

Analiza informacij o družbeno odgovornem poslovanju v letnih poročilih slovenskih podjetij

Monika Klemenčič¹, Adriana Rejc Buhovac²

¹e-pošta: klemencic.mo@gmail.com,

²Univerza v Ljubljani, Ekonomska fakulteta
e-pošta: adriana.rejc.buhovac@ef.uni-lj.si

Povzetek

Različna združenja po vsem svetu oblikujejo sezname družbeno odgovornih podjetij ter podeljujejo in nagrade priznanja za primerno poročanje o tem. Borze spremljajo indekse o družbeno odgovornih oziroma trajnostno usmerjenih podjetjih. Tudi empirične študije ugotavljajo, da se borzna podjetja bolj zavedajo pomembnosti poročanja o družbeno odgovornem oziroma trajnostnem delovanju v primerjavi z neborznimi. Analiza letnih poročil slovenskih nefinančnih podjetij, izvedena v letu 2011, ugotavlja, da se poročanje o družbeni odgovornosti po obsegu in kakovosti razlikuje glede na kotiranje podjetja na organiziranem trgu. Na vseh področjih poročanja o družbeni odgovornosti več in bolje poročajo ravno borzna podjetja.

Ključne besede: družbena odgovornost, prispevek k trajnostnemu razvoju, poročanje, družbeno odgovorno investiranje

1 Uvod

Trend družbene odgovornosti v poslovanju podjetij se pospešeno razvija povsod po svetu, v zadnjih letih tudi v Sloveniji. Deležniki namreč od podjetij pričakujejo, da pri svojem poslovanju poleg interesov lastnikov upoštevajo tudi druge interese, torej zaposlenih, kupcev, različnih javnosti in drugih interesnih skupin ali deležnikov. O tem pišejo številni teoretiki in empiriki. Mnogi celo menijo, da bodo imela v prihodnosti konkurenčno prednost le tista podjetja, ki se bodo manj usmerjala samo na finančna sodila uspešnosti in namesto tega vključevala v poslovno odločanje interese vseh ključnih deležnikov, predvsem pa interese širše družbe in naravnega okolja (Bonifant, Arnold in Long, 1995; McIntosh et al., 1998; Dechant in Altman, 1994; Epstein in Roy, 2003; Hart, 1995; Porter, 1987; Porter in van der Linde, 1995; Shrivastava, 1996; Zadek, 1999).

Da je poročanje o družbeni odgovornosti v praksi doživelo skokovit napredek, kažejo različne raziskave (Cooper in Owen, 2007; Gray, 2006; Walmsley in Bond, 2003). Pričakovati je, da tudi slovenska podjetja sledijo trendu, poslujejo vedno bolj družbeno odgovorno in o tem tudi poročajo. Vendar minule raziskave kažejo drugače. Slapničarjeva (2004, str. 536) je leta 2003 ugotovila, da je ta praksa v Sloveniji v povprečju skromna. Pri poročanju so podjetja kratka, ne prikazujejo statistik in trendov, omenjajo morda pridobitev raznih ISO standardov, a jih vsebinsko ne obrazložijo. Največji napredek v poročanju družbene odgovornosti pa je najti pri podjetjih borzne kotacije, ki jih tudi sicer odlikujejo razvitost informacijskega sistema, večja dobičkonosnost in tudi izpostavljenost večjim okoljskim vplivom (Slapničar, 2004, str. 523).

V zadnjih letih je v različnih medijih zaslediti vse več slovenskih podjetij, ki v javnem poročanju predstavljajo svojo družbeno odgovornost. Vse več je letnih poročil slovenskih podjetij, ki vključujejo celostna poročila o družbeno odgovornem oziroma

trajnostnem poslovanju, veliko informacij pa podjetja objavljajo tudi na svojih spletnih straneh. Cilj prispevka je tako ugotoviti razvoj poročanja o družbeni odgovornosti v Sloveniji ter prikazati razlike med slovenskimi podjetji, ki kotirajo na borzi, in tistimi, ki na borzi ne kotirajo (t. i. neborzna podjetja). Namen prispevka je, da bi znanstvena potrditev pomembnosti poročanja o družbeni odgovornosti oziroma prispevka k trajnostnemu razvoju vplivala na slovenska podjetja ter jih spodbudila k poročanju o družbeni odgovornosti in tudi resničnemu povečanju družbeno odgovornega oziroma trajnostnega poslovanja.

2 Splošno o poročanju in postavitve raziskovalnih vprašanj

Gray, Owen in Adams (1996, str. 3) opredelijo poročanje o družbeni odgovornosti podjetij kot razkritja, objavljena v letnih poročilih oziroma v poročilih, ki letna poročila dopolnjujejo. Širše gledano so to vse informacije, s katerimi podjetje komunicira v obliki trženja ali službe odnosov z javnostmi. Poročanje o družbeni odgovornosti se pojavlja v različnih oblikah in je lahko oblikovano okoli katere koli vrste informacije oziroma osredotočeno na kar koli.

Deegan (2002, str. 289) in O'Dwyer (2000, str. 13–14) ločita dva osnovna razloga, zakaj podjetja poročajo o družbeni odgovornosti. Nekatera podjetja gradijo svoje poslovanje na vrednotah. V tem primeru poročanje za podjetje predstavlja neke vrste nadzorno funkcijo, ki zagotavlja, da podjetje ne deluje v nasprotju z lastno deklariranimi vrednotami. Drugi razlog za poročanje so koristi od njega, ki so lahko za vsako podjetje različne (Deegan, 2002, str. 291; O'Dwyer, 2000, str. 13–14):

- povečanje in izboljšanje ugleda ter javne podobe podjetja;
- izpolnitev osnovnih zakonskih obveznosti v tistih državah, kjer zahteve obstajajo, in izpolnitev zahtev posojilodajalcev, ki segajo tudi na družbeno področje podjetja;
- ekonomska racionalnost, kar pomeni, da se mora podjetje zavedati obveznosti do svojih deležnikov in verjeti, da upoštevanje teh podjetju prinaša konkurenčne prednosti;
- preusmeritev pozornosti javnosti – podjetja so nagnjena k razkrivanju pozitivnih prispevkov in večinoma obravnavajo teme, ki zanje niso

kočljive, ne izpostavljajo pa negativnih učinkov svojega delovanja;

