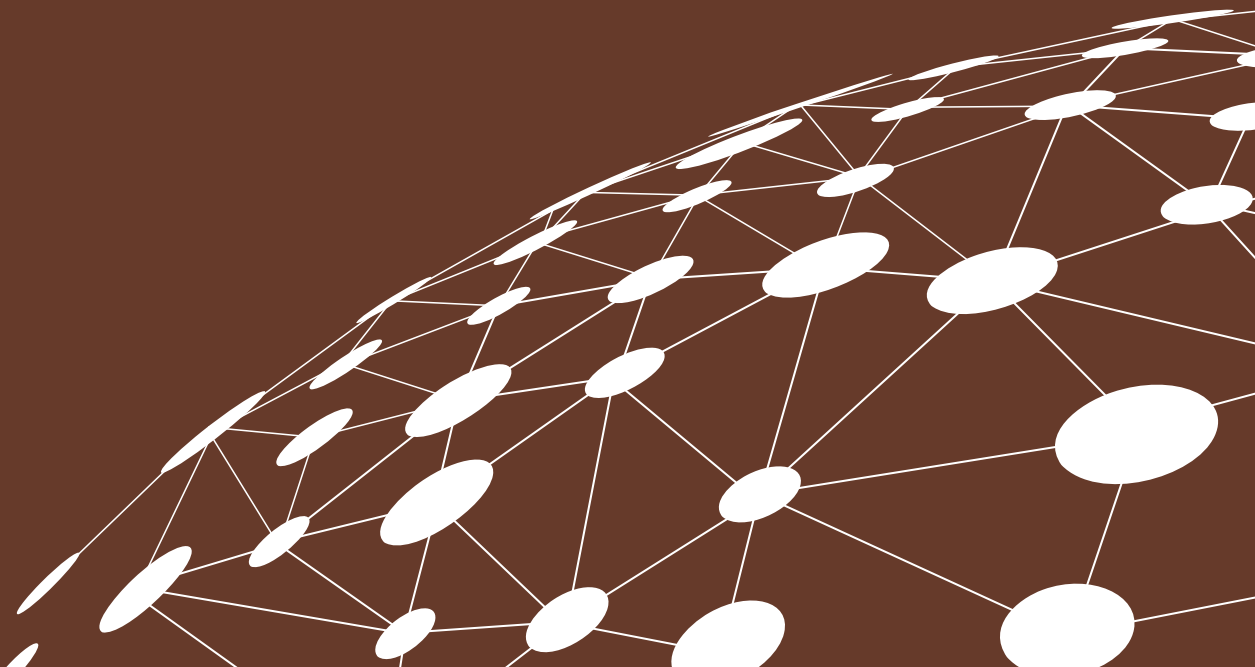




SLOVENSKA PODJETJA IN DRUŽBENA ODGOVORNOST

Slovenski podjetniški observatorij 2016

Dijana Močnik
Katja Crnogaj
Barbara Bradač Hojnik





Univerza v Mariboru

Univerzitetna
založba
Univerze v
Mariboru

Slovenska podjetja in družbena odgovornost

Slovenski podjetniški observatorij 2016

Avtorice:

dr. Dijana Močnik

dr. Katja Crnogaj

dr. Barbara Bradač Hojnik



februar 2017



University of
M a r i b o r
P r e s s

Slovenian Companies and Corporate Social Responsibility

Slovenian Entrepreneurship Observatory 2016

Authors:

dr. Dijana Močnik

dr. Katja Crnogaj

dr. Barbara Bradač Hojnik



February 2017

© Univerzitetna založba Univerze v Mariboru

Vse pravice pridržane. Brez pisnega dovoljenja založnika je prepovedano reproduciranje, distribuiranje, predelava ali druga uporaba tega dela ali njegovih delov v kakršnekoli obsegu ali postopku, vključno s fotokopiranjem, tiskanjem ali shranjevanjem v elektronski obliki.

Naslov: Slovenska podjetja in družbena odgovornost:
Slovenski podjetniški observatorij 2016

Avtorice: prof. dr. Dijana Močnik, doc. dr. Katja Crnogaj,
prof. dr. Barbara Bradač Hojnik

Urednika: prof. dr. Miroslav Rebernik, prof. dr. Karin Širec

Strokovna recenzenta: zasl. prof. ddr. Matjaž Mulej, prof. dr. Mitja Ruzzier

Lektor: Grega Rihtar

CIP

Založnik: Univerzitetna založba Univerze v Mariboru
Slomškov trg 15, 2000 Maribor, Slovenija
tel. +386 2 250 42 00, faks +386 2 252 32 45
<http://press.um.si>, zalozba@um.si

Oblikovanje: Nebia, d. o. o.

Tisk: TISK ŽNIDARIČ, tiskarstvo in trgovina, d.o.o.

Cena: brezplačni izvod

Naklada: 200 izvodov

Odgovorna oseba založnika: prof. dr. Igor Tičar, rektor

Izšlo v knjižni zbirki »Slovenski podjetniški observatorij«.

Slovenski podjetniški observatorij financirajo Javna agencija Republike Slovenije za spodbujanje podjetništva, internacionalizacije, tujih investicij in tehnologije - SPIRIT, Ministrstvo za gospodarski razvoj in tehnologijo RS in Javna agencija za raziskovalno dejavnost RS.

DOI 10.18690/978-961-286-012-7

ISSN 1854-8040

ISBN 978-961-286-012-7

© 2017 Univerzitetna založba Univerze v Mariboru

Dostopno na: <http://press.um.si>.

© University of Maribor Press

All rights reserved. No part of this book may be reprinted or reproduced or utilized in any form or by any electronic, mechanical, or other means, now known or hereafter invented, including photocopying and recording, or in any information storage or retrieval system, without permission in writing from the publisher.

Title: Slovenian Companies and Corporate Social Responsibility: Slovenian Entrepreneurship Observatory 2016
Authors: prof. dr. Dijana Močnik, doc. dr. Katja Crnogaj, prof. dr. Barbara Bradač Hojnik
Editors: prof. dr. Miroslav Rebernik, prof. dr. Karin Širec
Reviewers: zasl. prof. ddr. Matjaž Mulej, prof. dr. Mitja Ruzzier
Lector: Grega Rihtar

CIP

First published in 2017 by: University of Maribor Press
Slomškovo trg 15, 2000 Maribor, Slovenia
<http://press.um.si>, zalozba@um.si

Design and layout: Nebia, d. o. o.

Print: TISK ŽNIDARIČ, tiskarstvo in trgovina, d.o.o.

Price: free copy

Copies: 200

For publisher: prof. dr. Igor Tičar, rector (University of Maribor)

Published in book series »Slovenian Entrepreneurship Observatory«.

Slovenian Entrepreneurship Observatory is funded by the SPIRIT Slovenia - Public Agency for Entrepreneurship, Internationalization, Foreign Investments and Technology, Ministry of Economic Development and Technology and the Public Research Agency of the Republic of Slovenia.

DOI 10.18690/978-961-286-012-7

ISSN 1854-8040

ISBN 978-961-286-012-7

© 2017 University of Maribor Press

Available at: <http://press.um.si>.

