

11. SKOJ KONFERENCA, 17.10. 2007

DRUŽBENA ODGOVORNOST - PRILOŽNOST ZA MALA IN SREDNJE VELIKA PODJETJA

Povzetek: Družbeno odgovorno ravnanje prinaša številne koristi tako podjetju kot drugim deležnikom in ima dobro vidne učinke predvsem na dolgi rok. Pomembno vlogo pri uvajanju družbene odgovornosti v podjetja imajo tudi službe za odnose z javnostmi. V prispevku predstavljamo koncept družbene odgovornosti, trende, standarde in nekaj napotkov, kako uvesti družbeno odgovornost v podjetje in z njo upravljati. Predstavljamo tudi projekt »Družbena odgovornost – priložnost za mala in srednje velika podjetja« (Code to Smart Reality for SMEs), ki se v letih 2006 in 2007 izvaja v Sloveniji. Projekt je razvil kakovostno podporno okolje in orodja, ki služijo kot pripomoček pri uvajanju družbene odgovornosti v omenjena podjetja.

Uvod

Ena izmed ključnih nalog odgovornih za odnose z javnostmi v podjetjih (PR-ovcev) je izgradnja in širitev ugleda podjetja znotraj njega samega (med zaposlenimi) in v zunanjem okolju (med kupci, dobavitelji, lokalnimi skupnostmi ipd.). Družbeno (ne)odgovorno ravnanje podjetij namreč neposredno vpliva na ugled podjetja in s tem tudi na njegovo uspešnost in konkurenčnost.

Prav zato smo na letošnjem SKOJ-u pripravili prispevek o družbeni odgovornosti podjetij (v nadaljevanju DOP), saj praksa kaže, da so PR-ovci velikokrat iniciatorji in koordinatorji nekaterih aktivnosti družbene odgovornosti v podjetju.

S prispevkom želimo nanizati nekaj splošnih spoznanj o družbeni odgovornosti, o usmeritvah družbene odgovornosti v EU, o stanju v Sloveniji in nakazati nekaj napotkov in rešitev za uvajanje družbene odgovornosti v podjetje.

Predavanje in objavljeni materiali so le kratek napotek vsem tistim, ki se z družbeno odgovornostjo do sedaj še niso ukvarjali ali je bil njihov pristop bolj intuitiven in nesistematičen. Delujejo naj kot vzpodbuda za prepoznanje potrebe po uvedbi družbeno odgovornega ravnanja podjetja in kot orientacija kje in kako začeti. Uspehi, ki se bodo pokazali kot rezultat aktivnosti uvedbe družbene odgovornosti, pa bodo v vas morda prebudili tudi pravo strast za razvoj in širjenje družbene odgovornosti, ne samo v podjetju, temveč tudi v širšem okolju – ne nazadnje v svojem lastnem ravnanju in odnosu do drugih.

Družbena odgovornost podjetij (DOP) – kaj je to?

V različnih dokumentih strokovnjaki navajajo različne definicije družbene odgovornosti, ki poudarjajo različne elemente. Ena izmed najbolj znanih je definicija iz Zelene knjige iz leta 2001: »Družbena odgovornost je koncept, pri katerem podjetja vključujejo skrb za družbene in okoljske probleme v svoje poslovanje ter sodelovanje z deležniki na prostovoljni osnovi«. Kot družbeno odgovorne se običajno štejejo prakse, ki zagotavljajo več kot upoštevanje zakonodaje, torej dodatne ugodnosti za katero od deležniških skupin.

Pojem in praksa družbene odgovornosti podjetij se nanaša na celoten razpon delovanja podjetij in odnosov, ki se pri tem vzpostavljajo. Kaj podjetje prodaja, kako vpliva na okolje, kako zaposluje, usposablja in vpliva na razvoj svojih zaposlenih, kako vlaga v družbeno skupnost in spoštuje človekove pravice – vse to opredeljuje skupen vpliv tega podjetja na družbo.

