Sklepi 10. IRDO mednarodne konference »DRUŽBENA ODGOVORNOST IN IZZIVI ČASA 2015: NAČRTOVANJE IN POROČANJE O DRUŽBENI ODGOVORNOSTI«

145 udeležencev 10. IRDO mednarodne konference, ki je potekala 18. in 19. marca 2015 v Mariboru, je sprejelo več sklepov. Skupno sporočilo vseh pa je, da so vrednote vodilnih ključne za uveljavljanje družbene odgovornosti, t.j. odgovornosti do družbe v podjetjih in drugih organizacijah ter da je potrebno pričeti z zgodnjim in vseživljenjskim izobraževanjem o družbeni odgovornosti ter meriti učinke le-te dolgoročno. Strategija družbene odgovornosti Slovenije, ki je Slovenija še nima, bi bila pri tem zelo dobrodošla.

Inštitut za razvoj družbene odgovornosti – IRDO je v sodelovanju s podpornimi partnerji 18. in 19. marca 2015 organiziral že deseto IRDO mednarodno konferenco »Družbena odgovornost in izzivi časa 2015: Načrtovanje in poročanje o družbeni odgovornosti«. Častni pokrovitelj konference je bil predsednik Republike Slovenije Borut Pahor, na njej pa je sodelovalo s 75 prispevki 128 avtorjev iz osmih držav. Konferenco je po državnem sekretarju pozdravil tudi predsednik vlade RS Miro Cerar.

Znanstveni partner konference je bila Univerza v Mariboru, strokovni partner Visoka šola za računovodstvo, nacionalna partnerja pa SPIRIT Slovenija Javna agencija in Ministrstvo za gospodarski razvoj in tehnologijo RS. Konferenco je Inštitut IRDO organiziral v sodelovanju s podpornimi partnerji: Mednarodno akademijo za sistemske in kibernetske znanosti, Dunaj (IASCYS), Evropsko akademijo znanosti in umetnosti, Salzburg, CSR Europe - Enterprise 2020, Združenjem delodajalcev Slovenije, Združenjem Manager, Štajersko gospodarsko zbornico, DOBA Fakulteto za uporabne poslovne in družbene študije Maribor, Združenjem CAAP, so.p., Fundacijo Prizma - fundacijo za izboljšanje zaposlitvenih možnosti, Slovenskim inštitutom za standardizacijo (SIST), Slovenskim združenjem za kakovost in odličnost, Slovenskim društvom za odnose z javnostmi (PRSS), Društvom za marketing Slovenije (DMS). Partner klipinga je bil Press Clipping. Medijski partnerji so bili TSmedia d.o.o. (planet.siol.net, najdi.si), Večer, časopisno založniško podjetje, d.d., Radio Marš, RTV Slovenija - TV Maribor, Radio Maribor in Med.Over.Net. Sponzorji konference so bili Prohit d.o.o., Medis-M d.o.o., Identiks, kartični sistemi d.o.o., Etika d.o.o., Intera d.o.o., Vino Frešer in Pohorska kavarna. Donatorji konference so bili Lidl Slovenija d.o.o. k.d., Tiko-Pro d.o.o. in Zadruga Dobrina. Generalni sponzor konference je bila Nova KBM d.d..

Konference so se udeležili znanstveniki, raziskovalci, podjetniki, strokovnjaki, študenti in mnogi drugi. Po predavanjih in razpravah v več sekcijah so predavatelji in udeleženci konference sprejeli sklepe, ki jih predstavljamo v nadaljevanju.

Sklepi konference:

1. Osebna in družbena odgovornost sta del življenja vsakogar.

a. Samo-odgovornost je koncept, ki ne prihaja od zunaj, ne moremo ga spodbuditi z zunanjo prisilo. Je notranje dojemanje, ki ga razumemo, ko vstopimo v stik s svojim bistvom, z naravo.
b. Družbena odgovornost na duhovni ravni je premalo upoštevan vidik. Ta vidik nam omogoča višanje nivoja kultiviranosti posameznika, od najmlajših do najstarejših,

oziroma od najmanjših do največjih. Z osveščanjem posameznikov in skupin o potrebnosti umetniških storitev, kulturnih dobrinah v vsakdanjiku večamo prisotnost pomembnega dela DO v vsakdanjem življenju.

c. Trije glavni nosilci družbene odgovornosti so posameznik, podjetje oz. organizacija, država.
d. Družbeno odgovornost je potrebno spodbujati tako na lokalni, kot na nacionalni, evropski in globalni ravni.
e. DO zadeva različne organizacije in različne sfere delovanja; od lokalnih skupnosti, turističnih organizacij, medijske industrije, do finančnega sektorja, političnih organizacij ipd.