- zmožnost hitrejših reakcij podjetja na spremembe v ravnanju deležnikov;
- ustvarjanje podpore in zaupanja med deležniki, predvsem podpore med krizami;
- možnost pridobitve novih, družbeno odgovornih investitorjev – na trgu so vse bolj pomembne etične vrednote investiranja in poročanje o družbeno odgovornem poslovanju zmanjšuje tveganja v očeh investitorjev;
- ustvarjanje boljšega organizacijskega ozračja in etičnega vedenja;
- nižji stroški poslovanja podjetja – lahko so posledica manjšega absentizma, manjše fluktuacije, manjšega obsega zunanjih pritiskov na podjetje in posledično tožb proti njemu itd.

Vse več podjetij se odloča za družbeno odgovorno poročanje tudi zaradi naraščajočega trenda družbeno odgovornega investiranja (angl. *socially responsible investing*). Gre za investiranje, pri katerem investitorji ob odločitvi za naložbo v določeno podjetje poleg ekonomskih učinkov upoštevajo tudi prispevek podjetja k trajnostnemu razvoju. To pomeni, da investitor upošteva ekonomski, okoljski in socialni vidik poslovanja (gre za družbeno odgovorno investiranje, 2012). Določeni skladi tako vlagajo premoženje le v podjetja, ki delujejo v skladu z zahtevanimi družbenimi in okoljskimi kriteriji. Podjetja, ki si želijo izboljšati svoj finančni profil in ugled, se poskušajo uvrstiti na indekse, kot so Dow Jones Sustainability Group indeks ali FTSE4Good indeks (Slapničar, 2004, str. 520).

V zadnjih nekaj letih je opaziti veliko rast naložb z visoko stopnjo družbene odgovornosti v ZDA in Evropi. Investitorji vse raje vlagajo svoj kapital v podjetja, ki visoko kotirajo na lestvicah družbene odgovornosti. Če se bo taka usmerjenost nadaljevala, bo trajnost postala pomemben dejavnik pri odločanju o naložbah in dostopu do lastniškega kapitala. Poročanje o družbeni odgovornosti bo vse bolj pomembno tudi s poslovnega stališča (Vezjak, 2002, str. 19).

Predpostavljamo torej lahko, da obstajajo razlike med letnimi poročili podjetij, ki kotirajo na borzi, in tistimi, ki na borzi ne kotirajo. Že zaradi pritiska javnosti in večjega števila deležnikov so podjetja borzne kotacije prisiljena poročati več in bolj kakovostno. Zadostiti morajo težnjam svojih deležnikov po informacijah o uspešnosti na področju družbeno odgovornega ravnanja, če želijo v prihodnosti prejemati njihovo podporo.

Predpostavljamo lahko tudi, da z družbeno odgovornim oziroma trajnostnim delovanjem in poročanjem o družbeni odgovornosti podjetja gradijo na svojem ugledu. Z večjim ugledom, ki ga uživajo med svojimi deležniki, postanejo privlačna za nove investitorje in si zagotovijo svojo stabilnost na borzi. Analiza v nadaljevanju prispevka išče odgovore na naslednja tri raziskovalna vprašanja:

1. Ali slovenska podjetja, ki kotirajo na borzi, oblikujejo bolj obsežne informacije o družbeni odgovornosti svojega poslovanja oziroma prispevku k trajnostnemu razvoju v primerjavi s slovenskimi podjetji, ki na borzi ne kotirajo?

2. Ali slovenska podjetja, ki kotirajo na borzi, oblikujejo bolj jasne informacije o družbeni odgovornosti svojega poslovanja oziroma prispevku k trajnostnemu razvoju v primerjavi s slovenskimi podjetji, ki na borzi ne kotirajo?

3. Ali se poročanje o družbeni odgovornosti slovenskih podjetij s časom izboljšuje?

3 Metodološko ozadje analize

Za preučitev poročanja slovenskih podjetij o svojem družbeno odgovornem oziroma trajnostno usmerjenem poslovanju se v prispevku opiramo na metodologijo, ki jo je za raziskavo o poročanju o družbeni odgovornosti slovenskih podjetij leta 2003 uporabila Slapničarjeva (2004, str. 528–529).

V analizo so vključena letna poročila vseh (40) slovenskih nefinančnih podjetij, ki so kotirala na Ljubljanski borzi konec leta 2011, in 40 slovenskih nefinančnih podjetij, ki na Ljubljanski borzi tedaj niso kotirala. Skupno je v vzorec zajetih 80 letnih poročil slovenskih nefinančnih podjetij (glej Priloge, Tabela 1). V analizo so vključena revidirana letna poročila za poslovno leto 2011. Če med analizo podjetje poročila za leto 2011 še ni objavilo, smo analizirali poročilo iz poslovnega leta 2010.

Borzna podjetja so bila izbrana na podlagi seznama vrednostnih papirjev Ljubljanske borze iz leta 2011, 40 neborznih podjetij pa na podlagi seznama izdanih letnih poročil v letu 2011, ki ga je oblikovala Agencija Republike Slovenije za javnopravne evidence in storitve (v nadaljevanju AJPES). Na tem seznamu smo izvedli naključno vzorčenje s programom IDEA Data Analysis Software. Za vseh 80 podjetij smo pridobili letna poročila, in sicer s spletnih strani podjetij. Če podjetje letnega poročila na svoji spletni strani ni objavilo, smo poročilo pridobili v okviru SEOneta oziroma v spletni bazi poročil AJPES.