Družbena odgovornost je trend, ki je v zahodnem svetu v razmahu, v zadnjih letih pa se vse bolj pospešeno razvija tudi pri nas. Družba od podjetij vse bolj pričakuje, da pri svojem poslovanju poleg interesov lastnikov upoštevajo tudi interese svojih zaposlenih, okolja, skupnosti, kupcev in drugih deležnikov ter partnersko pristopijo k reševanju družbenih problemov. Čeprav je razširjena fama, da so družbeno odgovorne aktivnosti in poslovanje domena velikih podjetij, pa največ novih delovnih mest ustvarjajo ravno mala in srednje velika podjetja, zato Evropska unija kot eno od prioritarnih ciljev na tem področju navaja ravno spodbujanje družbene odgovornosti le-teh.

Usmeritve družbene odgovornosti v EU in Sloveniji

Po letu 2000 je Evropska unija izdala nekaj dokumentov, ki so bili strateškega pomena za razvoj in promocijo družbene odgovornosti. Prepoznali so, da lahko DOP pomembno prispeva k uresničevanju ciljev, ki si jih je zastavila Evropska unija v Lizbonski strategiji, tj. izboljšati konkurenčnost, doseči odličnost in ustvariti trajnostno družbo.

Aktivno vlogo pri promociji družbene odgovornosti je prevzela Evropska komisija. Eden najbolj znanih dokumentov je že omenjena Zelena knjiga, ki navaja, da k usklajenemu razvoju podjetja ter okolja, v katerem posluje, vodijo naslednje poslovne prakse: investiranje v intelektualni kapital, zdravje in varnost zaposlenih, lažje usklajevanje družine in dela, enake možnosti na delovnem mestu za ženske, sodelovanje z lokalno skupnostjo v procesih prestrukturiranja podjetij in vseh ostalih vidikih poslovanja, ki vplivajo na kakovost življenja v lokalnem okolju.

Leta 2004 se je s ciljem izboljšanja osveščenosti MSP-jev na tem področju pričela vseevropska kampanja. Organizirane so bile enodnevne delavnice o družbeni odgovornosti MSP v EU, zvrstilo se je 65 dogodkov, med temi tudi konferenca v Ljubljani (november, 2004).

Leto 2005 je bilo proglašeno za Evropsko leto družbeno odgovornega poslovanja, zaznamovale so ga različne promocijske aktivnosti. Prav v tem letu je EU razpisala sredstva za izvajanje projekta »Družbena odgovornost – priložnost za mala in srednje velika podjetja«. Izmed 120 projektnih prijav iz cele Evrope je bilo za sofinanciranje izbranih 16, med njimi tudi projekt Gospodarske zbornice Slovenije – Območne zbornice Maribor, ki vam ga v nadaljevanju tudi predstavljamo.

Projekt »Družbena odgovornost – priložnost za mala in srednje velika podjetja«

Namen projekta je v prvi vrsti dvig osveščenosti, vzpostavitev podpornega okolja in razvoj ter predstavitev orodij za uvajanje družbene odgovornosti predvsem v mala in srednje velika podjetja. Projekt je namenjen podjetniškim svetovalcem, podjetjem, regionalnim in podjetniškim razvojnim agencijam, socialnim partnerjem, javni upravi ter širši javnosti.

Rezultati projekta so:

- Razvit in izveden prvi program usposabljanja za podjetniške svetovalce na področju DOP v Sloveniji (usposobljenih prvih 24 podjetniških svetovalcev, ki so v času usposabljanja sodelovali z MSP in pripravili načrt uvajanja DO v ta podjetja).
- Uspešno izveden natečaj za najboljšo projektno nalogo s področja načrtovanja DOP.
- Priročnik za uvajanje družbene odgovornosti v MSP s primeri dobrih praks iz Slovenije in Velike Britanije.

