poročanje o družbeni odgovornosti v Sloveniji slabo, zaradi česar so predlagali spremembo zakonodaje, ki naj bi zahtevala poročanje o varovanju okolja, zaposlenih in spoštovanju etičnega kodeksa. V zvezi z označevanjem zapiše, da lahko proizvajalci označijo biološke pridelke in izdelke, ki so izdelani na okolju prijazen način (ibid).

Kot primer družbeno odgovornega vlaganja navedejo subvencije, pri kateri imajo prednost ekološki pridelovalci. Poročilo omenja tudi državno in zasebno partnerstvo na področju varovanja voda, kjer sodelujejo z zasebnimi podjetji. V partnerstvu z nevladnimi organizacijami so triintridesetim podjetjem podelili certifikat »Družini prijazno podjetje«. Država sofinancira tudi izdajo revije za varstvo in informiranje potrošnikov VIP, katero izdaja Mednarodni inštitut za potrošniške raziskave (ibid).

3.3.3.1.3 Razvoj politik za podporo družbeni odgovornosti podjetij

Podporo razvoju družbeni odgovornosti podjetij naj bi nudila Slovenska razvojna strategija, ki si je za cilje zastavila družbeni razvoj, medgeneracijski razvoj, trajnostni razvoj in razvoj Slovenije v mednarodnem okolju. Poleg Strategije razvoj se z razvojem politik za spodbujanje družbene odgovornosti ukvarja tudi Medresorska delovna skupina za spodbujanje družbene odgovornosti. V zvezi s **trajnostnim razvojem** poročilo zopet omenja zgolj ekološko kmetijstvo (ibid).

Na področju **socialne politike** se vlada zavzema za spoštovanje pravice delavcev in spodbuja tristranski dialog med sindikati, zaposlenimi in delodajalci. Za zviševanje osveščenosti na področju varnosti in zdravje pri delu so podelili nagrade za dobro prakso in certifikate družinam in materam prijaznim podjetjem. Spremljajo delovne pogoje v podjetjih, ki dobivajo prispevke za zaposlovanje nezaposlenih. Država s subvencijami, nagradami in oprostitvijo plačila prispevkov podjetja spodbuja k zaposlovanju težje zaposljivih skupin (ibid).

Družbeno odgovorno ravnanje podjetij spodbuja tudi **Vladni urad za enake možnosti**, ki podjetja osvešča s pomočjo letakov in plakatov, zagovarja enake možnosti za moške in ženske in se bori proti nasilju in diskriminaciji na delovnem mestu (Vladni urad za enake možnosti 2007).

Vlada je sprejela **Nacionalni program varstva okolja**, ki med svoje prioritete postavlja tudi večanje okoljske zavesti podjetij in spodbuja primernejše ravnanje podjetij z okoljem (Ministrstvo za okolje in prostor 2007).

Ministrstvo za šolstvo in šport spodbuja družbeno odgovorno zavest skozi vsebine obveznih predmetov v šolah. Na področju športa spodbujajo podjetja, naj skozi donacije in sponzorstva pomagajo športnikom na vseh ravneh (Evropska komisija 2006c).

3.3.4 Sklepi

Obravnavano poročilo se družbene odgovornosti podjetij loteva precej površno, velik del besedila je posvečen tematikam, ki so z družbeno odgovornostjo podjetij povezana le posredno ali celo sploh ne. Primer tega je ekološko kmetijstvo, ki z družbeno odgovornostjo podjetij ni neposredno povezano, a je v poročilu omenjeno kar štirinajstkrat in sicer kot primer raziskav na temo družbene odgovornosti podjetij, primer označevanja, družbeno odgovornega vlaganja in trajnostnega razvoja. Tudi del poročila, ki govori o izobraževanju, ni posvečen izobraževanju na temo družbene odgovornosti, temveč govori o slovenskem osnovnem in srednjem izobraževanju, enakopravnosti otrok s posebnimi potrebami in vključenosti romskih otrok v slovensko šolstvo.

Vsebina poročila, katerega je pripravila Medresorska delovna skupina za spodbujanje družbene odgovornosti podjetij, žal kaže na odnos države do te tematike. Tabela, ki jo je Evropska komisija objavila na spletni strani, posvečeni družbeni odgovornosti podjetij, kaže

da Slovenija s svojo politiko ne spodbuja družbene odgovornosti podjetij. Slovenija je edina izmed dvaindvajsetih držav, ki so Evropski komisiji oddale Poročilo o javni politiki za spodbujanje družbene odgovornosti, ki glede na tabelo na tem področju ni storila ničesar (ibid).

Tabela 3.3.2.1: Zbirka nacionalnih javnih politik za področje družbene odgovornosti

	AU	B	CS	DA	FI	FR	DE	EL	HU	IE	IT	LA	LT	LU	PL	PT	SL	ES	SE	NL	UK
Promocija družbene odgovornosti podjetij																					
Osveščanje	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓				✓	✓			✓			✓	✓	✓	✓
Raziskave	✓			✓				✓	✓		✓				✓					✓	✓
Javno – zasebno partnerstvo			✓	✓		✓	✓			✓					✓					✓	✓
Poslovne pobude	✓		✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓	✓	✓		✓	✓	✓			✓	✓	✓
Orodja vodenja	✓									✓					✓				✓		✓
Zagotavljanje Transparentnosti																					
Kodeksi	✓		✓				✓												✓		✓
Poročanje	✓			✓		✓									✓				✓	✓	✓
Označevanje	✓	✓		✓						✓	✓				✓						✓
Družbeno odgovorne investicije	✓	✓				✓	✓		✓										✓	✓	✓
Oglaševanje		✓								✓									✓		
Drugo																					
Razvoj politik v podporo družbeni odgovornosti podjetij																					
Trajnostni razvoj	✓	✓	✓			✓	✓			✓	✓				✓						
Socialna politika						✓	✓		✓		✓										
Politika varstva okolja			✓				✓			✓	✓									✓	
Javni razpisi		✓	✓	✓		✓					✓	✓							✓		✓
Trgovinska in izvozna politika	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓					✓	✓		✓				✓	✓	✓
Other	✓	✓	✓	✓		✓		✓	✓			✓			✓				✓	✓	✓

Vir: Evropska komisija 2007.

Poročilu navkljub se v Sloveniji, tudi na državni ravni, na temo družbene odgovornosti podjetij marsikaj dogaja. Na spletnem podjetniškem portalu (<http://www.podjetniski-portal.si>) Ministrstva za gospodarstvo, lahko v rubriki Družbeno odgovorno podjetništvo preberemo razlago družbene odgovornosti podjetij in vse o spremembah in uspehih, ki jih prinaša podjetjem. Predstavljene so aktivnosti na področju družbene odgovornosti v zadnjih letih Code to Smart Reality for SMEs, katerega namen je postavitev podpornega okolja in

predstavitev instrumentov za dvig osveščenosti o pomenu družbene odgovornosti podjetij (Podjetniški portal 2006).

Ministrstvo za delo, družino in socialne zadeve je sponzor konference Družbena odgovornost in izzivi časa, katere častni pokrovitelj je že drugo leto zapored slovenski predsednik, Janez Drnovšek (Institut za raziskovanje družbene odgovornosti 2006). Vsako leto organizira tudi Teden Varnosti in zdravja pri delu, podeljuje že omenjene certifikate Družini prijazno podjetje in pripravlja projekt za podeljevanje nagrad za primere dobre prakse zaposlovanja invalidov (Štoka Debevec 2007:3).

Morda bo obnovljeno Poročilo o javni politiki za spodbujanje družbene odgovornosti, katerega lahko pričakujemo v kratkem, bolje povzelo vladne aktivnosti in slovenske usmeritve na tem področju .

3.3.5 Druge aktivnosti na področju družbene odgovornosti podjetij v Sloveniji

Poleg podjetij samih, se z družbeno odgovornostjo ukvarjajo različni akterji, od Gospodarske zbornice do nevladnih organizacij, inštitutov, fundacij in društev. V nadaljevanju bom predstavila najbolj aktivne.

3.3.5.1 Gospodarska zbornica Slovenije

V okviru svojega svetovalnega centra Infopika, ponuja GZS vrsto informacij o družbeni odgovornosti in organizira številne dogodke. Podjetja lahko preberejo, kako lahko družbena odgovornost prispeva k povečanju konkurenčnosti, povzetek strateških dokumentov Evropske Unije, katera so relevantna slovenska in tuja združenja in institucije in najdejo povezave na številne relevantne članke in materiale. Pripravili so tudi vprašalnik za podjetja in svetovalce o poznavanju družbene odgovornosti.

V zadnjem času so organizirali oziroma sodelovali pri organizaciji sledečih projektov:

1. Konferenca Družbena odgovornost in izzivi časa 2006 in 2007 – vloga menedžerjev pri razvoju družbene odgovornosti v pridobitnih in nepridobitnih organizacijah

2. Družbena odgovornost danes, jutri... v sodelovanju z društvom za kakovost in ravnanje z okoljem
3. Družbena odgovornost kot del vizije modernega podjetja
4. V organizaciji GZS Maribor od maja tega leta poteka projekt Družbena odgovornost malih in srednje velikih podjetij, katerega namen je postavitvev podpornega okolja in predstavitev podpornih instrumentov za povečanje vedenja o pomenu družbene odgovornosti podjetij.
5. Usposabljanje za svetovalce na področju družbene odgovornosti (GZS 2006a).

3.3.5.2 SiQ - Slovenski institut za kakovost in meroslovje

SiQ je priglasieni organ za podeljevanje številnih certifikatov za sisteme vodenja, ki pričajo o družbeni odgovornosti podjetij. Ključni so sledeči certifikati:

- ISO 9001 - Sistemi vodenja kakovosti
- ISO 14001 - Sistemi ravnanja z okoljem
- EMAS
- OHSAS 18001 - Sistemi vodenja varnosti in zdravja pri delu

(Slovenski institut za kakovost in meroslovje 2006).

V letu 2008 prihaja nov standard ISO 26000 s smernicami za družbeno odgovornost, ki ne bo namenjen certificiranju, ampak bo spodbujal prostovoljno zavezanost družbeni odgovornosti. Namenjen bo javnim in zasebnim organizacijam po vsem svetu, vseboval pa bo navodila, smernice, koncepte, definicije in metode preverjanja. Vseboval bo najboljše prakse družbenega ravnanja in bo konsistenten z deklaracijami in konvencijami Združenih narodov in Mednarodno organizacijo dela (Kaker 2007 : 2).

3.3.5.3 Inštitut za razvoj družbene odgovornosti - IRDO

IRDO je bil ustanovljen leta 2004 z namenom raziskovati in pospeševati razvoj družbene odgovornosti v Sloveniji in v svetu. Njegove dejavnosti so raziskovanje, svetovanje, izobraževanje, informiranje, promocija, povezovanje in dobrodelnost. IRDO ima vizijo v petih letih postati v Sloveniji in v svetu priznana jedro raziskovalcev in strokovnjakov s

področja družbene odgovornosti, ki s svojimi aktivnostmi pomembno prispevajo k razvoju družbene odgovornosti in družbe v celoti (Institut za razvoj družbene odgovornosti 2006).

IRDO je organiziral dva izmed najbolj odmevnih slovenskih dogodkov na področju družbene odgovornosti in sicer dve konferenci z naslovom Družbena odgovornost in izzivi časa.

3.3.5.4 Informacijski portal za družbeno odgovornost podjetij

Vsem, ki bi želeli o družbeni odgovornosti izvedeti kaj več, pa naj bodo podjetniki, potrošniki ali strokovnjaki, bo v veliko pomoč Slovenski informacijski portal za družbeno odgovornost podjetij, kjer lahko najdemo vire novic, splošen pregled spletnih strani na temo družbene odgovornosti, samostojna okoljska in trajnostna poročila slovenskih podjetij ter raziskave o poročanju in vse vrste. Stran vsebuje tudi povezave na članke, komentarje, novice in dogodke, povezave na diplomska, magistrska ali specialistična dela ter doktorske disertacije, knjige, zbornike in slovarje (Informacijski portal 2007).

3.3.5.5 Slovensko društvo ZN za trajnostni razvoj

Junija 2007 je tudi Slovenija z ustanovitvijo Slovenskega društva Združenih narodov za trajnostni razvoj postala članica Global Compacta, največje in najbolj odmevne mednarodne mreže za družbeno odgovornost. Pobuda je **prostovoljna**, njen cilj pa je povečevati družbeno odgovornost in ozaveščenost. K včlanitvi so vabljene vse slovenske organizacije in podjetja, trenutno pa je vanjo vključenih 33 slovenskih podjetij.

Na ustanovnem srečanju društva, katerega so se udeležili predstavniki ustanovnih podjetij in člani društva, sta imela govor dr. Žiga Turk, minister brez resorja, pristojen za usklajevanje in spremljanje izvajanja strategije razvoja Slovenije ter gospodarskih in socialnih reform in dr. Danilo Türk, bivši pomočnik generalnega sekretarja ZN in kandidat za predsednika države (IEDC Poslovna šola Bled 2007).

3.3.6 Sklepi

Družbena odgovornost podjetij v Sloveniji je v povojih. Glede na to, da se podjetja za družbeno odgovornost odločajo prostovoljno je razumljivo, da je pobuda prepuščena njim, a bi država na področju vseeno lahko postorila mnogo več. Dokler se država ne bo odločila za

vsebinsko preobrazbo dosedanjega koncepta razvoja, bo naše podjetniško okolje še naprej nespodbudno, s tem pa bo tudi družbeno odgovorna dejavnost podjetij manjša. V takih razmerah je logično, da so resnično družbeno odgovorne le izjeme, ki znajo same prepoznati koristi družbene odgovornosti – kot je Gorenje.

4 Študija primera: Gorenje

4.2 Splošno o Gorenju

Skupino Gorenje sestavlja krovna družba Gorenje d.d. in 57 odvisnih družb, od tega kar 43 v tujini. Je ena največjih industrijskih družb v Sloveniji in eden izmed vodilnih proizvajalcev gospodinjskih aparatov v Evropi. Spada med največje slovenske neto izvoznike, saj je v letu 2006 izvozila kar 86% konsolidiranih čistih prihodkov od prodaje. Podjetje ima sedež v Velenju. Predsednik štiričlanske uprave je Franjo Bobinac, predsednik nadzornega sveta pa dr. Jože Zagožen (Letno poročilo 2006 : 10–11).

Podjetje ima danes več kot petdesetletno tradicijo na področju izdelovanja in prodaje gospodinjskih aparatov in je s 4% tržnim deležem eden izmed osmih največjih gospodinjskih proizvajalcev v Evropi. Na leto v sedemdesetih državah sveta prodajo več kot 3.7 milijona velikih gospodinjskih aparatov. V letu 2006 je bilo povprečno število zaposlenih 10.556 (Gorenje 2007f).

Podjetja Skupine Gorenje v tujini so v večini trgovska podjetja, ki imajo organizirano potniško mrežo, skladiščenje, transport in servis proizvodov, podjetji v Avstriji in na Češkem pa izdelujeta tudi kuhinjsko pohištvo. Vse družbe v zadnjih letih beležijo dinamično rast, ki je rezultat neprestanega razvoja izdelkov, širjenja proizvodnih zmogljivosti, uspešne prodaje in osvajanja večjih tržnih deležev (ibid).

V letu 2006 so konsolidirani čisti prihodki od prodaje znašali 1.111 milijona evrov. Največji del prihodka Skupine izvira iz divizije **gospodinjskih aparatov**, kar 83%. Sem spada proizvodnja in prodaja gospodinjskih aparatov lastne proizvodnje, prodaja izdelkov dopolnilnega programa gospodinjskih aparatov drugih proizvajalcev, prodaja odkupnega

programa zabavne elektronike in malih gospodinjskih aparatov ter proizvodnja in prodaja toplotne ogrevalne tehnike ter dejavnost orodjarstva, strojegradnje in proizvodnje mehanskih komponent (ibid).

11% k skupnemu prihodku doprinese divizija **trgovina in storitve**, kamor spadajo energetika in varstvo okolja, trgovina, inženiring, zastopstva, gostinstvo, turizem in upravljanje z nepremičninami. 6% prihodka sestavlja **notranja oprema**, torej proizvodnja in prodaja kuhinjskega in kopalniškega pohištva, sanitarne opreme in keramičnih ploščic (ibid).

Skupina Gorenje največ, kar 57% svojih izdelkov proda v Evropski uniji, sledi Vzhodna Evropa s 37% prodajo, v ostalih državah sveta pa prodajo še 6% izdelkov. Od tega je 75% izdelkov prodanih pod lastno blagovno znamko, ostali pa pod blagovnimi znamkami Sidex, Kórting in Mora (ibid).

Skupina Gorenje ima vizijo postati najbolj izviren, v oblikovanje usmerjen ustvarjalec izdelkov za doma na svetu. Njihovo poslanstvo je ustvarjati izvirne, tehnično dovršene, vrhunsko oblikovane ter uporabnikom in okolju prijazne izdelke za prijeten dom. Osredotočeni so v povečevanje zadovoljstva potrošnikov, ob tem pa **na družbeno odgovoren način** ustvarjajo vrednost za lastnike, zaposlene in druge deležnike družb Skupine Gorenje (ibid).

Za svoje vrednote so izbrali

- **Poštenost**
- **Odprtost**
- **Lojalnost**
- **Kreativnost in**
- **Ambicioznost.**

Družbena odgovornost podjetja se zrcali v odgovornosti, katero prepoznavajo do vseh interesnih skupin:

- **Delničarji / Investitorji:** Ustvarjanje vrednosti za delničarje
- **Zaposleni:** Skrb za načrtovani razvoj zaposlenih, dobre delovne razmere, spodbujanje ustvarjalnosti.

- **Naravno in družbeno okolje:** Izboljševanje kakovosti življenja v krajevnih in širših okoljih. Vlaganje v tehnologije, ki zmanjšujejo negativne vplive na okolje.
- **Dobavitelji:** Nadaljnja graditev dolgoročnih partnerskih razmerij po načelu stalnega preverjanja njihovih konkurenčnih prednosti.
- **Država:** Izpolnjevanje obveznosti do države in uporaba infrastrukture, ki jo zagotavlja gospodarskim družbam.
- **Potrošniki / kupci:** Razumevanje potreb potrošnikov kupcev ter oblikovanje dolgoročnega zadovoljstva in zaupanja ter partnerskih razmerij (Gorenje 2007g).

4.3 **Zgodovina Gorenja**

4.3.1 **Začetki**

Zgodba Gorenja se začne leta 1950, ko v vasi Gorenje odpre vrata Okrajno kovinsko podjetje Gorenje. Že tri leta kasneje prevzame vodenje podjetja Ivan Atelšek, ki na čelu Gorenja ostane skoraj tri desetletja. Vse od začetka Gorenje **zaposluje** tudi **ženske**. Sprva izdelujejo kmetijsko orodje in stroje, po prevzemu podjetja TOBI pa se preusmerijo k štedilnikom na trda goriva (Stanič: 2000 : 6–8).

Da bi podjetju omogočili rast in razvoj, se leta 1960 preselijo v rudarsko mesto Velenje, kjer razširijo proizvodnjo štedilnikov in se dokončno usmerijo v belo tehniko. Čez tri leta začno z gradnjo nove tovarne na 12500 m² površine. Večja površina podjetju omogoči izdelavo več kot 500ih štedilnikov dnevno. Začnejo tudi z izdelavo plinskih in električnih štedilnikov. V poseben ponos je podjetju skrbno urejena okolica, ki izraža njihovo **odgovornost do bivalnega in delovnega okolja** (Stanič: 2000 : 10–12).

4.3.2 **Vizionarska širitev na tuje trge**

Gorenje se usmeri tudi na tržišča drugih jugoslovanskih republik, kjer naleti na dober odziv. Že takrat so pozornost namenjali **skrbi za kadre, izobraževanju, delovnim pogojem in napredovanju zaposlenih**. Leto 1965 je prelomno v dveh pogledih – vizionarsko se odločijo za izvoz in prvič izvozijo štedilnike v Zahodno Nemčijo in pričnejo s proizvodnjo pralnih strojev. V tem času so v sodelovanju z italijanskim Zanussijem in številnim slovenskimi podjetji uspeli doseči dovolj visoko kakovost za trženje na zahodnih trgih, saj so se njihovi izdelki lahko pohvalili z vedno novimi izboljšavami, lastnimi zamislami, izkušnjami in

znanjem. Leta 1967 odprejo tovarno pralnih strojev in sprejmejo načrt za širitev proizvodnje z bele tehnike na številna druga področja – od elektronike do kmetijske mehanizacije. Do konca desetletja se osredotočijo na zunanje trge in **dvig kakovosti**, katerega le-ti zahtevajo (Stanič: 2000 : 12–18).