2. Družbena odgovornost v podjetjih je odvisna predvsem od vrednot vodilnega kadra.

a. Družbena odgovornost podjetij je odvisna predvsem od vrednot vodilnega kadra.
b. Osebno angažiranje direktorja na področju družbene odgovornosti (tako zasebno kot korporativno) naj bo del pogojev za prijavo na delovno mesto direktorja/ice (z zahtevanimi referencami s tega področja).
c. Družbeno odgovorno delovanje podjetja naj bo del obveznega programa razvoja podjetja, ki ga mora kandidat/ka za direktorja/ico praviloma pripraviti ob prijavi (in vključiti v strategijo podjetja). Enako naj velja tudi ob reelekciji – s tem, da morajo biti reference iz zadnjega mandata (torej dokazila o osebnem angažiranju in aktivnosti podjetja, ki ga vodi, na področju družbene odgovornosti), s poudarkom na razvojni naravnanosti – torej ne ponavljanje istih zgodb, ampak razvijanje novih DO vsebin.
d. Pri družbeni odgovornosti do zaposlenih se je potrebno držati formule: CSR + HR = 3P (people, planet, progress). Zaposleni so glavni vir znanja, vodilni kader oz. menedžment pa mora prepoznati potenciale zaposlenih in tudi znati pri zaposlenih spodbuditi le-te in voditi zaposlene v luči DO ravnanja.
e. Dosedanji pristopi vključevanja družbene odgovornosti od spodaj navzgor se ne obnesejo, če ni tudi pristopa od zgoraj navzdol. Zato pozivamo odločevalce na celotni vertikali, da se bolj aktivno vključijo v implementacijo celovitih razvojnih strategij, ki temeljijo na potencialih lokalnega okolja in vključujejo tradicijo, znanje in izkušnje ter vključijo mlade na trg dela za več družbene odgovornosti.
f. Podjetništvo in podjetnost nista celostno zasnovana, tudi motivacije za inovativne pristope so pogosto vodene kot začasne aktivnosti, zato bi bilo potrebno mlade in odrasle bolj celovito obveščati in informirati o odgovornosti postati/biti podjetnik.
g. Organizacije in splošna javnost ne poznajo dobro pojmov, kot so socialna inovacija, inovacija, socialno podjetje (v angleščini: razlika med social innovation and social bussines). Ni vsaka inovacija socialna inovacija, zato je potrebno o tem osveščati različne ciljne skupine. Vrednote organizacije v manjši meri vplivajo na oblikovanje politik inovacij, veliko večji vpliv ima pri tem trg.

3. Načrtovanje in poročanje o družbeni odgovornosti ustvarja konkurenčno prednost podjetjem in organizacijam.

a. Ker DO prinaša dolgoročno korist za vse, bodo podjetja, ki so družbeno odgovorna, lažje konkurirala podjetjem v in izven EU.
b. Družbena odgovornost podjetij lahko nastopi kot inovacija v času krize, saj ljudje pogosto iščejo še kaj drugega kot zadovoljevanje lastnih potreb po najnižjih cenah.

c. Ugotavljamo, da je trajnostni razvoj v začaranem krogu. Žal je kapital še vedno večkrat upravljavec razvoja, kljub temu, da teorija pravi nasprotno. Rešitev je v eko-sistemskem pristopu.
d. DO je prostovoljen pristop k trajnostnim rešitvam za vse deležnike. Del tega je DO poročanje. Pri tem se moramo opirati na standard ISO 26000 kot tudi na ostale pravne podlage. Eden izmed DO elementov, ki ga vsebuje letno poročilo, je transparentnost in evropsko priporočeno prostovoljno delo v vsakdanjem življenju.
e. Na področju DO je potrebno narediti pregled organizacij, ki se s tem ukvarjajo. Nadalje je potrebno narediti pregled vseh certifikatov, smernic in usmeritev s področja DO in jih med seboj primerjati z namenom izpostaviti prednosti in pomanjkljivosti posameznega certifikata, smernice in priporočila ter primerjati izkušnje.
f. Dobrodošla bi bila postavitev platforme dobrih praks DO podjetij (in drugih organizacij) - npr. klub Horus + dobre prakse DO drugih organizacij. Letno bi potekala dva strokovni posveta na določeno temo dobrih praks DO, na katerem bi podjetja podrobneje predstavila svoje najboljše delovne prakse.
g. Ustanovi naj se klub, ki bi podjetjem, ki so v svojem bistvu zavezana družbeni odgovornosti, omogočil, da bi v množici podjetij na trgu lahko izbrala partnerje in dobavitelje, ki delijo in širijo naprej enake vrednote. Predanost družbeni odgovornosti je treba nadgrajevati tako, da je celotna veriga, od dobavitelja pisarniškega materiala naprej, zavezana tem ciljem. To, da se povežemo in delamo skupaj, je največ, kar lahko mikro in druga podjetja naredijo za boljšo družbo. Za tak klub pa ni dovolj le plačana članarina, potreboval bi visoke standarde, da bi dosegel svoj namen.