- Vzpostavljen virtualni informacijski center o DOP, kjer bodo na enem mestu zbrani ključni dokumenti, gradiva in primeri družbene odgovornosti podjetij.
- Oblikovan osnutek kodeksa družbeno odgovornega ravnanja MSP-jev v Sloveniji.
- Izmenjava dobre prakse med Slovenijo in Veliko Britanijo (mednarodna delavnica o DOP, izmenjava izkušenj med britanskimi in slovenskimi MSP-ji, študijski obisk v Veliki Britaniji).
- Priprava mednarodne konference »Trendi na področju družbene odgovornosti 2007« s poudarkom na malih in srednje velikih podjetjih, ki bo potekala 23. oktobra 2007 v Ljubljani.

Prepričani smo, da je projekt »Družbena odgovornost podjetij – priložnost za mala in srednje velika podjetja«, ki je vključeval vrsto deležnikov, izboljšal osveščenost in poznavanje družbene odgovornosti pri nas. V projektu smo razvili uporabno podporno okolje in predstavili nabor orodij, ki so v pomoč vsakemu malemu in srednje velikemu podjetju, ki želi družbeno odgovornost vpeti v svoje poslovanje.

Zakaj naj se podjetje poda na pot uvajanja družbene odgovornosti?

Kakšne koristi ima lahko podjetje, če posluje v skladu z načeli družbene odgovornosti? Ali je to sploh možno uskladiti s poslovno učinkovitostjo in konkurenčnostjo?

Ko tehtamo ali bi se lotili priprave strategije družbene odgovornosti za naše podjetje, odgovorimo na nekaj vprašanj v nadaljevanju.

Ali nam je vseeno, če:

- imajo naše stranke, skupnost in drugi deležniki slabo mnenje o našem načinu poslovanja in vplivu na okolje?
- imamo težave pritegniti in zadržati dobre sodelavce?
- ocenjujemo, da naši sodelavci niso dovolj motivirani in lojalni?
- naša organizacija ni dovolj privlačna poslovnim partnerjem?
- nam negativno mišljenje lokalnih oblasti o nas otežuje uresničitev načrtov za poslovno ekspanzijo?
- nas finančne ustanove ne podpirajo?
- nismo privlačni za vlagatelje kapitala?

Ta vprašanja so ključnega pomena za uspeh vsakega podjetja in jih zato ne gre zanemariti. Pri iskanju odgovorov na izzive so nam lahko v pomoč primeri dobrih praks družbeno odgovornega poslovanja, ki jih najdemo v tujini in veliko tudi že v Sloveniji.

Družbena odgovornost lahko pripomore k uspehu podjetja na tri načine:

1. Pospesi prodajo oz. izboljša poslovanje

Potrošniki želijo izdelke in storitve, ki so kvalitetni, ustrezajo svojemu namenu in imajo ustrezno ceno. Hkrati pa pričakujejo od podjetij, ki jih proizvajajo ali prodajajo, da se obnašajo odgovorno. Leta 1999 je bila opravljena raziskava stališč o družbeni odgovornosti podjetij, v kateri je sodelovalo več kot 25.000 državljanov 23 držav na šestih kontinentih (UNDP, 2005). Rezultati so pokazali:

- da je polovica anketiranih družbeno odgovorno ravnanje označila kot pomembno
- da ima na vtis o posameznem podjetju večji vpliv njegova družbeno odgovorna praksa (56%) kot kvaliteta in ugled blagovne znamke proizvoda (40%) ali celo temeljni pokazatelji poslovanja (34%).

2. Razvija človeške potenciale

Družbena odgovornost običajno rezultira v boljšem ugledu oz. boljši »blagovni znamki« delodajalca, ki postane zelo zaželen delodajalec. Tudi zaposleni se z vrednotami podjetja lažje identificirajo ter so bolj pripadni ter zadovoljni. Podjetje, ki velja za uglednega delodajalca, ki dobro skrbi za razvoj svojih zaposlenih, nima težav s pridobivanjem talentom, absentizmom, fluktuacijo, nezadovoljstvom delavcev ipd.

