

Družbena odgovornost – edina možna smer človeštva ali marketinško orodje?
GOVORNIKI NA OKROGLI MIZI DMS 15. 3. 2011 OD 16H – 18H V KIBLI V MARIBORU

Matjaž Mulej, Inštitut za raziskovanje družbene odgovornosti (nagrada Horus)



Ddr. Matjaž Mulej, zaslužni profesor, rojen 1941, redni profesor pri 42 letih, zaslužni pri 60 letih. Diploma 1. stopnje iz zunanje trgovine (Maribor), fakultetna iz analitične ekonomije (Ljubljana), magisterij iz gospodarskega razvoja (Beograd), prvi doktorat iz teorije sistemov v ekonomiji (Zagreb), drugi iz inovacijskega menedžmenta (Primorska). Preko 1200 objav v preko 40 državah, med njimi je okrog 60 knjig in zbornikov, uspešno uporabljenih za inoviranje v mnogo organizacijah v več državah; avtor modela za inovativno poslovanje v tranzicijski družbi. Član štirih mednarodnih akademij znanosti. Predsednik IFSR (Mednarodne federacije za sistemsko raziskovanje s 37 asociacijami članicami s članstvom na vseh celinah). Član več uredniških odborov revij in konferenc, med drugim skoraj vseh 28 konferenc PODIM in vseh 9 konferenc STIQE, ki sta najbrž edinstveni na svetu. Gostujoči profesor na tujih univerzah 15 semestrov, krajša gostovanja in občasna predavanja na kakšnih 50 univerzah na vseh celinah. Kot predavatelj in svetovalec v podjetjih v več državah okrog 500x. V letih 1987-1991 dekan EPF in prorektor Univerze v Mariboru. Aktiven športnik, tudi jugoslovanski prvak in reprezentant (v tenisu) in 35 let športni funkcionar. Poročen od 1962, dva otroka, štiri vnuki. Redno sodeluje z Univerzami v Mariboru, Ljubljani, Celovcu, Gradcu in na Primorskem, občasno z Univerzo v Novi Gorici, ANSTED, Penang, Malezija, Državno transportno univerzo Novosibirsk, Rusija, v Zagrebu itd. Doslej mentor 34 magistrim in 14 doktorjem znanosti, nekaj nadaljnjih v teku.

Družbena odgovornost nosi različne obraze. Kakšen obraz nosi pri vas ?

»Družbena odgovornost je etično načelo, ki spodbuja ljudi, da bi se trudili za čim večjo celovitost svojih dejanj in čim večje upoštevanje svoje soodvisnosti z drugimi ljudmi in naravnimi pogoji za naše življenje, pri tem bi poštenost in zanesljivost vseh nas segala preko zahtev zakonodaje, ko gre za upravljanje podjetij, človeške pravice, delovna razmerja, skrb za naravo, poslovne partnerje, zlasti odjemalce, in za vključevanje v širšo družbe ter njen razvoj. To je sicer zahtevno, saj mora marsikdo spremeniti navade, a alternativa je propad namesto nadaljnega obstoja človeštva. Tudi na kratki rok pa družbena odgovornost zmanjšuje stroške, katere povzročata nezadovoljstvo ljudi in nezdrava narava, a niso vidni v računovodskih podatkih.«

Jana Petkovšek, Dnevnik (izbor najboljšega zaposlovalca Zlata nit)



Jana Petkovšek Štakul je diplomirana novinarka, ki se zadnji dve leti kot urednica rubrike Zaposlitve & kariera pri časniku Dnevnik intenzivno ukvarja s spremljanjem praks podjetij in organizacij na področju upravljanja s kadri, deležnikov družbe, ki sooblikujejo dogajanje na trgu dela na mikro in makro ravni, oboje pa prepleta s posebnim zanimanjem za inovativnost in posledično presežnost, ki se kaže med drugim tudi v 'spinn-off'-ih, 'start-up'-ih in 'gazelah'. Tako kot skupaj navijamo za slovenske športnike, zase pravi, da v prvi vrsti navija za inovativna, prodorna in družbeno odgovorna slovenska podjetja, ki smelo presegajo geografske meje po vsem svetu. Verjame, da so meje samo v glavah.