Vsebina

Predgovor	13
Temeljne značilnosti slovenskega podjetništva v primerjavi z evropskim	17
1 Temeljne značilnosti slovenskega podjetništva v letu 2015	17
1.1 Uvod	18
1.2 Število podjetij in njihova povprečna velikost	21
1.3 Število zaposlenih oseb	26
1.4 Dodana vrednost	31
1.4.1 Struktura ustvarjene dodane vrednosti	31
1.4.2 Dodana vrednost na podjetje	39
1.4.3 Dodana vrednost na zaposlenega	40
1.5 Stroški dela	49
1.6 Kazalniki finančne uspešnosti	53
2 Podjetniška statistika Slovenije v primerjavi z EU-28	64
2.1 Uvod	64
2.2 Definicije in vir analiziranih podatkov	65
2.3 MSP v nefinančnem gospodarskem sektorju v EU-28 in Sloveniji	66
2.3.1 Ključni pokazatelji	66
2.3.2 Število podjetij, zaposlenost in dodana vrednost po dejavnostih	69
2.3.3 Dodana vrednost na zaposlenega	73
3 Sklepna spoznanja in ugotovitve	77
Literatura in viri	82
Priloge	83
Družbena odgovornost podjetij v Sloveniji	91
1 Uvod	91
2 Koncept družbene odgovornosti podjetij	93
2.1 Opredelitev in razvoj družbene odgovornosti	93
2.2 Teoretični okvir in modeli družbene odgovornosti	96
3 Razvoj politike družbene odgovornosti podjetij na ravni EU	100
3.1 Strategije EU o družbeni odgovornosti podjetij	100
3.2 Pristop EU k področju družbene odgovornosti podjetij	104

4 Družbena odgovornost v Sloveniji	106
4.1 Ozaveščanje, informiranje, izobraževanje in usposabljanje o družbeni odgovornosti	108
4.2 Certifikati ter nagrade in priznanja na področju družbene odgovornosti podjetij	111
4.2.1 Certifikati na področju družbene odgovornosti podjetij	112
4.2.2 Nagrade in priznanja na področju družbene odgovornosti podjetij	115
4.3 Pregled spoznanj o družbeni odgovornosti podjetij v Sloveniji	119
4.3.1 Spoznanja o notranji dimenziji družbene odgovornosti	122
4.3.2 Spoznanja o zunanji dimenziji družbene odgovornosti	125
5 Sklepna spoznanja in priporočila politiki	133
Literatura in viri	136
 Avtorji	 142

Slike in tabele k poglavju

Temeljne značilnosti slovenskega podjetništva v primerjavi z evropskim

Slika 1: Število podjetij na 1.000 prebivalcev po statističnih regijah v Sloveniji, 2015	22
Slika 2: Delež števila podjetij in njihova povprečna velikost po regijah v Sloveniji, 2015	22
Slika 3: Pregled števila podjetij po velikostnih razredih podjetij v Sloveniji, 2011–2015	23
Slika 4: Delež števila podjetij po dejavnostih v Sloveniji, 2015	24
Slika 5: Pregled števila zaposlenih in samozaposlenih po velikostnih razredih podjetij v Sloveniji, 2011–2015	26
Slika 6: Pregled povprečne velikosti podjetja po velikostnih razredih podjetij v Sloveniji, 2011–2015	27
Slika 7: Povprečna velikost podjetja po dejavnosti v Sloveniji, 2015	29
Slika 8: Delež števila podjetij in povprečna velikost podjetja po gospodarskih sektorjih v Sloveniji, 2015	30
Slika 9: Delež ustvarjene dodane vrednosti po velikostnih razredih podjetij v Sloveniji, 2015	32
Slika 10: Pregled deleža dodane vrednosti v prihodkih poslovanja po velikostnih razredih podjetij v Sloveniji, 2011–2015	33
Slika 11: Deleži dodane vrednosti v prihodkih poslovanja po dejavnostih v Sloveniji, 2015	34
Slika 12: Pregled dodane vrednosti na zaposlenega in samozaposlenega po velikostnih razredih podjetij v Sloveniji, 2011–2015	40
Slika 13: Pregled relativne dodane vrednosti na zaposlenega in samozaposlenega po velikostnih razredih podjetij v Sloveniji, 2011–2015	41
Slika 14: Dodana vrednost na zaposlenega po regijah v Sloveniji, 2015	43
Slika 15: Relativna dodana vrednost na zaposlenega po dejavnostih v Sloveniji, 2015	43
Slika 16: Delež dodane vrednosti in dodana vrednost na zaposlenega po gospodarskih sektorjih v Sloveniji, 2015	48
Slika 17: Pregled relativne dodane vrednosti na zaposlenega po gospodarskih sektorjih v Sloveniji, 2011–2015	48
Slika 18: Delež stroškov dela v dodani vrednosti po dejavnostih v Sloveniji, 2015	50
Slika 19: Pregled deleža stroškov dela v dodani vrednosti po velikostnih razredih podjetij v Sloveniji, 2011–2015	51
Slika 20: Pregled povprečnih stroškov dela na zaposlenega in samozaposlenega po velikostnih razredih podjetij v Sloveniji, 2011–2015	51
Slika 21: Povprečni stroški dela na zaposlenega po dejavnostih v Sloveniji, 2015	52

Slika 22:	Pregled ustvarjenega neto poslovnega izida na zaposlenega in samozaposlenega po velikostnih razredih podjetij v Sloveniji, 2011–2015	53
Slika 23:	Pregled ustvarjenega neto poslovnega izida na zaposlenega po regijah v Sloveniji, 2013–2015	55
Slika 24:	Pregled ustvarjenega neto poslovnega izida na zaposlenega po dejavnostih v Sloveniji, 2013–2015	57
Slika 25:	Relativni pomen velikostnega razreda podjetij v nefinančnem sektorju gospodarstva v EU-28, 2013	68
Slika 26:	Relativni pomen velikostnega razreda podjetij v nefinančnem sektorju gospodarstva v Sloveniji, 2013	69
Slika 27:	Panožna analiza podjetniške populacije v EU-28 in Sloveniji, 2013	70
Slika 28:	Panožna analiza zaposlenosti nefinančnega sektorja gospodarstva v EU-28 in Sloveniji, 2013	71
Slika 29:	Panožna analiza dodane vrednosti nefinančnega sektorja gospodarstva v EU-28 in Sloveniji, 2013	72
Slika 30:	Dodana vrednost na zaposleno osebo v nefinančnem sektorju gospodarstva EU-28 in Slovenije po velikostnih razredih podjetij, 2013	73
Slika 31:	Panožna analiza dodane vrednosti na osebo v nefinančnem sektorju gospodarstva v EU-28 in Sloveniji, 2013	74
Slika 32:	Relativna dodana vrednost na osebo v nefinančnem sektorju gospodarstva EU-28 in Slovenije po velikostnih razredih, 2013	75
Slika 33:	Panožna relativna dodana vrednost na osebo v nefinančnem sektorju gospodarstva v EU-28 in Sloveniji, 2013	76
Tabela 1:	Deleži zajetih podjetij, zaposlenih in čistih prihodkov od prodaje, 2015	18
Tabela 2:	Ključni podatki po velikosti podjetja v Sloveniji, 2015	19
Tabela 3:	Dodana vrednost in prihodki poslovanja po velikostnih razredih podjetij v Sloveniji, 2015	32
Tabela 4:	Sprememba deleža dodane vrednosti v prihodkih poslovanja po dejavnostih v Sloveniji, 2010–2015	38
Tabela 5:	Sprememba ustvarjene dodane vrednosti na podjetje po velikostnih razredih podjetij v Sloveniji, 2010–2015	40
Tabela 6:	Sprememba ustvarjene dodane vrednosti na zaposlenega po regijah v Sloveniji, 2010–2015	42
Tabela 7:	Pregled dodane vrednosti po gospodarskih sektorjih v Sloveniji, 2011–2015	47
Tabela 8:	Finančni kazalniki za velikostne razrede podjetij v Sloveniji, 2015	58
Tabela 9:	Finančni kazalniki za regije v Sloveniji, 2015	60
Tabela 10:	Finančni kazalniki za dejavnosti v Sloveniji, 2015	62
Tabela 11:	Finančni kazalniki za gospodarske sektorje v Sloveniji, 2015	63
Tabela 12:	Ključni pokazatelji po velikostnih razredih v nefinančnem sektorju gospodarstva v EU-28 in Sloveniji, 2013	67
Tabela 13:	Relativni pomen velikostnih razredov podjetij v nefinančnem sektorju gospodarstva v EU-28 in Sloveniji, 2013	67
Priloga 1:	Delež dodane vrednosti v prihodkih, 2014 (v %)	83
Priloga 2a:	Delež števila podjetij po dejavnostih nefinančnega sektorja gospodarstva in velikostnih razredih podjetij v EU-28, 2013	84
Priloga 2b:	Delež števila podjetij po dejavnostih nefinančnega sektorja gospodarstva in velikostnih razredih podjetij v Sloveniji, 2013	85
Priloga 3a:	Delež števila zaposlenih po dejavnostih nefinančnega sektorja gospodarstva in velikostnih razredih podjetij v EU-28, 2013	86
Priloga 3b:	Delež števila zaposlenih po dejavnostih nefinančnega sektorja gospodarstva in velikostnih razredih podjetij v Sloveniji, 2013	87
Priloga 4a:	Delež ustvarjene dodane vrednosti po dejavnostih nefinančnega sektorja gospodarstva in velikostnih razredih podjetij v EU-28, 2013	88
Priloga 4b:	Delež ustvarjene dodane vrednosti po dejavnostih nefinančnega sektorja gospodarstva in velikostnih razredih podjetij v Sloveniji, 2013	89

