

Povzetek projektne naloge

NAČRT UVAJANJA DRUŽBENE ODGOVORNOSTI V PODJETJE MODEMA D.O.O.

V letu 2007 je v Sloveniji v okviru projekta »**Družbena odgovornost – priložnost za mala in srednja podjetja**« potekal prvi program usposabljanja za podjetniške svetovalce na področju družbene odgovornosti podjetij. Ob zaključku usposabljanja so udeleženci pripravili projektno nalogo, v kateri so pridobljena znanja uporabili v praksi in v sodelovanju s podjetjem, ki se je odločilo za uvajanje družbene odgovornosti. Predstavljamo vam povzetek projektne naloge.

1. Osnovni podatki o podjetju

Naziv podjetja	<i>MODEMA, Proizvodno, trgovsko in storitveno podjetje, d.o.o., Kočevje</i>
Naslov podjetja	<i>Reška cesta 15, 1330 Kočevje</i>
Dejavnost, panoga	<i>28.750</i>
Število zaposlenih	<i>56</i>
Kraj / regija delovanja	<i>Kočevje, jugovzhodna Slovenija</i>

2. Posnetek stanja pred pričetkom priprave načrta uvajanja DO

A. Zakaj se je podjetje odločilo za uvajanje DO?

- Kateri so notranji in zunanji dejavniki, ki so podjetje spodbudili k uvajanju bolj sistematičnega pristopa k družbeni odgovornosti?

- Zagotavljanje dolgoročne stabilnosti poslovanja
- Spodbujanje občutka pripadnosti zaposlenih (posledice: inovativno vedenje, aktiven pristop pri reševanju težav, visoka storilnost med delovnim časom)
- Varčevanje: učinkovita uporaba energije in vode
- Ohranjanje konkurenčnosti: potreba po uvajanju sodobne tehnologije, ta pa ni le visoko zmogljiva ampak tudi človeku in okolju prijazna

B. Kateri elementi DO so bili v podjetju prisotni že pred pričetkom priprave načrta uvajanja?

- zagotavljanje kakovosti in hiter odziv na nove zahteve (stalen razvoj izdelkov)
- sistem stalnih izboljšav (odkrivanje napak, analiza vzrokov, korektivni ukrepi...)
- pošten partnerski odnos do dobaviteljev in kupcev
- intenzivno poslovno sodelovanje z dvema invalidskima podjetjema (zagotavljanje enakih možnosti) in veliko število kooperantov, ki jih podjetje posredno zaposluje
- skrb za zaposle (vrednote: družina, zdravje, znanje, vrednost vsakega posameznika...)
- skrb za okolje je bila vselej nad nivojem zakonskih zahtev (odgovorno ravnanje z odpadki, obvladovanje primerne ravni emisij, učinkovita raba energije in vode...)



- Kako so k družbeni odgovornosti prispevali poslanstvo, vizija in strategija podjetja?

Prispevek se nanaša na različne deležnike:

Zaposleni: (omogočanje uresničevanje pozitivnih osebnih ciljev zaposlenih, primeren zaslužek, zmeren delovni čas, izobraževanje, možnost napredovanja, spodbujanje občutka osebne vrednosti, zagotavljanje primernih delovnih pogojev)

Dobavitelji: (enakopraven in pošten partnerski odnos, dosledno spoštovanje plačilnih rokov)

Kupci: (kakovost, spoštovanje dobavnih rokov, prilagodljivost željam in zahtevam kupca)

Lokalna skupnost in širša skupnost: (veliko število lokalnih dobaviteljev, ki jim podjetje posredno daje zaposlitev, obsežno poslovno sodelovanje z invalidskima podjetjema RECINKO iz Kočevja ter MAGNET Šentjur pri Celju, - zagotavljanje enakih možnosti)

Okolje: (izpolnjevanje zakonskih zahtev, ločeno zbiranje odpadkov, recikliranje, lastna čistilna naprava, učinkovita raba energije in vode, vzdrževanje emisij na zmerni ravni)

- Vrednote podjetja, notranji etični in drugi kodeksi, ki so že obstajali in bi jih lahko povezali z družbeno odgovornostjo

Podjetje daje vrednotam velik pomen. Z vidika družbene odgovornosti lahko izpostavimo: znanje, pošten partnerski odnos, skrb za okolje, zdravje, družina in vrednost posameznika.