Leta 1971 z namenom širjenja trgovinske mreže v Münchnu odprejo svoje predstavništvo, ki leta 1973 postane Vertriebs GmbH, **prvo podjetje Gorenja zunaj Jugoslavije**. V istem obdobju zgradijo prostore za izdelavo hladilnikov in zamrzovalnih skrinj in prvič presežejo številko milijon izdelkov na leto. Veliko pozornosti namenijo **sodelovanju podjetja s širšim okoljem na kulturnem, gospodarskem in športnem področju**. V sodelovanju s podjetjem KRUPS začnejo z izdelavo malih gospodinjskih aparatov. Leta 1974 podjetje preseže današnje število zaposlenih, leta 1975 pa številka naraste že na 18000. V tem obdobju 2,5% vseh prihodkov namenjajo za **raziskave in razvoj**. Že takrat skrbijo za **kulturne prostočasne dejavnosti** svojih **zaposlenih**; nudijo jim udejstvovanje v Mešanem pevskem zboru, folklornih in literarnih skupinah ter likovnem krožku. Organizirajo tudi srečanje s slovenskimi pisatelji in pesniki, bralne akcije, razstave slikarjev in kiparjev ter obiske opernih in gledaliških predstav (Stanič: 2000 : 20–32).

4.3.3 Kriza osemdesetih let

Na prelomu desetletja se podjetje sooči s številnimi težavami, tako zunanjimi kot notranjimi. Doletijo jih težave zaradi naložbe v Körting, zapusti jih dolgoletni direktor, soočajo pa se tudi z administrativnimi posegi države v ekonomijo, zahtevami po združevanju, posledicami dogovorne ekonomije in pomanjkanju koncepta za razvoj računalništva in elektronike. Težave se razširijo po vseh izpostavah, tako znotraj kot zunaj Slovenije. Neizogibno in nadvse težavno sanacijo podjetja z več kot 18 tisoč zaposlenimi, katerega finančne težave so tako velike, da prihaja do zastojev v proizvodnji, prevzame mag. Herman Rigelnik. »Obnova Gorenja« uvede finančno in kadrovske prenovi in projektni pristop kot metodo poslovanja, decentralizacije upravljanja, zoževanja obsega režije in uvajanja timskega dela. S koncem desetletja se v Jugoslaviji stopnjuje napetost in v Gorenju se zavejo, da je čas za internacionalizacijo (Stanič 2000 : 36–44).

4.3.4 Obdobje kvalitativne rasti

Devetdeseta leta so zaznamovana s preusmeritvijo v izvoz na najzahtevnejše tuje trge, kar se izkaže za odločitev izjemnega pomena, ko podjetje po razpadu Jugoslavije izgubi velik trg bivše države. Da bi ohranili konkurenčnost na tujih trgih se posvetijo **razvoju kakovosti** in postavitvi prodajne mreže na vzhodnoevropskih tržiščih. Leta 1993 pride na vrh podjetja Jože Stanič, ki se za glavni cilj zastavi pridobitev novih trgov in vzpostavitev boljše sinergije znotraj celotnega Koncerna Gorenje. Podjetje zaradi hitrega posodabljanja, krepitev lastne prodajne mreže v tujini in velikih **vlaganj v znanje** tranzicijo dobro prestane in težave iz prejšnjega desetletja pusti daleč za seboj (Stanič 2000 : 46–54).

4.3.5 Obdobje družbenega lastninjenja

Leta 1995 se sproži postopek družbenega lastninjenja Gorenja, ki naj bi pomagalo vzpostaviti model sodobne, fleksibilne kapitalske družbe. Istega leta sprejmejo pomembno družbeno odgovorno in, kot se izkaže kasneje tudi donosno odločitev – **zamenjajo okolju neprijazna hladilna sredstva na osnovi freona. Ob lastninjenju zaposleni dobijo nadomestilo** za zapoznele plače iz začetka desetletja, ko je bilo podjetje v težavah. Leta 1997 Gorenje začne z načrtnim družbeno odgovornim delovanjem in že v prvem letu prejme »kristalni globus«, nagrado Gospodarskega vestnika za **ekološki izdelek leta**; pralni stroj Simple & Logical je tekmece premagal v varčnosti z vodo, električno energijo in pralnimi sredstvi ter s svojim lepim videzom in enostavnim upravljanjem. Tudi **kuhalni aparati** so skozi leta postali **okolju bolj prijazni**, ko so s trdih goriv prešli najprej na plin, kasneje pa tudi na elektriko. Leta 1998 aktivirajo novo linijo za emajliranje, ki omogoča **boljši izkoristek** emajla (Stanič 2000 : 55–66).

4.3.6 Preoblikovanje v delniško družbo

Leta 1998 Gorenje preoblikuje v delniško družbo z desetčlanskim nadzornim svetom in štiričlansko upravo, kateri predseduje Jože Stanič. Istega leta odprejo prostore v Moskvi, logističen center v Pragi in skladiščno poslovni objekt v Sarajevu. Načrtno vlagajo v posodobitve, informatiko in **ekologijo** in leta 1999 zopet prejmejo nagrado za **ekološki izdelek leta**, tokrat za novo generacijo štedilnikov (Stanič 2000 : 66–72).

4.3.7 Gorenje, uspešno družbeno odgovorno podjetje

Pridobijo certifikat in ISO 9001 in začno s pridobivanjem ISO 14001. V letu 1999 izvozijo 93% proizvodnje v šestdeset držav sveta, veliko večino v Evropsko Unijo, predvsem v Nemčijo, Avstrijo in Skandinavijo. Postanejo največji slovenski izvoznik in se uvrstijo med osem največjih proizvajalcev bele tehnike v Evropi. Istega leta program za izobraževanje zaposlenih preoblikujejo v **Managersko akademijo** (Gorenje 2007i).

Z novim tisočletjem se Gorenje zopet usmeri na stare trge bivše Jugoslavije. Zavejo se velikega pomena dizajna in tako začnejo sodelovanje s priznано italijansko oblikovalsko družbo Pininfarina, s katero ob petdesetletnici podjetja pripravijo jubilejno linijo. Ob jubileju obeležijo tudi tridesetletnico izhajanja internega biltena in šesto obletnico izhajanja širši javnosti namenjenega časopisa. Vključijo se v Phare projekt »Sodelovanje med industrijo in znanostjo (ibid).

Leta 2001 prvič prejme nagrado **Okolju prijazno podjetje**. Leta 2002 z lastno blagovno znamko nastopijo na britanskem trgu in odprejo tovarno kuhinjskega pohištva v Sarajevu. Leta 2003 v Zagrebu odprejo nov razstavno prodajni center in zopet dobijo nagrado Okolju prijazno podjetje. V letu 2004 odprejo nov logistični center, obrat proizvodnje plastike in tovarno stiroporne embalaže, ki je opremljen na način, ko bo Gorenju omogočal bolj **učinkovito in bolj varno delo ter optimalne izkoristke**. V Budimpešti odprejo nov prodajno distribucijski center in prevzeli češkega proizvajalca kuhinjskih aparatov Mora Moravia. Istega leta prvi v Sloveniji dobijo listino o vpisu v evropski register **EMAS**, ki potrjuje, da Gorenje ustreza evropskim regulativam za varovanje okolja in nagrado za **okoljski izdelek leta**. Leta 2005 vzpostavijo **sistem ravnanja z odpadno električno in elektronsko opremo** v Sloveniji in prejmejo **priznanje TOP 10 2005 za sistematično investiranje v znanje in skrb za izobraževanje zaposlenih** (ibid).

Leta 2006 organizirajo tri dobrodne dražbe, v Sloveniji zberejo **3 mio tolarjev**, katere **podarijo UNICEFu**, v Moskvi **zberejo 110.000 dolarjev**, ki jih namenijo brezdomnim otrokom, v Londonu pa **100.000 funtov** za gradnjo mladinskega centra in za otroke s posebnimi potrebami. V mednarodna raziskavi združbe Advance project z naslovom Trajnostna vrednost evropske industrije se Gorenje uvrsti na tretje mesto v Evropi v odnosu do okolja. Maja organizirajo še eno dobrodne dražbo, njen izkupiček v vrednosti.

Sodelujejo pri **razvoju nizko energetske hiše** na Nizozemskem in prejmejo **dve nagradi za energijsko učinkovitost**.

Inovacije in dizajn predstavljajo pomembno konkurenčno prednost Gorenja, zaradi katere je Gorenju v zadnjih letih uspelo to, kar uspe le redkim – njihovi prihodki rastejo hitreje kot količina prodanih izdelkov. Po uspešnem sodelovanju s Pininfarino začnejo z odmevnim sodelovanjem z oblikovalcem Ora-Īto, prejmejo nagrado za komunikacijsko odličnost in najboljšo inovacijo. Konec leta prejme Gorenje še nagrado za mednarodno okoljsko partnerstvo **za gradnjo do okolja prijazne tovarne gospodinjskih aparatov v Valjevu v Srbiji** (Letno poročilo 2006).

V začetku leta v skladu s strategijo **krepitve na področju ekologije** kupijo večinski deleže podjetja Surovina in 100% delež zagrebškega Termocleana. V Mariboru odprejo najsodobnejši tehnološko-logistični center za proizvodnjo kuhinjskega pohištva v srednji Evropi. V sodelovanju s Telekomom in Goapom Gorenje predstavi koncept inteligentnega doma. Istega meseca razpišejo pet **štipendij za srbske študente** elektrotehnike in strojništva (ibid).

Letos je Gorenje v sodelovanju s še drugimi podjetji ustanovilo samostojno družbo Design Center z namenom:

»Design center naj bo jedro slovenskega vrhunskega oblikovalskega znanja, ki bo skrbel za **oblikovalsko dovršenost, sodobnost in inovativnost izdelkov** partnerskih družb in drugih zainteresiranih strank, ki v oblikovanju **prepoznavajo edinstveno dodano vrednost svojih izdelkov**. V strokovni in poslovni javnosti bo na regionalni ravni prepoznan kot **soustvarjalec trendov in poslovne uspešnosti**. Na ta način bo dosegal komplementarne učinke na različnih ravneh: dvigoval bo ugled oblikovalske stroke, **krepil konkurenčno sposobnost udeleženih podjetij** in panog ter posledično **prispeval k rasti slovenskega gospodarstva**.«

(Bobinac v Gorenje 2007j).

4.4 Struktura družbene odgovornosti Gorenja

4.4.1 Odgovornost do zaposlenih

Odgovornost do zaposlenih je izjemno pomembna komponenta družbene odgovornosti vsakega podjetja in je neposredno povezana z učinkovitostjo in uspešnostjo zaposlenih in tako tudi z uspehom podjetja. Odgovornost do zaposlenih je sestavljena iz:

- Izobraževalne dejavnosti
- Merjenje zadovoljstva zaposlenih
- Skrbi za zdravje zaposlenih
- Pomoči za zagotavljanje socialne varnosti
- Povezovanja s pomočjo internih publikacij

(Gorenje 2007b).

5.3.1.1 Izobraževalna dejavnost

Glavni namen izobraževalne dejavnosti je omogočiti osebni napredek zaposlenih, odkrivanje in spodbujanje njihovih sposobnosti, ciljev in ambicij in jih uskladiti s cilji podjetja. K temu pripomore obsežen program izobraževanja, ki obsega tečaje, seminarje, posvete in usposabljanje na delovnem mestu (Gorenje 2005b : 1).

Tabela 5.3.1.1.1; Mere uspešnosti izobraževanja – funkcionalnega izobraževanja in usposabljanja zaposlenih (za krovno družbo)

Število zaposlenih	5.630
(Letno) število zaposlenih, vključenih v izobraževanje in usposabljanje	4.587
Povprečno število ur na zaposlenega, vključenega v izobraževanje in usposabljanje	21,4
Delež zaposlenih, vključenih v izobraževanje in usposabljanje	81,5%
Letno število ur izobraževanja in usposabljanja	98.331
Povprečno število ur izobraževanja in usposabljanja na zaposlenega	17,5
Povprečno število ur izobraževanja in usposabljanja vodilnih in vodstvenih kadrov	100
Letno število vseh udeležencev izobraževanja in usposabljanja	7.579
Povprečno število ur izobraževanja in usposabljanja na udeležbo	13,0

Vir: Letno poročilo 2005:73.

Tabela 5.3.1.1.2: Vsebinska izobraževanja zaposlenih

● Strokovno usposabljanje	23,3%
● Računalništvo in informatika	22,2%
● Tuji jeziki	8,5%
● Funkcionalno usposabljanje na področju vodenja	24,1%
● Funkcionalno usposabljanje na področju komunikacijske spretnosti	0,6%
● Funkcionalno usposabljanje na področju varstva in zdravja pri delu	12,7%
● Funkcionalno usposabljanje na področju kakovosti in ravnanja z okoljem	8,5%

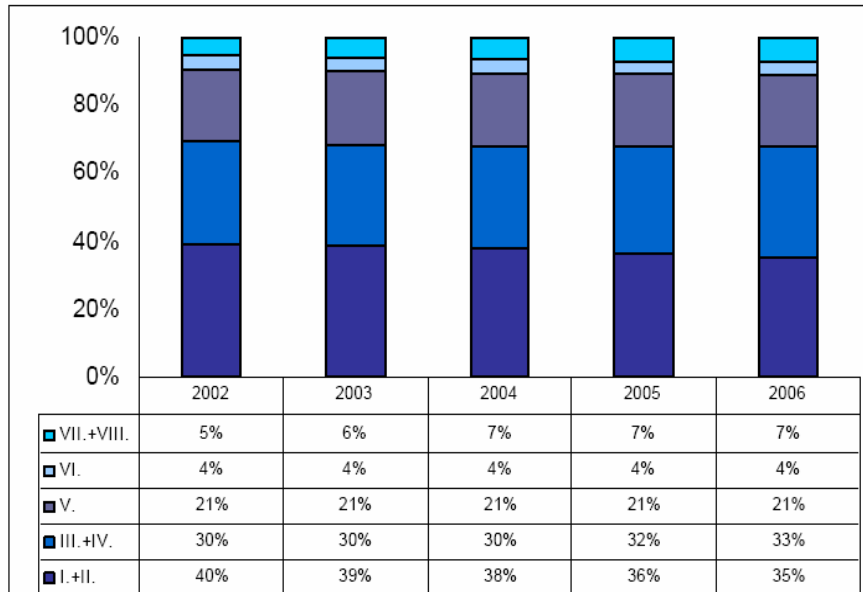
93,4 % vseh izobraževanj in usposabljanj je bilo organiziranih znotraj Skupine Gorenje in v lastnih prostorih. 47,5 % programov je avtorsko delo naših strokovnih sodelavcev. Na ta način skrbimo za prenos znanja znotraj Skupine Gorenje in zmanjšujemo stroške organizacije in izvedbe izobraževanj.

Vir: Letno poročilo 2005 : 73.

Skupina je soustanovitelj **Mednarodne podiplomske šole Jožefa Stefana**, ki ponuja magistrski in doktorski študij na relevantnih področjih, ter vanj vključuje tako svoje predavatelje kot tudi slušatelje. Veliko pozornosti je namenjene mladim, kar se kaže v dolgoletni tradiciji štipendiranja na peti strokovni in dodiplomski stopnji. V letu 2005 je 82,6% štipendistov študiralo na deficitarnih, v večini tehničnih študijskih smereh (Gorenje 2005a : 74).

Temelj **notranjega programa** izobraževanja je Managerska akademija; program, katerega je v letu 2005 zaključila že 17. generacija, je namenjen perspektivnim sodelavcem, ki imajo potencial za vodstvene in vodilne položaje. Pri izkoriščanju zmožnosti in potenciala zaposlenih igra ključno vlogo tudi ocenjevalni postopek, ki je ocenjevalcu in vodjem v pomoč pri odločitvah o nadaljnjem razvoju sodelavca, ustvarjanju realne podobe o njegovih zmožnostih in pri opredeljevanju njegovih ciljev (Gorenje 2005b : 4).

Grafikon 5.3.1.1.1: Gibanje izobrazbene strukture



Vir: Letno poročilo 2006.

5.3.1.2 Merjenje zadovoljstva zaposlenih

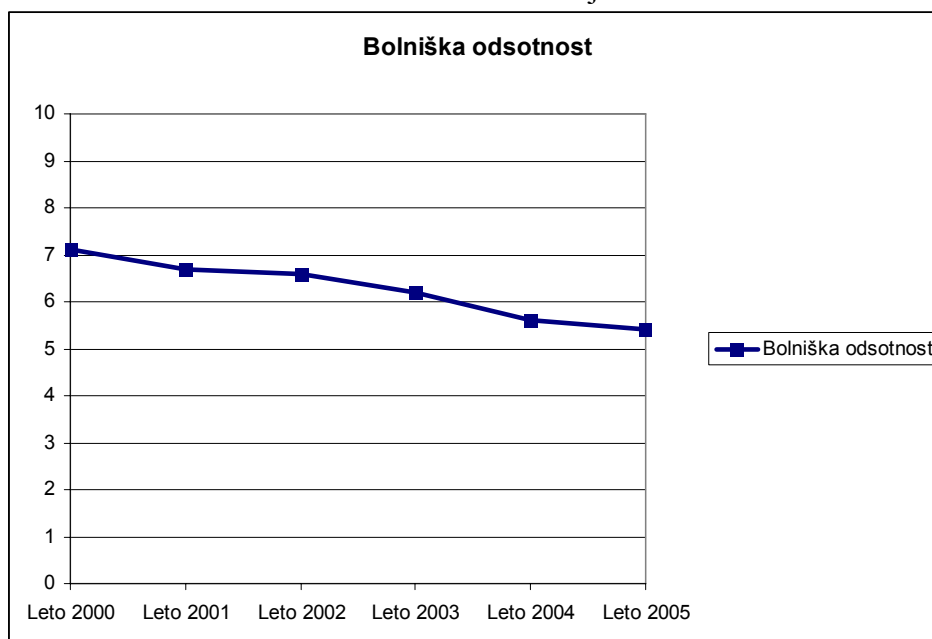
Merjenje zadovoljstva zaposlenih vodilnim v podjetju omogoča, da se seznanijo s stopnjo zadovoljstva z delovnimi pogoji in odnosi na delovnem mestu in poiščejo vzroke za morebitno nezadovoljstvo. Tako lahko izboljšajo organizacijsko klimo z delovanjem, zasnovanim na podlagi anketiranja in poskusijo ustvariti delovno okolje, v katerem bi imeli tem bolj zadovoljne in s tem motivirane in uspešne delavce. Meritve iz leta 2005 kažejo, da je večji del zaposlenih z delom zadovoljnih in da je zadovoljstvo v primerjavi s preteklimi leti naraslo. Na področjih, na katerih je bilo izraženo nezadovoljstvo, so bile takoj organizirane in izvedene t.i. korektivne aktivnosti, kot so na primer aktivnosti za izboljšanje delovnih in klimatskih pogojev, uvedba letnih pogovorov v proizvodnji, enoten sistem za usposabljanje novincev, in podobno (ibid).

5.3.1.3 Skrb za zdravje

Skrb za zdravje zaposlenih je naslov projekta, katerega cilj je zaščititi eno izmed temeljnih vrednot – zdravje. Namenjen je ohranjanju in krepitvi zdravja zaposlenih, izboljšanju pogojev dela in krepitvi odgovornosti zaposlenih do lastnega zdravja. V okviru tega projekta se izvaja vrsta aktivnosti, kot je ambulanta za prvo pomoč, izvajanje zdravstveno vzgojnega program, poučevanje o zdravem načinu življenja, neposredno sodelovanje z zdravniki, ravnanje z

delavci z zmanjšano delovno zmožnostjo, pomoč pri težavah duševnega izvora, obiski na domu, individualni razgovori in odprava dejavnikov, ki slabo vplivajo na sodelavcev. Učinkovitost programa se kaže predvsem v zmanjšanju bolniških odsotnosti (glej tabelo 5.3.1.3.1), posredno pa vpliva tudi na produktivnost in poslovne rezultate Skupine Gorenje (Gorenje 2005a : 75).

Tabela 5.3.1.3.1: Bolniška odsotnost v obdobju 2000-2005



Vir: Letno poročilo 2005 : 75.

K zdravju zaposlenih pomembno prispeva tudi skrb za varno in zdravo delo, za katerega se v Gorenju trudijo s sistemskim pristopom k zmanjševanju poškodb, ki vključuje izobraževanje zaposlenih, izvajanje sistema kakovosti ter izvajanje programov preventive in varstvenih ukrepov. Sem spada na primer zniževanje hrupa, zmanjšanje fizičnih obremenitev delavcev in vrsta varnostnih ukrepov.

Uspešnost tovrstnih aktivnosti se kaže tako v delu znotraj podjetja, opaziti je namreč trend upadanja poškodb pri delu (glej tabelo 5.3.1.3.2), kot tudi navzven, saj je bil Gorenju v oktobru 2006 podeljen certifikat za kakovost sistema vodenja varnosti in zdravja pri delu (OHSAS 18001⁹). OHSAS je standard, katerega izbere največ organizacij, ki se odločijo za sistem vodenja varnosti in zdravja pri delu. Njegovo osnovno načelo je proces nenehnih izboljšav, ki zahteva nenehno spremljanje in merjenje (Seražin in Plazar 2006 : 2).

⁹ Ohsas 8001:1999 – Occupational Health and Safety Management - Specifications

Tabela 5.3.1.3: Prikaz števila poškodb v družbi Gorenje d.d.

	2001	2002	2003	2004	2005
Število poškodb	287	301	270	291	238
Število poškodb na 1 MIO opravljenih ur (P)	33	34	30	31	25
Število izgubljenih dni na 1 MIO opravljenih ur (R)	745	813	642	678	535

Vir: Letno poročilo 2005 : 76.