4. Postavljanje merljivih ciljev in merjenje družbenih učinkov sta nujna za razvoj družbene odgovornosti.

a. Koncept družbene odgovornosti je široko definiran, težko merljiv in po drugi strani čedalje bolj popularen ter kot tak zelo ranljiv za zlorabe v marketinške namene. Jasneje je potrebno razločevati med družbeno odgovornostjo, ki je vpeta v celotni poslovni proces in prihaja od neposrednega vodstva družbe, in družbeno odgovornostjo, ki jo generira marketinški oddelek za svoje potrebe.
b. Pomembni so učinki DO delovanja, bodisi da gre za širjenje dobrih praks v lokalni skupnosti, učinke socialnega podjetništva na družbeno dobrobit, medijsko pismenost državljanov, vprašanje regulacije ipd.
c. Podjetja bi morala določiti merljive cilje na področju DO. Postavitvi le-teh se izogibajo zaradi strahu, da ciljev ne bodo izpolnila. Podjetja bi se morala znebiti strahu pred neuspehom.
d. Po drugi strani gre pri DO za družbene učinke, ki jih je težko meriti že same po sebi, pa tudi zato, ker so dolgoročni in zahtevajo opazovanje in analizo v daljšem časovnem obdobju. Merjenje učinkov izvajanja družbeno odgovornih dejavnosti/aktivnosti je zahteven, pa vendar zelo pomemben podporni mehanizem za razvoj družbeno odgovornega poslovanja, ne le v socialnih, ampak tudi v klasičnih podjetjih, organizacijah.
e. Za kakovostno uveljavljanje DO je izrednega pomena tudi med-organizacijsko sodelovanje. Pri tem je pomembna temeljita analiza, ocena stanja, načrtovanje in realizacija – posledice so porast aktivnosti, boljše prepoznavanje DO, nadgradnja delovanja, razvoja (oblikujejo se skupna priporočila, novi pristopi, več vključenih uporabnikov, večji doseg…).

f. DO se jemlje kot delovanje ob upoštevanju interesov deležnikov, organizacij v korist blaginje družbe in okolja. Ob tem je dobrodošla samo-evalvacija, da se oceni stanje in pridobijo predlogi za izboljšanje kakovosti. Odličen pripomoček za pregled tega je vprašalnik (kot npr. za nagrado Horus) ali anketa, na podlagi katere lahko nadgrajujemo svoje delo, tudi na področju DO. Soodvisnost je eden izmed temeljev DO.

5. Nujna je povezava teoretičnega in praktičnega znanja za razvoj odgovornega posameznika.

a. Preglednost in zanesljivost pri delovanju in poročanju naj bo praksa odgovornosti do družbe, ki je tudi ekonomsko upravičena.
b. Nujno je povezovanje teoretičnega in praktičnega znanja, kar lahko dosežemo z interdisciplinarnostjo in problemskim učenjem (realni problemi iz okolja in praktične izkušnje), kar vodi v razvoj odgovornega posameznika. Pomembno je, da se ta praksa vpelje v čim več organizacij in da se tako primeri dobre prakse DO pokažejo v družbi. Na koncu se lahko ustvarijo dodatna delovna mesta: pomemben poudarek je na zelenih delovnih mestih, zadružništvu in socialnem podjetništvu.
c. Identificirala se je potreba po vključitvi prve pomoči, družbene odgovornosti in trajnostnega poročanja na vse stopnje izobraževanja.