3. Ustvari zaupanje v podjetje

»Dovoljenje za delo« (licence to operate) je izraz, s katerim v Veliki Britaniji v prenesenem pomenu imenujejo podporo, ki jo podjetje potrebuje za uspešno izvajanje svoje poslovne aktivnosti. Gre za neke vrste nenapisano psihološko pogodbo med podjetjem, zaposlenimi, potrošniki in širšo skupnostjo. Pomembno je, da se pogodba izpolnjuje, da vsi deležniki sprejemajo in podpirajo delovanje podjetja ter ocenjujejo njegov vpliv na skupnost kot pozitiven. Pri tem je osrednjega pomena izgradnja zaupanja med podjetjem in njegovimi deležniki.

Vlaganje v družbeno odgovorne podjetniške prakse ima za podjetja korist predvsem na dolgi rok in prispeva tako k izboljšanju delovanja podjetja, kot tudi širše družbe.

Prvi koraki pri uvajanju družbene odgovornosti

Preden pristopimo k oblikovanju načrta uvajanja družbene odgovornosti v podjetje se seznanimo z nekaterimi ugotovitvami in argumenti, ki opredeljujejo koristnost DOP, kar smo na kratko predstavili v prejšnjih poglavjih.

O družbeni odgovornosti se pogovarjamo s svojimi sodelavci in črpajmo iz izkušenj drugih podjetij. Z argumenti in primeri dobrih praks prepričamo in navdušimo vodstvo podjetja, da bo pripravljeno podpreti in se aktivno vključevati v uvedbo DO v vaše podjetje. Ves čas komunicirajmo z zaposlenimi v podjetju in jih obveščajmo ter vključujemo v aktivnosti DOP.

Predlagamo naslednje korake načrtovanja in uvajanja DO v podjetje:

1. Najprej oblikujemo vrednote podjetja in vanje vključimo načela družbene odgovornosti.
2. Nato preverimo poslanstvo, vizijo, cilje in poslovno strategijo podjetja ter vanje vključimo družbeno odgovornost.
3. Pripravimo samostojno strategijo družbene odgovornosti ali pa družbeno odgovornost vključimo po posameznih funkcijah podjetja. Strategija naj vključuje odnose z vsemi deležniki podjetja (od zaposlenih, do potrošnikov, dobaviteljev, lokalne skupnosti, do lastnikov, medijev itd.), ki naj sodelujejo tudi pri njenem nastajanju.
4. Preden pričnemo z aktivnim izvajanjem, z našimi nameni obvezno seznanimo zaposlene.
5. Redno spremljajmo uvajanje DO aktivnosti ter bodimo pozorni na pozitivne ter negativne plati izvajanja.
6. Strategijo sproti izboljšujemo in jo po potrebi korigirajmo.
7. Komunicirajmo rezultate svojega dela na področju DO strokovni in širši javnosti, saj tako prispevamo k prepoznavnosti in ugledu podjetja, hkrati pa spodbujamo družbeno odgovorno podjetništvo pri nas.

Vloga medijev pri ustvarjanju zavedanja o družbeni odgovornosti

Osnovno poslanstvo medijev je posredovanje verodostojnih informacij širši javnosti. Pri krepitvi zavedanja o družbeni odgovornosti imajo zato prav mediji ključno vlogo. Ustvarijo lahko razumevanje o družbeni odgovornosti, spodbudijo zavedanje in posredno vplivajo na stališča in navade vseh državljanov, ki lahko prav zaradi tega pričnejo delovati bolj družbeno odgovorno. Predvsem s pomočjo medijev je mogoče uveljavljati koncept družbene odgovornosti in spodbujati njen razvoj. V nasprotnem primeru koncept družbene odgovornosti ostaja le na papirju in je tako nekoristen za vse deležnike, kot tudi družbo v celoti.