3. Predstavitev načrta uvajanja družbene odgovornosti

V tem poglavju so opisana ključna področja družbene odgovornosti, ki jih namerava uvajati podjetje, akcijski načrt ter načrtovani cilji uvajanja.

- Pristop k pripravi načrta uvajanja DO:

- Začetne informacije in odločitev za projekt
- Pregled trenutnega stanja (z direktorico), identifikacija možnih področij uvajanja DO in izdelava zasnove načrta
- Načrt smo dopolnili po končanem izobraževanju, ko smo pridobili vse potrebne teoretične podlage.



- Prioritetna področja uvajanja DO:

- Zagotavljanje ustreznih delovnih pogojev
- Spodbujanje inovativnosti, samoiniciativnosti in vzajemne pripadnosti podjetju
- Tehnološki razvoj
- Razvoj sistema kakovosti

- Aktivnosti, ki jih bo podjetje izvedlo za doseg začrtanih ciljev:

- Zmanjševanje časovnih, fizičnih in zdravstvenih obremenitev
- Spodbujanje inovativnosti in iniciativnosti ter pripadnosti podjetju
- Dvigovanje produktivnosti; nižanje lastne in prodajne cene izdelkov – konkurenčnost
- Izboljševanje komunikacije lastnikov oz. vodstva z drugimi zaposlenimi
- Sistemska izbira in ocenjevanje dobaviteljev ter razvoj komunikacije z dobavitelji
- Razvoj sistema kakovosti (ISO, sistem stalnih izboljšav),
- Zagotavljanje možnosti za težje zaposeljive prebivalce
- Nadzor oz. zmanjšanje emisij, porabe energije in pitne vode, ravnanje z odpadki

- Deležniki, ki bodo vključeni in njihov način dela:

Vključeni deležniki: zaposleni, lastniki, dobavitelji, kupci, lokalna in širša skupnost, NVO.

Vključevanje zunanjih deležnikov bo postopno. V začetni fazi bodo predvsem obveščeni o aktivnostih in načrtih podjetja na področju DOP. Predvsem jim bodo predstavljene koristi, ki naj bi jih imeli od uvajanja DOP tudi sami. Postopno, glede na možnosti, potrebe in lastno pripravljenost se bodo deležniki lahko tudi sami aktivno vključevali v DOP.

- Kdo v podjetju bo vključen v izvajanje načrta DO in kako?

Vključeni bodo nosilci posameznih področij uvajanja družbene odgovornosti. To so vodje sektorjev, ki določeno področje najbolj obvladujejo. Ti se bodo občasno sestajali kot tim, z namenom koordinacije aktivnosti in izmenjave informacij.

- Pričakovani rezultati in učinki načrtovanih aktivnosti:

- Optimalna delovna obremenitev; bolje izkoriščen delovni čas; dvig produktivnosti, več časa za družino, otroke, prosti čas
- Zmanjšanje fizičnih in zdravstvenih obremenitev; dobro počutje na delovnem mestu
- Občutek pripadnosti podjetju; višja inovativnost, samoiniciativnost in storilnost
- Kakovost izdelkov (certifikat ISO, delovanje sistema stalnih izboljšav)
- Razvoj poštenih partnerskih odnosov s poslovnimi partnerji in skupnostjo
- Ohranjanje okolja; prihranki pri stroških energije, vode, transporta...
- Dvig ugleda podjetja

- Komuniciranje družbene odgovornosti:

- Izdatno komuniciranje z zunanjimi deležniki (obveščanje o namenih, ciljih, predvidenih aktivnostih, rezultatih...)
- Vključevanje deležnikov že v zgodnjih fazah, posebno tistih, ki naj bi sami imeli aktivno vlogo pri uvajanju ukrepov DOP.
- Aktivno vključevanje zaposlenih, posebno na področjih za katero je vsak posameznik posebno kompetenten, oziroma področjih za katera se zanima.
- Del komunikacije je tudi poročanje o družbeni odgovornosti (naslednja alineja).