Slike in tabele k poglavju Družbena odgovornost podjetij v Sloveniji

Slika 1:	Piramida družbene odgovornosti	97
Slika 2:	Sodobna piramida družbene odgovornosti	98
Slika 3:	Vetrnica družbene odgovornosti	99
Slika 4:	Trikotnik sodelovanja med civilno družbo, vlado in gospodarstvom, ob spremljanju medijev	107
Slika 5:	Družbena odgovornost do zaposlenih	122
Slika 6:	Družbena odgovornost vodstva podjetja	124
Slika 7:	Družbena odgovornost do odjemalcev in drugih poslovnih partnerjev	126
Slika 8:	Družbena odgovornost do odjemalcev	127
Slika 9:	Družbena odgovornost podjetij do lokalnega okolja	128
Slika 10:	Družbena odgovornost do lokalne skupnosti	129
Slika 11:	Družbena odgovornost podjetij do naravnega okolja	130
Slika 12:	Družbena odgovornost do naravnega okolja	131
Tabela 1:	Značilnosti posameznih tipov odgovornosti	98
Tabela 2:	Primerjava značilnosti družbeno odgovornih praks v velikih podjetjih in MSP	120
Tabela 3:	Družbena odgovornost do zaposlenih	123
Tabela 4:	Oblike nasilja z vidika zaposlenih v Slovenji in EU	125

Slovenska podjetja in družbena odgovornost

Slovenski podjetniški observatorij 2016

Dijana Močnik
Katja Crnogaj
Barbara Bradač Hojnik

Povzetek: V prvem poglavju smo najprej analizirali vse gospodarske družbe in samostojne podjetnike v Sloveniji za leto 2015, nato pa smo za leto 2013 primerjali ključne podatke za podjetja EU-28 in Slovenije v nefinančnem sektorju gospodarstva (to so dejavnosti industrije, trgovine in storitev). V Sloveniji je bilo leta 2015 v celotnem gospodarstvu 127.373 podjetij, ki so zaposlovala 532.325 ljudi. Največ dodane vrednosti (7,4 milijarde evrov) in izvoza (16,6 milijarde evrov) so ustvarile predelovalne dejavnosti. V drugem poglavju proučujemo kontekst družbene odgovornosti na ravni podjetij in na nacionalni ravni v Sloveniji in EU, ki vključuje različne poslovne prakse, iniciative in ukrepe, s ciljem prispevanja k družbi in okolju, v katerem podjetja delujejo. Ugotavljamo, da je na tem področju podporno okolje v Sloveniji dobro razvito, vendar pa primanjkuje sodelovanja in povezovanja v skupen koncept družbene odgovornosti. Prikazujemo tudi stanje družbeno odgovornega angažiranja podjetij in, analiziramo prakse podjetij na tem področju.

Ključne besede: gospodarske družbe • samostojni podjetniki • kazalniki finančne uspešnosti • družbena odgovornost podjetij • implementacije družbeno odgovornega podjetništva

Naslov avtoric: dr. Dijana Močnik, profesorica, Univerza v Mariboru, Fakulteta za elektrotehniko, računalništvo in informatiko, Smetanova ulica 17, 2000 Maribor, Slovenija, e-pošta: dijana.mocnik@um.si.
dr. Katja Crnogaj, docentka, Univerza v Mariboru, Ekonomsko-poslovna fakulteta, Razlagova ulica 14, 2000 Maribor, Slovenija, e-pošta: katja.crnogaj@um.si.
dr. Barbara Bradač Hojnik, izredna profesorica, Univerza v Mariboru, Ekonomsko-poslovna fakulteta, Razlagova ulica 14, 2000 Maribor, Slovenija, e-pošta: barbara.bradac@um.si.

DOI 10.18690/978-961-286-012-7

ISSN 1854-8040

ISBN 978-961-286-012-7

© 2017 Univerzitetna založba Univerze v Mariboru

Dostopno na: <http://press.um.si>

Slovenian Companies and Corporate Social Responsibility

Slovenian Entrepreneurship Observatory 2016

Dijana Močnik
Katja Crnogaj
Barbara Bradač Hojnik

Abstract: In first chapter, we first analysed all companies and entrepreneurs in Slovenia for the year 2015, then we compared for the year 2013 key data of the EU-28 and Slovenia in the non-financial business economy (the activities of industry, distributive trades and services). In Slovenia, 127,373 businesses employed 532,325 people in 2015. The manufacturing sector also generated the largest value added (7.4 billion euros) and exports (16.6 billion euros). In second chapter, we examined the context of corporate social responsibility on the company and national levels in Slovenia and the EU, involving different business practices, initiatives and actions, with the goal of contributing to the society and environment in which companies function. We found that the supportive environment for corporate social responsibility in Slovenia is well-developed, but there is a lack of cooperation and integration towards a common concept of social responsibility on the national level. We also show the state of socially responsible behaviour of companies and analyse their practices and initiatives.

Keywords: companies • sole trader • indicators of financial performance • corporate social responsibility • implementation of socially responsible entrepreneurship

Correspondence Address: Dijana Močnik, Ph.D., Professor, University of Maribor, Faculty of Electrical Engineering and Computer Science, Smetanova ulica 17, 2000 Maribor, Slovenia, email: dijana.mocnik@um.si.
Katja Crnogaj, Ph.D., Assistant Professor, University of Maribor, Faculty of Economics and Business, Razlagova ulica 14, 2000 Maribor, Slovenia, email: katja.crnogaj@um.si.
Barbara Bradač Hojnik, Ph.D., Associate Professor, University of Maribor, Faculty of Economics and Business, Razlagova ulica 14, 2000 Maribor, Slovenia, email: barbara.bradac@um.si.

DOI 10.18690/978-961-286-012-7

ISSN 1854-8040

ISBN 978-961-286-012-7

© 2017 University of Maribor Press

Available at: <http://press.um.si>.



Predgovor

Že vse od leta 2000 Slovenski podjetniški observatorij spremlja in proučuje slovensko podjetništvo ter predlaga, kateri bi bili najprimernejši ukrepi podjetniške politike ter politike malega gospodarstva. Nastal je po vzoru nekdanjega Observatory of European SMEs in bil eden izmed prvih nacionalnih observatorijev podjetništva in malih ter srednje velikih podjetij v svetu. Sledi svoji temeljni zasnovi tako, da v prvem delu vselej prikaže temeljno poslovno demografijo slovenskih podjetij primerjalno z evropsko, v drugem delu pa se podrobneje posveti eni ali več perečim temam. V letu 2016 smo v dogovoru s SPIRIT – Javno agencijo Republike Slovenije za spodbujanje podjetništva, internacionalizacije, tujih investicij in tehnologije izbrali družbeno odgovorno podjetništvo.