Standardi, ki se navezujejo na družbeno odgovornost

Enotnega standarda za področje družbene odgovornosti ni, vendar pa nekateri drugi standardi obravnavajo tudi to področje. Med najbolj poznanimi standardi pri nas je SA 8000, ki ga podeljuje certifikacijska hiša BVQI iz Ljubljane. Doslej sta ga prejeli dve podjetji: Meblo Jogi d.o.o. iz Nove Gorice in Saubermacher& Komunala iz Murske Sobotice.

Medtem ko se standard SA8000 loteva predvsem odnosov z zaposlenimi, standard AA1000 uporabljajo na področju družbeno odgovornega računovodskega poročanja. Uporabljajo se še nekateri drugi standardi: UN Global Compact (načela na področju človekovih pravic, dela, okolja in antikorupcije), GRI (uresničevanje trajnostnega razvoja), ISO 26000 (v pripravi, upošteva trg in globalizacijo) in podobno. Nekateri pod standarde, ki zadevajo družbeno odgovornost, štejejo še: ISO 14001 (ravnanje z okoljem), ISO 9001 (kakovost), OHSAS 18001 (varnost in zdravje pri delu), Vlagatelji v ljudi (človeški viri) itd. (Knez Riedl, 2007b).

Podjetja se predstavljajo tudi s številnimi priznanji in certifikati kot so Priznanje Republike Slovenije za poslovno odličnost, certifikat Družini prijazno podjetje, Najboljši delodajalec itd.

Primeri dobre prakse

Podjetje, dejavnost	Utemeljitev
<p>KOFFIE KAN Wenduine, Belgija</p> <p>www.koffiekan.be</p> <p>Praženje kave</p> <p>Število zaposlenih: 3</p> <p>PODROČJE DOP: TRŽIŠČE/LJUDJE/ SKUPNOST</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kavno zrnje kupujejo na majhnih plantažah po pravični ceni, ki je nad tržno ceno in tako pridelovalcem omogočajo zanesljiv vir dohodkov. 2. Dobiček od prodaje investirajo v projekt, ki podpira ženske v Hondurasu 3. Svoje stare pražilce kave donirajo majhnim pridelovalcem kave v Mehiki. Pri tem so pritegnili skupnost, stranke in dobavitelje, da so zbrali sredstva za prevoz naprav v Mehiko 4. Usposablajo pridelovalce, da se naučijo uporabljati stroje in pričnejo oskrbovati lokalni trg.
<p>METALPRIM, d.o.o. Maribor, Slovenija</p> <p>www.metalprim.si</p> <p>Razvoj, načrtovanje, projektiranje in izgradnja skladiščno distribucijskih centrov; svetovanje pri reševanju problemov za varno delo z ljudmi, tehnologij in opreme za varovanje blaga v transportu.</p> <p>Število zaposlenih: 13</p> <p>PODROČJE DOP: SKUPNOST</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Vrsto let sodelujejo z Zavodom dr. Marijana Borštnarja v Dornavi in pomagajo varovancem z motnjami v razvoju pri lastnem razvoju osebnosti. V svoji trgovini razstavljajo in prodajajo njihove proizvode in tako vzpodbujajo osebni razvoj in njihovo zavedanje o koristnem delovanju in vključevanju v okolje. 2. Sodelovanje z društvi in klubi je usmerjeno k nudenju pomoči tistim, ki jim življenje ne daje enakih pogojev za razvoj. V sodelovanju z Lions klubom Piramida Maribor ter društvom slepih in slabovidnih Maribor zagotavljajo posebej prilagojeno računalniško opremo za slepe in slabovidne. 3. Aktivno sodelujejo v prenosu znanj iz svoje sredine na okolje s predavanji in predstavitvami svojih rešitev. V te aktivnosti vključujejo tudi druge deležnike iz svoje poslovne mreže. S tem razvijajo zavedanje o problemih in prenašajo dobro prakso. 4. Stalno sodelujejo s študenti in fakultetami, organizirajo pomoč pri izvajanju prakse, izdelavi diplomskih nalog in raziskovalnih nalog. Rezultat sodelovanja je zadovoljstvo vseh udeleženi strani in vzpostavljanje možnosti kasnejšega sodelovanja med študentom in organizacijo. Na osnovi sodelovanja Metalprima in Fakultete za strojništvo UM je Slovenija dobila prvega dr. znanosti s področja interne logistike. Magisterij oziroma diplomo so opravili z odliko vsi študentje raznih fakultet, ki jim je organizacija Metalprim zagotovila pomoč. Vse naloge imajo praktično uporabno vsebino v gospodarstvu.
<p>Thompson Building Centre Sunderland, Velika Britanija</p> <p>www.thompsonbc.co.uk</p> <p>Dobava gradbenega materiala in opreme</p>	<p>Niz iniciativ:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Fleksibilen delovni čas tako za matere kot očete - Program pomoči zaposlenim vključujoč pravne nasvete - Finančna pomoč, npr.: plačilo zavarovanja ali kreditov