5.3.1.4 Krepitev socialne varnosti

Skupina Gorenje svojim zaposlenim ne le omogoča dodatno prostovoljno kolektivno pokojninsko zavarovanje, temveč tudi v veliki meri sofinancira plačevanje zavarovalne premije. V shemo dodatnega pokojninskega zavarovanja je vključenih slabih 70% zaposlenih. Gorenje sofinancira tudi premije za dodatno prostovoljno zdravstveno zavarovanje, v katerega je vključenih nekaj več, približno 80% zaposlenih. V obeh primerih je delež sofinanciranja višji pri delavcih z nižjimi osebnimi prejemki in nižji pri delavcih z višjimi osebnimi prejemki (Gorenje 2007b).

5.3.1.5 Povezovanje s pomočjo internih publikacij

Skupina Gorenje omogoča notranje komuniciranje zaposlenih s pomočjo različnih publikacij, ki so namenjen zaposlenim, upokojujencem, družinskim članom, poslovnim partnerjem, lokalnemu okolju in medijem. Namen publikacij je zaposlenim omogočiti socializacijo, izobraževanje, usposabljanje in širjenje umetniške kulture ter povečati motivacijo (Gorenje 2004:72).

Bilten Črno na belo, ki izhaja enkrat tedensko in je namenjeno samo zaposlenim, ima najdaljšo, več kot štiridesetletno tradicijo. Najnovejši je tednik E-glasilo, ki je začel izhajati leta 2004, najbolj priznan pa je časopis Pika na G, ki izhaja že več kot desetletje in vedno

znova dosega dobre rezultate pri tekmovanju za nagrado najboljši časopis »Zlato Pero« ter je deležen tudi pohvale prejemnikov izven Skupine Gorenje (Gorenje 2005a:76).

Zgleden primer motivacije s pomočjo internega glasila je članek »Med sodelavci: Janez Hudej«, ki ga je napisal novinar glasila Pika na G Hinko Jerčič in za katerega je marca 2006 s strani Evropske komisije v okviru EU kampanje »Za raznolikost – proti diskriminaciji« dobil nagrado »Novinarska nagrada«. Članek pokaže, da lahko invalid zelo uspešno dela in se tudi vsestransko športno udejstvuje, če je le delovno okolje v podjetju, v katerem je zaposlen, invalidom prijazno in jim omogoča vsestranski razvoj (Evropska komisija 2005).

4.4.2 Odgovornost do družbene skupnosti

Gorenje sponzorira vrsto različnih dejavnosti, s čimer prispeva k prepoznavnosti svojih korporativnih vrednot v lokalnem in mednarodnem okolju in uresničuje svojo družbeno odgovornost do ožje in širše družbene skupnosti. Pomembno mesto ima tudi lastna dejavnost Gorenja na področju kulture.

4.4.2.1 Sponzorstva

5.3.2.1.1 Šport

Gorenje je že 13. leto generalni sponzor slovenskih nordijskih reprezentanc, ki iz leta v leto dosega nove, vrhunske uspehe. Sponzorira letos najbolj uspešno slovensko tekačico Petro Majdič, ki je v tej sezoni osvojila medalje ne samo na svetovnem pokalu, temveč tudi na svetovnem prvenstvu. Že petnajst let pod okriljem Gorenja deluje šaleški rokometni klub Gorenje, ki je v tem obdobju postal uspešen profesionalen klub. S sponzoriranjem vrhunskih športnikov znatno pripomorejo ne le k prepoznavnosti Gorenja, temveč tudi k prepoznavnosti Slovenije kot države (Gorenje 2007b).

Sponzorske dejavnosti Gorenja pa segajo tudi čez slovenske meje – že štiri leta je podjetje sponzor francoskega nogometnega kluba OGC Nica. Skupina Gorenje sponzorira tudi manjša športna društva in akcije za vključevanje mladih v šport kot kvaliteten način preživljanja prostega časa (ibid).

5.3.2.1.2 *Kultura*

Gorenje že več let pomaga pri izvedbi Herbersteinskih literarnih srečanj slovenskih književnikov, kot tudi pri organizaciji svetovnega kongresa književnikov PEN, Dnevov slovenske komedije v Celju, Mednarodnega grafičnega bienala v Ljubljani, kulturnih dogodkov Cankarjevega doma, Festival klasične glasbe, razstavo v Narodni in Univerzitetni knjižnici v Ljubljani, Bienale industrijskega oblikovanja in podobno. Nekaj sredstev je bilo namenjenih tudi dejavnosti različnih kulturnih društev in ustanov.

5.3.2.1.3 *Šolstvo*

Na področju šolstva Gorenje podpira predvsem dejavnosti izobraževalnih regionalnih izobraževalnih ustanov, kot sta Srednješolski center v Velenju in Glasbena šola Frana Koruna Koželjskega, zelo pomembno pa je sodelovanje Skupine pri ustanovitvi Mednarodne podiplomske šole Jožefa Stefana (Gorenje 2004, 2005).

Mednarodna podiplomska šola, ki je bila ustanovljena leta 2004 kot samostojni visokošolski zavod, ima za poslanstvo:

Prispevati h krepitvi vloge znanosti in visokih tehnologij v razvojnem potencialu družbe, kar lahko bistveno prispeva h gospodarski moči in harmoničnemu socialnemu razvoju. Mednarodna podiplomska šola deluje kot središče odličnosti, ki tesno prepleta temeljno raziskovanje s podiplomskim izobraževanjem in razvojem inovacij. Raziskovalne dosežke neposredno vključuje v inovacijske projekte za razvoj proizvodnje, storitvenih dejavnosti in upravljanja (Mednarodna podiplomska šola Jožeta Stefana 2007).

Gorenje, ki ima na šoli tako strokovnjake kot slušatelje, je ob ustanovitvi na predlog Inštituta Jožef Stefan ponudilo podporo skupaj še z velikima slovenskima podjetjema Kolektor in Salonit, krog sodelujočih predstavnikov industrije pa se vztrajno širi in je do danes dosegel že osemnajst slovenskih podjetij, ki se odlikujejo po močni razvojni naravnosti in so se zavezala razvijanju kadrov v sklopu inovacijskih projektov ter vključevanju dosežkov temeljnih raziskav v inovacijske projekte (Mednarodna podiplomska šola Jožeta Stefana 2007).

Gorenje vseskozi vlaga v raziskave in razvoj, redno sodeluje s fakultetami na področju raziskovalnih in projektnih nalog, s študentskimi organizacijami, izvaja obvezno prakso in praktični pouk za dijake, praktično delo in izobraževalni program za višje in visoke strokovne

šole, pomaga pri mentorstvu in izdelavi seminarskih nalog in diplomskih del, organizira predstavitve in ekskurzije, prireja promocije poklicev ter sodeluje pri usposabljanju in razvoju programov za pridobitev nižje, poklicne, srednje in višje strokovne izobrazbe na področju elektrotehnike, računalništva, mehatronike in rudarstva (Gorenje 2007i).

5.3.2.1.4 Humanitarna dejavnost

Gorenje humanitarno pomoč nudi preko društev, ki delujejo na tem področju. Pomemben del humanitarne dejavnosti Gorenja predstavlja pomoč UNICEFu, med večje projekte pa sodi tudi obnova v potresu poškodovane hiše v Posočju in sodelovanje pri projektu rehabilitacije otrok iz Bosne in Hercegovine, ki je omogočil letovanje otrokom iz Srebrenice in Unsko-sanskega kantona (Uredništvo Mladina On-line 2006).

Med druge, v javnosti opažene projekte, sodijo pomoč medicinski odpravi na Papuo Novo Gvinejo, podpora akciji za boj proti raku »Glavo gor!« Zveze svobodnih sindikatov, donacija ruskemu gibanju Sončni krog, ki pomaga brezdomnim otrokom in organizacija dobrodelne dražbe smuči Petre Majdič po koncu njene najbolj uspešne sezone.

5.3.2.2. Lastna dejavnost na področju kulture

Gorenje v širšo in ožjo družbeno skupnost ni vključeno le posredno, preko sponzorstev in denarne pomoči, saj je tudi samo družbeno dejavno. Najbolj prepoznaven je mednarodno uspešen Mešani pevski zbor Gorenje, za pestro ponudbo kulturnih dogodkov pa skrbi Društvo za kulturo Gorenje, ki je v Gorenjevi galeriji organiziralo že vrsto uspešnih slikarskih in kiparskih razstav (Gorenje 2004 : 74).

4.4.3 Odgovornost do naravnega okolja

4.4.3.1 Varovanje okolja

Varovanje okolja v Gorenju temelji na zahtevah kupcev, zaposlenih in okolja, torej na podlagi zakonodajnih zahtev, usmeritev državnih institucij, pobud nevladnih organizacij, sosedov in zaposlenih. Prednostne dejavnosti so povezane z razgradnjo opreme, omejevanjem uporabe nevarnih snovi in razvojem izdelkov v skladu z zahtevami okoljskega oblikovanja.

Tabela 4.4.3.1.1: Izpolnjevanje cilje varstva okolja za leto 2005

Vidik	enota	Cilj 2005	Realizacija 2005	2004	2003	2002	2001	2000
Zmanjšanje količine:								
- nevarnih odpadkov	kg/izdelek	0,20	0,21	0,21	0,18	0,25	0,25	0,30
- deponiranih odpadkov	kg/izdelek	0,33	0,33	0,36	0,44	0,49	0,75	1,01
Racionalna raba energentov:								
- poraba vode	m ³ /izdelek	0,18	0,20	0,20	0,19	0,18	0,21	0,30
- poraba električne energije	kWh/izdelek	22,39	23,09	22,39	22,24	21,62	21,95	20,82
- poraba toplotne energije	kWh/izdelek	13,30	13,42	13,72	13,28	12,47	15,05	15,81
- poraba komprimiranega zraka	m ³ /izdelek	13,50	15,29	17,47	13,45	15,09	19,49	21,66
- poraba zemeljskega plina	m ³ /izdelek	1,01	1,04	1,02	1,03	1,02	1,09	1,16

Vir: Letno poročilo 2005 : 83.

Cilji, ki si jih je Gorenje zastavilo za leto 2005 področju varstva okolja, so zmanjšanje količine nevarnih in deponiranih odpadkov in racionalna raba energentov (vode, električne energije, toplotne energije, komprimiranega zraka in zemeljskega plina).

V primerjavi z letom 2004 jim ni uspelo zmanjšati količine nevarnih odpadkov (ostala je na isti ravni), uspešno pa so zmanjšali količino deponiranih odpadkov. Poraba vode je ostala enaka, medtem ko sta se poraba elektrike in zemeljskega plina zvišali. Poraba toplotne energije in komprimiranega zraka je bila v letu 2005 nižja kot leto prej, a vseeno višja od ciljev in porabe v prejšnjih letih. (glej tabelo 4.4.3.1.1). Vsa odstopanja od zastavljenih ciljev so v okviru 15% intervala dovoljenih odstopanj, ki jih je podjetje opredelilo s svojim sistemom ravnanja z okoljem (Gorenje 2005a:83).

Krovna družba Gorenje d.d. je leta 2003 svoje delovanje prvič prilagodila evropski Uredbi št. 761/2001 EMAS¹⁰, ki je namenjena ocenjevanju in izboljševanju učinkov ravnanje z okoljem v organizacijah ter informiranju javnosti o teh učinkih. S pomočjo te izjave je javnosti omogočeno, da se seznanijo z rezultati ravnanja z okoljem, organizacija pa ima ob dobrem ravnanju možnost za promocijo in izboljšanje svoje javne podobe (Gorenje 2004:75).

¹⁰ Regulation (EC) 761/2001 of the European Parliament and the Council of 19/3/2001 allowing voluntary participation of organisations in a Community Eco-Management and audit schemes (EMAS)

Gorenje je leta 2005 na konferenci EMAS v Beljaku s strani Generalnega Direktorata za okolje Evropske Komisije prejelo EMAS nagrado v kategoriji velikih družb. Delovanje sistema je v letu 2006 pregledal tudi Slovenski institut za kakovost in meroslovje, ki je ugotovil, da delovanje ustreza zahtevam uredbe (Slovenski institut za kakovost in meroslovje 2007b).

Podjetje je kot eden izmed osmih ustanoviteljev družbe ZEOS – ravnanje z električno in elektronsko opremo d.o.o. sodelovalo pri vzpostavitvi slovenskega sistema za ravnanje z odpadno električno in elektronsko opremo v skladu z Evropsko direktivo 2002/96/EC 11. Glavni namen direktive 2002/96/EC je zmanjšati količino končnih odpadkov s pomočjo recikliranja in boljšega sodelovanja s proizvajalci, ki so med drugim dolžni potrošnikom omogočiti, da brezplačno vrnejo odsluženo opremo (ZEOS 2006).

Gorenje je uvedlo tudi zahteve RoHs, Evropske direktive 2002/95/EC¹², ki je ena izmed izvedbenih direktiv okoljskega načrtovanja izdelkov. Direktiva prepoveduje uporabo nekaterih težkih kovin in bromiranih zaviralcev ognja v novi elektronski in električni opremi, ki je prišla na trg po 1. juliju 2006 (Evropska komisija 2006a).

Gorenje izpolnjuje vse z zakonom določene mejne vrednosti za področja okolja za katera so mejne vrednosti sploh predpisane: odpadne vode, emisije v zrak in hrup, določene za njihovo dejavnost.

4.4.3.2 Osveščanje javnosti o varovanju okolja

V želji, da bi odgovorno in okolju prijazno ravnali tudi potrošniki, je Gorenje izdalo izobraževalno zloženko »Obvarujmo zemljo – zmanjševanje porabe energije v gospodinjstvu«. Zloženska ponuja nudi vpogled v vzroke in posledice segrevanja ozračja in celo vrsto uporabnih nasvetov, kako zmanjšati porabo v gospodinjstvu pri uporabi najrazličnejših gospodinjskih aparatov, pri ogrevanju vode, hlajenju prostorov in svetilih.

¹¹ Direktiva 2002/96/ES EVROPSKEGA PARLAMENTA IN SVETA z dne 27. januarja 2003 o odpadni elektronski in električni opremi, dostopna na http://www.zeos.si/filelib/direktiva/direktiva_weee-1_37-13.2.03-slo.pdf

¹² Directive 2002/95/EC of the European Parliament and of the Council of 27 January 2003 on the restriction of the use of certain hazardous substances in electrical and electronic equipment, dostopna 05/04/2007 na: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:32002L0095:EN:HTML>

Poleg tega na kratko opiše kako lahko k varčevanju prispevamo v drugih panogah; v energetiki, industriji, kmetijstvu in gozdarstvu. Za konec uporabniki predstavi energijsko nalepko, ki omogoča primerjavo in boljši izbor aparatov za gospodinjstvo.

Potrošniki lahko vse nasvete iz zloženke najdejo tudi na spletni strani Gorenja v rubriki Družbena odgovornost: Varstvo okolja in varnosti in zdravje pri delu: Privarčujte! (Gorenje 2006b).

4.4.4 Odgovornost do uporabnikov

4.4.4.1 Zagotavljanje varnosti izdelkov

Gorenje strogo sledi tako državnim kot mednarodnim standardom varnosti električnih in plinskih gospodinjskih aparatov in standardom s področja elektromagnetne združljivosti in tako mora vsak sestavni del oziroma sklop zadostiti vsem varnostnim predpisom, preden dobi dovoljenje za vgradnjo v aparat. Poleg tega vse izdelke pred vstopom na trg preizkusijo mednarodni in domači inštituti, ki izdajo poročila o preizkusih in pridobljene certifikate. Za varnost vsakega posameznega izdelka je tako poskrbljeno najprej med proizvodnjo, po zaključku le-te pa v zato usposobljenih in opremljenih laboratorijih (Gorenje 2004 : 73).

4.4.4.2 Zagotavljanje okolju prijaznih izdelkov in storitev

Dandanes je za vsako družbeno odgovorno podjetje neizogibno, da svoje izdelke in storitve izvaja in izdeluje na okolju in uporabniku prijazen način. Gorenju to uspeva s proizvodnjo tehnološko dovršenih izdelkov, ki so varčni porabniki energentov in življenjsko pomembnih elementov ter v okolje emitirajo manj škodljivih snovi (Gorenje 2006b).

4.4.4.3 Izpolnjevanje jamstvenih in servisnih obveznosti

Gorenje se ob prodaji vsakega izdelka in izvajanja storitve kupcu zaveže, da bo v času trajanja zakonske obveznosti servisne storitve izvajal strokovno, hitro in z najnižjimi možnimi stroški za kupca. Velja izpostaviti, da nudi Gorenje servisiranje izdelkov dalj časa, kot to zahteva zakon in tako neposredno uresničuje svoja poslovna načela upravljanja odnosov s kupci (ibid).

4.4.4.4 Merjenje zadovoljstva potrošnikov

V letu 2005 je Gorenje v Sloveniji izvedlo dve raziskavi o zadovoljstvu potrošnikov: Zadovoljstvo s servisnimi storitvami Gorenja in Zadovoljstvo uporabnikov izdelkov v visokem cenovnem razredu, ki je za Gorenje zaradi uvajanja novih, inovativnih in vrhunsko oblikovanih izdelkov vedno pomembnejši. Rezultati obeh raziskav so pokazali, da so potrošniki s storitvami in z izdelki zelo zadovoljni. Istega leta je Gorenje uvedlo tudi spletni servis, ki jim omogoča sistematično spremljanje odnosa kupcev do izdelkov in storitev kot tudi posredovanje informacij o izdelkih in storitvah na potrošniku čim bolj prijazen način (Gorenje 2005a:77).

4.4.5 Kakovost

Eno izmed osnovnih načel Gorenja je tudi kakovost, kateri se že od ustanovitve podjetja posveča veliko pozornosti. Cilj zagotavljanja kakovosti dosegajo s spoštovanjem naslednjih načel:

- Kakovost je gradnik prihodnosti in se odraža v vseh elementih našega delovanja.
- Naši izdelki in storitve zadovoljujejo potrebe in pričakovanja naših kupcev v celotnem življenjskem ciklu.
- S kupci in uporabniki gradimo dolgoročno partnerstvo in sodelovanje.
- Definirane procese vodimo ciljno in merimo njihovo učinkovitost.
- S prenovo poslovnih procesov povečujemo konkurenčnost poslovnega sistema.
- S sodobnimi metodami razvoja sledimo potrebam kupcev in gradimo konkurenčnost.
- Usposobljeni, motivirani in pripadni zaposleni so vir naše moči.
- Udejanjamo filozofijo stalno-učečega podjetja.
- Princip nenehnega napredka je naš pristop k izboljševanju sistema vodenja kakovosti.
- Dobavitelji so naši partnerji, dobro sodelovanje z njimi je pomemben element za izboljšanje kakovosti.
- Pri razvoju in proizvodnji vseh izdelkov se ravnamo v skladu z zastavljenimi cilji in politiko ravnanja z okoljem.
- Zadovoljstvo uporabnikov skozi celotno obdobje uporabe izdelkov zagotavljamo z integralnim sistemom servisiranja.

(Gorenje 2007b).

4.5 Analiza vloge Gorenja na področju družbene odgovornosti kot enega vodilnih slovenskih podjetij

Direktorji vodilnih multinacionalk Toyota, General Electrics, Unilever in DuPont, se strinjajo o eni stvari: »Družbeno odgovorno ravnanje je nujno za uspeh v 21.stoletju.« (Zhexembayeva 2007:2). Ali direktorji slovenskih vodilnih podjetij razmišljajo podobno? Se zavedajo pomena družbene odgovornosti? Ali razumejo, da se družbeno odgovorno ravnanje izplača? Sledeča

analiza bo pokazala, ali se družbene odgovornosti lotevajo celostno ali jo vidijo zgolj kot donacije in sponzorstva. Razkrila bo, kako se njihovo ravnanje zrcali v medijih in pokazala, ali so najbolj družbeno odgovorna podjetja deležna tudi največ pozornosti.

Namen analize je ugotoviti, kakšna je vloga Gorenja. Ali spada med družbeno bolj ali manj odgovorna podjetja? Mar sodeluje v strokovnih razpravah in na konferencah? Objavlja na temo družbene odgovornosti? Zna svoje dejavnosti na tem področju dobro predstaviti medijem in širši javnosti? Je njegov trud nagrajen s priznanji in nagradami in dosežki potrjeni s certifikati?

Za odgovore na omenjena vprašanja sem Gorenje primerjala še s petimi slovenskimi vodilnimi podjetji. Krka, Mercator, Merkur, Mobitel in Revoz spadajo med deset največjih slovenskih podjetij in so predstavniki različnih gospodarskih dejavnosti. Analizirala sem njihove spletne strani in kataloge podatkov Gospodarske zbornice Slovenije. Pregledala sem arhive časnikov Dela in Financ, slovensko knjižnično bazo Cobiss in največji slovenski spletni brskalnik Najdi.si. Primerjala sem imetnike certifikatov in priznanj, naredila pregled udeležencev konferenc na temo družbene odgovornost in članstva slovenske veje Global Compacta – pobude Združenih narodov za trajnostni razvoj. Rezultati analize so predstavljeni v grafih in tabelah.