- Poročanje o družbeni odgovornosti:

Načini poročanja:	Upoštevana bodo naslednja načela:
<ul style="list-style-type: none"> - poslovno poročilo – vključevanje informacij o aktivnostih in rezultatih na področju DOP - lokalni časopisi - lokalni radio 	<ul style="list-style-type: none"> - popolnost in uravnoteženost - razumljivost - ustreznost - zanesljivost - doslednost in primerljivost - točnost in pravočasnost

- Morebitna tveganja in predlagane rešitve. >> **Tveganje** (predlagana rešitev)

- **Neustrezen odziv s strani zaposlenih** (ustvarjanje stimulativnega okolja, obveščanje, usposabljanje, interno izobraževanje)
- **Neustrezen odziv s strani dobaviteljev** (sistem izbire in ocenjevanja dobaviteljev, predstavitev namena in koristi DOP, obveščanje o lastnih aktivnostih DOP)
- **Opustitev aktivnosti zaradi pomanjkanja časa in razpoložljivosti drugih virov** (primerna organizacija, primerno zastavljen obseg in vsebina aktivnosti)

4. Zaključki

- Kaj želi podjetje doseči na področju družbene odgovornosti v roku 10 let?

Pričakujemo, da bo v roku 10 let področje družbene odgovornosti postalo standard v večini slovenskih podjetij. Podjetje MODEMA bo eden od pionirjev uvajanja tega področja na območju Kočevske občine. K temu nameravamo prispevati tudi z vključevanjem svojih poslovnih partnerjev, predvsem kooperantskih podjetij. Med njimi sta tudi dva invalidska podjetja. Želimo si, da bi v roku 10 let izvajanje ukrepov obrodilo predvsem spremembo v glavah ljudi. **Družbeno odgovorno ravnanje naj bi postalo nekaj samoumevnega**, čeprav bo še vedno skrbno načrtovano. Tako bomo vsi ravnali družbeno odgovorno (bolj kot doslej), ne da bi se tega sploh zavedali in ne da bi se zaradi tega počutili dodatno obremenjeni.

- Organizacijske spremembe, ki jih bo moralo podjetje vnesti v svoje poslovanje za doseg zastavljenih ciljev:

Z namenom uvajanja družbene odgovornosti **ne nameravamo izvajati večjih organizacijskih sprememb**. Tudi morebitnih dodatnih zaposlitev si ne moremo privoščiti. Nosilci posameznih področij uvajanja družbene odgovornosti bodo vodje sektorjev, ki dotično področje najbolj obvladujejo. Ti se bodo občasno sestajali kot tim, z namenom koordinacije aktivnosti in izmenjave informacij. Občasno in po potrebi bomo angažirali zunanjega eksperta.

- Potencialne ovire pri uvajanju družbene odgovornosti in način, kako jih bo podjetje reševalo:
 - **Pomanjkanje podpore s strani lastnikov** (postopnost uvajanja DOP, predstavitev vplivov na poslovni uspeh, predstavitev dolgoročnih koristi, obveščanje javnosti)
 - **Pomanjkanje sredstev** (tehnološki razvoj, razvoj sistema kakovosti, razvoj konkurenčnosti, primerno zastavljen obseg in vsebina aktivnosti)
 - **Pomanjkanje časa** (primerna organizacija, primeren obseg in vsebina aktivnosti)
 - **Pomanjkljivo znanje** (timsko delo, komunikativnost, sodelovanje z drugimi podjetji, sodelovanje z državnimi institucijami, najem zunanjih svetovalcev, interno izobraževanje, internet)
- Koraki, ki jih bo podjetje naredilo najprej
 - **Zagotovitev materialnih pogojev in zagotavljanje kakovosti**

**Dr Andrej Horvat
IP Ribnica, d.o.o.**