Podjetje, dejavnost	Utemeljitev
<p>Število zaposlenih: 150</p> <p>PODROČJE DOP: LJUDJE</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Spodbujanje rekreacije in wellnesa s ciljem skrbi za zdravje in zmanjševanja stresa - Individualni načrti razvoja in redno ocenjevanje z namenom ugotavljanja uspešnosti posameznika - Nudenje strokovnih informacij o tem, kako skrbeti za zdravje (zaposlena je medicinska sestra) - Letni zdravstveni pregledi in nasveti o zdravem načinu življenja <p>Sofinanciranje članarine lokalnega športnega centra svojim zaposlenim</p>
<p>MIKRO + POLO d.o.o Maribor, Slovenija</p> <p>www.mikro-polo.si</p> <p>Prodaja laboratorijske in procesne opreme, pribora in kemikalij za laboratorije ter bioloških čistilnih naprav; Projektiranje in gradnja laboratorijev; Proizvodnja laboratorijskega pohištva</p> <p>Število zaposlenih: 80</p> <p>PODROČJE DOP: ZAPOSLENI</p>	<p>1. Spodbujanje timskega dela, skrbno načrtovanje poteka pripravništva, zaposlovanja in uvajanja novih sodelavcev, mentorstvo, skrb za izobraževanje ter osebni in strokovni razvoj zaposlenih.</p> <p>2. Brezplačni zajtrk za zaposlene, spodbujanje neformalnega druženja družin zaposlenih, daljši odmor za malico (50 minut), nagrajevanje zaposlenih, izbor naj sodelavca ipd.</p> <p>Status »Družini prijazno podjetje« so si pridobili na osnovi naslednjih ukrepov:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Fiksen samo osrednji delovni čas z izbiro prihoda in odhoda; - Možnost koriščenja krajšega delovnega časa zaradi družinskih obveznosti; - Otroški časovni bonus; - Ukrepi vključevanja v delovno okolje po porodniškem dopustu; - Podpora aktivnemu očetovstvu; - Ponudba za aktivno preživljanje prostega časa.
<p>St Astier Ltd., Churchill House Newcastle, Velika Britanija</p> <p>www.st-astier.co.uk</p> <p>Svetovanje za lokalne skupnosti, stanovanjska združenja, gradbeno industrijo ipd., gradbena industrija,</p> <p>Število zaposlenih: 20</p> <p>PODROČJE DOP: SKUPNOST</p>	<p><i>1. Socialna integracija</i> St Astier načrtuje projekt, ki bo spodbudil prebivalce Seaham, da se podučijo o zgodovini mestnih zgradb in sodelujejo v restavratorskih aktivnostih pod vodstvom strokovnjakov.</p> <p><i>2. Kakovost življenja</i> St Astier ima pomembno vlogo pri razvoju in izboljšanju lokalnih stanovanj. Sodeluje z lokalnimi oblastmi z namenom dviga življenjskega standarda.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Zaposleni vsako leto opravijo 2 tedna prostovoljnega dela za skupnost– popravilo ali obnova lokalnih objektov in javnih zemljišč, kjer ni zagotovljenega javnega financiranja. - Podpirajo številne partnerje v njihovih dobrodelnih aktivnostih. - Z organizacijo avkciji zbirajo sredstva za ureditev bivalnih prostorov za brezdomce.