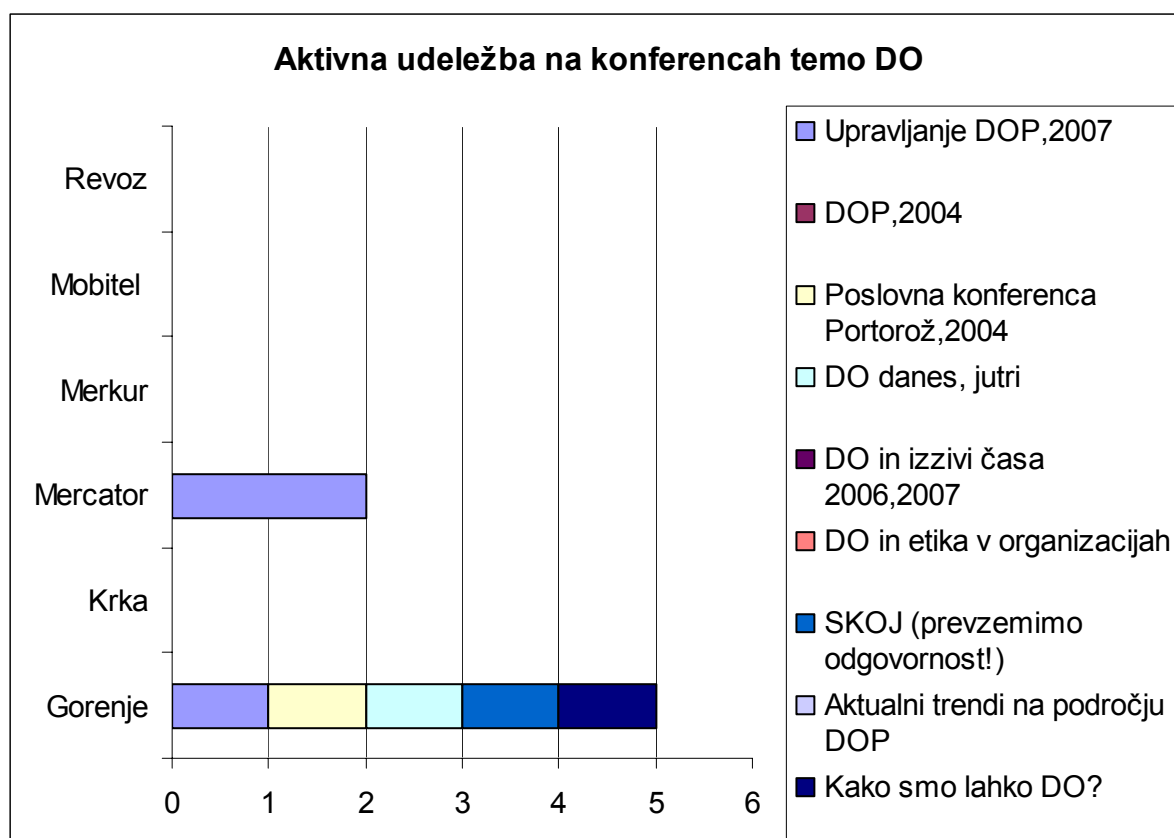
4.5.1 Sodelovanje na slovenskih konferencah na temo družbene odgovornosti

V Sloveniji je bilo v zadnjih nekaj letih organiziranih kar nekaj dogodkov na temo družbene odgovornosti podjetij. Tematsko so bili v večini primerov razdeljeni na dva dela; teoretskega, kjer je razprava tekla o sami definiciji, zgodovini, namenu in vlogi družbene odgovornosti in predstavitvenega, na katerem so slovenska ali tuja podjetja dobila priložnost, da predstavijo svoj pogled na družbeno odgovornost in lastno udejstvovanje na tem področju. Za vzorec analize sem izbrala dogodke, ki so bili kot pomembnejši omenjeni v članku Anite Hrast iz Gospodarske zbornice Slovenije (Slovenija postaja vedno bolj aktivna na področju DOP (Hrast 2006 : 1).

Podjetja iz mojega vzorca so bila prisotna na petih izmed devetih omenjenih dogodkih. Na vseh teh petih se je predstavilo prav Gorenje, katerega je vsakokrat zastopala Vilma Fece.

Izmed šestih izbranih je bilo edino drugo podjetje, ki je sodelovalo pri katerem izmed dogodkov, Mercator, z dvema predavanjema na konferenci Upravljanje družbene odgovornosti podjetij.

Grafikon 4.5.1.1: Aktivna udeležba na slovenskih konferencah na temo DO



Vir: spletne strani in zborniki konferenc.

4.5.2 Pojavljanje v medijih v zvezi z družbeno odgovornostjo

V današnji družbi se vsakovrstno udejstvovanje vsaj delno zrcali tudi v medijih. Raziskala sem, kako pogosto se v arhivih dnevnika Delo, gospodarskega dnevnika Finance, slovenskega spletnega iskalnika Najdi.si in slovenske virtualne knjižnice Cobiss pojavijo zadetki na temo družbene odgovornosti v povezavi z vsakim izmed šestih podjetij.

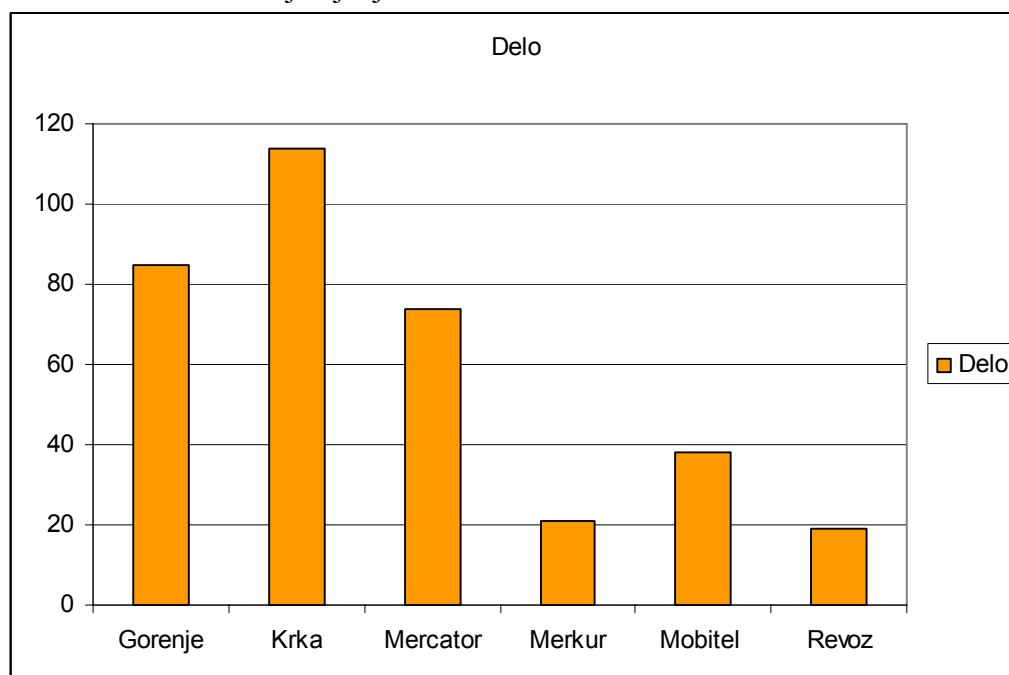
4.5.2.1 Delo

Tabela 4.5.2.1.1: Pojavljanje v Delu na temo DO

	Delo
Gorenje	85
Krka	114
Mercator	74
Merkur	21
Mobitel	38
Revoz	19

V arhivu dnevnika Delo je bilo v povezavi družbeno odgovornostjo največ objav z omembo novomeškega farmacevta, Krke, ki je prvo mesto zasedel s 114imi zadetki. Na drugem mestu je Gorenje, ki se pojavi 85krat, sledijo pa mu Mercator (74), Mobitel (38), Merkur (21) in Revoz (19).

Grafikon 4.5.2.1.1: Pojavljanje v Delu na temo DO



Vir: www.delo.si 2007.

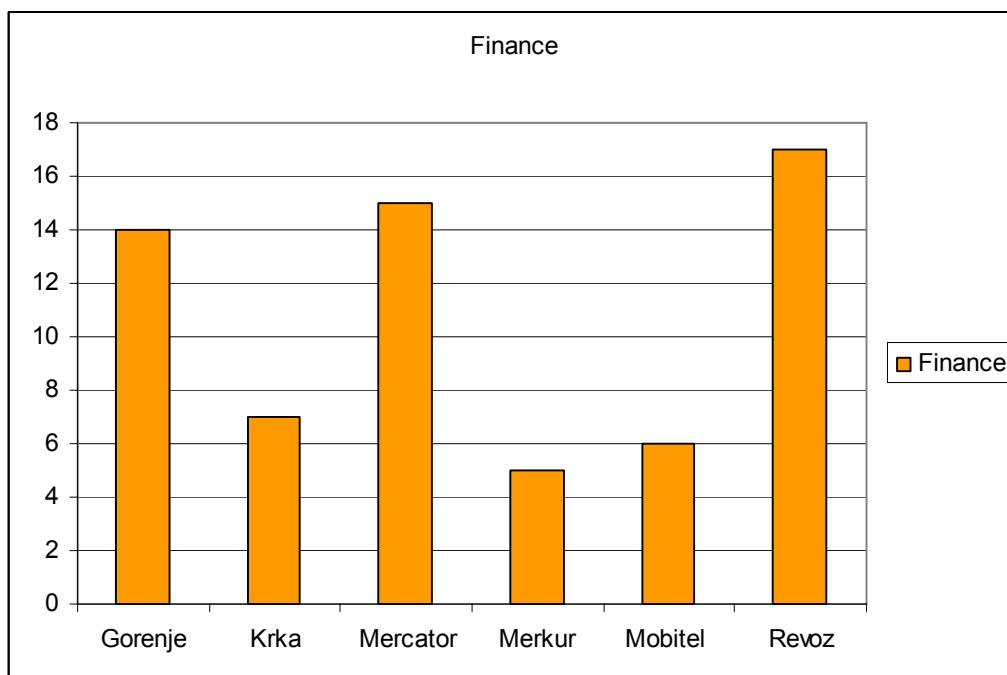
4.5.2.2 Finance

Tabela 4.5.2.2.1: Pojavljanje v Financah na temo DO

	Finance
Gorenje	14
Krka	7
Mercator	15
Merkur	5
Mobitel	6
Revoz	17

Arhiv časnika Finance je manj obsežen v primerjavi z Delom, temu primerno je tudi manjše število najdenih člankov. Prvi je Revoz s sedemnajstimi objavami, tesno pa mu sledita Mercator s petnajstimi in Gorenje s štirinajstimi. Krka (7), Mobitel (6) in Merkur (5) so se znašli drug ob drugem na dnu lestvice.

Grafikon 4.5.2.2.1: Pojavljanje v Financah na temo DO



Vir: www.finance.si 2007

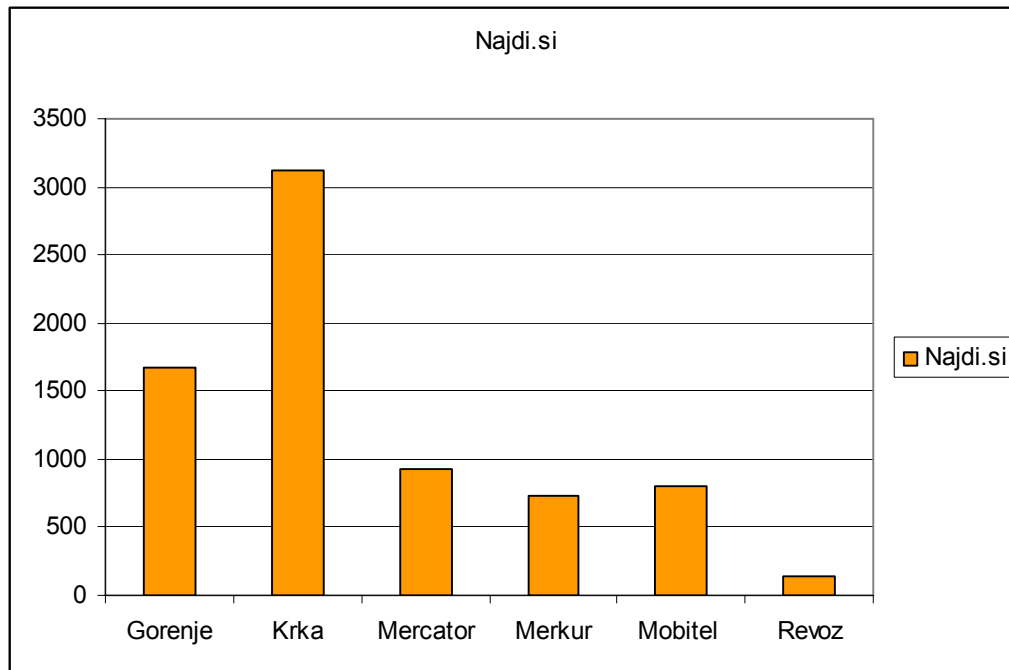
4.5.2.3 Najdi.si

Tabela 4.5.2.3.1: Zadetki v spletnem iskalniku Najdi.si na temo DO

	Najdi.si
Gorenje	1679
Krka	3115
Mercator	921
Merkur	725
Mobitel	795
Revoz	136

Najbolj obiskana slovenska spletna stran, Najdi.si, je obenem tudi največji slovenski spletni iskalnik. Če v iskalnik vnesemo besedno zvezo »družbena odgovornost« v kombinaciji z imeni šestih podjetij, nam daleč največ zadetkov vrne Krka, kar 3115. Na drugem mestu je Gorenje, s 1679 zadetki, sledi mu Mercator s 921imi, kmalu za njim pa še Mobitel (795) in Merkur (725). Daleč najslabše se je tu odrezal Revoz, z zgolj 136imi zadetki.

Grafikon 4.5.2.3.1: Zadetki v spletnem iskalniku Najdi.si na temo DO



Vir: www.najdi.si 2007.

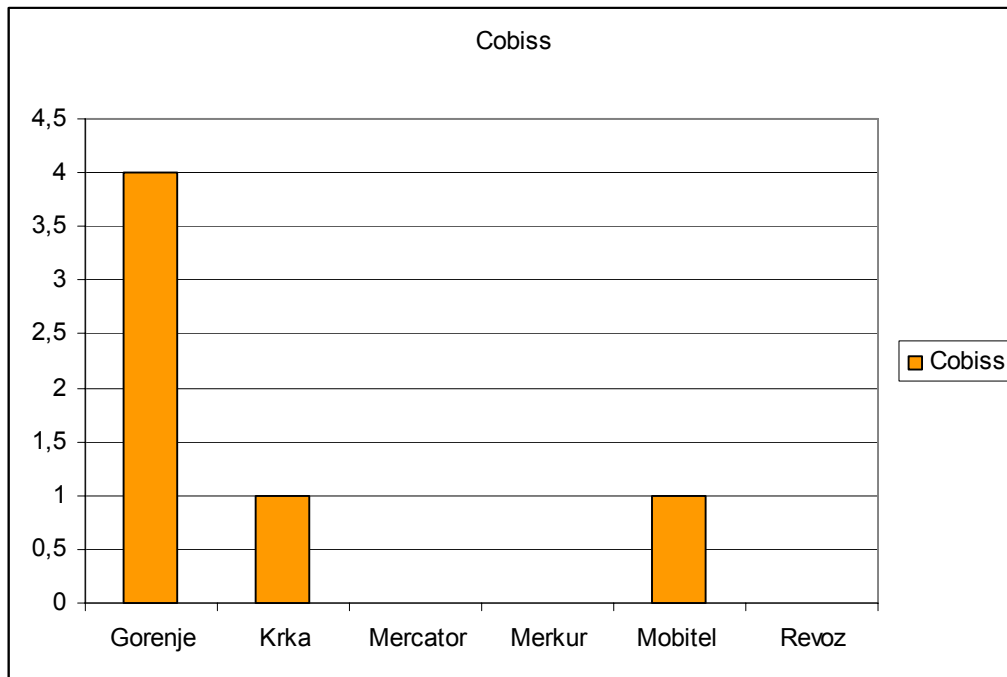
4.3.2.4 Cobiss

Tabela 4.5.2.4.1: Zadetki iskanja po Cobissu

Cobiss	Število zadetkov	Opomba
Gorenje	4	Cobiss je slovenska vzajemna bibliografsko-kataložna baza podatkov, ki omogoča iskanje po vseh slovenskih knjižnicah, katere iskanje s ključnimi besedami »družbena odgovornost« najde 418 zadetkov. Štiri izmed teh najdb omenjajo tudi Gorenje, vse izpod peresa Vilme Fece.
Krka	1	
Mercator	1	
Merkur	0	
Mobitel	0	
Revoz	0	

Najdemo tudi en zadetek v zvezi s Krko, vendar gre v tem primeru za diplomsko delo o Krki in ne za avtorsko delo s strani Krke.

Grafikon 4.5.2.4 Zadetki iskanja po Cobissu



Vir: www.cobiss.si 2007.

4.5.3 Družbena odgovornost na lastnih spletnih straneh podjetij

In kako se vidijo podjetja? Se imajo za družbeno odgovorna? Se s tem rada pohvalijo? Kako vidijo svojo družbeno odgovornost? Iz česa je po njihovem mnenju sestavljena? Ji namenijo veliko pozornosti? Se je lotevajo vsebinsko in načrtovano ali menijo, da naredijo dovolj, če nekaj svojega dobička podarijo v sponzorske in humanitarne namene?

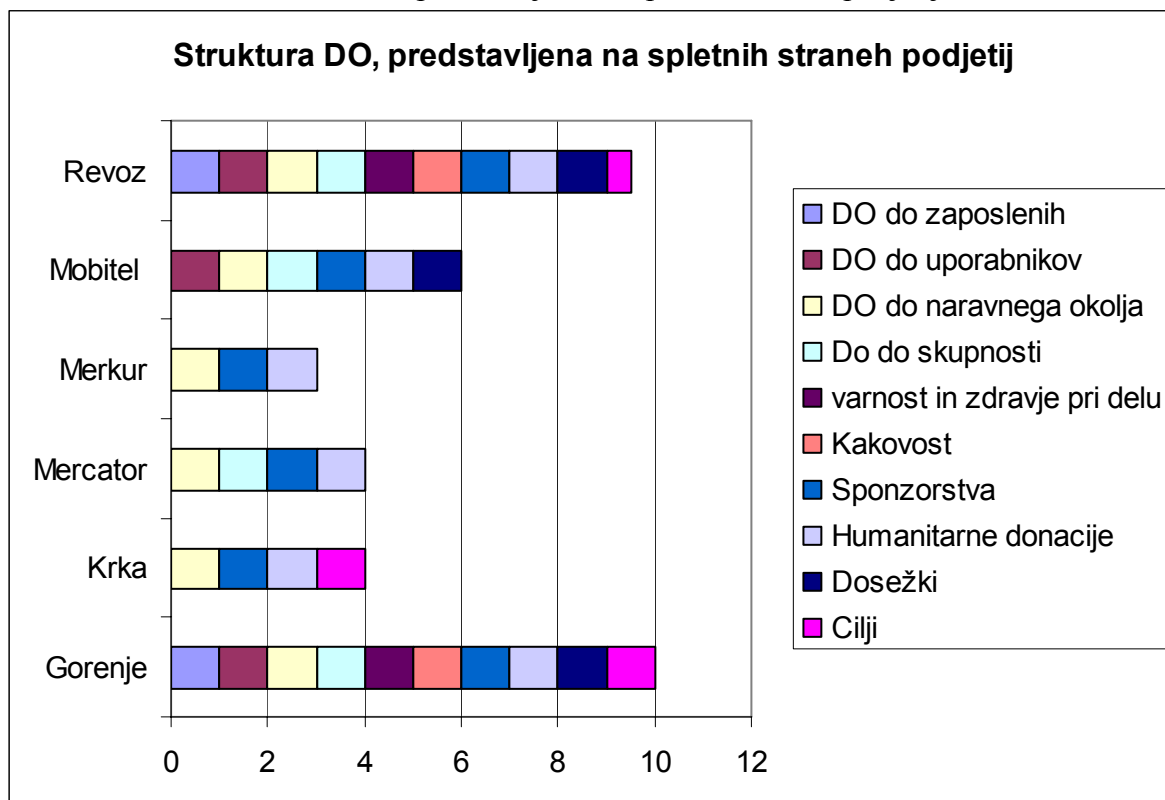
Za odgovor na zgornja vprašanja sem obiskala spletne strani vseh šestih podjetij in analizirala njihov pristop k družbeni odgovornosti. Čeprav so vsa podjetja družbeni odgovornosti na svojih spletnih straneh namenila nekaj prostora, se njihovi pristopi zelo razlikujejo. Da bi videla, kako celostno vidijo družbeno odgovornost in čemu namenijo največ pozornosti, sem se pri iskanju omejila na naslednje komponente družbene odgovornosti:

- odgovornost do zaposlenih
- odgovornost do uporabnikov
- odgovornost do naravnega okolja
- odgovornost do skupnosti
- varnost in zdravje pri delu

- kakovost
- sponzorstva in
- humanitarne donacije.

Da bi videla ali je njihova družbeno odgovorna dejavnost načrtovana sem iskala tudi cilje, ki so si jih podjetja zastavila. Upoštevala sem samo konkretne zastavljene cilje (na primer o porabi energentov ali zmanjšanju onesnaževanje) in ne izjav v smislu »želimo biti družbeno odgovorni«. Poiskala sem tudi morebitne navedbe o dosežkih podjetij s tega področja in omembe njim podeljenih nagrad.

