

## Povzetek projektne naloge

### NAČRT UVAJANJA DRUŽBENE ODGOVORNOSTI V PODJETJE



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	<b>ODEJA Tovarna prešitih odev, d.d.</b>
Naslov podjetja	Kidričeva 80, 4220 Škofja Loka
Dejavnost, panoga	proizvodnja prešite posteljnine, tekstilna panoga
Število zaposlenih	153
Kraj / regija delovanja	Škofja Loka / Gorenjska

#### 2. Posnetek stanja pred pričetkom priprave načrta uvajanja DO

Vedno obstaja priložnost za nove ideje in izboljšave, ki prispevajo k uspehu podjetja na dolgi rok, hkrati pa izboljšajo tudi zadovoljstvo deležnikov podjetja. Cilj koncepta družbene odgovornosti je, da so interesi različnih deležnikov čim bolj v ravnovesju. Podjetje se namreč zaveda soodvisnosti od naravnega in družbenega okolja.

Podjetje spodbujajo k uvajanju bolj sistematičnega pristopa k družbeni odgovornosti naslednji notranji in zunanji dejavniki:

- pričakovanja kupcev, tako trgovcev, kot tudi končnih kupcev,
- kadrovanje – pridobiti in obdržati kvalitetne in strokovne kadre,
- konkurenca,
- prevladujoča družbena klima – zavedanje, da je naravno okolje vse bolj ogroženo in zahteve po aktivnem reševanju tega problema,
- stroški obremenjevanja okolja,
- zakonodaja, ki se vse bolj zaostruje (čeprav DOP presega zakonodajo),
- potreba po razvoju.

Podjetje v svojem poslanstvu jasno izraža odgovoren odnos do kupcev in namero, da jim ponuja odlične izdelke. Upoštevajo se ekološki standardi, v proizvodnem procesu se uporablja čista tehnologija.

Vrednote podjetja kažejo, da Odeja deluje zelo odgovorno do različnih deležnikov, predvsem ključnih dve, ki so kupci in zaposleni, pa tudi dobaviteljev in lokalne skupnosti.



V Odeji že obstajajo številne aktivnosti, politike in orodja, ki kažejo, da gre za zelo družbeno odgovorno podjetje.

### **Družbene**

- del zaposlenih so delničarji podjetja;
- preverjanje zadovoljstva zaposlenih (anketa, ki se jo izvede enkrat letno);
- letni razgovori z zaposlenimi;
- zagotavljanje trajnostnega zaposlovanja – kar koristi tudi lokalni skupnosti;
- ni odpuščanja, fluktuacije;
- zaposlovanje invalidov (11);
- redno izplačevanje plač in vseh prispevkov;
- zagotavljanje zdravja in varstva pri delu;
- zagotavljanje možnosti za izobraževanje, usposabljanje in napredovanje za zaposlene (formalno izobraževanje, delavnice in seminarji);
- sodelovanje z lokalno skupnostjo:
  - o Projekt Ustvarjamo z Odejo v sodelovanju z OŠ Škofja Loka v letu 2007;
  - o pomoč posameznikom in domovom z lastnimi izdelki;
  - o sofinanciranje športnih aktivnosti (v letu 2007 je ODEJA pokrovitelj REKREATUR-a - ekipnega kolesarjenja po Sloveniji);
  - o skrb za urejeno okolje podjetja (2. mesto v akciji ocenjevanja urejenosti stavb in mesta v kategoriji podjetja in ustanove, ki jo podeljuje Občina Škofja Loka, 2006);
  - o štipendiranje;
- redno in dosledno izpolnjevanje vseh zakonskih obveznosti.

### **Okoljske**

- spremljanje okoljskih vplivov;
- varčevanje z energetske viri;
- izdelki so narejeni iz okolju prijaznih materialov, uporaba okolju prijaznih materialov v proizvodnji;
- skrb za preprečevanje/zmanjševanje onesnaževanje zraka (zrak, voda, hrup) in odpadkov ter recikliranje odpadkov;
- pri razvoju novih izdelkov in proizvodnih procesov se daje poseben poudarek okoljskim vprašanjem;
- EKO – TEX STANDARD100 za vgradne materiale;
- V načrtu je pridobitev EKO- TEX standarda za izdelke;
- uporaba kakovostnih materialov;
- izpolnjevanje zakonsko določenih obveznosti (redni letni pregledi);
- uvajanje standarda ISO 14001.

### **Poslovne**

- spremljanje zadovoljstva kupcev;
- zagotavljanje kakovosti proizvodov (certifikat kakovosti ISO 9001:2000, ekološki proizvodi s certifikatom EKO – TEX STANDARD100 za vgradne materiale);
- kakovost dokazujejo tudi številne nagrade na sejnih;
- proizvodi, ki imajo manjši vpliv na okolje – način proizvodnje, pri uporabi in po končani življenjski dobi izdelka;



- odnos do kupcev: pošten odnos do kupcev, upoštevanje predpisov o varovanju potrošnikov, upoštevanje pripomb kupcev, odličen servis / ugotavlja se zadovoljstvo kupcev;
- oglaševanje: jasne/resnične informacije o izdelkih/storitvah;
- odnos do dobaviteljev in drugih poslovnih partnerjev: redno poravnavanje obveznosti, skrb za poštene odnose z njimi;
- uvrstitev na lestvico med 50 podjetij z najboljšo boniteto (Dun&Bradstreet);
- izvaja se sistem 20 ključev.