Družbena odgovornost nosi različne obraze. Kakšen obraz nosi pri vas ?

»Družbena odgovornost je obveza vsakega posameznika, je sestavni del našega ozaveščenega in odgovornega dam-daš odnosa z našim okoljem, bodisi je to družina, ali pa so to sosedi, prijatelji, sodelavci, naše podjetje, ali pa širša družba in država. Živimo jo skozi vloge, ki smo jih prevzeli, med drugim tudi v svojem poklicu. Mediji družbi, v katero so vpeti, postavljajo ogledalo, ki je, ne pozabimo, sicer medijski odsev realnosti, s čimer pa opravljajo samo del poslanstva. To bo celovito šele tedaj, ko bodo mediji na temelju prepoznanega preteklega dogajanja in tega trenutka preudarno in analitično podajali tudi podobo prihodnosti. Tedaj bo tudi sedma sila sama sebe lahko imenovala za sokreatorja dogajanja v družbi, saj bo njeno vodilo njena družbena odgovornost. Dnevnik je nosilec izvedbe izbora Zlata nit, v katerem prepoznava najboljše zaposlovalce tako v gospodarstvu kot javni upravi, med njimi pa prednjačijo prav družbeno odgovorna podjetja.«

Natalija P. Petković, [Abbott](#) (Družini prijazno podjetje + Horus 2010 v kategoriji malih podjetij + udeleženec Zlata nit 2010)



Natalija P. Petković je magistrica podiplomskega študija s področja ekonomskih znanosti na Ekonomski fakulteti, smer trženje. Poslovno pot je pričela leta 1996 v NLB. Leto za tem se je pridružila podjetju IBM Slovenija d.o.o.. V letu 2004 se je zaposlila v slovenski podružnici družbe Abbott, kjer je danes med drugim odgovorna za komunikacijske aktivnosti. Velik dosežek v Abbottu je vpeljava in usmerjanje programov s področja družbene odgovornosti, ki imajo temelje v etičnem kodeksu. V letu 2008 so se začeli sistematično ukvarjati s skrbjo za zaposlene po metodologiji Družini prijazno podjetje ter nadaljevali s posameznimi akcijami ekološkega in humanitarnega značaja. Dejavnosti s tega področja spodbuja tudi matično podjetje, saj je bila družba Abbott v zadnjih dveh letih na straneh vodilne ameriške poslovne revije Business Week uvrščena na listo podjetij, v katerih je najbolje zgraditi kariero, že sedmo leto je uvrščena na seznam stotih najboljših podjetij za matere z otroki in od leta 1984 v poslovni reviji Fortune zaseda mesto med najbolj občudovanimi ameriški podjetij.

Družbena odgovornost nosi različne obraze. Kakšen obraz nosi pri vas ?

»Koncept družbene odgovornosti je zelo blizu poslanstvu našega podjetja, katerega vodilo je izboljšanje življenja ljudi - tako zaposlenih, bolnikov, zdravstvenih strokovnjakov, ostalih deležnikov in širše družbene skupnosti. Družbeno odgovorno ravnanje je dolgoročno usmeritev podjetja. Je zelo širok pojem, ki pokaže rezultate šele čez daljše obdobje, in se ne odraža (zgolj in nujno) v številkah.«

Miha Rejc, [Mimovrste](#) (Družini prijazno podjetje + Zlata nit, finalist 2008 + finalist za Horus 2009)



Miha Rejc, po izobrazbi univerzitetni diplomirani novinar, je vodilni slovenski strokovnjak na področju rabe družabnih medijev v poslovne namene. Dobitnik nagrade Netko 2010 za Inovativno rabo socialnih omrežij in prestižne globalne komunikacijske nagrade IABC Gold Quill za komuniciranje mimovrste(=) na družabnih medijih. Na internetu je prisoten tudi, ko spi. Zaposlen je kot pomočnik direktorja, odgovoren za področje komuniciranja, v vodilni slovenski spletni trgovini mimovrste(=).