Grafikon 4.5.3.1: Struktura DO, predstavljena na spletnih straneh podjetij



Vir: www.revoz.si, www.mobitel.si, www.merkur.si, www.mercator.si, www.krka.si, www.gorenje.si vsi 2007.

4.5.3.1 Gorenje

Zopet izstopa Gorenje, je namreč edino podjetje, ki je na svoji spletni strani obravnavalo vse zgoraj omenjene teme. Na svoji spletni strani se najprej zavežejo, da bodo spoštovali vsa temeljna načela družbene odgovornosti, le-to pa tudi jasno razdelajo.

Natančno opredelijo, kaj zanje pomeni družbena odgovornost do zaposlenih, uporabnikov, do naravnega okolja, do skupnosti, ter kaj sta varnost in zdravje pri delu. Razložijo, kako vse omenjene aspekte družbene odgovornosti uresničujejo in predstavijo projekte iz vsakega izmed omenjenih področij. Predstavijo svoja sponzorstva in humanitarne donacije in zavezanost kakovosti.

Preberemo lahko resnično dolg seznam nagrad in priznanj s področja družbene odgovornosti, na katerem se je od leta 2002 znašlo kar 42 dosežkov. Tudi po obsegu zapisanega je Gorenje krepko na prvem mestu, število znakov, ki so jih namenili družbeni odgovornosti, skoraj za trikrat presega obseg drugega na lestvici, Mercatorja.

4.5.3.2 Revoz

Na drugem mestu je Revoz. Omenili so prav vse komponente družbene odgovornosti, certifikate, ki so jih pridobili, ter se zavezali ciljem v zvezi z varstvom okolja. Cilji so sicer jasno navedeni, a so zgolj vsebinski, zapisana ni ena sama številka.

Podobno velja tudi za preostanek vsebine na temo družbene odgovornosti; če preberemo vse, kar so zapisali, naletimo na omembe vseh komponent, vendar stvari niso jasno razmejene. Temo so umestili pod trajnostni razvoj, razdelili pa so jo na tri poglavja:

- ravnanje z okoljem
- socialna odgovornost
- družbena odgovornost / sponzorstva

Varstvo okolja je pomemben dejavnik družbene odgovornosti, družbena in socialna odgovornost pa sta ena in ista stvar. Opazimo, da Revoz, tako kot številni mediji in na žalost prenekatera podjetja, družbeno odgovornost enači s sponzorstvi. Temu seveda ni tako, družbena odgovornost mora biti načrtovana, gre za način vodenja podjetja, ki vsebuje še vse kaj drugega kot le sponzorstva. V lanskem letu je veliko pozornosti dobila akcija časopisa Finance » Top 101 - Družbeno odgovorni«, ki je družbeno odgovornost merila po finančnem vložku. Deležna je bila številnih kritik, saj se družbene odgovornosti ne da izmeriti z denarjem.

Revoz se je torej dotaknil vseh pomembnih tematik, a jih ni jasno razdelal, prav tako glede na obseg družbeni odgovornosti ni namenil prav veliko pozornosti – pristal je ne tretjem mestu, obseg zapisanega pa je petkrat manjši kot v primeru Gorenja.

4.5.3.3 Mobitel

Mobitel se je družbene odgovornosti, oziroma družbeno odgovornega ravnanja, kot so zapisali na svoji spletni strani, lotil strukturirano in pregledno. Tematiko, ki jo obravnavajo so razdelili na pet delov:

- skrb za sobivanje
- izobraževanje
- humanitarne teme
- kulturo
- ter šport in rekreacijo.

Vseeno pa ne gre spregledati, da so popolnoma pozabili na varnost in zdravje pri delu in na družbeno odgovornost do zaposlenih. Pišejo sicer o izobraževanju, vendar v kontekstu širše družbene skupnosti, ne svojih zaposlenih. Kakovost omenijo z eno samo besedo, v predstavitvenem besedilu. Zaman sem iskala tudi konkretno zastavljene cilje s področja družbene odgovornosti. Tudi obseg besedila na temo družbene odgovornosti je skromen: z dobrimi šest tisočimi znaki so se znašli na četrtem mestu med izbranimi podjetji.

4.5.3.4 Krka

Na prvi pogled se zdi, kot da tudi Krka družbeno odgovornost in odgovornost do skupnosti razume predvsem skozi sponzorstva in donacije. V zvezi z družbeno odgovornostjo omenijo le še varstvo okolja. Svoje dejavnosti na področju varstva okolja in sponzorstva in donacije natančno predstavijo, prav tako lahko preberemo statistike obremenjevanja okolja za pretekla leta in cilje za leto 2006.

V rubriki »družbena odgovornost« ne moremo prebrati ničesar o odgovornosti do zaposlenih in o varnosti in zdravju pri delu. Prav tako v kontekstu družbene odgovornosti ne omenjajo odgovornosti do uporabnikov in kakovosti. To kaže predvsem na njihovo nepoznavanje pojma družbene odgovornosti. Na njihovi spletni strani namreč lahko vidimo rubriki »Za vaše

zdravje« in »Za zdravje živali«, ki ponujata vrsto izobraževalnih vsebin za njihove uporabnike.

Če brskamo naprej, naletimo na rubriki »Razvoj zaposlenih« in »Prosti čas«, kjer zapišejo, da vlagajo v izobraževanje svojih zaposlenih, v njihov razvoj, kot tudi v razvoj novih kadrov. Imajo svoj pevski zbor, gledališki klub in kulturno društvo, poleg tega podpirajo likovno umetnost in organizirajo knjižni sejem.

Vodstvo Krke torej razume, da so za uspešno vodenje podjetja pomembne vse komponente, ki sestavljajo družbeno odgovornost, vendar zaenkrat nanje še ne gledajo kot na celoto. Obseg besedila v rubriki družbena odgovornost je majhen, komaj štiri tisoč znakov, a že ob upoštevanju rubrik za zaposlene naraste na deset tisoč. Na voljo je tudi vrsta izobraževalnih knjižic, ki bi to številko še občutno povečala.

4.5.3.5 Mercator

Mercator nameni največ pozornosti sponzorstvom in humanitarnim donacijam. Njihova največja donacija do sedaj je bil prispevek namenjen prenovi ljubljanske knjižnice Otona Župančiča v vrednosti skoraj milijarde tolarjev. Vse pomembnejše donacije so tudi obširno predstavljene, čemur gre pripisati tudi razmeroma velik obseg besedila, namenjenega družbeni odgovornosti.

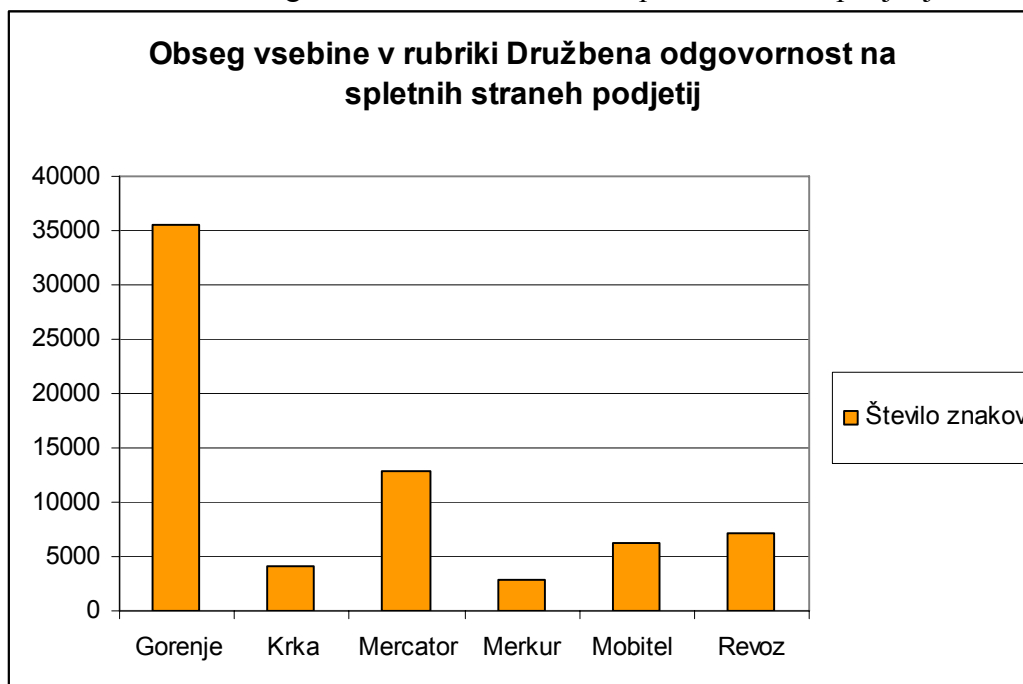
Na spletni strani zapišejo, da spodbujajo gospodarski, družbeni in socialni razvoj okolja, v katerem delujejo. Nekaj prostora namenijo tudi varovanju okolja, kjer predstavijo svojo akcijo osveščanja na temo ločevanja odpadkov »Ločujmo – varujmo«. Mercator se zaveda svoje dolžnosti do skupnosti, ničesar pa ne preberemo o zavezanosti kakovosti in odgovornosti do potrošnikov. Nekaj pozornosti namenijo tudi zaposlenim in varnosti in zdravju pri delu, vendar ne v sklopu družbene odgovornosti, kar kaže na njihovo slabo poznavanje tega pojma.

4.5.3.6 Merkur

Najslabše se je odrezal Merkur. Družbeni odgovornosti so na svojih spletnih straneh namenili borih 2900 znakov. Dva odstavka so posvetili varstvu okolja, kjer ni niti besede o zastavljenih ciljih, ravno tako ne zasledimo nikakršnih podatkov o dosedanji ali prihodnji rabi energentov. Omenijo le, da so soustanovitelji družbe ZEOS, največjega slovenskega podjetja za okolju

prijazno razgradnjo izdelkov. Niti besede ni o odgovornosti do zaposlenih ali o varnosti in zdravju pri delu. Nič ni zapisanega o odgovornosti od uporabnikov in kakovosti. Tudi zanje se družbena odgovornost zrcali predvsem v donacijah in sponzorstvih, čemur na spletnih straneh namenijo največ prostora.

Grafikon 4.5.3.2: Obseg vsebine v rubriki DO na spletnih straneh podjetij



Vir: www.revoz.si, www.mobitel.si, www.merkur.si, www.mercator.si, www.krka.si, www.gorenje.si vsi 2007.

4.5.4 Slovenski Global Compact

7. junija 2007 je bila na Bledu ustanovljena slovenska podružnica mreže Global Compact: Slovensko društvo Združenih narodov za trajnostni razvoj. Tako slovensko društvo kot krovna mreža, katero danes sestavlja več kot 2500 podjetij, nevladnih organizacij in univerz iz več kot devetdesetih držav, temeljita na prostovoljnem članstvu, njen prvi namen pa je »udejanjanje vodenjstva z vzpodbujanjem družbene odgovornosti«. Mreža ima zaenkrat¹³ 37 članov, 16 ustanovnih in 21 pridruženih. Verjetno lahko pričakujemo, da bo teh iz meseca v mesec več, društvo preko svoje spletne strani v včlanitev vabi vsa slovenska družbeno odgovorna podjetja in druge organizacije. Včlanitev je namreč preprosta, podjetje izpolni dvostranski obrazec in se zaveže k spoštovanju desetih načel Global Compacta.

¹³ Dne 5.7.2007

Tabela 4.5.4.1: Članstvo v slovenskem Global Compactu

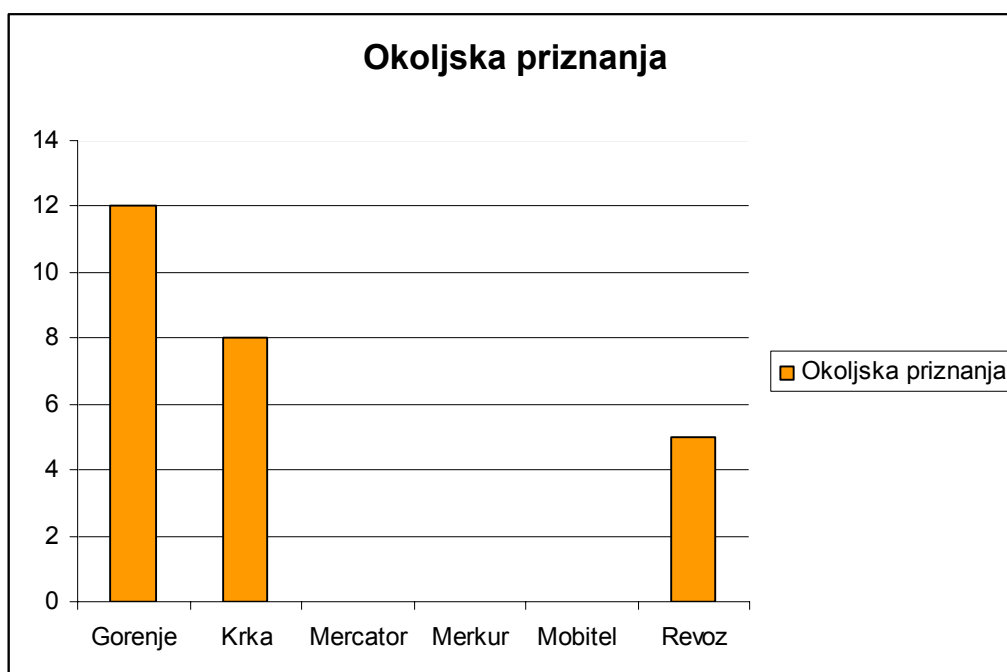
	Global Compact
Gorenje	Ustanovni član
Krka	Ne
Mercator	Ne
Merkur	Ne
Mobitel	Da
Revoz	Ne

Izmed šestih obravnavanih podjetij, sta v Slovensko društvo Združenih narodov za trajnostni razvoj včlanjeni dve: Gorenje je eden izmed ustanovnih članov, Mobitel pa pridružen član. Ostala podjetja se mreži (zaenkrat) niso pridružila (Slovensko društvo Združenih narodov za trajnostni razvoj 2007).

4.5.5 Okoljska poročila in priznanja

Na spletni strani Gospodarske zbornice Slovenija je objavljen katalog, kjer lahko po okoljskih priznanjih, poročilih in osnovnih podatkih, iščemo med 427imi slovenskimi podjetji. V bazi najdemo podatke o priznanjih za okolju prijazno podjetje, za okoljski izdelek leta, za okolju prijazne postopke, za energetske učinkovita podjetja in projekte. Baza hrani podatke tudi o podjetjih, ki izdajajo lastna okoljska poročila. Danes so v Sloveniji samo štiri taka podjetja.

Grafikon 4.5.5.1: Okoljska priznanja

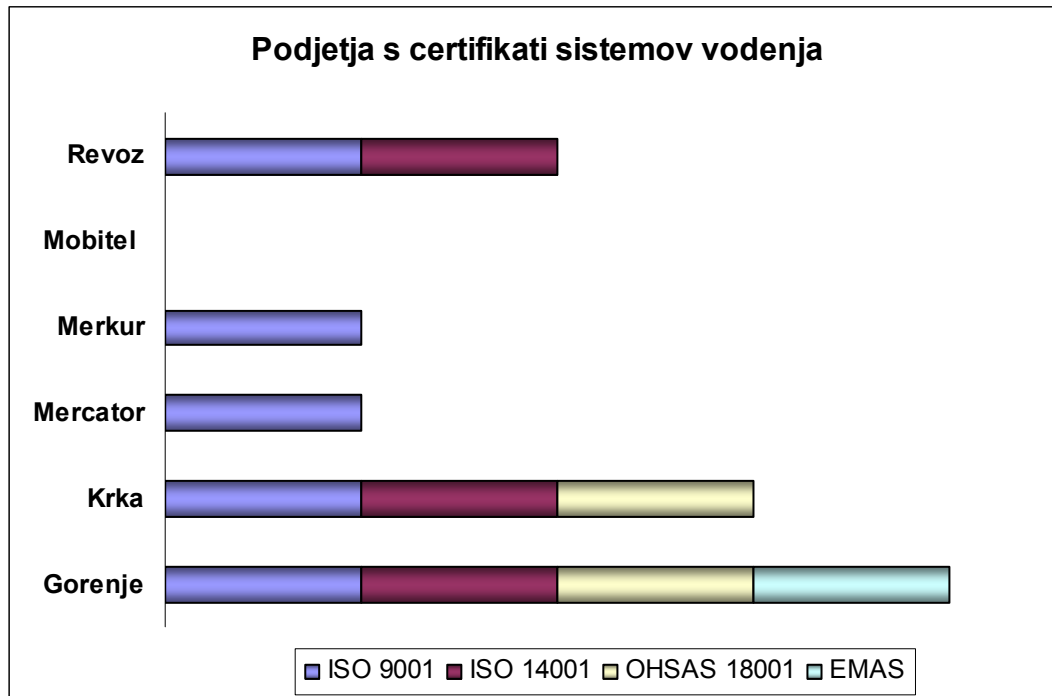


Vir: Gospodarska zbornica Slovenije 2007.

Največ okoljskih priznanj je dobilo Gorenje, dvanajst. Na drugem mestu je Krka z osmimi priznanji, na tretjem pa Revoz s petimi. Ostala tri podjetja niso dobila nobenega priznanja.

Gorenje je tudi eno izmed štirih slovenskih podjetij, ki je objavilo lastno okoljsko poročilo. Ostala podjetja lastnih poročil o okolju nimajo.

Grafikon 4.5.5.2: Podjetja s certifikati sistemov vodenja



Vir: Gospodarska zbornica Slovenije 2007.

Gospodarska zbornica Slovenije vodi evidenco podjetij s certifikati sistemov vodenja – ISO 9001, ISO 14001 in OHSAS 18001.

- ISO 9001 se osredotoča na učinkovitost sistema vodenja kakovosti; določa zahteve za sistem vodenja kakovosti, delovanje vodstva, ravnanje z viri, izvajanje osnovne dejavnosti in nadzor (Slovenski institut za kakovost in meroslovje 2007d).
- ISO 14001 je sistem ravnanja z okoljem, ki zajema celovito obvladovanje okoljskih vidikov proizvodne ali storitvene dejavnosti. Obsega tako izpolnjevanje zakonskih zahtev kot tudi uravnavanje stroškov, učinkovito izkoriščanje virov, preprečevanje onesnaževanja ter odzivanje na zahteve in pričakovanja poslovnih partnerjev organizacije, lastnikov oz. ustanoviteljev organizacije in ostale zainteresirane javnosti (Slovenski institut za kakovost in meroslovje 2007c).
- OHSAS 18001 je sistem vodenja varnosti in zdravja pri delu. Ustrezni in varni delovni pogoji in ergonomsko urejena delovna mesta so pomembni dejavniki počutja zaposlenih in neposredno vplivajo na njihovo učinkovitost ter ustvarjalnost. Standard

OHSAS 18001 zavezuje organizacije, da sistematično skrbijo za varna, zdrava in urejena delovna mesta in delovno okolico
(Slovenski institut za kakovost in meroslovje 2007a).

Poleg treh omenjenih certifikatov sem v vzorec za analizo vključila tudi Sistem okoljskega ravnanja in presojanja EMAS (ECO Management and Audit Scheme) Okoljska izjava EMAS zahteva sodelovanje zaposlenih v sistemu ravnanja in ustrezno komuniciranje z zainteresiranimi javnostmi. Pravzaprav gre za obsežno in objektivno okoljsko poročilo, podprto z dejanskimi vrednostmi monitoringov v podjetju. Namen EMASa je povečati transparentnost informacij, ki jih podjetja o posredujejo javnosti in zainteresiranim deležnikom. Vse te podatke preverja in na vidnem mestu potrjuje okoljski preveritelj (GZS 2007b).

Gorenje je edino izmed šestih podjetij, ki je pridobilo prav vse omenjene certifikate. Prav tako je Gorenje edino podjetje v Sloveniji¹⁴, ki je do danes vzpostavilo, verificiralo in registriralo sistem EMAS. Leta 2005 je podjetje v evropski konkurenci velikih podjetij dobilo nagrado EMAS, katero podeljuje Generalni direktorat Evropske komisije za okolje.

Na drugem mestu je Krka, ki je pridobila certifikate ISO 9001, ISO 14001 in OHSAS 18001. Sledi Revoz z ISO certifikatom 9001 in 14001. Merkur in Mercator sta pridobila samo certifikat za sistem vodenja kakovosti 9001, Mobitel pa nobenega izmed njih.

4.5.6 Sklepi

Analiza je pokazala, da je Gorenje najbolj aktivno sodelovalo na konferencah na temo družbene odgovornosti – udeležili so se petih dogodkov, drugi na lestvici le enega. Kot edino izmed podjetij so na spletni strani predstavili svoje dejavnosti v zvezi s prav vsemi, desetimi komponentami družbene odgovornosti. Obseg besedila, ki so ga posvetili družbeni odgovornosti je skoraj trikrat večji v primerjavi z drugouvrščenim podjetjem.

¹⁴ 5.7.2007

Dobili so največje število, dvanajst okoljskih priznanj (drugouvrščeni osem, tretjeouvrščeni pet) in so edini, ki so izdali lastno okoljsko poročilo. Samo Gorenje je pridobilo vse štiri certifikate vodenja, poleg tega so edini v Sloveniji z okoljsko izjavo EMAS. So ustanovni član slovenskega društva ZN za trajnostni razvoj, v katerem zaenkrat (kot pridruženi član) sodeluje le še eno izmed analiziranih podjetij.