Zaradi kakovostne narave pojava družbene odgovornosti je obseg poročanja o družbeni odgovornosti težko merljiv. Za analiziranje pojava je zato najbolj primerna t. i. vsebinska analiza (angl. *content analysis*), s katero je mogoče oblikovati intervalno spremenljivko (Slapničar, 2004, str. 529). Za merjenje poročanja družbene odgovornosti v letnih poročilih smo tako oblikovali tri indekse: indeks poročanja o družbeni odgovornosti, okoljski indeks in indeks odnosa do zaposlenih. Vse tri indekse določata odvisna in pojasnjevalna spremenljivka. Odvisno spremenljivko sestavljajo vrednosti, pripisane razkritjem na različnih področjih. Vrednosti ne označujejo, ali so informacije dobre ali slabe, temveč le popolnost razkritij. Seznam področij oziroma indikatorjev o družbeno odgovornem poročanju zaradi primerljivosti podatkov v času temelji na seznamu področij družbene odgovornosti, ki so identificirana v raziskavi Slapničarjeve (glej Priloge, Tabela 2). Določena področja smo merili kot dihotomno spremenljivko, in sicer 0 – področje ni omenjeno in 3 – področje je omenjeno. Večina področij pa ima ordinalno mersko lestvico z naslednjimi vrednostmi: 0 – področje ni omenjeno, 1 – področje je omenjeno le opisno, 2 – razkrite so vrednosti kvalitativnih meril in 3 – razkrite so vrednosti kakovostnih meril in podana je primerjava glede na prejšnje leto.

V letnih poročilih podjetij smo poiskali podatke o posameznih vprašanjih, pripadajočih posameznemu področju. Vsako področje smo ocenili z upoštevanjem določene merske lestvice. Nato smo določili skupini rezultat kot seštevek vseh točk na vseh področjih. Na osnovi seštetih točk smo ocenili kakovost poročanja o družbeni odgovornosti podjetja. Razmerje med doseženimi točkami in najvišjimi točkami predstavlja indeks poročanja o družbeni odgovornosti. Podjetje, ki bi torej poročalo o vseh opredeljenih področjih in bi bilo na posameznem področju ovrednoteno z najvišjo vrednostjo 3, bi lahko doseglo največ 54 točk, indeks poročanja o družbeni odgovornosti pa bi imel vrednost 1. Podobno velja tudi za okoljski indeks ter indeks odnosa do zaposlenih, le da smo pri določanju teh upoštevali zgolj področji »zaposleni« in področje »ravnanje z okoljem«.

Ker smo ugotavljali tudi, ali obstaja razlika v poročanju o družbeni odgovornosti med podjetji, ki kotirajo na borzi, in podjetji, ki ne, smo oblikovali tudi pojasnjevalno spremenljivko, to je dihotomno spremenljivko kotacije (QUOT) z vrednostma 0 – podjetje kotira na prostem trgu in 1 – podjetje kotira na organiziranem trgu Ljubljanske borze (primerjaj s Slapničar, 2004, str. 528–529).

4 Temeljne ugotovitve analize

Od 80 podjetij, ki so bila vključena v vzorec, jih 31 (38 odstotkov) letnega poročila ni objavilo na svojih spletnih straneh. To so bila izključno neborzna podjetja. Podatki niso spodbudni, saj večina interesnih skupin informacije išče po spletu. Od podjetij se pričakuje, da svoja letna poročila objavijo na svojih uradnih spletnih straneh oziroma da posredujejo povezavo do mesta, kjer je letno poročilo objavljeno. Dostop do letnega poročila na spletnih straneh mora biti interesnim skupinam čim bolj preprost in brez nepotrebnega preskakovanja med menijskimi vrsticami in podstranmi. Najbolje je, da je letno poročilo objavljeno na glavni spletni strani podjetja.

Tabela 1: Pogostost ocen glede na mersko lestvico

Ocena	Dihotomna lestvica		Ordinalna lestnica		Skupaj	
	n	%	n	%	n	%
0	199	49,75	632	43,89	831	57,71
1			227	15,76	227	15,76
2			82	5,69	82	5,69
3	201	50,25	99	6,88	300	20,83

Ob pregledu rezultatov dobimo vtis, da je poročanje o družbeni odgovornosti še vedno razmeroma šibko. Podjetja v večini poročajo le o nekaterih področjih družbene odgovornosti, najpogosteje o odnosu do zaposlenih. Razkritja so večinoma le opisna, redko so razkriti vrednostni podatki in primerjava teh s prejšnjimi leti. Ob pogledu na statistiko ocen (glej Tabela 1) je razvidno, da je za vsa ocenjevana področja najpogostejša

ocena 0, kar pomeni, da področje ni omenjeno. Na področjih, ocenjenih z ordinalno lestvico, je druga najpogostejša ocena 1, kar pomeni, da je področje omenjeno le opisno. Na ordinalni lestvici je zelo malo ocen 2 in 3, kar pomeni, da so le redka podjetja razkrivala vrednostne podatke in primerjavo teh s prejšnjimi leti.

Indeks poročanja o družbeni odgovornosti (glej Tabela 2) je v letu 2011 v povprečju znašal 0,30. Če primerjamo indekse posameznih področij, lahko ugotovimo, da je indeks poročanja o zaposlenih višji (0,38) kot indeks poročanja o okolju (0,20). To pomeni, da podjetja več in bolje poročajo o svojem odnosu z zaposlenimi. Rezultat je pričakovan, saj zaposleni predstavljajo pomembno interesno skupino za večino podjetij. Podjetja lahko s svojimi razkritji pozitivno vplivajo na svoje zaposlene in s tem povečajo njihovo lojalnost podjetju.