V prvem delu observatorija proučujemo značilnosti slovenskega podjetništva in analiziramo na temelju podatkov AJPES slovenske gospodarske družbe (to so družbe z omejeno odgovornostjo, družbe z neomejeno odgovornostjo, delniške in komanditne delniške družbe in komanditne družbe) in samostojne podjetnike, ki so se leta 2015 ukvarjali s podjetniškimi aktivnostmi. Na mestih, kjer primerjamo slovensko podjetništvo z evropskim, pa smo uporabili strukturno Eurostatovo podjetniško statistiko (Structural Business Statistics), za katero zbirajo podatke nacionalni statistični uradi in jih posredujejo Eurostatu. V obeh primerih smo uporabili zadnje razpoložljive harmonizirane podatke, ki so bili na voljo v času naše analize – v primeru AJPES za leto 2015 in v primeru Eurostat za leto 2013. V drugem delu observatorija, kjer smo proučevali tematiko družbeno odgovornega podjetništva, pa smo morali podatke črpati iz številnih ločenih sekundarnih virov – od statističnih podatkov, posameznih projektnih raziskav in študij do nekaterih izbranih doktorskih raziskav, saj je to področje, gledano podatkovno, v Sloveniji povsem neurejeno in nezadostno.

Analiza poslovne demografije kaže, da je bilo leta 2015 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 odstotkov 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 slovenskega podjetništva je bilo ustvarjenih 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 četrtno več dodane vrednosti od slovenskega povprečja in za skoraj 40 % več kot zaposleni delavec v mikro, malem in srednje velikem podjetju.

Primerjava z evropskim podjetništvom pokaže, 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). Nefinančni sektor gospodarstva EU-28 je leta 2013 zagotavljal delo 133 milijonom ljudi, ki so bili zaposleni v 22,6 milijona podjetij, od katerih je bilo 93 % mikro podjetij (z manj kot 10 zaposlenimi). Več kot četrtnina podjetij v nefinančnem sektorju EU-28 je bilo leta 2013 aktivnih v dejavnosti G: Trgovina; vzdrževanje in popravila motornih vozil, največ, in sicer več kot četrtno dodane vrednosti so ustvarila podjetja predelovalnih dejavnosti. 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.

Poudariti je treba, da se je število podjetij v Sloveniji v letu 2015 v primerjavi z letom 2014 zmanjšalo za skoraj 3 %. Posledično se je zmanjšalo tudi število podjetij na 1.000 prebivalcev, kar je eden izmed kazalnikov podjetniške aktivnosti in se zadnja leta zmanjšuje. Analiza števila podjetij kaže, da se je v 4-letnem obdobju 2011–2015 skupno število podjetij v povprečju zmanjševalo po 0,54 % letni stopnji. V tem obdobju se je najbolj zmanjšalo število mikro (1 do 9 zaposlenih) in velikih podjetij (po 7 %).

Za slovensko gospodarstvo in gospodarstvu EU je bilo pomembno realno gospodarstvo in močna industrija, saj so predelovalne dejavnosti ustvarile največ izvoza, dodane vrednosti in zaposlenosti. Interakcije industrije z drugimi gospodarskimi strukturami v Sloveniji in Evropi pa se raztezajo daleč preko proizvodnje in zajemajo aktivnosti, ki so povezane z oskrbo surovin, energije in poslovnih storitev (npr. logistike), potrošniških storitev (npr. poprodajne storitve za trajne izdelke) ali s turizmom. Industrijske dejavnosti so namreč vključene v vse bolj obsežne in zapletene vrednostne verige, ki povezujejo vodilne korporacije ter MSP v različnih sektorjih oziroma dejavnostih in državah. Gospodarski pomen industrijskih dejavnosti je zato veliko večji, kot ga je mogoče izraziti z njegovim deležem v ustvarjeni dodani vrednosti oziroma BDP. Industrija predstavlja več kot 80 % evropskega izvoza in 80 % zasebnih raziskav in inovacij. Skoraj eno od štirih delovnih mest v zasebnem sektorju je v industriji in v številnih primerih zahteva visoko usposobljeno delovno silo. Po nekaterih ocenah namreč vsako dodatno delovno mesto v proizvodnji ustvari pol do dve delovni mesti v drugih dejavnostih.

Precej lahko k večji konkurenčnosti prispeva tudi država, in sicer tako, da ustrezno podpre razvoj podjetij z ukrepi svoje ekonomske politike. Ti naj zagotavljajo koristi za podjetja preko administrativnih poenostavitvev in bolj prijaznega širšega poslovnega okolja, dobre ravni infrastrukture in dostopa do zadostnih resursov, vključno s finančnimi sredstvi, reprodukcijskim materialom, energijo in ustrezno usposobljeno delovno silo. Poleg podpore konkurenčnosti lahko država dodatno pripomore k razvoju podjetij in celotne družbe tudi z ukrepi ekonomske politike za učinkovito rabo potrebnih resursov in trajnostni razvoj. Na poti k večji konkurenčnosti slovenskega gospodarstva mora zato Slovenija nadaljevati z ukrepi na področju zakonodaje o plačilni nesposobnosti, skrajšati sodne postopke in število nerešenih zadev, zmanjšati neusklajenost med razpoložljivo ponudbo znanja in spretnosti na trgu delovne sile in znanji, ki jih iščejo delodajalci. Še veliko dela je treba vložiti tudi v izboljšanje splošnega poslovnega okolja z liberalizacijo reguliranih poklicev, podjetništva starejših, bolj ranljivih podjetniških skupin, zagotovitev povsem neodvisnega organa, pristojnega za konkurenco podjetij, in z učinkovitejšo javno upravo.

Močna industrijska baza je ključnega pomena za oživitev gospodarstva in konkurenčnosti tako slovenskega kot tudi evropskega gospodarstva, zato 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. Konkurenčnost bo mogoče izboljšati, po eni strani, na osnovi sposobnosti podjetij, da tekmujejo na domačem in svetovnih trgih. To pomeni, da morajo podjetja upoštevati najnovejša spoznanja raziskav in inovativnih praks, čim hitreje sprejeti digitalizacijo in principe t. i. Industrije 4.0., proizvajati izdelke in opravljati storitve na trajnostni način ter izvesti zadostne naložbe za zagotavljanje svoje konkurenčnosti. Povečanje ravni znanja in spretnosti, spodbujanje znanja in spretnosti ter iskanje načinov za boljše predvidevanje potreb na trgu dela, vključno z dialogom z industrijo, so zato bistvenega pomena za dolgoročno kakovost življenja in zagotavljanje poštene, vključujoče in trajnostne rasti družbe. Zahtevni trgi od podjetij namreč poleg ekonomske uspešnosti pričakujejo tudi dodatno angažiranost in družbeno odgovorno ravnanje.


Zato se drugi del observatorija podrobneje posveča družbeno odgovornemu podjetništvu in proučuje 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.

Tako 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.

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.

Miroslav Rebernik
Karin Širec



Temeljne značilnosti slovenskega podjetništva v primerjavi z evropskim

1 Temeljne značilnosti slovenskega podjetništva v letu 2015

Ključna spoznanja:

- V letu 2015 so gospodarske družbe in samostojni podjetniki ustvarili za 20,93 milijarde evrov dodane vrednosti in tako dosegli njeno raven iz leta 2013.
- Gospodarske družbe in samostojni podjetniki so leta 2015 ustvarili tretjino prihodkov z izvozom, ki se je povečal za skoraj 7 % v primerjavi z letom 2014.
- Dodana vrednost se je v primerjavi z letom 2014 najbolj povečala v dejavnosti L: Poslovanje z nepremičninami, in sicer za 14 %.
- V letu 2015 je bil najbolj produktiven zaposleni delavec v velikem podjetju, saj je ustvaril za četrtno več dodane vrednosti od slovenskega povprečja in za skoraj 40 % več kot zaposleni delavec v mikro, malem in srednje velikem podjetju.
- V letu 2015 je dejavnost I: Gostinstvo poslovala z dobičkom, kar se je zgodilo prvič v opazovanem obdobju od leta 2010 dalje, ko je poslovala z izgubo.