Objavili so štiri prispevke na temo družbene odgovornosti, sledi podjetje z eno objavo, medtem ko ostala nimajo nobene.

Čeprav je Gorenje na vseh omenjenih področjih najbolj aktivno, ni zasedlo prvega mesta na lestvici omemb v slovenskih medijih. Vseeno se je podjetje uvrstilo visoko, v iskanju po arhivu časnika Dela in spletnega iskalnika Najdi.si je zasedlo drugo mesto, v arhivu časnika Finance pa je po številu objav na temo družbene odgovornosti na tretjem mestu.

Glede na zapisano lahko trdim, da ravna Gorenje v primerjavi z ostalimi podjetji, zajetimi v analizo, najbolj družbeno odgovorno. Družbene odgovornosti so se lotili celostno in načrtovano. Za svoje sisteme vodenja kakovosti, varnosti in zdravja pri delu in ravnanja z okoljem so prejeli certifikate. Prejeli so vrsto priznanj ne le v Sloveniji, temveč tudi v Evropi. V zvezi s svojim družbeno odgovornim ravnanjem so dosegli tudi razmeroma visoko stopnjo prepoznavnosti v medijih.

5. Zaključek

Družbeno odgovorno ravnanje je posledica prostovoljne odločitve podjetja. Vodilni v podjetju se morajo zavedati koristi, ki jih družbena odgovornost prinaša in se zavestno odločiti za družbeno odgovorno ravnanje, saj je to lahko učinkovito le v primeru, da je skrbno načrtovano.

Čeprav so koristi družbene odgovornosti dobro znane in dokazane v številnih raziskavah, je na svetu še vedno veliko število podjetij, ki na tematiko gledajo z istimi očmi, kot jo je pred skoraj štirimi desetletji videl Milton Friedman – zanj je bila edina družbena odgovornost podjetja čim večji dobiček. Danes je razlog za tovrstno razmišljanje v neznanju. Če bi se vodstveni kadri podjetij zavedali vseh koristi, ki jih družbeno odgovorno ravnanje prinaša, bi se tudi najbolj sebični odločili za družbeno odgovornost, saj ta prinaša tudi večji dobiček.

S prostovoljno skrbjo za okolje in družbo v kateri živimo podjetja ne samo zvišujejo lasten dobiček, ampak prispevajo k trajnostnemu razvoju, izboljšujejo dinamičnosti in konkurenčnost gospodarstev in ustvarjajo nova delovna mesta in z njimi gospodarsko rast. Zato je izobraževanje in osveščanje na temo družbene odgovornosti neprecenljivega pomena. Poskrbeti je treba, da se bodo prav vsa podjetja, pa naj bodo majhna, srednje velika ali vodilna, zavedala pomena družbene odgovornosti in se zavestno odločila zanjo.

Za to je potrebna spodbuda. Slovenska podjetja je s strani države niso deležna. Slovenija potrebuje celovito institucionalno infrastrukturo, vzpostaviti je treba sodelovanje vseh partnerjev, ki bo zagotovilo krepitev, prenos in povezovanje znanja, tehnologij in drugih razvojnih potencialov. Poceni delovna sila namreč ni in ne sme biti edina konkurenčna prednost Slovenije, zaradi česar je treba vsebinsko preobraziti dosedANJI koncept razvoja in se usmeriti v zmagovalno kulturo. V nasprotnem primeru se lahko zgodi, da bo postala Slovenija za uspešna podjetja preprosto predraga in posledično nekonkurenčna.

Za dober uspeh je treba delovati tako globalno kot lokalno. V svetu se sicer marsikaj dogaja, a na žalost to za večino slovenskih podjetij ni dovolj velika spodbuda. Primer za to je Global Compact – pobuda Združenih narodov, ki se je v Slovenijo razširila šele osem let po tem, ko je Kofi Annan vsa svetovna podjetja pozval, naj se pridružijo pobudi v podporo univerzalnim okoljskim in družbenim načelom.

Čeprav malce z zamudo, je v središče dogajanja na področju družbene odgovornosti stopila Evropska unija. Podjetja, ki se v Sloveniji obnašajo družbeno odgovorno iščejo svoje zglede prav tam. Projekta osveščanja malih in srednje velikih podjetij ne izvaja država, temveč Gospodarska zbornica s pomočjo evropskih sredstev. Lestvice družbeno odgovornih podjetij nastajajo v Evropi, nagrade podeljuje Evropska komisija, edin vladni dokument, spisan specifično na temo družbene odgovornosti je nastal na pobudo Komisije za objavo v Zbirki nacionalnih javnih politik na temo družbene odgovornosti in je na voljo samo v angleškem jeziku.

Slovenija na področju družbene odgovornosti zaostaja za Evropo. Ta zaostanek bi lahko zmanjšali že, če bi uvedli ukrepe, ki jih je v zadnjem poročilu predlagala Evropska komisija. S strani pristojnega ministrstva bi morali poskrbeti za dvig osveščenosti, izmenjavo najboljših praks, podporo pobudam interesnih skupin in izobraževanje potrošnikov. Pristojni organi, na primer Urad za družbeno odgovornost naj poskrbijo za transparentnost, sodelujejo z državami članicami, raziskujejo in izobražujejo podjetja.

Do takrat lahko znotraj državnih meja osvetlijo pot le redka razvojno zrela podjetja kot je Gorenje, ki so potrebo po družbeno odgovornem ravnanju znala prepoznati sama. V Gorenju poznajo natančen odgovor na vprašanje, kdaj so z družbeno odgovornim ravnanjem začeli, ker družbeno odgovornost načrtujejo.

Natančno vedo iz česa je njihova družbena odgovornost sestavljena, zavedajo se odgovornosti, ki jo imajo do svojih zaposlenih, do širše in ožje družbene skupnosti, do naravnega okolja, svojih uporabnikov in kakovosti. Rezultatov svojega delovanja ne skrivajo pred javnostjo, vsako leto skupaj z letnim poročilom objavijo tudi poročilo o družbeni odgovornosti.

V njem lahko preberemo kaj natanko so v preteklem letu storili za zdravje, socialno varnost in izobraževanje svojih zaposlenih, kaj so naredili na področju športa in kulture in komu so namenili humanitarno pomoč ali sponzorska sredstva. Črno na belem je zapisano koliko energentov so porabili v primerjavi s preteklimi leti in ali so dosegli zastavljene okoljske cilje. Nič čudnega ni torej, da se je Gorenje na lestvici z evropskimi sredstvi financiranega projekta Advance, ki je ocenjevalo trajnostno vrednost evropske industrije, povzpelo na tretjo mesto.

Analiza šestih slovenskih vodilnih podjetij je pokazala, da ravna Gorenje v primerjavi z ostalimi podjetji, zajetimi v analizo, najbolj družbeno odgovorno. Podjetje je aktivno sodelovalo na konferencah na temo družbene odgovornosti. Dobili so največje število okoljskih priznanj in so edini, ki so izdali lastno okoljsko poročilo. Samo Gorenje je pridobilo vse štiri certifikate vodenja, poleg tega so edini v Sloveniji z okoljsko izjavo EMAS. So ustanovni član slovenskega društva ZN za trajnostni razvoj, v katerem zaenkrat sodeluje le še eno izmed analiziranih podjetij. Družbene odgovornosti so se lotili celostno in načrtovano. Za svoje sisteme vodenja kakovosti, varnosti in zdravja pri delu in ravnanja z okoljem so prejeli certifikate. Prejeli so vrsto priznanj v Sloveniji in v Evropi.

Gorenje torej ne skrbi samo za izobraževanje svojih zaposlenih in študentov, prispeva tudi k izobraževanju drugih podjetij. Vilma Fece, ki je v podjetju zadolžena za varstvo okolja in je tudi predsednica Društva za kakovost in ravnanje z okoljem, sodeluje na številnih konferencah in delavnicah, kjer vedno znova odgovarja na naslovno vprašanje ene izmed delavnic Gospodarske zbornice - »Kako smo lahko družbeno odgovorni?«. Gorenje lahko torej kot razvojno zrelo in družbeno odgovorno vodilno slovensko podjetje in kot strateški nosilec razvoja služi kot zgled in vpliva na vse družbene partnerje v regiji in državi.

Družbena odgovornost podjetij kot komponenta trajnostnega razvoja, ki pripomore k boljši dinamiki in konkurenčnosti gospodarstev, nedvomno pridobiva na pomembnosti v vseh okoljih. Čeprav cilj še ni dosežen, je napredek v zadnjem desetletju opazen. Ali kot je dejal Sir Winston Churchill: »To še ni konec. Ni niti začetek konca. Vendar je morda konec začetka.«¹⁵

¹⁵ Now this is not the end. It is not even the beginning of the end. But it is, perhaps, the end of the beginning.

6. Seznam literature

1. Bruntland, Gro Harlem (1987): *Brundtlandino poročilo*. Dostopno na http://www.unngoed.org/documents/brundtland_bericht.pdf (15. julij 2007).
2. Bussiness Leaders Initiative for Human Rights (2007): *About Bussiness Leaders Initiative for Human Rights*. Dostopno na <http://www.blihr.org/> (5. maj 2007).
3. Cobiss (2007): *Stanje kooperativenga Online Bibliografskega sistema*. Dostopno na www.cobiss.si (2. julij 2007).
4. CSR Europe (2006): *CSR Europe in a nutshell*. Dostopno na <http://www.csreurope.org/aboutus/default.aspx> (16. maj 2007).
5. Delo (2007): *Arhiv Dela*. Dostopno na www.delo.si (2. julij 2007).
6. Drevenšek, Mojca (2006): *Lestvica okoljsko odgovornih podjetij: Gorenje v evropskem vrhu trajnostno odgovornih*. Dostopno na <http://www.finance.si/155234> (20. marec 2007).
7. Eberhard-Harribey, Laurence (2006). Corporate Social Responsibility as a New Paradigm. *Corporate Governance* (4) 358–368.
8. Ekonomski in socialni svet (2005): *Poročilo podkomisije za promocijo in zaščito človekovih pravic*. Dostopno na <http://www.ohchr.org/english/bodies/chr/sessions/61/lisdocs.htm> (23. april 2007).
9. EU multistakeholder forum on CSR (2004): *Final Report*. Dostopno na http://ec.europa.eu/enterprise/csr/documents/29062004/EMSF_final_report.pdf (18. maj 2007).
10. Evropska komisija (2001)a: *Green Paper, Promoting a European framework for Corporate Social Responsibility*. Bruselj: Evropska komisija.

11. Evropska komisija (2001)b: *Regulation (EC) 761/2001 of the European Parliament and the Council of 19/3/2001 allowing voluntary participation of organisations in a Community Eco-Management and audit schemes (EMAS)*. Dostopno na www.emas.org.uk/regulation/EMAS%20Regulation.pdf (26. marec 2007).
12. Evropska komisija (2002): *Communication from the Commission concerning Corporate Social Responsibility: A business contribution to Sustainable Development*. Dostopno na <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:52002DC0347:EN:NOT> (15. maj 2007).
13. Evropska komisija (2005): *Za raznolikost, proti diskriminaciji, Hinko Jerčič – slovenski zmagovalec EU natečaja novinarska nagrada 2005*. Dostopno na: <http://www.stop-discrimination.info/2739.0.html> (24. marec 2007).
14. Evropska komisija (2006)a: *Environment: Waste: Waste Electrical and Electronic Equipment*. Dostopno na http://ec.europa.eu/environment/waste/weee/index_en.htm (5. april 2007).
15. Evropska komisija (2006)b: *Poročilo Evropskemu parlamentu, Svetu in Evropskemu ekonomsko – socialnemu odboru: Izvajanje partnerstva za rast in delovna mesta: Evropa – središče odličnosti za družbeno odgovornost podjetij*. Dostopno na www.europarl.europa.eu/meetdocs/2004_2009/documents/dt/628/628379/628379sl.pdf (15. maj 2007).
16. Evropska komisija (2006)c: *Zbirka poročil o javni politiki za spodbujanje družbene odgovornosti*. Dostopno na http://ec.europa.eu/employment_social/emplweb/csr-matrix/csr_matrix_en.cfm (11. maj 2007).
17. Evropska komisija (2007): *Lisbon Strategy*. Dostopno na http://europa.eu/scadplus/glossary/lisbon_strategy_en.htm (12. maj 2007)

18. Evropska komisija, Direktorat za zaposlovanje in socialne zadeve (2003): *Mapping instruments for Corporate Social Responsibility*. Dostopno na http://ec.europa.eu/employment_social/soc-dial/csr/mapping_final.pdf (18. maj 2007).
19. Evropski parlament (2002): *Directive 2002/95/EC of the European Parliament and of the Council of 27 January 2003 on the restriction of the use of certain hazardous substances in electrical and electronic equipment*. Dostopno na <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:32002L0095:EN:HTML> (5. april 2007).
20. Evropski parlament (2003): *Direktiva 2002/96/ES EVROPSKEGA PARLAMENTA IN SVETA z dne 27. januarja 2003 o odpadni elektronski in električni oprem*. Dostopno na http://www.zeos.si/filelib/direktiva/direktiva_weee-1_37-13.2.03-slo.pdf (5. april 2007).
21. Finance (2007): *Arhiv Financ*. Dostopno na www.finance.si (2. julij 2007).
22. Global Compact (2007): *About the Global Compact*. Dostopno na http://www.unglobalcompact.org/docs/about_the_gc/gc_brochure_final.pdf (25. april 2007).
23. Goldman Sachs (2007): *Introducing GS Sustain*. Dostopno na www.unglobalcompact.org/docs/summit2007/gs_esg_embargoed_until030707pdf (20. julij 2007).
24. Gorenje (2004): *Letno poročilo 2004*. Velenje: Gorenje.
25. Gorenje (2005)a: *Letno poročilo 2005*. Velenje: Gorenje.
26. Gorenje (2005)b: *Poročilo o družbeni odgovornosti 2005*. Velenje: Gorenje.
27. Gorenje (2006)a: *Letno poročilo 2006*. Velenje: Gorenje.

28. Gorenje (2006)b: *Varstvo okolja – Privarčujte.* Dostopno na http://www.gorenjegroup.com/druzben_a_odgovornost/varsto_okolja/obvarujmo_zemlj_o (26. marec 2007).
29. Gorenje (2007)a: *Družbe skupine.* Dostopno na http://www.gorenjegroup.com/druzbene_skupine (16. marec 2007).
30. Gorenje (2007)b: *Družbena odgovornost.* Dostopno na http://www.gorenjegroup.com/druzben_a_odgovornost (15. marec 2007).
31. Gorenje (2007)c: *Gorenje bo dosledno spoštovalo temeljna načela družbene odgovornosti.* Dostopno na www.gorenjegroup.com (20. marec 2007).
32. Gorenje (2007)d: *Konkurenčnost.* Dostopno na <http://www.gorenjegroup.com/konkurencnost> (16. marec 2007).
33. Gorenje (2007)e: *Predstavitev podjetja.* Dostopno na http://www.gorenjegroup.com/skupina_gorenje (25. junij 2007).
34. Gorenje (2007)f: *Skupina Gorenje.* Dostopno na http://www.gorenjegroup.com/skupina_gorenje (15. marec 2007).
35. Gorenje (2007)g: *Vizija, poslanstvo, vrednote.* Dostopno na <http://www.gorenjegroup.com/vizija> (15. marec 2007).
36. Gorenje (2007)h: *Zaposleni.* Dostopno na <http://www.gorenjegroup.com/zaposleni> (16. marec 2007).
37. Gorenje (2007)i: *Zgodovina.* Dostopno na <http://www.gorenjegroup.com/zgo> (16. marec 2007).
38. Gorenje (2007)i: *Minister za visoko šolstvo, razvoj in tehnologijo Jure Zupan na obisku v Gorenju.* Dostopno na <http://www.gorenjegroup.com/mediji/sporocila?nid=442> (15. julij 2007).

39. Gorenje (2007)j: *Gorenje s partnerji ustanavlja samostojno družbo Design center*. Dostopno na <http://www.gorenjegroup.com/mediji/sporocila?nid=489> (20. julij 2007).
40. GZS (2007)a: *Katalog Gospodarske zbornice Slovenije*. Dostopno na http://www.gzs.si/katalogi/zacetna_stran_kataloga.asp?kat=032 (5. julij 2007).
41. GZS (2007)b: *Novi katalog podjetij z okoljskimi priznanji*. <http://www.gzs.si/slo/9006> (5. julij 2007).
42. GZS, Infopika (2006)a: *Dogodki v Sloveniji*. Dostopno na http://www.gzs.si/slo/storitve/poslovne_informacije/infopika/druzbeno_odgovornost_podjetij/dogodki_v_sloveniji (24. marec 2007).
43. GZS, Infopika (2006)b: *Družbena odgovornost in družbeno odgovorno podjetništvo*. Dostopno na http://www.gzs.si/slo/storitve/poslovne_informacije/infopika/druzbeno_odgovornost_podjetij (15. marec 2007).
44. GZS, Infopika (2006)c: *EU strateški dokumenti*. Dostopno na http://www.gzs.si/slo/storitve/poslovne_informacije/infopika/druzbeno_odgovornost_podjetij/dop_za_povecanje_konkurencnosti/eu_strateski_dokumenti (24. marec 2007).
45. GZS, Infopika (2006)d: *Kaj? Zakaj? Kako? Družbeno odgovorno podjetništvo*. Dostopno na http://www.gzs.si/slo/storitve/poslovne_informacije/infopika/druzbeno_odgovornost_podjetij/dop_za_povecanje_konkurencnosti/clanki_in_drugi_referencni_materiali/315_11 (17. marec 2007).
46. GZS, Infopika (2006)e: *Projekt o družbeni odgovornosti MSP*. Dostopno na http://www.gzs.si/slo/storitve/poslovne_informacije/infopika/druzbeno_odgovornost_podjetij/projekt_o_druzbeni_odgovornosti_podjetij (22. marec 2007).

47. GZS, Infopika (2007)f: *Usposabljanja za svetovalce*. Dostopno na http://www.gzs.si/slo/storitve/poslovne_informacije/infopika/druzbeno_odgovornost_podjetij/delavnice_usposabljanje_in_svetovanje/usposabljanje_svetovalcev (25. marec 2007).
48. Hrast, Anita (2006): *Slovenija postaja vedno bolj aktivna na področju DOP*. Dostopno na http://www.gzs.si/slo/storitve/poslovne_informacije/infopika/druzbeno_odgovornost_podjetij/dop_za_povecanje_konkurencnosti/clanki_in_drugi_referencni_materiali/315_13 (25. junij 2007).
49. IEDC Poslovna šola Bled (2007): *Slovensko društvo Združenih narodov za trajnostni razvoj*. Dostopno na <http://www.iedc.si/ungc/> (5. julij 2007).
50. Institute for Management Development (2007): *IMD World Competitiveness Yearbook*. Lausanne: IMD.
51. Informacijski portal za družbeno odgovornost (2007): *Slovenska podstran spletnega mesta*. Dostopno na <http://www.nfcsr.org/slovenija/index.htm> (15. april 2007).
52. Institut za raziskovanje družbene odgovornosti (2006): *Konferenca 2006*. Dostopno na http://www.irido.si/kon06_pokrovitelj.html (20. junij 2007).
53. International Standardization Organization (2006): *ISO and Social responsibility*. Ženeva: Mednarodna organizacija za standardizacijo.
54. Javna agencija Republike Slovenije za podjetništvo in tuje investicije (2006): *Družbeno odgovorno podjetništvo*. Dostopno na <http://test.japti.si/content.aspx?docid=1854> (18. junij 2007).
55. Kaker, Blanka (2007): *Kaj prinaša ISO 26000, Zbornik konference DO in izzivi časa 2007*. Maribor: IRDO.

56. Krka (2007): *Družbena odgovornost*. Dostopno na <http://www.krka.si/si/krka/odgovornost/> (3. julij 2007).
57. Lopez-Carlos, Augusto, Michael E. Porter in Klaus Schwab (2006): *Global Competitiveness Report 2006-2007*. Lausanne: Palgrave Macmillan.
58. Marrewijk van, Marcel (2002): Concepts and definitions of CSR and Corporate Sustainability. *Journal of Bussiness Ethics* 44 (2–3), 95–105.
59. Mednarodna podiplomska šola Jožeta Štefana (2007): *O šoli*. Dostopno na <http://www.mps.si/splet/page.asp?lang=slo&main=0&left=0&id=1> (25. marec 2007).
60. Medresorska delovna skupina za družbeno odgovornost podjetij (2006): *Nacionalno poročilo o javni politiki na področju družbene odgovornosti podjetij*. Dostopno na http://ec.europa.eu/employment_social/emplweb/csr-matrix/csr_matrix_en.cfm (12. junij 2007).
61. Mercator (2007): *Družbena odgovornost*. Dostopno na http://www.mercator.si/o_mercatorju/druzbena_odgovornost (2. julij 2007).
62. Merkur (2007): *Družbena odgovornost skupine Merkur*. Dostopno na http://www.merkur.eu/slo/skupina_merkur0/druzbena_odgovornost/index.html (2. julij 2007).
63. Ministrstvo za gospodarstvo, Vladni urad za enake možnost (2007): *O uradu za enake možnosti*. Dostopno na http://www.uem.gov.si/si/o_uradu_za_enake_moznosti/ (20. junij 2007).
64. Ministrstvo za okolje in proctor (2004): *Nacionalni program za varstvo okolja*. Dostopno na <http://www.npvo.si/> (22. junij 2007).

