



Podjetja, ki jim ni vseeno

Se lahko v bližnji prihodnosti družbeno odgovorna podjetja uveljavijo kot prijaznejši model razvoja podjetja?

Teja Pelko

Vdružbeno odgovornih podjetjih si ne prizadevajo samo za maksimalizacijo dobička (pogosto tudi na račun čezmernega izčrpavanja zaposlenih), ampak poleg spoštovanja zakonsko določenih obveznosti dodatno vlagajo v človeški kapital, okolje in odnose z drugimi deležniki. K temu jih delno spodbujajo tudi najrazličnejši projekti, kot sta certifikat Družini prijazno podjetje in Zlata nit. Kot pravi profesorica na ekonomski fakulteti v Ljubljani **Maja Makovec Brenčič**, gre pri navedenih konceptih predvsem za gradnjo kulture podjetja in ustvarjanje zadovoljstva zaposlenih. »Z vidika rezultatov Zlate niti – 101 naj zaposlovalec – lahko potrdim, da so skrb za zaposlenega, njegovo dobro počutje in organizacijska klima podjetja povezane z inovativnostjo, tržno uspešnostjo in celotnim razvojem podjetja. Seveda ti certifikati krepijo tudi ugled podjetja in zaupanje v njegovo znamko, ne samo kot zaposlovalca, ampak tudi na trgu, med kupci in odjemalci,« pravi Brenčičeva. Psiholog in profesor **Miro Kline** pa meni, da naprednejša podjetja danes poleg blagovnih in storitvenih znamk gradijo tudi korporacijske in zaposlitvene znamke. »Te jim služijo za učinkovitejši nastop na trgu dela, na katerem izrazito primanjkuje različnih profilov delavcev. S tem se podjetje poveže z lastnostjo skrbnega zaposlovalca in si pomaga ustvariti imidž družbeno odgovornega podjetja. Certifikati in zmage na takšnih tekmovanjih so pomoč pri ocenjevanju alternativ, saj takšna podjetja izbirajo z manj napora, hitreje in učinkoviteje,« še dodaja Kline.

Pri časopisni družbi Dnevnik, ki organizira projekta Gazela in Zlata nit, opažajo, da se napredna filozofija podjetja pogosto odraža tako v hitri rasti kot v skrbi za nenehno

vzpostavljanje dobrega delovnega ozračja v podjetju. »Med dobitniki priznanj zlata nit je vsako leto tudi nekaj najboljših hitro rastočih podjetij, gazel. Tako je devet gazel že vsa tri leta zapored na seznamu 101 najboljšega zaposlovalca, lani pa je pri projektu Zlata nit sodelovalo že 12 slovenskih gazel. Dober primer, ki to potrjuje, je podjetje **Halcom**, ki je dobilo leta 2003 zlato gazelo, leta 2007 pa postalo zmagovalec Zlate niti,« pojasnjujejo.

Halcom je lani prejel tudi osnovni certifikat Družini prijazno podjetje. Sprejeli so enajst ukrepov z različnih področij. »Poleg fleksibilnega delovnega časa, družinskega piknika in komuniciranja z zaposlenimi bi najbolj izpostavili denarno nagrado za novorojene otroke zaposlenih, lani pa smo začeli izvajati tudi počitnice za šoloobvezne otroke zaposlenih. Otroci trikrat na leto šolske počitnice v dopoldanskem času, ko so njihovi starši na delovnem mestu, preživijo z animatorji aktivno v naravi,« pravijo v podjetju. Eden od ukrepov je tudi vsakoletno izvajanje ankete, v kateri zaposleni ocenijo koristi in zadovoljstvo s sprejetimi ukrepi, podajo morebitne predloge za izboljšanje ter želje za usklajevanje službenih in družinskih obveznosti. Certifikat tudi vsem potencialnim novim kadrom jasno pove, da zna podjetje prisluhniti željam ter potrebam zaposlenih pri usklajevanju dela in družine. Družbeno odgovornost **Halcom** uresničuje tudi s sponzorstvi in donatorstvom izobraževalnih, kulturnih in humanitarnih dejavnosti ter ekologije. Imajo pa tudi svojo »eko« skupino, ki skrbi za različne ekološke projekte v podjetju in za ozaveščanje zaposlenih.

Osnovni certifikat Družini prijazno podjetje so kot prvo živilskopredelovalno podjetje v Sloveniji pridobile tudi Ljubljanske mlekarne. **Sara Wagner**, ki je v podjetju vodila

postopek za pridobitev certifikata, nam je povedala, da bodo v prihodnjih treh letih v poslovanje vpeljali 14 ukrepov na sedmih področjih. »Uvedli bomo otroški časovni bonus, omogočili delo od doma, kjer delovni proces to dopušča, imenovali pooblaščenko za vprašanja usklajevanja dela in družine, za družine zaposlenih bomo organizirali dan odprtih vrat, v svoj etični kodeks bomo vpeljali filozofijo in načela vodenja ter socialne veščine vodstva. Pripravili bomo program za vnovično vključevanje zaposlenih po daljši odsotnosti, omogočali bomo sodelovanje svojcev zaposlenih pri občasnih delih v podjetju, pripravili izobraževanja za starše, sponzorirali zaposlene in njihove ožje družinske člane, organizirali bomo novoletno obdarovanje otrok, na področju komuniciranja pa bomo o ukrepih komunicirali z notranjimi in zunanji javnostmi ter pripravili brošuro z opisanimi ukrepi za vse zaposlene in tudi novozaposlene. Med zaposlenimi bomo opravili tudi mnenjsko raziskavo o že vpeljanih ukrepih,« pojasnjuje Wagnerjeva. V Ljubljanskih mlekarnah pa ne skrbijo samo za zaposlene, ampak si prizadevajo tudi za učinkovito izkoriščanje naravnih virov ter zmanjšanje vplivov svojih dejavnosti in izdelkov na okolje. Veliko pozornost tako namenjajo gospodarni porabi energije in ločenemu zbiranju odpadkov, dejavnosti pa so tudi na področju sponzorstva in donacij.

V obeh podjetjih pravijo, da prejeti certifikati nimajo neposrednih merljivih ekonomskih koristi, brez dvoma pa te obstajajo. Priznanje namreč omogoči večjo prepoznavnost podjetja in tako izboljša njegov položaj na trgu dela, kar spodbuja zanimanje dobrih kadrov ter pripomore k zadovoljstvu in motiviranosti zaposlenih, ki so osnova in zagotovilo za razvoj in rast njihove družbe.



V družini prijaznem podjetju so pripravljene upoštevati tudi družinske želje in potrebe zaposlenih.