Tabela 2: Opisne statistike indeksov 2011

Središčnost/ razpršenost	Indeks	Okoljski indeks	Indeks odnosa do zaposlenih
N	80	80	80
Manjkajoče enote	0	0	0
Povprečje	0,30	0,20	0,38
Mediana	0,24	0,13	0,36
Std. Odklon	0,20	0,24	0,21
Min	0,06	0,00	0,10
Max	0,81	0,87	1,00

Tabela 3: Opisne statistike indeksov za borzna in neborzna podjetja

Središčnost/ razpršenost	BORZNA PODJETJA			NEBORZNA PODJETJA		
	Indeks	Okoljski indeks	Indeks odnosa do zaposlenih	Indeks	Okoljski indeks	Indeks odnosa do zaposlenih
N	40	40	40	40	40	40
Manjkajoče enote	0	0	0	0	0	0
Povprečje	0,40	0,29	0,48	0,20	0,12	0,29
Mediana	0,41	0,23	0,45	0,17	0,00	0,24
Std. Odklon	0,19	0,27	0,22	0,15	0,18	0,16
Min	0,11	0,00	0,14	0,06	0,00	0,10
Max	0,81	0,87	1,00	0,61	0,67	0,62

4.1 Primerjava borznih in neborznih podjetij

Indeks poročanja o družbeni odgovornosti potrjuje (glej Tabelo 3), da je poročanje borznih podjetij bolj kakovostno od neborznih podjetij. Za borzna podjetja indeks v povprečju znaša 0,40, za neborzna pa je za polovico nižji, in sicer 0,20. Tudi posamezni indeksi področij poročanja o družbeni odgovornosti so za borzna podjetja višji. Indeks poročanja o zaposlenih za borzna podjetja v povprečju znaša 0,48, za neborzna 0,29. Indeks poročanja o okolju pa za borzna podjetja v povprečju znaša 0,29 in za neborzna podjetja 0,12.

Na področju **poročanja o odnosu do okolja** so občutno več poročala borzna podjetja. O porabi energentov je poročalo 60 odstotkov borznih in le 25 odstotkov neborznih podjetij, o odpadkih in emisijah pa 58 odstotkov borznih in 35 odstotkov neborznih. Borzna podjetja so podala tudi bolj kakovostna razkritja kot neborzna. Primerjavo tekočih podatkov s prejšnjimi obdobji je namreč podalo kar 25 odstotkov borznih podjetij, in sicer tako za poročanje o energentih kot za poročanje o odpadkih in emisijah. Slabše rezultate so dosegala neborzna podjetja, kjer je na področju energentov primerjavo podalo le 8 odstotkov, na področju odpadkov in emisij pa 13 odstotkov neborznih podjetij. O okoljskih standardih je poročala polovica (50 odstotkov) borznih podjetij in le slaba četrtina (23 odstotkov) neborznih podjetij. Neborzna podjetja so dosegla boljše rezultate le pri primerjalni analizi dobaviteljev, saj teh ni podalo nobeno borzno podjetje, medtem ko je 5 odstotkov neborznih podjetij primerjalno analizo dobaviteljev razkrilo.

Na področju **poročanja o odnosih z lokalno skupnostjo** so prav tako več poročala borzna podjetja. Razkritja je podalo 68 odstotkov borznih in 33 odstotkov neborznih podjetij. Na področju kakovosti pa se rezultati med obema skupinama podjetij približno izenačijo. Tako borzna kot neborzna podjetja so sicer v večini podajala le opisna razkritja. Višino podeljenih sponzorstev in donacij v tekočem letu je razkrilo 5 odstotkov borznih in 10 odstotkov neborznih, primerjavo s prejšnjimi leti pa je razkrilo le 3 odstotke borznih podjetij. Neborzna podjetja primerjave podatkov niso razkrivala.

O **odnosu z zaposlenimi** sta veliko poročali obe skupini podjetij, čeprav so na vseh področjih boljše rezultate dosegala borzna podjetja. Analizo zaposlenih so podala vsa (100 odstotkov) borzna podjetja in 98 odstotkov neborznih. Najslabše rezultate so podjetja dosegala pri poročanju o zadovoljstvu zaposlenih. O tem je poročalo 20

odstotkov borznih in 13 odstotkov neborznih podjetij. Pri neborznih podjetjih gre na tem področju večinoma le za opisna razkritja, borzna podjetja pa so podala tudi rezultate merjenja zadovoljstva zaposlenih in organizacijskega ozračja. 10 odstotkov borznih podjetij je podalo primerjalna razkritja s prejšnjimi leti. Na drugih področjih poročanja o zaposlenih so razlike med borznimi in neborznimi podjetji večje. Odstotki za poročanje se gibljejo med 48 in 90 odstotki za borzna podjetja ter 10 in 53 odstotki za neborzna podjetja. Prav tako so razlike očitne tudi v kakovosti razkritih informacij, saj so bolje poročala borzna podjetja. Na področju absentizma je na primer podalo primerjalno analizo 33 odstotkov borznih in le 18 odstotkov neborznih podjetij. Na področju politike zaposlovanja je primerjalno analizo podalo 33 odstotkov borznih podjetij in le 8 odstotkov neborznih podjetij. Podobna razmerja glede kakovosti gre razbrati tudi na drugih področjih poročanja o zaposlenih.

O **odnosu z dobavitelji** je poročala več kot polovica (55 odstotkov) borznih podjetij in slaba četrtina (20 odstotkov) vseh neborznih podjetij. Obe skupini podjetij pa sta podali izključno opisna razkritja. Tudi na **področju odnosa s kupci** so več in bolje poročala borzna podjetja. Svoje standarde kakovosti je razkrilo kar 70 odstotkov borznih podjetij in le 40 odstotkov neborznih. O reklamacijah je poročalo 30 odstotkov borznih podjetij, od tega jih je 8 odstotkov razkrilo vrednosti oziroma število reklamacij, 10 odstotkov podjetij pa je razkrilo primerjalno analizo s prejšnjimi obdobji. O reklamacijah je poročalo le 18 odstotkov neborznih podjetij, večina (10 odstotkov) pa je podala le opisna razkritja. Na področju poročanja o zadovoljstvu kupcev je poročalo 20 odstotkov borznih podjetij in 10 odstotkov neborznih. Med borznimi podjetji jih je 16 odstotkov razkrilo rezultate raziskav o zadovoljstvu kupcev, od tega je 8 odstotkov podalo primerjavo s prejšnjimi leti. Le 5 odstotkov neborznih podjetij je razkrilo rezultate raziskav zadovoljstva kupcev, od tega jih je 3 odstotke podalo primerjavo s prejšnjimi leti.