1.1 Uvod

V prvem delu proučevanja značilnosti slovenskega podjetništva analiziramo slovenske gospodarske družbe (to so družbe z omejeno odgovornostjo, družbe z neomejeno odgovornostjo, delniške in komanditne delniške družbe in komanditne družbe) in samostojne podjetnike, ki so se leta 2015 ukvarjali s podjetniškimi aktivnostmi in so bili razvrščeni v vse SKD dejavnosti.¹ Z upoštevanjem gospodarskih družb in samostojnih podjetnikov smo v analizo zajeli v povprečju 68 % vseh poslovnih subjektov, 59 % vseh zaposlenih in 89 % ustvarjenih čistih prihodkov od prodaje v slovenskem gospodarstvu v letu 2015. Poslovne subjekte sestavljajo, poleg gospodarskih družb in samostojnih podjetnikov, še državni organi in lokalne skupnosti, zavodi, društva in zveze društev, zadruga, druge oblike podjetij in druge fizične osebe. Po dejavnostih se v analizo zajeti deleži razlikujejo, kar prikazuje tabela 1.

Tabela 1: Deleži zajetih podjetij, zaposlenih in čistih prihodkov od prodaje, 2015

	SKD dejavnosti ¹ (deleži v %)																			
	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	Skupaj
1 ²	41	91	82	63	83	87	93	90	72	73	90	100	73	70	2	46	42	20	31	68
2 ³	59	94	91	82	90	71	76	84	65	70	15	68	54	86	1	2	9	20	29	59
3 ⁴	76	100	100	106	93	95	96	100	97	97	13	89	84	100	3	5	13	56	63	89

Opomba: ¹ opis SKD dejavnosti je podan v sprotni opombi 1; ² delež števila podjetij; ³ delež števila zaposlenih; ⁴ delež čistih prihodkov od prodaje.

Vir: IPMMP – EPF UM, 2016. Po podatkih SURS (podatki za leto 2015).

Podatke smo dobili od Agencije Republike Slovenije za javnopravne evidence in storitve (AJPES) in jih analizirali po velikostnih razredih podjetij, slovenskih statističnih regijah in dejavnostih. Velikostni razredi so oblikovani po kriteriju povprečnega števila zaposlenih v podjetju in so naslednji: z 0 (nič) zaposlenimi, z 1 do 9 zaposlenimi, z 10 do 49 zaposlenimi, s 50 do 249 zaposlenimi ter z 250 in več zaposlenimi delavci. Podjetja z manj kot 10 zaposlenimi ljudmi imenujemo *mikro podjetja*, podjetja z 10 do 49 zaposlenimi imenujemo *mala podjetja*, podjetja s 50 do 249 zaposlenimi imenujemo *srednje velika podjetja*, podjetja z 250 ali več zaposlenimi pa so *velika podjetja*. Kadar prikazujemo podatke za mikro, mala in srednje velika podjetja skupaj, jih združujemo in označujemo s kratico MSP ali velikostnim razredom od 0 do 249 zaposlenih. Čeprav se pri razvrščanju podjetij v različne velikostne razrede pogosto uporabljata tudi vrednost ustvarjenih prihodkov in vrednost premoženja, smo v našem primeru upoštevali kot kriterij velikosti podjetja samo število zaposlenih. Ta kriterij je namreč uporabljen tudi v referenčnih evropskih raziskavah o podjetništvu. Celotni razred z 0 zaposlenimi med samostojnimi podjetniki smo priključili v velikostni razred z 1 do 9 zaposlenimi. Prav tako so v velikostnem razredu od 1 do 9 ljudi med zaposlene osebe prišteti tudi samozaposleni samostojni

¹ Gospodarske družbe so kapitalske družbe, osebne družbe, podružnice tujega podjetja, gospodarska interesna združenja in druge organizacijske oblike, ki vodijo poslovne knjige in sestavijo letna poročila, kot velja za gospodarske družbe. Med samostojne podjetnike so zajeti vsi samostojni podjetniki, razen samostojnih podjetnikov, ki so obdavčeni na podlagi ugotovljenega dobička z upoštevanjem normiranih stroškov.

Standardna klasifikacija dejavnosti (SKD), ki velja od začetka leta 2008, je naslednja: A: Kmetijstvo in lov, gozdarstvo, ribištvo; B: Rudarstvo; C: Predelovalne dejavnosti; D: Oskrba z električno energijo, plinom in paro; E: Oskrba z vodo; F: Ravnanje z odpadki in odpadki; G: Saniranje okolja; H: Gradbeništvo; I: Trgovina; J: Vzdrževanje in popravila motornih vozil; K: Promet in skladiščenje; L: Gostinstvo; M: Informacijske in komunikacijske dejavnosti; N: Finančne in zavarovalniške dejavnosti; O: Poslovanje z nepremičninami; P: Strokovne, znanstvene in tehnične dejavnosti; Q: Druge raznovrstne poslovne dejavnosti; R: Dejavnost javne uprave in obrambe; S: Dejavnost obvezne socialne varnosti; T: Izobraževanje; U: Zdravstvo in socialno varstvo; V: Kulturne, razvedrilne in rekreacijske dejavnosti; W: Druge dejavnosti.

podjetniki. Analizo slovenskih gospodarskih družb in samostojnih podjetnikov v letu 2015 smo naredili za število podjetij, število zaposlenih, prihodke poslovanja, dodano vrednost, stroške dela in čisti poslovni izid. Nekatere podatke smo predstavili za petletno oziroma šestletno obdobje od leta 2011 oziroma 2010 do leta 2015. Za leto 2015 smo opravili tudi analizo finančne uspešnosti slovenskih podjetij.

Preden predstavimo podjetja po posameznih sklopih, v uvodu podajamo nekaj pomembnejših podatkov po velikostnih razredih podjetij (tabela 2).

Tabela 2: Ključni podatki po velikosti podjetja v Sloveniji, 2015

Ključni podatki za slovenske gospodarske družbe in samostojne podjetnike vseh SKD dejavnosti za leto 2014	Velikostni razredi podjetij						SKUPAJ
	MSP					Velika	
	Mikro		Mala	Srednja	MSP skupaj		
	0	1 do 9	10 do 49	50 do 249	250 in več		
Število podjetij	25.953	94.698	5.438	1.075	127.164	209	127.373
Delež števila podjetij v populaciji vseh podjetij (v %)	20,4	74,3	4,3	0,8	99,8	0,2	100,0
Število zaposlenih		115.940	104.985	110.363	331.287	154.556	485.844
Število zaposlenih in samozaposlenih		162.421	104.985	110.363	377.768	154.556	532.325
Delež zaposlenih velikostnega razreda v vseh zaposlenih (v %)		23,9	21,6	22,7	68,2	31,8	100,0
Delež zaposlenih in samozaposlenih velikostnega razreda v vseh zaposlenih (v %)		30,5	19,7	20,7	71,0	29,0	100,0
Povprečno število zaposlenih na podjetje		1,2	19,3	102,7	2,6	739,5	3,8
Povprečno število zaposlenih in samozaposlenih na podjetje		1,7	19,3	102,7	3,0	739,5	4,2
Povprečni prihodki poslovanja na podjetje (v 1.000 evrih)	76	173	3.333	19.803	454	129.633	666
Povprečni čisti prihodki od prodaje nerezidentom na podjetje (v 1.000 evrih)	23	33	839	7.091	125	57.251	219
Povprečna dodana vrednost na zaposlenega in samozaposlenega (v evrih)		26.338	40.227	41.124	35.399	48.903	39.320
Povprečni neto poslovni izid na zaposlenega in samozaposlenega (v evrih)		3.982	4.877	2.185	3.705	3.890	3.759
Povprečna neto donosnost kapitala (v %)		9,4	7,0	2,9	5,7	3,6	4,8
Povprečna neto donosnost sredstev (v %)		4,0	3,1	1,4	2,4	1,8	2,2
Povprečna neto donosnost prihodkov poslovanja (v %)		4,0	2,8	1,1	2,4	2,2	2,4
Povprečni delež kapitala v financiranju (v %)	23,9	42,6	45,1	48,6	42,3	50,4	45,2
Povprečna dobičkovnost [(DV-stroški dela)/DV]* (v %)	95,0	47,9	39,7	38,6	43,3	45,7	44,2
Povprečni delež stroškov dela v dodani vrednosti (v %)	5,0	52,1	60,3	61,4	56,7	54,3	55,8

Opomba: * DV = dodana vrednost

Vir: IPMMP – EPF UM, 2016. Po podatkih AJPEŠ (podatki za leto 2015).