Družbena odgovornost nosi različne obraze. Kakšen obraz nosi pri vas ?

"Družbena odgovornost pri nas nosi obraze vseh sodelavk in sodelavcev, saj se odgovorno ravnanje začne pri njih."

Jure Bohinc , [Si.mobil](#), Družini prijazno podjetje + Zlata nit 2009 + finalist Horus 2009



Jure Bohinc, vodja korporativnega komuniciranja na Si.mobilu. Komunikacijsko kaljenje je začel v agenciji Pristop in nadaljeval v družbi Si.mobil. Danes vodi službo za korporativno komuniciranje, ki skrbi za komunikacijo z zaposlenimi, mediji, lokalnimi skupnostmi, uporabniki... Njihov ključni dosežek je vpeljava in usmerjanje celostne filozofije družbene odgovornosti [Re.misli](#), ki je vpeta v vse pore Si.mobilovega poslovanja.

Družbena odgovornost nosi različne obraze. Kakšen obraz nosi pri vas ?

»Obraz družbene odgovornosti so naši zaposleni, ki iskreno živijo filozofijo [Re.misli](#) na vsakem koraku, pri vsaki aktivnosti. Z majhnimi koraki želimo delati velike spremembe. Predvsem v načinu razmišljanja in naših navadah.«



Natalija Postružnik, [Zavarovalnica Maribor](#) (Družini prijazno podjetje in finalist Horus 2009)

Mag. Natalija Postružnik je direktorica Službe za odnose z javnostmi v Zavarovalnici Maribor. Skozi kariero združuje znanja s področja informacijske tehnologije, novinarstva in nemškega jezika s književnostjo. Je magistrica podiplomskega študija s področja lingvistike – besedilnih značilnosti novinarskih diskurzov. Bila je vodja kabineta župana Mestne občine Maribor in šefinja kabineta ministra za promet in zveze. V letu 2005 je bila za tri leta izvoljena za predsednico krovnega nacionalnega društva za odnose z javnostmi (PRSS). V letu 2008 je za dve leti v PRSS sodelovala kot članica uprave. Bila je pridružena članica upravnega odbora Evro-azijske divizije Mednarodne zveze poslovnih komunikatorjev (IABC). Bila je članica upravnega odbora CERP, častna predsednica sveta pokroviteljev Gazel, članica ocenjevalcev Superbrands Slovenia 2007, 2008, 2009; članica strokovnega sveta projekta Zlata nit, pa tudi članica žirije Effie 2008/09; je še članica upravnega odbora Nogometnega kluba Maribor. Je avtorica vrste člankov s področja menedžmenta (tudi komunikacijskega), s katerega področja predava tako v Sloveniji kot v tujini. Je urednica več zbornikov ter glavna in odgovorna urednica revije PiarNaKvadrat – Logaritmi odnosov z javnostmi. V letu 2009 je prejela najvišjo, prestižno priznanje PiarNaKvadrat osebnost. Je sourednica knjige Trg, trgovina in potrošnik iz marca 2010. Je članica upravnega odbora Sekcije mladih menedžerjev pri Združenju Manager. V letu 2010 je prejela nagrado PRSS za izjemne dosežke na področju stroke. Bila je predsednica žirije Prostovoljec leta 2009 in v letu 2010 članica drugostopenjske žirije za nagrado Horus za družbeno odgovorno ravnanje podjetij. Je mama treh otrok in doktorska kandidatka. Zase pravi, da dela s srcem in z dušo.