4.2 Primerjava podatkov v času

Analiza poročanja o družbeni odgovornosti slovenskih podjetij metodološko omogoča primerjavo v času, in sicer s primerjavo raziskave Slapničarjeve iz leta 2003, ker uporabljamo isto metodologijo merjenja. Ko primerjamo pridobljene rezultate raziskav 2003 in 2011, je očitno, da so podjetja leta 2011 v svojih letnih poročilih razkrivala več

podatkov o družbeni odgovornosti v primerjavi z letom 2003. Na vseh področjih poročanja o družbeni odgovornosti je vidno izboljšanje tudi v kakovosti poročanja.

Indeks poročanja o družbeni odgovornosti (glej Tabelo 4) je v letu 2003 v povprečju znašal 0,20, v letu 2011 pa 0,30. Podjetja so torej v letu 2011 bolj kakovostno poročala o svoji družbeni odgovornosti. Če primerjamo posamezna področja poročanja, lahko opazimo, da se je najbolj izboljšalo poročanje o

odnosu do zaposlenih. Leta 2003 je indeks poročanja o zaposlenih v povprečju znašal 0,24, leta 2011 pa 0,36. Izboljšalo se je tudi poročanje o odnosu do okolja, saj je leta 2003 indeks poročanja o okolju v povprečju znašal 0,11, leta 2011 pa 0,20.

4.3 Najbolje ocenjena podjetja

V tem delu prikazujemo tudi rezultate desetih najbolje ocenjenih slovenskih podjetij glede na zadevno vsebino (glej Tabelo 5). Večina podjetij,

Tabela 4: Opisne statistike indeksov za leti 2011 in 2003

Središčnost/ razpršenost	2011			2003		
	Indeks	Okoljski indeks	Indeks odnosa do zaposlenih	Indeks	Okoljski indeks	Indeks odnosa do zaposlenih
N	80	80	80	105	105	105
Manjkajoče enote	0	0	0	0	0	0
Povprečje	0,30	0,20	0,38	0,20	0,11	0,24
Mediana	0,24	0,13	0,36	0,17	0,00	0,19
Std. Odklon	0,20	0,24	0,21	0,17	0,19	0,19
Min	0,06	0,00	0,10	0,00	0,00	0,00
Max	0,81	0,87	1,00	0,74	0,80	0,86

Vir: Analiza avtorjev in S. Slapničar, Poročanje o družbeni odgovornosti, 2004, str. 534.

Tabela 5: Prvih deset slovenskih podjetij po poročanju o družbeni odgovornosti

Središčnost/ razpršenost	2011			2003		
	Indeks	Okoljski indeks	Indeks odnosa do zaposlenih	Indeks	Okoljski indeks	Indeks odnosa do zaposlenih
Telekom Slovenije	0,81	0,67	1,00	n/a	n/a	n/a
Mercator	0,80	0,87	0,90	0,57	0,27	0,76
Luka Koper	0,76	0,87	0,81	0,74	0,60	0,86
Krka	0,69	0,67	0,71	n/a	n/a	n/a
Gorenje	0,61	0,67	0,71	0,50	0,80	0,38
Iskra Avtoelektrika	0,61	0,67	0,71	n/a	n/a	n/a
Petrol	0,61	0,40	0,71	0,56	0,27	0,67
Droga Kolinska (Droga, 2003)	0,61	0,67	0,52	0,56	0,47	0,71
Cetis	0,59	0,67	0,67	n/a	n/a	n/a
Intereuropa	0,59	0,20	0,86	0,48	0,33	0,62

Vir: Analiza avtorjev in S. Slapničar, Poročanje o družbeni odgovornosti, 2004.

- Leta 2005 je Droga postala 93-odstotna lastnica Kolinske, podjetji pa sta se nato združili pod skupnim imenom Droga Kolinska, d.d., ki se je uvrstila med deset najboljših v letu 2011 (Zgodovina, 2012).

ki so bila v letu 2003 uvrščena med prvih deset najboljših, je ostala v prvi deseterici tudi v letu 2011. Med prvimi desetimi lahko tako ponovno vidimo Mercator, Luko Koper, Gorenje, Petrol in Intereuropo. Droga in Kolinska se v letu 2011 pojavljata kot eno podjetje¹. Indeks prvouvrščenega Telekom Slovenije v letu 2011 je za 7 odstotnih točk višji kot indeks prvouvrščene Luke Koper iz leta 2003. Pri tem je treba upoštevati dejstvo, da je potrebna višina indeksa za uvrstitev med najboljših deset v letu 2011 znašala 0,59 v letu 2003 pa le 0,46. To pomeni, da se je v letu 2011 povečalo število podjetij, ki v večjem obsegu poročajo o družbeni odgovornosti.

5 Sklep

Na podlagi rezultatov analize lahko pritrdimo prvima raziskovalnima vprašanjem. Analiza letnih poročil slovenskih podjetij je pokazala, da o družbeno odgovornem poslovanju več in bolje poročajo borzna podjetja kot neborzna. Borzna podjetja dajejo v primerjavi z neborznimi večji pomen družbeno odgovornemu ravnanju in poročanju o njem. Razloge lahko iščemo predvsem v družbeno odgovornem investiranju, poleg tega pa so analizirana borzna podjetja večja in večina od njih deluje globalno. V primerjavi z neborznimi podjetji so veliko bolj izpostavljena različnim pritiskom ter pogledom družbe in drugih deležnikov. Neborzna podjetja pa v večini ne delujejo globalno, njihovo delovanje je usmerjeno v zadovoljevanje domačih potreb. V poslovnem in deloma računovodskem delu letnega poročila opisno razkrijejo le nekaj področij, ki se nanašajo na družbeni (okoljski) vidik družbene odgovornosti.

S primerjavo pridobljenih rezultatov analize letnih poročil slovenskih podjetij iz leta 2003, ki jo je opravila Slapničarjeva, lahko pritrdilno odgovorimo tudi na tretje raziskovalno vprašanje. Primerjava je potrdila povečanje obsega in kakovosti poročanja o družbeni odgovornosti pri nefinančnih slovenskih podjetjih. Lahko torej trdimo, da se slovenska podjetja vse bolj zavedajo pomena družbeno odgovornega oziroma trajnostnega ravnanja in poročanja njem ter tako sledijo globalnim smernicam poročanja.