Iz tabele 2 lahko vidimo, da je bilo leta 2015 v Sloveniji 127.373 podjetij, od tega 25.953 gospodarskih družb z 0 zaposlenimi, 94.698 mikro podjetij (z 1 do 9 zaposlenimi), 5.438 malih podjetij (z 10 do 49 zaposlenimi), 1.075 srednje velikih podjetij (z 50 do 249 zaposlenimi) in 209 velikih podjetij (z 250 in

več zaposlenimi).² Tako je bilo leta 2015 v Sloveniji vseh mikro podjetij (z 0 do 9 zaposlenimi) 120.651, kar predstavlja 95 % vseh podjetij. Če k mikro podjetjem prištejemo še mala in srednje velika podjetja (0 do 249 zaposlenih), je bilo v letu 2015 v Sloveniji 127.164 mikro, malih in srednje velikih podjetij (MSP) skupaj, kar predstavlja kar 99,8 % vseh podjetij. Slovenska podjetja so skupaj s samozaposlenimi zaposlovala 532.325 ljudi. Leto 2015 so zaključila z 2 milijardama evrov neto poslovnega izida, kar pomeni, da je vsak zaposleni (vključno s samozaposlenimi) v letu 2015 ustvaril v povprečju za 3.759 evrov neto poslovnega izida. Najvišji je bil znesek v malih podjetjih, in sicer 4.877 evrov, najnižji pa v srednje velikih podjetjih, kjer je znašal 2.185 evrov. Povprečni neto poslovni izid na zaposlenega in samozaposlenega v MSP je znašal 3.705 evrov (tabela 2).

Neto poslovni izid povprečnega slovenskega podjetja je predstavljal 4,8 % donos na investirani kapital. Donosnost je bila najvišja v mikro podjetjih z 1 do 9 zaposlenimi (9,4 %), s 7 % neto donosnostjo kapitala sledijo mala podjetja, z 2,9 % srednje velika in s 3,6 % velika podjetja. Neto donosnost kapitala povprečnega MSP je bila 5,7-odstotna. Negativna pa je bila neto donosnost kapitala v gospodarskih družbah z 0 zaposlenimi (-0,01 %). Povprečno podjetje je imelo v strukturi virov financiranja le 45,2 % kapitala, kar pomeni, da so dolgovi predstavljali 54,8 % vrednosti vseh sredstev. V letu 2015 so bile dolgoročne in kratkoročne obveznosti nekoliko manjše v primerjavi s predhodnim letom. Znašale so 46 milijard evrov (leta 2014 so znašale skoraj 50 milijard evrov), od tega so imele večino gospodarske družbe (45 milijard evrov, leta 2014 je njihov dolg znašal 48,46 milijarde evrov, leta 2013 pa 52,2 milijarde evrov), samostojni podjetniki pa 1 milijardo evrov (leta 2014 1,46 milijarde evrov in 1,56 milijarde evrov leta 2013). Vidimo, da se zadolženost slovenskih gospodarskih družb in samostojnih podjetnikov zmanjšuje (Rebernik, Močnik in Bradač Hojnik, 2015; Močnik, Rus, Rebernik (ur.) in Širec (ur.), 2016).

Spodbudno je, da med manj in najmanj zadolženimi podjetji narašča število izvozno usmerjenih podjetij. Izvozno usmerjena podjetja so tista, pri katerih prihodki od prodaje na tujih trgih presegajo prihodke od prodaje na domačem trgu. Delimo jih na: (1) pretežno in (2) zmerno izvozno usmerjena podjetja. Pretežno izvozno usmerjena podjetja imajo delež prihodkov od prodaje na domačem trgu v celotnih prihodkih od prodaje pod 30 %, zmerno izvozno usmerjena podjetja pa med 30 in 50 %. Med prezadolženimi podjetji je večina podjetij pretežno usmerjena na domači trg. Med temi prevladujejo MSP. Na domači trg usmerjena podjetja so tista, pri katerih prihodki od prodaje na domačem trgu presegajo prihodke od prodaje na tujih trgih (UMAR, 2016, str. 30).

Poslabšanje razmer v finančnem sektorju in prezadolženost podjetij v preteklih letih sta opozorila tudi na neustrezen institucionalni okvir, zato so bili v zadnjih letih sprejeti ukrepi v podporo razdolževanju in prestrukturiranju podjetij. Nadaljnji ukrepi bodo potrebni predvsem pri poglobljanju finančnega trga in povečanju dostopnosti posojil in drugih virov financiranja za vse gospodarske subjekte, kar se je z dokapitalizacijo bank v vrednosti 3,6 milijarde evrov do decembra 2014 znatno izboljšalo (UMAR, 2016).

Čeprav so se kazalniki poslovanja in kapitalske ustreznosti bank po njihovi sanaciji konec leta 2013 precej izboljšali, visoka zadolženost podjetij pa se znižuje, se kreditna aktivnost še naprej krči. To, ob visoki odvisnosti podjetij od bančnih virov zaradi slabo razvitih preostalih segmentov finančnega sistema, zelo otežuje zagotavljanje podjetniških virov financiranja, še zlasti za MSP. V predkriznem obdobju so posojila domačim nebančnim sektorjem hitro naraščala. Samo v letih od 2006 do 2008 se je njihov obseg skoraj podvojil. V času gospodarske krize pa so se razmere na kreditnih trgih močno zaostriale. Obseg kreditov podjetjem je sredi leta 2010 začel upadati in se je do konca leta 2015 več kot

² V razredu z 0 zaposlenimi so samo gospodarske družbe, medtem ko so v drugih velikostnih razredih podjetij gospodarske družbe in samostojni podjetniki skupaj. Kot že zapisano, smo namreč samostojne podjetnike z 0 zaposlenimi priključili velikostnemu razredu z 1–9 zaposlenimi. Takšnih samostojnih podjetnikov je bilo leta 2015 46.481.

prepolovil. Novo kreditiranje podjetij in nefinančnih institucij pa se še naprej zmanjšuje. Leta 2015 je znašalo 7,3 milijarde evrov, kar je za skoraj 20 % manj kot v letu 2014 in več kot 60 % manj kot leta 2011, ko je bilo najvišje (UMAR, 2016, str. 28). Anketa o posojilni aktivnosti bank pa kaže, da je povpraševanje podjetij po posojilih naraščalo, izraziteje v MSP. Relativno manj se je krepilo povpraševanje velikih podjetij, kar lahko nakazuje, da se iz slovenskega bančnega sistema postopoma umikajo tista podjetja, ki so dovolj velika in finančno stabilna, da lahko izkoriščajo ugodnejše pogoje zadolževanja v tujini oziroma imajo dostop do drugih finančnih virov. Razlike med domačimi in tujimi obrestnimi merami se sicer še naprej postopoma zmanjšujejo, a so še razmeroma visoke (UMAR, 2016, str. 28).