6. Nevladne organizacije naj vpeljujejo družbeno odgovornost v svojo prakso in v podporne mreže.

a. NVO imajo poleg rednega, namenskega dela nalogo, da v svojem delovanju vpeljujejo/upoštevajo vidike DO.
b. Še posebej pomembno je, da se DO promovira med NVO in da se spodbuja organizacije k DO delovanju. Iz malega raste veliko in zato je pomembno, da se NVO zavzemajo za vpeljevanje DO v vsako organizacijo, še posebej v mrežne podporne organizacije, ki lahko sistemsko informirajo in vpeljujejo DO med svoje članice.
c. DO je izrednega pomena v preventivnem delu, npr: do 90 % nesreč bi lahko preprečili s pravilnim ravnanjem/obnašanjem. Zato so zelo pomembne preventivne delavnice na vseh področjih.
d. Pomemben vidik DO je tudi kurativa, npr. družbeno koristno delo, ki omogoča, da se posameznik »oddolži« za deviantno dejanje in tako postane aktivni član družbe.
e. Sodelovanje oz. coworking posameznikov in interesnih skupin je nova oblika družbene angažiranosti, ki jo je potrebni aktivno spodbujati.
f. Udeleženci so podprli predlog za ustanovitev fundacije za zaposlovanje mladih, ki bi jim nudila moralno, strokovno in finančno podporo. Poudarili so potrebo po povezovanju mladih iz cele Slovenije: prenos znanj, izkušenj, izobraževanje in so-delo.
g. Ugotavljamo, da je šolski sistem pretog in ni odziven na potrebo po odprtem okolju za izobraževanje. Vse je preveč vpeto v zapisana pravila, preveč se dela zato, da se streže pravilom, in se ne gleda na koristnost, na uporabnost, na učinkovitost. Družbena odgovornost je kot sestavni del življenja premalo prisotna v izobraževanju.

7. Integralna zelena Slovenija je lahko nov, družbeno odgovoren model trajnostnega razvoja.

a. Integralna zelena Slovenija kot nov, družbeno odgovoren model trajnostnega razvoja predstavlja pravi odgovor na pereče družbene izzive in je utemeljena s teoretskega vidika, s

prepričljivimi praktičnimi primeri in s kulturno dediščino, kot so tradicija zadružništva (s Krekom in Gosarjem), skupnostnega upravljanja naravnih virov in sonaravnega kmetovanja.

b. Vzpostavitev lastnega ekonomskega modela, ki gradi na samooskrbnem, zlasti ekološkem kmetijstvu (s priznavanjem pomena majhnih kmetij), in poudarja socialno, na znanju temelječe gospodarstvo, dejansko pomeni pravico do kulturne dediščine, pomeni razvoj v skladu z našo kulturno dediščino. Za razvoj in uvedbo različnih modelov ustanavljanja zadrug, socialnega podjetništva in ekonomske demokracije, ki med drugim prinašajo trajna delovna mesta, obstajajo tudi namenska evropska sredstva.

c. V Sloveniji že uspešno deluje ali se razvija še vrsta manjših in večjih primerov integralne ekonomije in integralnega razvoja v okviru vseh štirih ekonomskih pristopov, ki vključujejo od načel medgeneracijskega sodelovanja in bio-dinamičnega kmetovanja do svetovno najbolj aktualnih teoretskih prispevkov in gibanj, kot so teorija mrežne družbe M. Castellsa in kreativne industrije nastajajočih novih ekonomij deljenja (npr. »coworking« in »crowdfunding«).

d. K povezovanju že obstoječih posameznih elementov integralnega modela v dinamično uravnoteženo celoto in k implementaciji politik EU za trajnostni razvoj z njihovo hkratno pametno integracijo, pomembno prispeva tudi strateška presoja vplivov na okolje. Ta se že uporablja pri razvoju vrste ključnih načrtov in programov. Potrebno jo je še nadgraditi, med drugim za presojo finančnih načrtov.

e. Integralna zelena Slovenija predstavlja primer alternative ekonomski politiki varčevanja, ki je istočasno usmerjena v ustvarjanje znanja, trajnostni razvoj in vzpostavljanje novih virov preživljanja. Na ta način bomo Slovenijo, majhno državo v srcu Evrope, vzpostavili kot pilotni primer integralne zelene ekonomije s pristno identiteto. Slovenija ima vse potenciale, da se razvije kot primer dobre evropske prakse, tudi drugi se lahko učijo od nas.

Ob jubilejni konferenci so predstavili še knjigo – biografijo zasl. prof. ddr. Matjaža Muleja z naslovom 'Življenje je učitelj: od figalam do družbene odgovornosti', ki jo je ob svoji deseti obletnici obstoja izdal IRDO - Inštitut za razvoj družbene odgovornosti.

V Mariboru, 18. in 19. 3. 2015

V imenu predavateljev in udeležencev
10. mednarodne konference IRDO

Programski in Organizacijski odbor konference