



SLOVENSKA PODJETJA
IN DRUŽBENA ODGOVORNOST

Slovenski podjetniški observatorij 2016

Dijana Močnik
Katja Crnogaj
Barbara Bradač Hojnik



SPOROČILO ZA JAVNOST

Slovenska podjetja in družbena odgovornost Slovenski podjetniški observatorij 2016

Maribor, 17. marec 2017. Za slovensko gospodarstvo in EU je pomembno realno gospodarstvo in močna industrija. Prav predelovalne dejavnosti so tiste, ki ustvarjajo največ izvoza, dodane vrednosti in zaposlenosti.

To je le ena od ugotovitev proučevanja podjetništva v Sloveniji, ki so jih v okviru knjižne zbirke Slovenski podjetniški observatorij v novi znanstveni monografiji z naslovom Slovenska podjetja in družbena odgovornost pripravili raziskovalci Inštituta za podjetništvo in management malih podjetij na Ekonomsko-poslovni fakulteti Univerze v Mariboru.

Leta 2015 je bilo v Sloveniji 127.373 podjetij, od tega kar 25.953 gospodarskih družb z 0 zaposlenimi, mikro podjetij (z 1 do 9 zaposlenimi) je bilo 94.698, malih podjetij (z 10 do 49 zaposlenimi) 5.438, srednje velikih podjetij (s 50 do 249 zaposlenimi) 1.075 in velikih podjetij (z 250 in več zaposlenimi) 209. Kar 95 % slovenskih podjetij ali 120.651 se torej nahaja v velikostnem razredu mikro podjetij (0 do 9 zaposlenih). Slovenska podjetja so skupaj s samozaposlenimi zaposlovala 532.325 ljudi in leto 2015 zaključila z 2 milijardama evrov neto poslovnega izida. Gospodarske družbe in samostojni podjetniki so ustvarili za 20,93 milijarde evrov dodane vrednosti in tako dosegli njeno raven iz leta 2013. Dodana vrednost se je v primerjavi z letom 2014 najbolj povečala v dejavnosti L: Poslovanje z nepremičninami, in sicer za 14 %. Tretjina prihodkov slovenskih podjetij je bila ustvarjena z izvozom, ki se je povečal za skoraj 7 % v primerjavi z letom 2014, najbolj produktiven pa je bil zaposleni delavec v velikem podjetju, saj je ustvaril za četrtnino več dodane vrednosti od slovenskega povprečja in za skoraj 40 % več kot zaposleni delavec v mikro, malem in srednje velikem podjetju.

Prof. dr. Dijana Močnik je ob tem poudarila: *»Ključni kazalniki konkurenčnosti kažejo, da je treba še nadalje krepiti predvsem večanje trgov, na katerih bodo slovenska podjetja sposobna ustvariti še več prihodkov in dodane vrednosti, ki sta kategoriji, v katerih slovensko gospodarstvo še precej zaostaja za evropskim. To pomeni, da je potrebno izboljševati konkurenčnost vseh dejavnosti, ne le predelovalnih. Konkurenčnost je namreč ključni dejavnik za rast in delovna mesta v Sloveniji, kar je še zlasti pomembno za MSP, ki predstavljajo hrbtenico slovenskega in evropskega gospodarstva.«*

Raziskava je primerjala tudi slovenska in evropska podjetja in sicer glede na zadnje razpoložljive podatke Eurostata za leto 2013 in pokazala, da je v letu 2013 povprečna dodana vrednost na zaposleno osebo v EU-28 znašala 46.900 evrov, v Sloveniji pa le 30.200 evrov (več kot tretjino manj). Tako v EU kot v Sloveniji je bila najbolj produktivna zaposlena oseba v velikem podjetju, vendar je bila evropska produktivnost za 44 % višja od slovenske.

Drugi del observatorija se podrobneje posveča družbeno odgovornemu podjetništvu in pro-

Dodatne informacije:

Prof. dr. Karin Širec,
Univerza v Mariboru
Ekonomsko-poslovna fakulteta
Tel.: 02 22 90 114
E-mail: karin.sirec@um.si

Prof. dr. Dijana Močnik
(analiza podjetij)
e-mail: dijana.mocnik@um.si

Prof. dr. Barbara Bradač Hojnik
(družbena odgovornost)
e-mail: barbara.bradač@um.si

Publikacija je dostopna na:

<http://ipmmp.um.si/slovenski-podjetniški-observatorij/spo-monografije/>





učuje kontekst družbene odgovornosti na ravni podjetij in na nacionalni ravni v Sloveniji kakor tudi na ravni EU. Žal pa na tem področju zelo primanjkuje zanesljivih longitudinalnih podatkov in raziskav o tovrstnem angažiranju, predvsem takih, ki se nanašajo na mala in srednje velika podjetja. Kljub pomenu in vlogi koncepta družbene odgovornosti podjetij Slovenija tudi ostaja ena redkih članic Evropske unije, ki nacionalne strategije uveljavljanja družbene odgovornosti na državni ravni še ni sprejela.