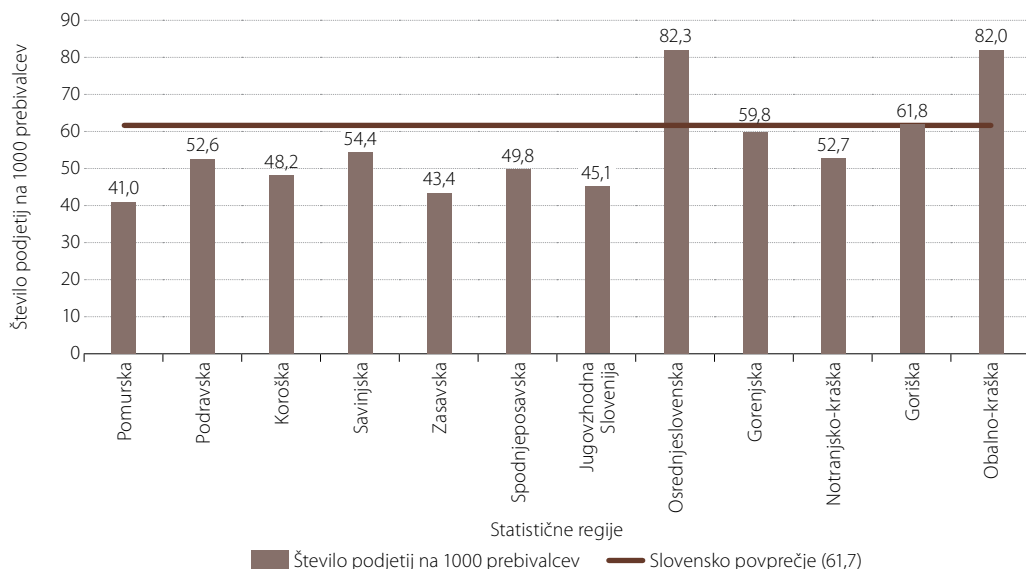
Pomen drugih segmentov finančnega sistema za financiranje slovenskega gospodarstva je še vedno precej skromen. Finančna sredstva denarnih finančnih institucij predstavljajo približno 75-odstotni delež celotnega finančnega sistema, kar je precej več kot v EU, kjer je ta delež približno 50-odstoten. Delež se sicer postopoma zmanjšuje, vendar predvsem zaradi krčenja bančnega sektorja in v manjši meri zaradi rasti finančnih sredstev drugih finančnih institucij, ki se povečujejo počasneje. Financiranje preko trga kapitala, kljub nekaterim pozitivnim gibanjem v letu 2015 ostaja relativno nizko in nedostopno za MSP, ki se soočajo z relativno večjimi težavami pri zagotavljanju virov financiranja. Z učinkovitim odpravljanjem ovir za večjo dostopnost do kapitalskih trgov in spodbujanjem varčevanja za starost v obliki življenjskih in pokojninskih zavarovanj bi se lahko nebančni segment finančnega sistema postopno okrepil in gospodarstvu zagotovil dodatno ponudbo dolgoročnejših virov financiranja (UMAR, 2016, str. 29).

Prispevek nadaljujemo po posameznih sklopih: v poglavju 1.2 analiziramo število podjetij in njihovo povprečno velikost, v poglavju 1.3 število zaposlenih oseb, v poglavju 1.4 dodano vrednost, v poglavju 1.5 stroške dela in v poglavju 1.6 finančno uspešnost slovenskih gospodarskih družb in samostojnih podjetnikov v letu 2015. V poglavju 1.7 podajamo zaključek prvega poglavja.

1.2 Število podjetij in njihova povprečna velikost

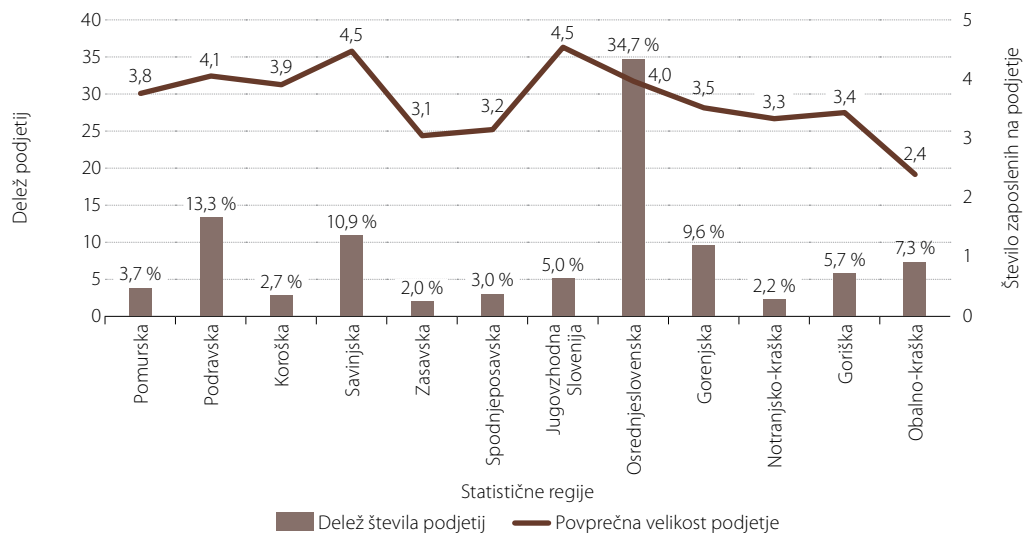
Leta 2015 je bilo v Sloveniji aktivnih 127.373 podjetij, od tega 65.214 gospodarskih družb in 62.159 samostojnih podjetnikov. V zasavski regiji je bilo najmanjše absolutno število podjetij (2.493), a se je glede na leto 2014 povečalo za 41 % (s 1.759). V letu 2015 zasavska regija tudi prvič nima več najmanjšega števila podjetij na 1.000 prebivalcev, pač je to mesto prevzela pomurska regija (41), kar kaže na manjšo podjetniško aktivnost v tej regiji (*slika 1*). V tradicionalno najmanj podjetniško aktivni zasavski regiji se je v letu 2015 število podjetij na 1.000 prebivalcev povečalo s 30,5 v letu 2014 na 43,4 leta 2015. V šestih letih se je najbolj povečalo to število prav v zasavski regiji, in sicer za 4,4 (z 39 podjetij na 1.000 prebivalcev leta 2010). To število pa se je najbolj zmanjšalo, za 5, v goriški regiji (s 66,8 leta 2010 na 61,8 podjetij na 1.000 prebivalcev v letu 2015). Po številu podjetij na 1.000 prebivalcev sta bili na prvem in drugem mestu ter daleč nad slovenskim povprečjem (61,7; ta vrednost je leta 2014 znašala 63,5, leta 2010 pa 62 podjetij na 1.000 prebivalcev) osrednjeslovenska regija z 82,3 in obalno-kraška regija z 82 podjetji. Vse druge regije, razen goriške (61,8), niso dosegale slovenskega povprečja. V podjetniško najbolj aktivni osrednjeslovenski regiji, v kateri se je v petletnem obdobju (2010–2014) najbolj povečalo število podjetij na 1.000 prebivalcev (z 81,5 leta 2010 na 85,8 leta 2014), se je v letu 2015 ta vrednost spet zmanjšala. Takoj za goriško sledi gorenjska regija (59,8). V obdobju od leta 2010 do leta 2015 se je povprečno število podjetij na 1.000 prebivalcev povečalo samo še v savinjski regiji, in sicer za 1,9 (z 52,5 leta 2010 na 54,4 leta 2015) in osrednjeslovenski regiji (za 0,8; z 81,5 leta 2010 na 82,3 leta 2015). V vseh drugih regijah se je število podjetij na 1.000 prebivalcev v šestletnem obdobju zmanjšalo. Poleg že omenjene goriške regije še precej, in sicer za 2,3, v podravski regiji (s 54,9 leta 2010 na 52,6 leta 2015) (Močnik idr., 2016).

Slika 1: Število podjetij na 1.000 prebivalcev po statističnih regijah v Sloveniji, 2015



Vir: IPMMP – EPF UM, 2016. Vir podatkov o številu prebivalcev 1. 7. 2016: SI-Stat podatkovni portal.