Dodatne informacije in pomoč pri uvajanju družbene odgovornosti v poslovno prakso

Če se boste odločili, da boste družbeno odgovornost uvajali tudi v vaše podjetje, vam bodo v pomoč vsebine na naslednjih spletnih naslovih:

- AccountAbility (www.accountability21.net)
- Business for Social Responsibility (www.bsr.org)
- CSR Europe (www.csreurope.org)
- Gospodarska zbornica Slovenije – EurActiv (www.gzs.si/euractiv/)
- Gospodarska zbornica Slovenije - Infopika – Virtualni Info Center projekta »CSR – Code to Smart Reality for SMEs« (www.gzs.si/dop)
- Non-Financial Reporting and Corporate Social Responsibility (NFRCSR) Resource Centre (www.nfrcsr.org/slovenija/index.htm)
- IRDO – Inštitut za razvoj družbene odgovornosti (www.irdo.si) ipd.

Če pri uvajanju DO v vaše podjetje potrebujete pomoč, se lahko povežete z usposobljenimi svetovalci s področja družbene odgovornosti. Seznam svetovalcev najdete na spletnem naslovu Gospodarske zbornice Slovenije, OZ Maribor.

LITERATURA IN VIRI:

Knjige:

- McIntosh, Malcolm, Deborah Leipziger, Keith Jones, Gill Coleman (1998): Corporate Citizenship,. London: Financial Times management.

Zborniki, priročniki:

- UNDP (2005). Priručnik za društveno odgovorno poslovanje. UNDP, Croatia.
- Hrast, Anita (2006b): Komuniciranje družbene odgovornosti. V: Hrast, Anita (ur.), Mulej, Matjaž (ur.), Knez-Riedl, Jožica (ur.). *Družbena odgovornost in izzivi časa : 1. konferenca, Maribor, 6. junij 2006 : zbornik prispevkov*. Maribor: IRDO - Inštitut za razvoj družbene odgovornosti, 2006, str. 31-32. I
- Hrast, Anita (2007). Razvoj projektov za krepitev zavedanja o pomenu družbene odgovornosti kot izziv za menedžerje. V: *2. mednarodna konferenca Družbena odgovornost in izzivi časa 2007 z naslovom Vloga menedžerjev pri razvoju družbene odgovornosti v pridobitnih in nepridobitnih dejavnostih, Maribor, 7. in 8. junij 2007*. [Maribor: IRDO - Inštitut za razvoj družbene odgovornosti], 2007, [7] str.

Druga gradiva:

- Knez-Riedl, Jožica, Hrast, Anita (2007): Družbena odgovornost malih in srednje velikih podjetij, Informativne delavnice v okviru projekta CODE TO SMART REALITY FOR SMEs, Gospodarska zbornica Slovenije – Območna zbornica Maribor.

Spletni viri:

- Commission of the European Communities (2001): Green Paper on Promoting a European Framework for Corporate Social Responsibility, COM, 2001, 366 final, Brussels
Commission of the European Communities (2006): Communication from the Commission: Promoting corporate social responsibility: <http://europa.eu/scadplus/leg/en/cha/c00019.htm>

- Hrast, Anita (2006a): Slovenija postaja vse bolj aktivna na področju družbene odgovornosti podjetij. Moj spletni priročnik št. 51, JAPTI. (19.12.2006)
- Hrast, Anita (2007a): Standard družbene odgovornosti – SA 8000. Moj spletni priročnik št. 14, JAPTI. (3.4.2007)
- Knez Riedl, Jožica (2007a): Družbena odgovornost podjetja in evropski strateški dokumenti. Moj spletni priročnik št. 1, JAPTI. (9.1.2007)
- Knez Riedl, Jožica (2007b): Standardi družbene odgovornosti. Moj spletni priročnik št. 3, JAPTI. (16.1.2007)