Vprašljiva pa je resnična zavzetost odgovornih v podjetjih za trajnostni razvoj. Večina razkritij je namreč zgolj opisna. Zelo malo podatkov je podprtih z vrednostnimi ali količinskimi podatki. Včasih bralec celo začuti, da je določeno besedilo v letnem poročilu vključeno le zato, da je pod sekcijo družbene odgovornosti nekaj navedeno. Precej je

primerov podjetij, ki so se na področju družbene odgovornosti močno razpisala, vendar niso razkrila nobenih pomembnih informacij, ki bi bile zanimive za specifične interesne skupine. Tako bi lahko nadaljevali, da bi kazalo pri sestavi letnega poročila pozornost posvečati predvsem kakovosti razkritij. Bralci letnih poročil bodo razkritim informacijam bolj verjeli, če bodo te podprte z vrednostnimi podatki in kazalci. Prepričljivo družbeno odgovorno poročanje je lahko le tisto, ki verodostojno ponazarja vključenost te teme v poslovno odločanje v podjetjih. Poročila najbolj družbeno odgovornih podjetij v svetu so namreč bogata po vsebini in jasna po izmerjenih dosežkih.

Viri in literatura

- Bonifant, B. C., Arnold, M. B. & Long, F. J. (1995). Gaining Competitive Advantage through Environmental Investments. *Business Horizons*, (July–August), 37–47.
- Dechant, K. & Altman, B. (1994). Environmental Leadership: From Compliance to Competitive Advantage. *Academy of Management Executive*, 8(3), 7–27.
- Cooper, S. M. & Owen, D. L. (2007). Corporate Social Reporting and Stakeholder Accountability: The Missing Link, *Accounting, Organizations and Society*, 32, 649–667.
- Deegan, C. (2002). Introduction: The legitimising effect of social and environmental disclosures – a theoretical foundation. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 15(3), 282–311.
- Epstein, M. J. & Roy, M. J. (2003). Making the Business Case for Sustainability. Linking Social and Environmental Actions to Financial Performance. *The Journal of Corporate Citizenship*, 9, 79–96.
- Gray, R. (2006). Does Sustainability Reporting Improve Corporate Behaviour? Wrong Question? Right Time? *Accounting and Business Research*, International Accounting Policy Forum, 65–88.
- Gray, R., Owen, D. & Adams, C. (1996). *Accounting and Accountability: changes and challenges in corporate social and environmental reporting*. Harlow: Prentice Hall.
- Hart, S. (1995). A Natural-resource-based View of the Firm, *Academy of Management Review*, 20 (4), 986–1014.
- McIntosh, M., Deborah, L., Keith, L.J., & Gill, C. (1998). *Corporate citizenship*. Great Britain: Biddles Ltd. Guildford and King's Lynn.

Na kratko o družbeno odgovornem investiranju. Najdeno 12. Februarja 2012 na spletnem naslovu <http://www.druzbeno-odgovoren.si/drubeno-odgovorno-investiranje/na-kratko-o-drubeno-odgovornem-investiranju/>

O'Dwyer, B. (2000). Social and Ethical Accounting, Auditing and Reporting: A Review of Recent Developments. *Accountancy Ireland*, 32(6), 13–14.

Porter, M. E. (1987). From Competitive Advantage to Corporate Strategy. *Harvard Business Review*, 65(3), 43–59.

Porter, M. & van der Linde, C. (1995). Green and Competitive: Ending the Stalemate. *Harvard Business Review*, 73 (5), 120–129.

Shrivastava, P. (1996). *Greening Business: Profiting the Corporation and the Environment*. Cincinnati: Thomson Executive Press.

Slapničar, S. (2004). Poročanje o družbeni odgovornosti. V S. Prašnikar (ur.), *Razvojna raziskovalna dejavnost ter inovacije, konkurenčnost in družbena odgovornost podjetij* (str. 519–542). Ljubljana: Časnik Finance.

Vezjak, B. (2002, 20. junij). Nove vsebine letnih poročil. *Finance*, str. 19.

Walmsley, J. D. & Bond, A. (2003). An Assessment of the Role of Environmental Reporting in Supporting Share Values in FTSE100 Companies. *Journal of Environmental Assessment Policy and Management*, 5(2), 149–182.

Zadek, S. (1999). Stalking Sustainability. *Greener Management International*, 26, 21–31.

6 Priloge

Tabela 1: Doseženi indeksi poročanja o družbeni odgovornosti, okoljski indeksi in indeksi odnosa do okolja po podjetjih po raziskavi poročanja o družbeni odgovornosti 40 slovenskih borznih in 40 slovenskih neborznih podjetij v letih 2010/11

Podjetje		QUOT	Doseženo št. točk	Indeks poročanja o družbeni odgovornosti	Okoljski indeks	Indeks odnosa do zaposlenih
1	TELEKOM SLOVENIJE	1	44	0,81	0,67	1,00
2	MERCATOR	1	43	0,80	0,87	0,90
3	LUKA KOPER	1	41	0,76	0,87	0,81
4	KRKA	1	37	0,69	0,67	0,71
5	GORENJE	1	33	0,61	0,67	0,71
6	ISKRA AVTOELEKTRIKA	1	33	0,61	0,67	0,71
7	PETROL	1	33	0,61	0,40	0,71
8	DROGA KOLINKSA	0	33	0,61	0,67	0,52
9	CETIS	1	32	0,59	0,67	0,67
10	INTEREUROPA	1	32	0,59	0,20	0,86
11	PIVOVARNA LAŠKO	1	30	0,56	0,67	0,52
12	KOMUNALA KRANJ	0	28	0,52	0,67	0,48
13	UNIOR	1	27	0,50	0,60	0,48
14	AERODROM LJUBLJANA	1	26	0,48	0,40	0,52
15	CIMOS	1	26	0,48	0,33	0,62
16	ŽITO	1	26	0,48	0,13	0,62
17	CINKARNA CELJE	1	25	0,46	0,27	0,52
18	GEA	1	25	0,46	0,47	0,48
19	ETOL	1	24	0,44	0,33	0,52
20	HELIOS	1	24	0,44	0,27	0,57
21	JUTEKS	1	24	0,44	0,40	0,48
22	DARS	1	23	0,43	0,33	0,43
23	ACTUAL I.T.	0	23	0,43	0,13	0,48
24	MARIBORSKA LIVARNA MARIBOR	0	23	0,43	0,33	0,57
25	MELAMIN	1	21	0,39	0,33	0,38
26	GORIČANE	0	21	0,39	0,40	0,62