### 3. Predstavitev načrta uvajanja družbene odgovornosti

Pri pripravi načrta uvajanja DO v podjetje Odeja sta sodelovali direktorica Melita Rebič in pomočnica direktorice za tehnično področje Katja Zrimšek. Priprava načrta je potekala v naslednjih korakih. Najprej smo naredili analizo stanja v podjetju, da bi ugotovili v kakšni meri podjetje že izvaja aktivnosti, ki spadajo v okvir družbene odgovornosti. Ugotovili smo, da podjetje že v veliki meri izkazuje družbeno odgovorno ravnanje, priložnosti pa se kažejo v tem, da se k tem področju pristopi strateško in načrtovano. Zato smo najprej opredelili ključne deležnike podjetja, na osnovi tega pa smo definirali cilje, ki jih želi podjetje doseči v kratkoročnem in dolgoročnem obdobju. Pri določanju prioritet in načina delovanja z deležniki smo iskal primere dobrih praks v literaturi, priročnikih in letnih poročil tujih podjetij, deloma tudi domačih.

Odeja se bo v prvi fazi osredotočila na uresničevanje ciljev na področju ključnih deležnikov, predvsem zaposlenih in kupcev.

Na področju zaposlenih je cilj takšna poslovna kultura znotraj podjetja, ki omogoča zadovoljstvo zaposlenih in posledično vpliva na njihovo pripadnost podjetju in motiviranost. Pomembno je tudi izobraževanje in usposabljanje zaposlenih, saj tudi to prispeva k večjemu zadovoljstvu zaposlenih in izkoriščanju notranjih potencialov podjetja. Kot podpora omenjene kulture je potreben predvsem dialog z zaposlenimi in usklajevanje potreb obeh strani – zaposlenih in podjetja – v obojestransko korist.

Na področju kupcev (ti se delijo na končne kupce in kupce-trgovce) je pomembno predvsem izobraževanje, kvalitetni izdelki in hitre dobave. Ključni cilj je zadovoljen kupec, ki dobi kakovosten izdelek. Odeja kakovost izdelkov že dokazuje s pridobljenimi certifikati. Glavne aktivnosti bo zato predvsem izvajanje izobraževanj za končne kupce (prek kvalitetnih prospektov in interneta), trgovke v lastni prodajni mreži in trgovce svojih kupcev – trgovskih mrež. Seveda bo podjetje zadovoljstvo kupcev redno preverjalo in skrbelo, da se bo to še povečalo.

Aktivnosti se bodo izvajale tudi na področju odgovornega ravnanja z okoljem. Na področju dobaviteljev in lokalne skupnosti, ki sta prav tako pomembna deležnika podjetja, se že izvajajo številne aktivnosti, ki že odražajo družbeno odgovorno ravnanje podjetja (npr. preverjanje certifikatov s strani dobaviteljev, graditev partnerskega odnosa z dobavitelji prek projekta 20 ključev, donacije in sponzorstva lokalni skupnosti...).

Pričakovani rezultati uvajanja DOP je širše prepoznavanje elementov DOP v podjetju na vseh nivojih zaposlenih, odgovorno in zavestno ravnanje v skladu s smernicami DOP in izboljšanje klime v organizaciji.

Podjetje bo svojo družbeno odgovornost komuniciralo predvsem zaposlenim prek različnih oblik komunikacije v podjetju (delavnica, oglasna deska...).

Na osnovi te naloge in nadaljnjih aktivnosti se bo pripravilo tudi letno poročilo o družbeni odgovornosti. Osnova za to bodo izbrane smernice GRI.

Tveganje povezano z uvajanjem družbene odgovornosti, ki se utegne pojaviti, je to, da prioritete, ki si jih je zastavilo podjetje, niso usklajene s pričakovanji deležnikov, na katere so naslovljene. To področje lahko podjetje rešuje z dialogom z deležniki in spremljanjem rezultatov zastavljenih ciljev.

V izvajanje načrta DO bodo vključeni direktorica in vodje procesov in sicer preko delavnic in uvajanja načel DO v procese.

#### **4. Zaključki**

Glavna ugotovitev naloge je, da je podjetje Odeja že v tem trenutku zelo družbeno odgovorno podjetje, kar se kaže na vseh treh nivojih: ekonomskem, družbenem in okoljskem. Kljub temu obstajajo še številne priložnosti in možnosti za izboljšave, kar je bilo v nalogi tudi prikazano. Opredeljeni so bili cilji, ki jih želi podjetje doseči kratkoročno in dolgoročno ter posamezne aktivnosti. Merljivi cilji bodo dodani naknadno.

Aktivnosti ne bodo zahtevale pomembnih organizacijskih sprememb.

Potencialne ovire pri uvajanju družbene odgovornosti vidi Odeja predvsem v tem, da zaposleni hitro vzamejo koristi kot samoumevne, brez zadostnega občutka za dolžnosti. Ta problem nameravajo reševati z dialogom z zaposlenimi.

Dolgoročen cilj Odeje je izboljšati prepoznavnost DOP v podjetju ter sodelovanje z deležniki, ki so pomembni za podjetje.

Prvi koraki pri uresničevanju ciljev na področju družbene odgovornosti bodo naslednji:

- predstavitev ugotovitev naloge vodjem procesov;
- predstavitev ugotovitev naloge zaposlenim;
- pripraviti delavnico za zaposlene, na kateri se bodo zbirale ideje, kako uresničevati zastavljene cilje;
- definiranje kazalnikov po katerih se bo spremljal napredek k zastavljenim ciljem;
- pregled, spremljanje in eventualna uvedba potencialnih certifikatov;
- priprava letnega poročila o družbeni odgovornosti po izbranih kazalnikih smernic GRI.

**Sabina Podjed**  
**ELECTRAS NOVA d.o.o.**