65. Ministrstvo za visoko šolstvo, znanost in tehnologijo, urad za meroslovje (2007): *Priznanje RS za poslovno odličnost*. Dostopno na http://www.mirs.gov.si/si/delovna_podrocja/prspo (16. junij 2007).
66. Mobitel (2007): *Družbeno odgovorno ravnanje*. Dostopno na <http://www.mobitel.si/slo/Opodjetju/Druzbenoodgovornoravnanje/default.asp> (2. julij 2007).
67. OHS House (2007): *Ohsas 18001:1999 – Occupational Health and Safety Management – Specifications*. Dostopno na <http://www.ohsas-18001-occupational-health-and-safety.com/> (25. marec 2007).
68. Organization for Economic Co-operation and Development (2007): *News on Anti-Bribery Convention*. Dostopno na http://www.oecd.org/departement/0,2688,en_2649_34859_1_1_1_1_1,00.html (15. julij 2007).
69. Ploštajner, Boštjan (2005): *Inovacijski sistem Slovenije: Stanje in problemi*. Ljubljana: FDV.
70. Podjetniški portal (2006): *Družbeno odgovorno podjetništvo*. Dostopno na <http://www.podjetniski-portal.si/content.aspx?nodeid=243&rootnodeid=22> (18. junij 2007).
71. Revoz (2007): *Ravnanje z okoljem..* Dostopno na <http://www.revoz.si/index.cp2?objectName=TrajnostniRazvoj&ArticleID=1215> (2. julij 2007).
72. Seražin Miloš in Slavko Plazar (2005): *Sistemi vodenja varnosti in zdravja pri delu. Zbornik 14. letne konferenca kakovosti*. (42–43). Dostopno na http://www.siq.si/Strokovni_clanki.1057.0.html#4980 (15. april 2007).
73. Slovenski institut za kakovost in meroslovje (2006): *Urejenost*. Dostopno na <http://www.siq.si/Urejenost.722.0.html> (25. april 2007).

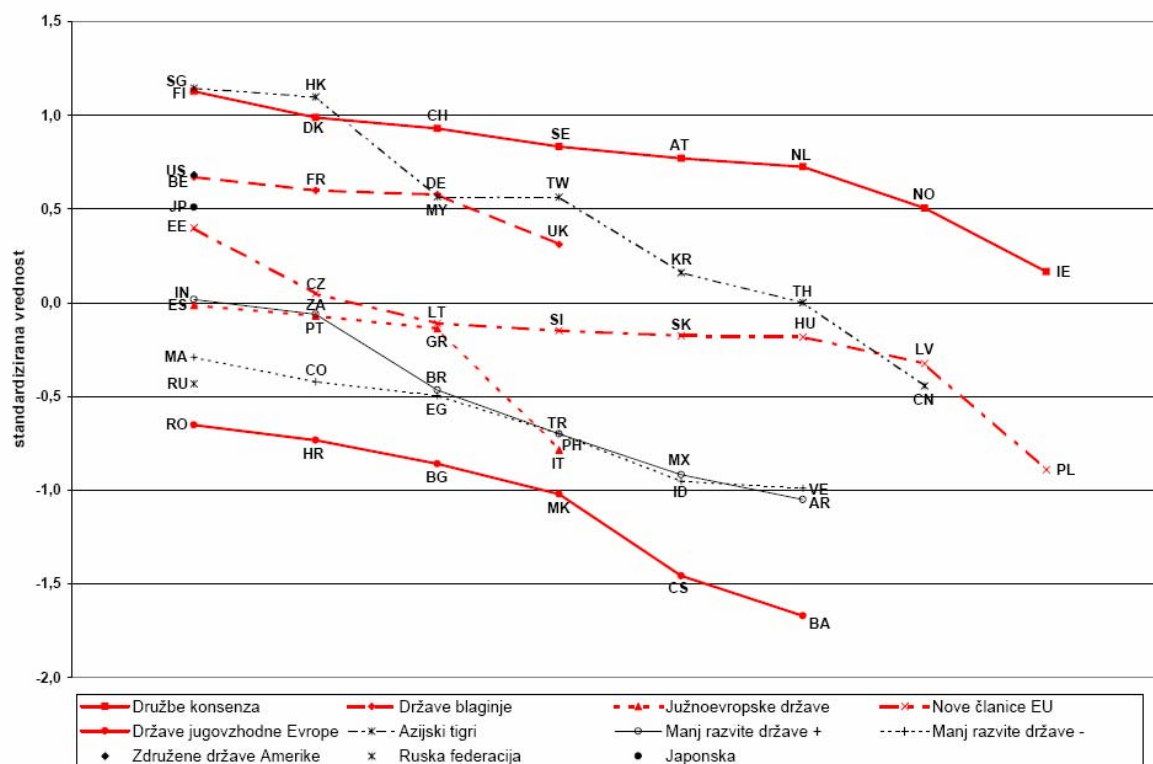
74. Slovenski institut za kakovost in meroslovje (2007)a: *OHSAS 18001*. Dostopno na <http://www.siq.si/index.php?id=925&command=SINGLE&sid=17> (26. marec 2007).
75. Slovenski institut za kakovost in meroslovje (2007)b: *EMAS*. Dostopno na <http://www.siq.si/EMAS.1438.0.html> (3. april 2007).
76. Slovenski institut za kakovost in meroslovje (2007)c: *ISO 14001*. Dostopno na http://www.siq.si/Sistemi_ravnanja_z_okoljem.760.0.html?&L=... (26. marec 2007).
77. Slovenski institut za kakovost in meroslovje (2007)d: *ISO 9001*. Dostopno na http://www.siq.si/Sistemi_vodenja_kakovosti.759.0.html?&L=... (26. marec 2007).
78. Sočan, Lojze (2004)a *Simulacije trajnostnega razvoja*. Ljubljana:FDV.
79. Sočan, Lojze (2004)b: Kako med visoko razvite? Za dohitevanje visoko razvitih mora Slovenija v temelju spremeniti dosednji koncept razvoja. *Teorija in praksa* 50(1-2),244-255.
80. Sočan Lojze (2005): *Gradivo za predmet Evropske integracije*. Ljubljana: FDV.
81. Sočan Lojze (2006): *European Union in a Global Context – a Developmentmental Approach*. Ljubljana: FDV.
82. Sočan, Lojze (2007): *Evropska unija in Slovenija v globalnem razvoju*. Dostopno na http://www.zav-zdruzenje.si/14_dnevi_program.html (2. september 2007).
83. Stanič, Jože (2000): *Mejniki na naši poti*. Velenje: Gorenje.
84. Stigson, Björn (2002): *World Bussiness Council for Sustainable Development Paradigm*. Dostopno na <http://www.responsiblepractice.com/english/issues/wbcسد-paradigm/> (12. junij 2007).
85. Štoka Debevec, Meta (2006): Aktualne novosti na področju DOP v Sloveniji in v EU, *Zbornik konfernce DO in izzivi časa*. Maribor: IRDO.

86. Urad vlade RS za informiranje (2004): *Zelena knjiga*. Dostopno na <http://evropa.gov.si/evroslovar/pravni-viri/> (04. maja 2007).
87. Uredništvo Mladina on-line (2006): *Rehabilitacija otrok iz Bosne in Hercegovine*. Dostopno na <http://www.mladina.si/dnevnik/85813/> (28. marec 2007).
88. ZEOS (2007): *Ustanovitelji*. Dostopno na <http://www.zeos.si/ustanovitelji> (3. april 2007).
89. Zhexembayeva, Nadya (2007): *Strategy Misunderstood. CSR as THE Bussines opportunity*. Predavanje na otvoritveni slovesnosti Slovenskega društva ZN za trajnostni razvoj. Bled, 7 junij 2007.
90. World Economic Forum (2006): *The Lisbon Review 2006*. Ženeva: World Economic Forum.

Priloge

A. Infrastruktura

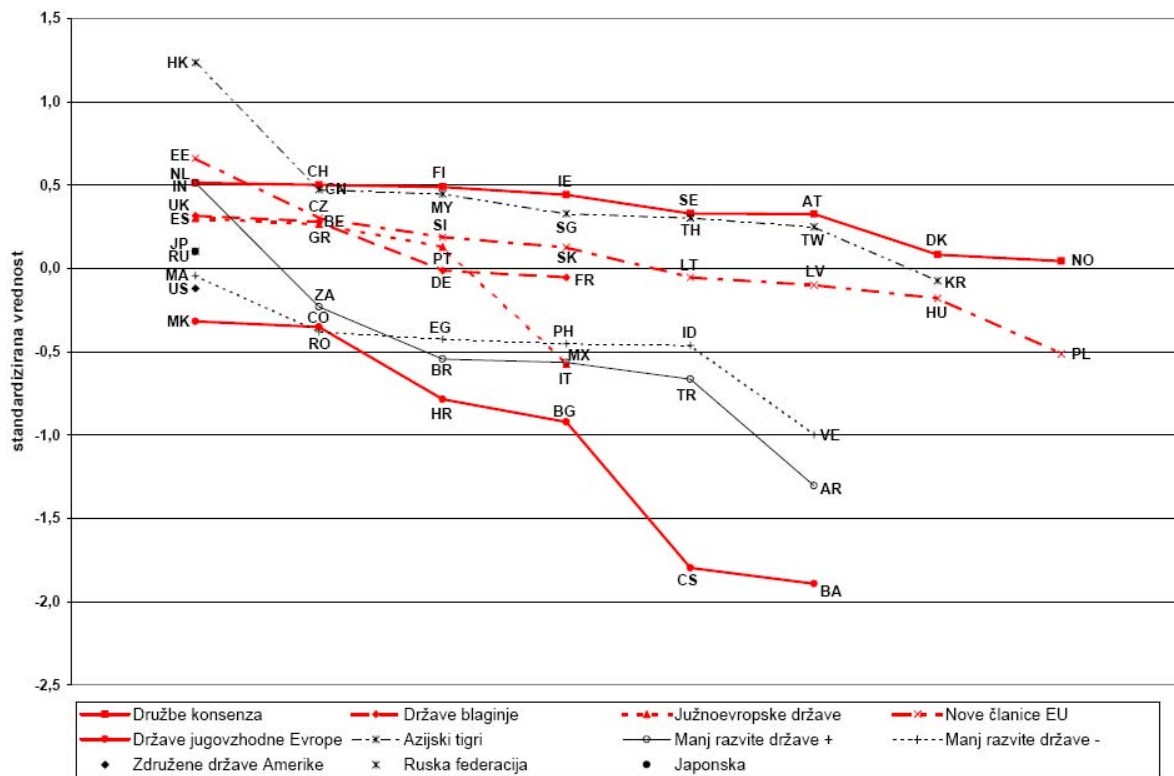
INFRASTRUKTURA



L. Sočan, P. Medica, FDV, 2004, lastni izračuni iz podatkov GCR 2004-2005, WCY 2004 in WB 2004.

a. Formiranje kapitala

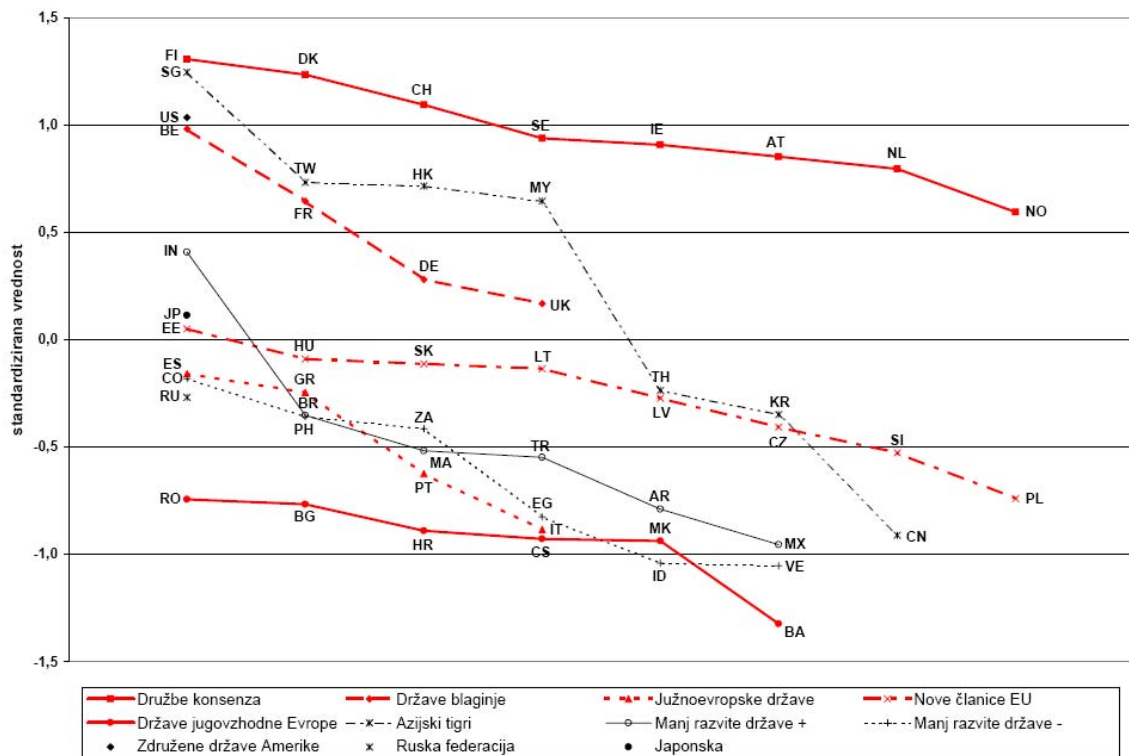
. FORMIRANJE KAPITALA



L. Sočan, P. Medica, FDV, 2004, lastni izračuni iz podatkov GCR 2004-2005, WCY 2004 in WB 2004

B. Znanje

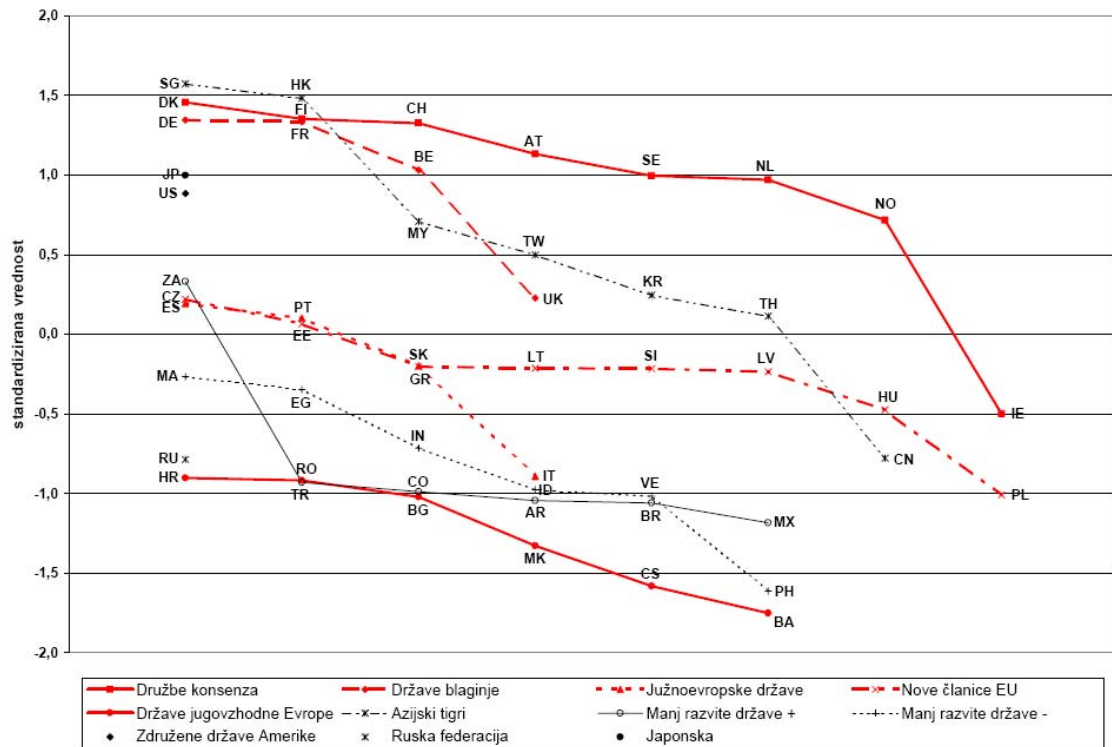
. ZNANJE



L. Sočan, P. Medica, FDV, 2004, lastni izračuni iz podatkov GCR 2004-2005, WCY 2004 in WB 2004

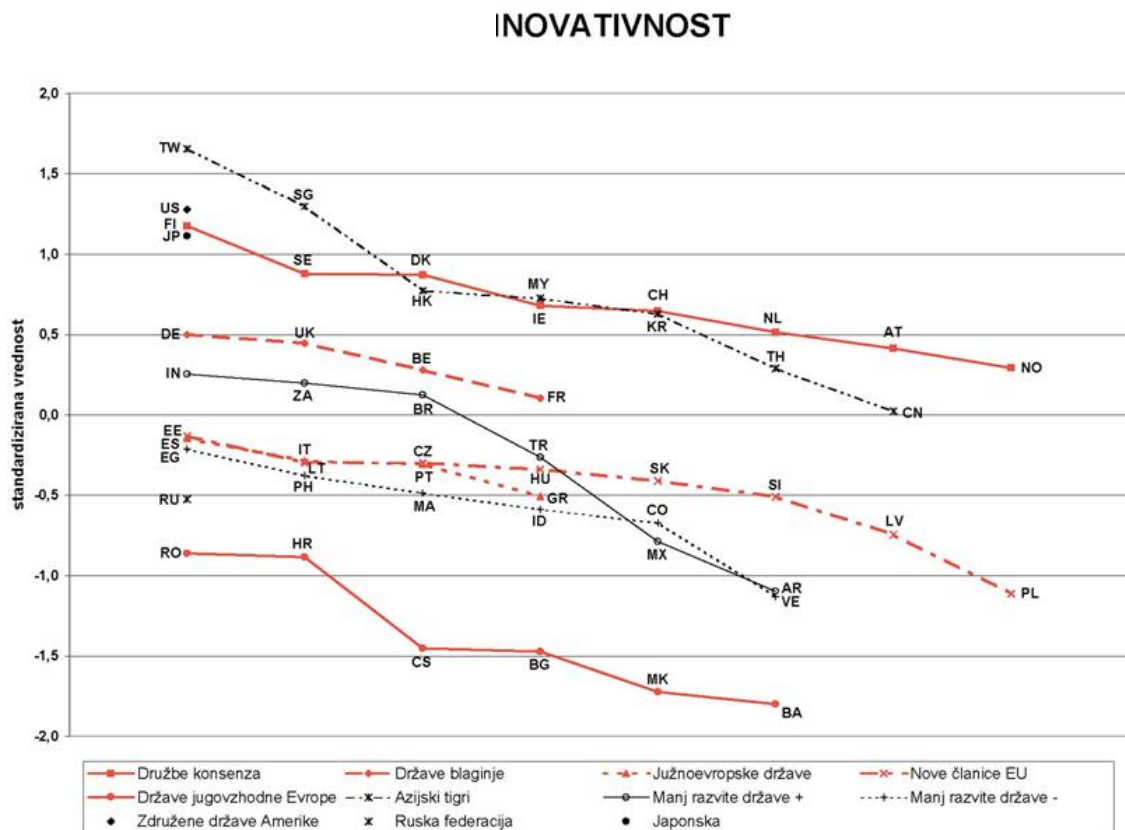
C. Materialna infrastruktura

. MATERIALNA INFRASTRUKTURA



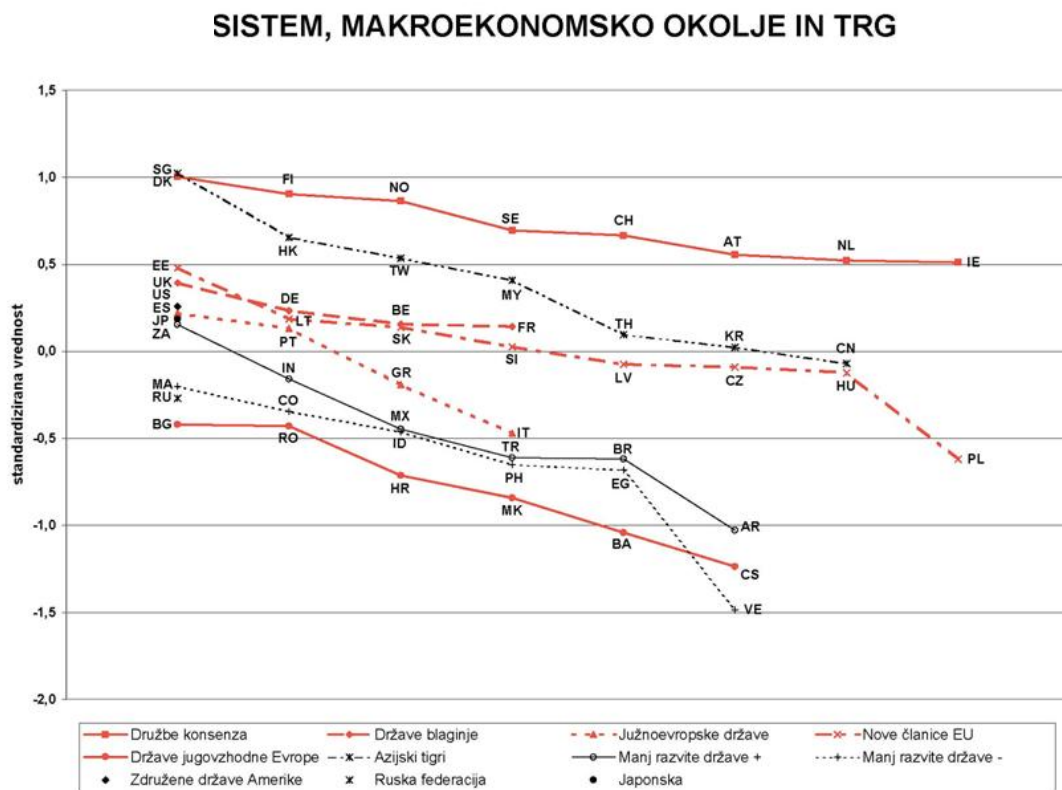
L. Sočan, P. Medica, FDV, 2004, lastni izračuni iz podatkov GCR 2004-2005, WCY 2004 in WB 2004