27	KRAŠKI ZIDAR D.D.	0	21	0,39	0,27	0,43
28	ALPETOUR POTOVALNA AGENCIJA	1	20	0,37	0,33	0,43
29	GRAND HOTEL UNION	1	20	0,37	0,20	0,43
30	ELEKTRO PRIMORSKA	0	19	0,35	0,00	0,57
31	INLES	1	18	0,33	0,00	0,52
32	DATALAB TEHNOLOGIJE	1	17	0,31	0,07	0,29
33	JAVNO PODJETJE LJUBLJANSKA PARKIRIŠČA IN TRŽNICE	0	17	0,31	0,20	0,48
34	OMCO	0	17	0,31	0,27	0,43
35	JAVOR PIVKA	1	16	0,30	0,20	0,29
36	PLAMA PUR	1	16	0,30	0,13	0,29
37	LUKA KOPER INPO	0	16	0,30	0,07	0,62
38	TBP TOVARNA BOVDENOV IN PLASTIKE	0	15	0,28	0,20	0,24
39	IMP TOVARNA INSTALACIJSKE OPREME	0	14	0,26	0,47	0,19
40	ELMO	1	13	0,24	0,00	0,43
41	BIG BANG	0	13	0,24	0,00	0,48
42	NUMINA	0	13	0,24	0,00	0,43
43	DELO PRODAJA	1	12	0,22	0,00	0,43
44	MLINOTEST	1	12	0,22	0,00	0,24
45	TERME ČATEŽ	1	12	0,22	0,07	0,29
46	IMOS, D.D.	0	12	0,22	0,00	0,24
47	TUŠMOBIL	0	12	0,22	0,13	0,43
48	DEOS	1	11	0,20	0,00	0,38
49	SALUS	1	11	0,20	0,00	0,19
50	GRADIS GRADBENO PODJETJE	0	11	0,20	0,20	0,33
51	MURA	0	11	0,20	0,00	0,33
52	KOMPAS MTS	1	10	0,19	0,07	0,29
53	NAMA	1	10	0,19	0,00	0,29
54	SLOVENIJALES	1	9	0,17	0,13	0,19
55	TEKSTINA	1	9	0,17	0,00	0,24
56	TERME DOBRNA	1	9	0,17	0,00	0,24
57	MAN	0	9	0,17	0,20	0,14
58	SMART COM	0	9	0,17	0,00	0,29
59	ŽELEZARNA RAVNE-MONTER DRAVOGRAD	0	9	0,17	0,00	0,29
60	JAVNA RAZSVETLJAVA	0	8	0,15	0,13	0,29
61	VELANA	1	7	0,13	0,00	0,19
62	PRALNICA LUCIJA	0	7	0,13	0,13	0,24
63	INTERTRADE ITA	1	6	0,11	0,00	0,14
64	LPKF LASER & ELEKTRONIKA	0	6	0,11	0,00	0,14
65	ORE INVESTIRANJE IN UPRAVLJANJE NALOŽB	0	6	0,11	0,07	0,10
66	ROLTEK	0	5	0,09	0,00	0,19
67	EUROPET	0	4	0,07	0,00	0,14
68	OMV SLOVENIJA	0	4	0,07	0,00	0,14
69	TELEMACH	0	4	0,07	0,00	0,14
70	TIC – LENS LASERSKE TEHNOLOGIJE	0	4	0,07	0,07	0,14
71	BAUHAUS TRGOVSKO PODJETJE	0	3	0,06	0,00	0,14
72	EXTERFER	0	3	0,06	0,00	0,14
73	KOGAST SISTEMI	0	3	0,06	0,00	0,14
74	KRATER POSLOVNE STORITVE	0	3	0,06	0,00	0,14
75	LESONIT	0	3	0,06	0,00	0,14
76	MOL SLOVENIJA	0	3	0,06	0,00	0,14
77	NARAVNO ZDRAVILIŠČE TOPOLŠICA	0	3	0,06	0,00	0,14

78	PORTOROŠKA GOSTINSTVO IN STORITVE	0	3	0,06	0,00	0,14
79	ROBERT BOSCH	0	3	0,06	0,00	0,14
80	TGM ŽAKELJ	0	3	0,06	0,00	0,14

Legenda: Podatki so razvrščeni glede na dosežen indeks poročanja o družbeni odgovornosti – od podjetja z najboljšim indeksom do podjetja z najslabšim.

