

Članek 3/2019

## DRUŽBENA ODGOVORNOST PODJETIJ (DOP)

Družbena odgovornost organizacij je v preteklih letih postala osrednja tema sodobnega razvitejšega dela svetovnega gospodarstva. Predstavlja enega ključnih dejavnikov uspešnosti in ugleda sodobne organizacije, saj mora le-ta delovati dolgoročno, sistematično in strateško.

V literaturi najdemo različne opredelitve družbenih odgovornosti. Evropska komisija družbeno odgovornost podjetij definira kot »**Odgovornost podjetij za njihove učinke na družbo in okolje**«.

Sama definicija je vseobsegajoča in zadene bistvo. Glede deležnikov sega razsežnost družbene odgovornosti podjetij na **notranje okolje podjetja**:

- človeški viri,
- zdravje in varnost,
- obvladovanje sprememb,
- upravljanje okolja;

**in na zunanje okolje podjetja:**

- odnosi s kupci,
- odnosi s poslovnimi partnerji, odnosi s finančnimi in vladnimi institucijami,
- skrb za okolje, odnosi s skupnostjo,
- odnosi z mediji. (Kozoderc 2009, 4)

### ***Prednosti DOP***

Obstajata dva ključna motiva, zakaj se podjetja odločajo za uvajanje družbene odgovornosti. Prvi je moralen; podjetja se zavedajo, da delujejo v soodvisni družbi, kjer imajo poleg ustvarjanja dobička odgovornost ustvarjati dodano vrednost za družbo in izboljšati kakovost življenja. Drugi motiv je ekonomski; podjetja, ki se predstavljajo kot družbeno odgovorna, imajo večji ugled in lojalnost med potrošniki, bolj so zaželeni pri iskalcih zaposlitve, z zmanjševanjem emisij in odpadkov zmanjšujejo onesnaževanje okolja in svoje stroške ipd. Koristi, ki jih podjetjem prinaša družbeno odgovorno ravnanje, so odvisne od panoge podjetja, aktivnosti, ki jih načrtuje, in učinkovitosti implementacije le-teh. Koristi, ki jih podjetja najpogosteje omenjajo, so:

---

Projekt »SPOT svetovanje POMURJE 2018-2022 «

Projekt je sofinanciran s pomočjo Evropskega sklada za regionalni razvoj, Ministrstva za gospodarski razvoj in tehnologijo ter SPIRIT Slovenija, javna agencija

- hitrejša pridobitev novih kadrov in bolj zadovoljni ter komplementarni zaposleni,
- zvestoba kupcev in poslovnih partnerjev (bolj kakovostna dobavna veriga)
- graditev pozitivnega ugleda v širši javnosti in krepitev blagovnih znamk,
- zmanjševanje stroškov (npr. v povezavi z zaposlenimi, skrbnim ravnanjem s surovinami, energijo ipd.),
- dobri odnosi in podpora lokalne skupnosti ter oblasti,
- inovativnost in nenehno prepoznavanje potreb strank ter drugih deležnikov,
- večja privlačnost za vlagatelje kapitala,
- predčasna- pravočasna priprava na zakone, ki bodo zahtevali odgovorno ravnanje.

(Gavez, S. et al. 2007, 6)

Z družbeno odgovornostjo podjetja je možno krepiti konkurenčni položaj posameznih podjetij, pa tudi lokalnih in regionalnih skupnosti, držav in EU. K povečanju konkurenčnosti prispevajo vse posamezne koristi, ki jih prinaša družbeno odgovorno obnašanje:

- Skrb za zaposlene in s tem večje zadovoljstvo zaposlenih se odražata v večji učinkovitosti ter kakovosti.
- Večji ugled, ki podjetju utrjuje poslovne povezave, zagotavlja zvestobo kupcev, omogoča kakovostno dobavno verigo, prinaša nove poslovne priložnosti, npr. večjo privlačnost za vlagatelje kapitala.
- Zniževanje nekaterih stroškov (npr. v povezavi z zaposlenimi, skrbnim ravnanjem s surovinami in materialom) ter povečanje prihodkov (npr. zaradi zvestobe kupcev).

Tine Novak, svetovalec

---

SPOT svetovanje Pomurje (Razvojni center Murska Sobota)

---

Projekt »SPOT svetovanje POMURJE 2018-2022« Projekt je sofinanciran s pomočjo Evropskega sklada za regionalni razvoj, Ministrstva za gospodarski razvoj in tehnologijo ter SPIRIT Slovenija, javna agencija