Prof. dr. Barbara Bradač Hojnik izpostavlja: *»Področje družbene odgovornosti v Sloveniji še vedno ni sistemsko urejeno. Pregled dogajanja na tem področju pa vseeno kaže na veliko angažiranost različnih deležnikov in paleto različnih aktivnosti, ki jih izvajajo. Vendar je zaznati nepovezanost izvajalcev na področjih informiranja, svetovanja in izobraževanja o družbeni odgovornosti, kakor tudi, da vsebine in ciljne skupine praviloma niso diferencirane. V Sloveniji imamo tudi veliko certifikatov, nagrad in priznanj, ki spadajo na področje družbene odgovornosti, vendar niso vselej kot taki promovirani v okolju.«*

Rezultati o družbeno odgovornih praksah v slovenskih podjetjih kažejo, da podjetja nadpovprečno dobro ocenjujejo izvajanje tovrstnih praks. Vendar pa ugotavljamo, da več iniciativ namenjajo notranji dimenziji družbene odgovornosti kot zunanji. Notranja dimenzija se izraža predvsem v aktivnostih, namenjenih zaposlenim in kot družbena odgovornost vodstva podjetja. Mednje najpogosteje sodi skrb za dobro počutje zaposlenih in njihovo zadovoljstvo, izobraževanje in usposabljanje, pošten odnos z zaposlenimi, nediskriminacija zaposlenih, varnost na delovnem mestu in socialna varnost. Najmanj pa kot tovrstne družbeno odgovorne prakse implementirajo zaposlovanje ranljivih skupin, ustvarjanje novih zaposlitev, odnosov do odjemalcev in drugih poslovnih partnerjev, lokalnega in socialnega ter naravnega in drugega širšega okolja.

Doc. dr. Katja Crnogaj ugotavlja: *»Pri uvajanju družbeno odgovornih praks predvsem MSP potrebujejo podporo. Pri tem vidimo vlogo organizacij podpornega okolja, da ponudi storitve svetovanja pri uvajanju družbeno odgovornih praks v MSP. Nujno potrebno pa bi bilo vpeljati longitudinalno spremljanje in proučevanje družbene odgovornosti, ki bo osredotočeno predvsem na MSP. Šele tovrstni podatki namreč lahko predstavljajo osnovo za celovite ukrepe, ki lahko doprinesejo k razvoju družbene odgovornosti.«*

Primeri tuje dobre prakse, akcijskih načrtov, strateških dokumentov ter zakonodaje so lahko zgled za vzpostavitev uspešnega nacionalnega okvira, ki pa mora biti prilagojen nacionalni kulturi in dojemanju družbene odgovornosti. Zato spodbujanje družbeno odgovornega ravnanja ne more biti le stvar javne pobude, primerno se morajo angažirati tudi državne institucije, ne nazadnje tudi zato, ker je družbena odgovornost gospodarsko in razvojno pomembna. Eden izmed pomembnih vidikov, na katerega se vse prepogosto pozablja, je vključevanje družbeno odgovornih in etičnih vsebin v izobraževalni sistem ter s tem sooblikovanje odgovornih prihodnjih generacij in trajnostnega razvoja.

Raziskavo Slovenski podjetniški observatorij, ki že vse od leta 2000 kontinuirano spremlja stanje slovenskih podjetij in podaja sliko slovenskega podjetništva, je v letu 2016 financiralo Ministrstvo za gospodarski razvoj in tehnologijo preko Javne agencije Republike Slovenije za spodbujanje podjetništva, internacionalizacije, tujih investicij in tehnologije (SPIRIT) ter Inštitut za podjetništvo in management malih podjetij na Ekonomsko-poslovni fakulteti Univerze v Mariboru. Publikacija je brezplačno dostopna na: <http://ipmmp.um.si/slovenski-podjetniski-observatorij/spo-monografije/>

Sponzorji:



REPUBLIKA SLOVENIJA
MINISTRSTVO ZA GOSPODARSKI
RAZVOJ IN TEHNOLOGIJO