Tabela 2: Področja (indikatorji) poročanja o družbeni odgovornosti

PODROČJA POROČANJA O DRUŽBENI ODGOVORNOSTI		Vrednosti
Dostopnost letnega poročila	Ali je letno poročilo dostopno na spletnih straneh podjetja?	0, 3
RAVNANJE Z OKOLJEM		
Navedeni oddelki za okolje Poimensko navedeni okoljski managerji	Ali podjetje navaja oddelek za okolje? Ali imenuje managerja, ki je odgovoren za ravnanje z okoljem?	0, 3
Uporaba okoljskih standardov	Ali podjetje navaja pridobljene okoljske standarde (mednarodne, nacionalne, sektorsko specifične)? Ali podjetje navaja pridobljene certifikate, ki zagotavljajo, da deluje okoljsko odgovorno?	0, 3
Skrb za okolje v verigi dobaviteljev materiala in storitev	Ali podjetje svojo skrb za okolje razteza tudi na dobavitelje s skrbnim izborom okoljsko varnejših materialov in storitev?	0, 1, 2, 3
Poročilo o rabi energije in vode	Ali podjetje poroča o rabi energije in vode?	0, 1, 2, 3
Kazalci uspešnosti na področju ravnanja z okoljem	Ali podjetje poroča o kazalcih na področju ravnanja z okoljem (učinkovita izraba virov, emisijski plini, ravnanje z odpadki in drugo)?	0, 1, 2, 3
DRUŽBENA ODGOVORNOST		
Odnosi z lokalno skupnostjo		
Navedena sponzorstva in donatorstva	Ali podjetje poroča o sponzorstvih, donatorstvih in svoji vključenosti v lokalne/nacionalne projekte kulturne ali družbene narave?	0, 1, 2, 3
ODNOSI Z INTERESNIMI SKUPINAMI		
Zaposleni		
Analiza strukture zaposlenih	Ali podjetje prikazuje strukturo zaposlenih glede na izobrazbo, spol, zaposlitve za nedoločen in določen čas ter pogodbeno delo in podobno?	0, 3
Absentizem	Ali podjetje razkriva stopnjo odsotnosti, izgubljene delovne dni, stroške bolniških stažev, število poškodb pri delu?	0, 1, 2, 3
Varnost in zdravje pri delu	Ali podjetje razkriva politiko varnosti in zdravja pri delu?	0, 1, 2, 3
Zaposlitvena politika	Ali podjetje razkriva, kakšna je njegova zaposlitvena politika?	0, 1, 2, 3
Zadovoljstvo zaposlenih	Ali podjetje meri zadovoljstvo zaposlenih? Ali razkriva rezultate anket?	0, 1, 2, 3
Izobraževanje zaposlenih	Ali podjetje razkriva stroške izobraževanja, število ur za ta namen, vrste izobraževanja zaposlenih?	0, 1, 2, 3
Ugodnosti za zaposlene nad zakonsko določenimi	Ali podjetje razkriva, kakšne so dodatne ugodnosti zaposlenih (prispevki za prostovoljno pokojninsko zavarovanje, ugodnosti ob upokojitvi ali nesrečah pri delu, športne dejavnosti, počitniške zmogljivosti ...)?	0, 1, 2, 3
Dobavitelji		
Politika do dobaviteljev	Ali podjetje razkriva svojo strategijo gradnje dolgoročnih strateških odnosov z dobavitelji?	0, 1, 2, 3
Kupci		
Uporaba standardov kakovosti	Ali podjetje navaja pridobljene mednarodne oziroma sektorsko specifične standarde kakovosti? Ali podjetje navaja pridobljene certifikate, ki se nanašajo na kakovost poslovanja podjetja?	0, 3
Delež ali stroški reklamacij	Ali podjetje razkriva deleže ali stroške reklamacij?	0, 1, 2, 3
Zadovoljstvo kupcev	Ali podjetje meri zadovoljstvo kupcev? Ali razkriva rezultate anket?	0, 1, 2, 3

Vir: S. Slapničar, Poročanje o družbeni odgovornosti, 2004, str. 530.

Tabela 3: Opisne statistike za posamezna področja za borzna in neborzna podjetja

Frekvenca [%]"	BORZNA PODJETJA				NEBORZNA PODJETJA			
	0	1	2	3	0	1	2	3
DOSTOPNOST	0,00			100,00	77,50	0,00	0,00	22,50
ODNOS DO OKOLJA								
Okoljski oddelek, manager	95,00			5,00	100,00	0,00	0,00	0,00
Okoljski standardi	50,00			50,00	77,50	0,00	0,00	22,50
Analiza dobaviteljev	62,50	37,50	0,00	0,00	95,00	0,00	0,00	5,00
Voda, energija	40,00	30,00	5,00	25,00	75,00	17,50	0,00	7,50
Odpadki, emisije, raba virov	42,50	30,00	2,50	25,00	65,00	22,50	0,00	12,50
ODNOS Z LOKALNO SKUPNOSTJO								
Sponzorstva	32,50	60,00	5,00	2,50	67,50	22,50	10,00	0,00
ODNOS Z ZAPOSLENIMI								
Analiza	0,00			100,00	2,50	0,00	0,00	97,50
Absentizem	52,50	5,00	10,00	32,50	65,00	5,00	12,50	17,50
Zdravje in varnost	40,00	20,00	22,50	17,50	62,50	32,50	5,00	0,00
Politika zaposlovanja	30,00	10,00	27,50	32,50	60,00	15,00	17,50	7,50
Zadovoljstvo zaposlenih	80,00	7,50	2,50	10,00	87,50	10,00	2,50	0,00
Izobraževanje	10,00	47,50	25,00	17,50	47,50	30,00	12,50	10,00
Ugodnosti	27,50	47,50	20,00	5,00	90,00	5,00	2,50	2,50
ODNOS Z DOBAVITELJI								
Politika do dobaviteljev	45,00	55,00	0,00	0,00	80,00	20,00	0,00	0,00
ODNOS S KUPCI								
Standardi kakovosti	30,00			70,00	60,00	0,00	0,00	40,00
Reklamacije	70,00	12,50	7,50	10,00	82,50	10,00	2,50	5,00
Zadovoljstvo kupcev	80,00	5,00	7,50	7,50	90,00	5,00	2,50	2,50

Mag. **Monika Klemenčič** je magistrica poslovnih ved. Na Ekonomski fakulteti Univerze v Ljubljani je decembra 2012 zaključila magistrski študij s področja računovodstva in revizije. V svojem magistrskem delu je proučevala prakso poročanja slovenskih podjetij na področju družbene odgovornosti oziroma trajnostnega razvoja. Avtorico lahko kontaktirate na monika.klemencic@gmail.com.

Dr. Adriana Rejc Buhovac je izredna profesorica na Ekonomski fakulteti v Ljubljani. Raziskovalno se ukvarja z vsebinami družbene odgovornosti podjetja (prispevka podjetij k trajnostnemu razvoju), managerske kontrole in strateškega managementa. Avtorico lahko kontaktirate na adriana.rejcbuhovac@ef.uni-lj.si