E. Inovativnost



L. Sočan, P. Medica, FDV, 2004, lastni izračuni iz podatkov GCR 2004-2005, WCY 2004 in WB 2004

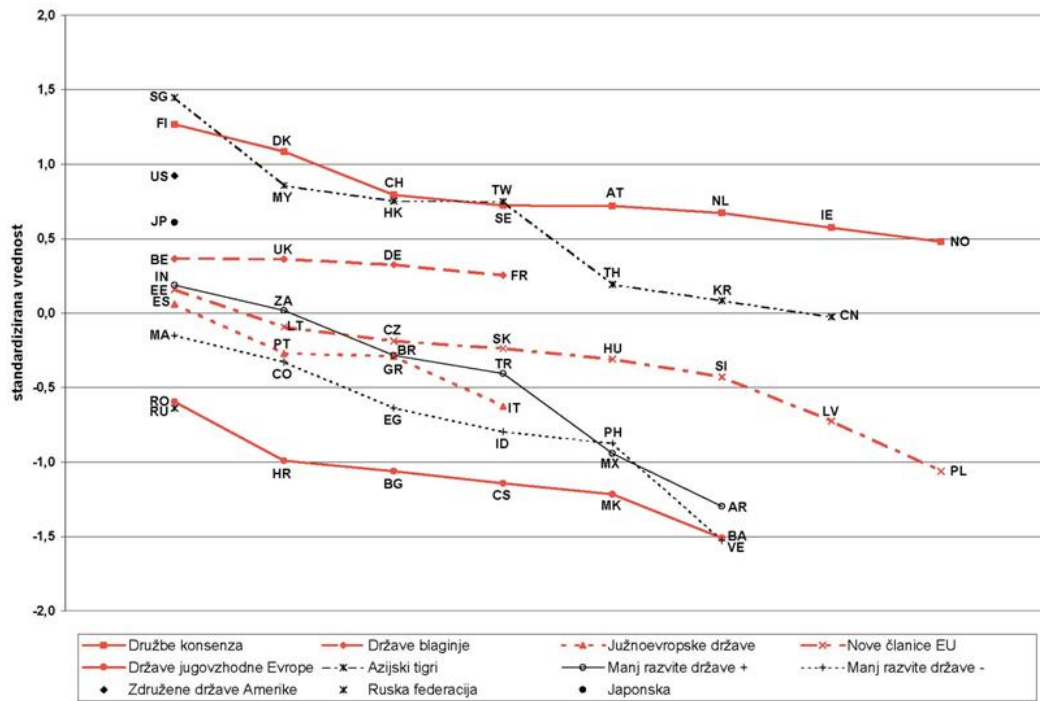
F. Sistem, makroekonomsko okolje in trg



L. Sočan, P. Medica, FDV, 2004, lastni izračuni iz podatkov GCR 2004-2005, WCY 2004 in WB 2004

G. Konzenz

. KONSENZ



L. Sočan, P. Medica, FDV, 2004, lastni izračuni iz podatkov GCR 2004-2005, WCY 2004 in WB 2004

H.

WEF World Competitiveness Index

Table 1: Global Competitiveness Index rankings and 2005 comparisons

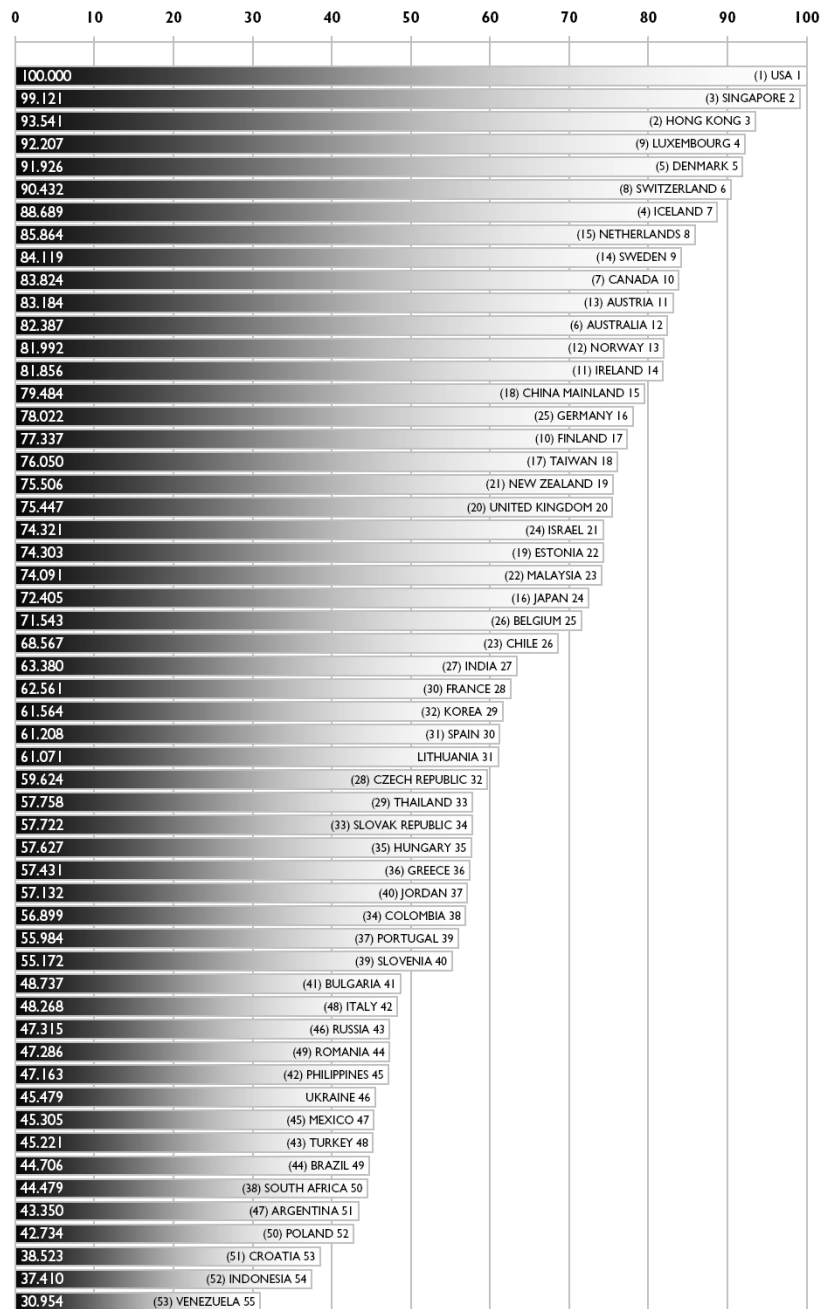
Country/Economy	GCI 2006 Rank	GCI 2006 Score	GCI 2005 Rank	Country/Economy	GCI 2006 Rank	GCI 2006 Score	GCI 2005 Rank
Switzerland	1	5.81	4	Azerbaijan	64	4.06	62
Finland	2	5.76	2	Colombia	65	4.04	58
Sweden	3	5.74	7	Brazil	66	4.03	57
Denmark	4	5.70	3	Trinidad and Tobago	67	4.03	66
Singapore	5	5.63	5	Romania	68	4.02	67
United States	6	5.61	1	Argentina	69	4.01	54
Japan	7	5.60	10	Morocco	70	4.01	76
Germany	8	5.58	6	Philippines	71	4.00	73
Netherlands	9	5.56	11	Bulgaria	72	3.96	61
United Kingdom	10	5.54	9	Uruguay	73	3.96	70
Hong Kong SAR	11	5.46	14	Peru	74	3.94	77
Norway	12	5.42	17	Guatemala	75	3.91	95
Taiwan, China	13	5.41	8	Algeria	76	3.90	82
Iceland	14	5.40	16	Vietnam	77	3.89	74
Israel	15	5.38	23	Ukraine	78	3.89	68
Canada	16	5.37	13	Sri Lanka	79	3.87	80
Austria	17	5.32	15	Macedonia, FYR	80	3.86	75
France	18	5.31	12	Botswana	81	3.79	72
Australia	19	5.29	18	Armenia	82	3.75	81
Belgium	20	5.27	20	Dominican Republic	83	3.75	91
Ireland	21	5.21	21	Namibia	84	3.74	79
Luxembourg	22	5.16	24	Georgia	85	3.73	86
New Zealand	23	5.15	22	Moldova	86	3.71	89
Korea, Rep.	24	5.13	19	Serbia and Montenegro	87	3.69	85
Estonia	25	5.12	26	Venezuela	88	3.69	84
Malaysia	26	5.11	25	Bosnia and Herzegovina	89	3.67	88
Chile	27	4.85	27	Ecuador	90	3.67	87
Spain	28	4.77	28	Pakistan	91	3.66	94
Czech Republic	29	4.74	29	Mongolia	92	3.60	90
Tunisia	30	4.71	37	Honduras	93	3.58	97
Barbados	31	4.70	—	Kenya	94	3.57	93
United Arab Emirates	32	4.66	32	Nicaragua	95	3.52	96
Slovenia	33	4.64	30	Tajikistan	96	3.50	92
Portugal	34	4.60	31	Bolivia	97	3.46	101
Thailand	35	4.58	33	Albania	98	3.46	100
Latvia	36	4.57	39	Bangladesh	99	3.46	98
Slovak Republic	37	4.55	36	Suriname	100	3.45	—
Qatar	38	4.55	46	Nigeria	101	3.45	83
Malta	39	4.54	44	Gambia	102	3.43	109
Lithuania	40	4.53	34	Cambodia	103	3.39	111
Hungary	41	4.52	35	Tanzania	104	3.39	105
Italy	42	4.46	38	Benin	105	3.37	106
India	43	4.44	45	Paraguay	106	3.33	102
Kuwait	44	4.41	49	Kyrgyz Republic	107	3.31	104
South Africa	45	4.36	40	Cameroon	108	3.30	99
Cyprus	46	4.36	41	Madagascar	109	3.27	107
Greece	47	4.33	47	Nepal	110	3.26	—
Poland	48	4.30	43	Guyana	111	3.24	108
Bahrain	49	4.28	50	Lesotho	112	3.22	—
Indonesia	50	4.26	69	Uganda	113	3.19	103
Croatia	51	4.26	64	Mauritania	114	3.17	—
Jordan	52	4.25	42	Zambia	115	3.16	—
Costa Rica	53	4.25	56	Burkina Faso	116	3.07	—
China	54	4.24	48	Malawi	117	3.07	114
Mauritius	55	4.20	55	Mali	118	3.02	115
Kazakhstan	56	4.19	51	Zimbabwe	119	3.01	110
Panama	57	4.18	65	Ethiopia	120	2.99	116
Mexico	58	4.18	59	Mozambique	121	2.94	112
Turkey	59	4.14	71	Timor-Leste	122	2.90	113
Jamaica	60	4.10	63	Chad	123	2.61	117
El Salvador	61	4.09	60	Burundi	124	2.59	—
Russian Federation	62	4.08	53	Angola	125	2.50	—
Egypt	63	4.07	52				

(cont'd.)

I.

IMD World Competitiveness Scoreboard

THE WORLD COMPETITIVENESS SCOREBOARD 2007



(2006 rankings are in brackets)

J. EMAS Okoljska izjava družbe Gorenje d.d.

3.5. EMAS okoljska izjava družbe Gorenje, d.d.

A. Izjava o verodostojnosti okoljskih podatkov

EMAS izjava družbe Gorenje, d.d., za obdobje 1.1. do 31.12.2005 dopolnjuje EMAS okoljsko izjavo Gorenje, d.d., za leto 2003. Vsa dejstva in podatki, navedeni v tej EMAS okoljski izjavi, so verodostojni in odražajo dejansko stanje sistema ravnanja z okoljem v družbi. V letu 2003 je Gorenje, d.d., prilagodilo postopovanje zahtevam sistema EMAS v skladu z Uredbo EU, št. 761/2001. Delovanje sistema EMAS je v marcu 2006 pregledal Slovenski inštitut za kakovost in meroslovje (SiQ) in ugotovil, da sistem ustreza zahtevam uredbe EMAS.



Vilma Fece,
Direktorica področja varstva okolja
ter varnosti in zdravja pri delu

B. Obseg dejavnosti družbe Gorenje, d.d., vključene v sistem EMAS

V sistem EMAS je vključena dejavnost krovne družbe na lokaciji v Velenju, na območju, ki je namenjeno industrijski, servisni, obrtni in storitveni dejavnosti. Dejavnost obsega razvoj, proizvodnjo in prodajo gospodinjskih aparatov programa Hladilno-zamrzovalnih aparatov, programa Pralnih in sušilnih aparatov, programa Kuhalnih aparatov in programa Mekom v segmentu kovinskih in plastičnih komponent.

Sistem EMAS ne vključuje proizvodnje kovinskih komponent programa Mekom na lokacijah v Rogatcu ter Šoštanju. V letu 2005 je krovna družba opustila proizvodnjo cevnih radiatorjev z njenim prenosom v družbo Gorenje Tiki, d.o.o. Obseg proizvodnje gospodinjskih aparatov je podan v podpoglavju 2.5.1 Proizvodnja divizije gospodinjskih aparatov tega letnega poročila.

C. Ocena primernosti okoljske politike

Okoljska politika v letu 2005 ni bila prenovljena, saj odraža dejansko stanje pomembnih vidikov (izdelkov in storitev, odpadkov, energentov ipd.) in z njimi povezanih okoljskih ciljev.

D. Učinkovitost ravnanja z okoljem

D.1 Cilji na področju varstva okolja od leta 2004 do 2006

Na prehodu med letoma 2003 do 2004 je krovna družba zaradi novih naložb, sprememb zakonodaje ter organizacijskih in kadrovskih sprememb na novo ocenila okoljske vidike ter na osnovi teh ocen določila nove okvirne cilje od leta 2004 do leta 2006:

- uvedbo zahtev direktive RoHS (izdelovati aparate, ki ustrezajo direktivam glede vsebnosti nevarnih snovi, preveriti vsebnost nevarnih snovi v izdelkih glede na zahteve direktiv 2002/95/EC in 2003/11/EC, zamenjati komponente, ki vsebujejo nevarne snovi, prenesti odgovornost glede vsebnosti nevarnih snovi tudi na dobavitelje),
- razgradnjo odpadnih električnih in elektronskih naprav,
- zmanjševanje nastale industrijske odpadne embalaže (zmanjšati količine odpadne embalaže, povečati obseg vračljive embalaže, v sodelovanju z dobavitelji izločiti neustrezno embalažo),
- zmanjševanje količine nastalih odpadkov,
- racionalno raba energentov. Izvajanje okvirnih okoljskih ciljev poteka v okviru postavljenih okoljskih programov in aktivnosti za doseganje izvedbenih ciljev, zato večjih odstopanj od omenjenih ciljev ni bilo.

K. Intervju z Vilmo Fece

Kdaj se je začelo vaše družbeno odgovorno ravnanje? Kako se je razvijalo skozi leta?

S sistemskim pristopom k družbeni odgovornosti smo začeli leta 1997. Dogovorili smo se za definicijo družbene odgovornosti in določili področja. Najprej smo se odločili za varstvo okolja in zaposlene. Leta 2000 smo se posvetili varnemu in zdravemu delu. Leta 2003 smo opravili presojo EMAS v Gorenje d.d. v Šoštanju, Velenju in Rogatcu, kasneje tudi v hčerinskih podjetjih na lokacijah v Velenju in Šoštanju. Trenutno poteka postopek vpisa v EU register, ki bo zaključen septembra 2007.

OHSAS je Gorenje d.d. pridobilo na treh lokacijah. Sistem je že vzpostavljen tudi v srbskem Valjevu, a certifikata zaenkrat še nismo pridobili.

Kaj je bil glavni razlog, da ste družbeni odgovornosti odločili nameniti več pozornosti?

Prepoznali smo pomen, ki jo ima družbena odgovornost za rast podjetja. Že dolgo časa se zavedamo pomembnosti enotnega pristopa do zaposlenih na področjih izbire kadrov, zaposlovanja ženk, nagrajevanja, nočnega dela... Poleg tega so naši proizvodi okoljsko zelo specifični, zaradi česar je še toliko bolj pomembno, da se posvečamo varstvu okolja. Pri nas nikoli niso bile v ospredju donacije in sponzorstvo. Poudarek dajemo humanitarnemu delu, imeli smo na primer dobrodelno dražbo s kristali okrašene hladilnika, na Hrvaškem smo odprli vrtce, v Valjevu smo šolo opremili z računalniško opremo. Pomembno je imeti kontakt z lokalno skupnostjo in pomagati mladim, šolam in socialno šibkim.

V čem se vaše delovanje najbolj razlikuje od drugih vodilnih slovenskih podjetij, kot so Krka, Mobitel, Mercator, Merkur in Revoz?

Imamo sistemski pristop, ki temelji na zaposlenih, njihovem varnem in zdravem delu, proizvodnji in proizvodu.

Ali menite, da lahko s svojim delovanjem služite za zgled drugim podjetjem, tako velikim kot malim?

Podjetjem sporočamo, da se družbena odgovornost splača. Vsi merljivi rezultati kažejo profitabilnost, saj prinaša kombinacijo prihrankov. Pri nas je sicer stvar zrasla iz drugega vzgiba. S svojim delom pripomoremo k temu, da je družbena odgovornost deležna več pozornosti, opazamo tudi, da podjetja počasi vzpostavljajo pristope, ki so podobni našemu.

Kako sledite novim trendom in zahtevam na področju? Od kod ideje za vaše pobude?

S pomočjo našega sistema, sledimo zahtevam OHSASa in EMAS, 20 ključem obvladovanja delovnih procesov. Imamo tudi kodeks poslovanja. Zavedati se je treba, da mora biti družbena odgovornost vodena in da mora vedno obstajati oseba, ki služi za zgled.

Ali menite, da slovenska vlada počne dovolj za promocijo DO v Sloveniji?

V Sloveniji se na družbeno odgovornost gleda predvsem v obliki financ, torej sponzorstev, ki po mojem mnenju niso merilo. V tujini se bolj posvečajo zaposlenim in varstvu okolja, v Gorenju smo sami spoznali, da je to najbolj pomembno. Res je, da je družbena odgovornost v zadnjem času postala precej popularno, o njej se veliko govori, imeli smo že vrsto konferenc.

Ali menite, da EU počne dovolj za promocijo DO?

Stanje v EU je podobno kot v Sloveniji, veliko je teorij, podjetja imajo kodekse, a je vse odvisno od vodstva. Če ni podpore z vrha se ne zgodi nič, le nekaj donacij. Vseeno pa ima EU strogo zakonodajo, ki zagotavlja dober položaj zaposlenim ter varno in zdravo delo.

Kakšne zneske namenjate za družbeno odgovorne aktivnosti?

Lahko vam povem, da zaradi sistema spremljana stroška vodimo evidenco prav vseh postavk, saj se vse finance, vezane na družbeno odgovornost, načrtujejo. Izkaz je pozitiven. Naj opozorim, da vložen denar ni pokazatelj družbene odgovornosti, nasprotno včasih pomeni to, da je podjetje v preteklosti premalo vlagalo in mora danes to nadoknaditi. V Gorenju smo na primer čistilno napravo zgradili že leta 1975 in jo danes samo vzdržujemo. Tisti, ki so jo postavili leta 2006, so imeli v tem letu dosti višje stroške z varstvom okolja kot mi. Denar je nepravi pokazatelj.

Kateri izmed projektov v zadnjih letih vam je najbolj prirasel k srcu?

Več jih je. Mednje gotovo spada Managerska akademija, ki deluje že 18 let. Pomembna je bila tudi odločitev za širitev površinskih obdelav, ki omogoča boljše pogoje zaposlenim. Organizirali smo vrsto rekreativnih dejavnosti za zaposlene, vključno s športnimi dnevi. Veliko je naredilo tudi naše lastno Društvo za kulturo, v okviru katerega deluje pevski zbor in je organiziralo tudi vrsto razstav znanih in manj znanih umetnikov. Zbirko naših umetnostnih del razstavljamo v grajskem muzeju in je tako na ogled vsem, je darilo javnosti. Vsekakor so naša prioriteta zaposleni, njihovo zdravje, gibanje...