Družbena odgovornost nosi različne obraze. Kakšen obraz nosi pri vas ?

»Družbena odgovornost je bistvo podjetja, ne more biti obraz. Seveda je lahko tudi šminka ali izgovor ali krinka; ampak tista podjetja, ki ga v resnici živijo, to odražajo tako na zaposlenih znotraj podjetja kot tudi navzven. Tudi "stranke" ali kupci ali partnerji (kakor jim že katera marketinška/komunikacijska stroka pravi) to prepoznajo, odkrijejo, razkrijejo. Iskrenost v mislih, besedah in dejanjih ni nič novega. Stara je nekaj tisoč let, le poimenovanja ima različna. Tudi obrazi družbene odgovornosti so različni; prava odgovornost pa je tista, ki prihaja od "znotraj". In rada bi verjela, da je tako tudi na Zavarovalnici Maribor.«

Aleš Kranjc Kušlan, [Družini prijazno podjetje](#)



Filozof in sociolog Aleš Kranjc Kušlan je koordinator in pobudnik certifikata Družini prijazno podjetje ter koordinator pobude za promocijo in ohranjanje zdravja na delovnem mestu: EH. Centra. Je vodja iniciative za ustanovitev Mreže za družbeno odgovornost Slovenije in član ustanovnega odbora Balkanske mreže za družbeno odgovornost. Bil je projektni vodja projekta Šole za družbeno odgovornost v Vzhodni in Južni Evropi, katere cilj je bil vzpostaviti dolgoročni izobraževalni program za korporativno družbeno odgovornost, ne samo za promoviranje tega pojma, ampak tudi za seznanjanje deležnikov z obširnimi naborom ključnih orodij in konceptov za korporativno družbeno odgovornost, ki jih uporabljajo pri vsakodnevnem delu in projektih. Projekt je leta 2010 samostojno prevzel SPEM.

Družbena odgovornost nosi različne obraze. Kakšen obraz nosi pri vas ?

»Zamišljenega, zazrtega v daljavo.«



Tadeja Knaflič, [Družini prijazno podjetje](#)

Mag. Tadeja Knaflič je diplomirana psihologinja z magisterijem ekonomskih znanosti. Zaposlena v kadrovski službi, kjer ureja in usklajuje kadrovske zadeve z vodstvom podjetja, opravlja psihološka testiranja, selekcijske postopke in usmerjanje, meri organizacijsko klimo in zadovoljstvo zaposlenih, skrbi za izobraževanje in razvoj kadrov ter izvaja organizacijo in izvedbo izobraževanj.

V sodelovanju s kolegi je izvedla [raziskavo o učinkih](#), ki jih imajo družini prijazni ukrepi za podjetje, ter analizirala dobljene rezultate. Prispevek na temo učinkov ukrepov za podjetje je predstavila na mednarodni konferenci MIC 2010. Raziskava se nadaljuje poglobljeno in razširjeno, hkrati pa pripravlja raziskavo o usklajevanju poklicnega in družinskega življenja-ta, ki bo izvedena na zaposlenih.

Družbena odgovornost nosi različne obraze. Kakšen obraz nosi pri vas ?

»Delodajalci spoznavajo, da trenutno gospodarsko okolje ni najugodnejše za zaposlene, zato se trudijo, da bi bilo prijaznejše, in da je uspeh podjetja odvisen predvsem od zaposlenih, zato do njih izkazujejo vse več družbene odgovornosti. Uvajanje družini prijazne prakse je rešitev, od katere imata korist tako zaposleni kot delodajalec. Delodajalci, ki podpirajo ukrepe za usklajevanje poklicnega in družinskega življenja, pridobijo na različnih področjih: zmanjšanje fluktuacije, zmanjšanje bolniške odsotnosti, izboljšanje pridobivanja in zadrževanja kadrov, povečanje produktivnosti ter povečanje motivacije, zadovoljstva in pripadnosti.«