Slika 2: Delež števila podjetij in njihova povprečna velikost po regijah v Sloveniji, 2015



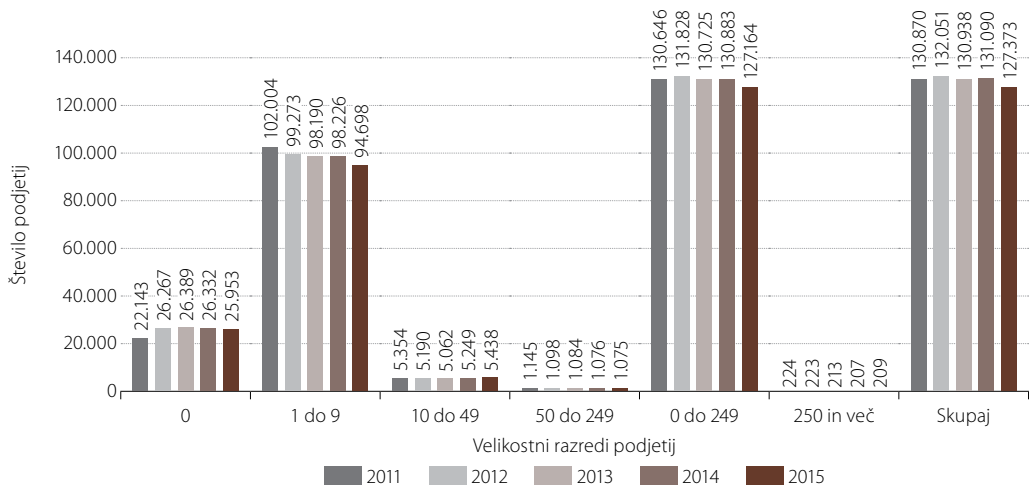
Vir: IPMMP – EPF UM, 2016. Po podatkih AJPES (za leto 2015).

Na *sliki 2* je za leto 2015 prikazan delež števila podjetij po regijah v povezavi s kazalnikom povprečnega števila zaposlenih v podjetju, ki je eden izmed pokazateljev povprečne velikosti podjetja. Največ podjetij, več kot tretjina (34,7 % ali 44.171), je bilo v osrednjeslovenski, najmanj (2 % ali 2.493) pa v zasavski regiji. Največjo povprečno velikost podjetja sta izkazovali savinjska regija in jugovzhodna Slovenija (4,5, kar je več kot leta 2014, ko je ta znašala 4,2). Najmanjšo velikost podjetja, in sicer

2,4 zaposlenega (leta 2014 pa 2,2), je imela obalno-kraška regija. Povprečna velikost slovenskega podjetja brez števila samozaposlenih je znašala 3,8 ljudi (leta 2014 jih je bilo 3,6 ljudi), skupaj s samozaposlenimi pa 4,2 ljudi (leta 2014 nekoliko manj, to je 4 ljudi) (Močnik idr., 2016).

Analiza števila podjetij kaže, da se je v 5-letnem obdobju 2011–2015 skupno število podjetij v povprečju zmanjševalo po 0,7 % letni stopnji. V tem obdobju se je najbolj zmanjšalo število mikro (1 do 9 zaposlenih) in velikih podjetij (za 7 %). Zmanjšalo se je tudi število srednje velikih podjetij (za 6 %). Povečalo se je le število gospodarskih družb z 0 zaposlenimi (za 17 %, če primerjamo njihovo število v letu 2015 s številom leta 2011) in število malih podjetij (za 1,6 % v letu 2015 glede na leto 2011). Najbolj se je torej povečalo število podjetij, med katera sodijo gospodarske družbe, katerih ustanovitelji oziroma družbeniki ali delničarji niso obvezno tudi zaposleni v teh podjetjih. Lahko pa so zaposleni za polni delovni čas in torej obvezno pokojninsko in invalidsko zavarovani drugje (kjer so zaposleni ali zavarovani na osnovi drugih podlag). V opazovanem obdobju se je število takšnih podjetij zelo povečalo, morda tudi zato, ker so nekatere osebe brez zaposlitve na takšen način lahko začele ustvarjati dohodek, ne da bi se bile dolžne tudi zaposliti v teh podjetjih, kar je zagotovo tudi posledica težjih pogojev za poslovanje podjetij v času gospodarske krize. Spodbudno pa je to, da se je število teh podjetij v letu 2015 vendarle zmanjšalo (*slika 3*) (UMAR, 2014). Skupno število MSP se je kljub veliki rasti gospodarskih družb z 0 zaposlenimi v opazovanem obdobju zmanjševalo po 0,6 % letni stopnji (Močnik idr., 2016).

Slika 3: Pregled števila podjetij po velikostnih razredih podjetij v Sloveniji, 2011–2015



Vir: IPMMP – EPF UM, 2016. Po podatkih AJPEŠ (za leta 2011–2015).

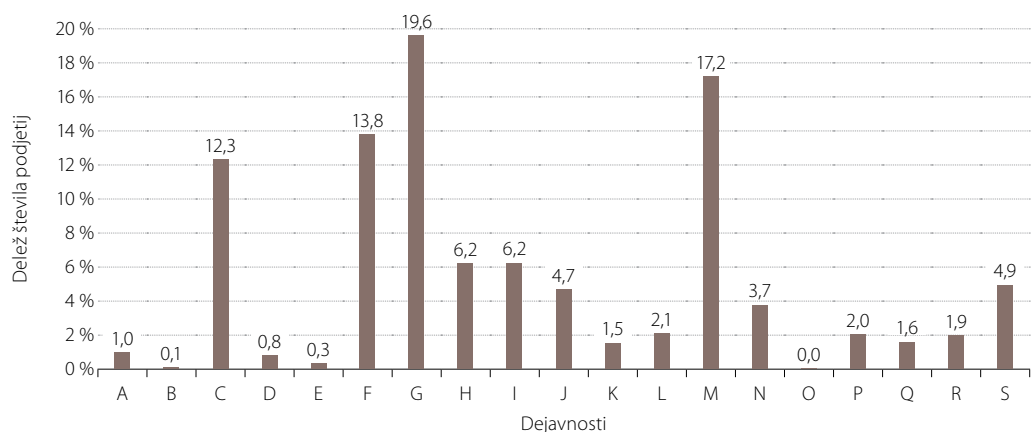
V povprečju je bila skoraj petina (19,6 %) vseh podjetij v dejavnosti G: Trgovina; vzdrževanje in popravila motornih vozil, 17,2 % podjetij je bilo v dejavnosti M: Strokovne, znanstvene in tehnične dejavnosti, s 13,8 % je sledila dejavnost F: Gradbeništvo in z 12,3 % dejavnost C: Predelovalne dejavnosti, v vseh drugih dejavnostih pa je bilo po številu razporejenih 37,1 % vseh podjetij (*slika 4*).

Večina podjetij v dejavnosti trgovine, vzdrževanja in popravil motornih vozil (SKD G) oskrbuje lokalni trg in posledično je za to dejavnost značilno veliko število podjetij: s 6,2 milijona podjetij je to bila tudi največja dejavnost v EU-28 po številu podjetij nefinančnega sektorja gospodarstva (dejavnosti B do J in L do N ter oddelek S 95) v letu 2013. Dejavnost trgovine, vzdrževanja in popravil motornih

vozil je imela v skupnem številu podjetij v EU-28 več kot četrtno (27,5 %) podjetij. Tudi v EU-28 je bil drugi največji delež števila podjetij v strokovnih, znanstvenih in tehničnih dejavnostih (17,9 % ali 4 milijone podjetij). Številne od teh tako imenovanih poslovnih storitev imajo gotovo korist od outsourcinga, ki ga izvajajo druga (večja) podjetja.

Vloga mikro podjetij (ki zaposlujejo manj kot 10 oseb) v najboljšežnejših dejavnostih po številu podjetij je bila zelo velika. V dejavnosti G: Trgovina; vzdrževanje in popravila motornih vozil je bilo leta 2013 v Sloveniji od vseh trgovinskih podjetij 94,8 % mikro podjetij, v EU-28 pa je bilo mikro podjetij v dejavnosti trgovine 93,6 %. V skupnem številu podjetij v dejavnosti M: Strokovne, znanstvene in tehnične dejavnosti pa je leta 2013 poslovalo 97,9 % mikro podjetij v Sloveniji in 96,6 % v EU-28.

Slika 4: Delež števila podjetij po dejavnostih v Sloveniji, 2015



Vir: IPMMP – EPF UM, 2016. Po podatkih AJPES (za leto 2015).

Po številu podjetij so tako zasedale največji delež storitvene dejavnosti (SKD G do S) (71,7 %), 13,8 % gradbeništvo (SKD F), 13,5 % industrija (SKD B do E) in 1 % kmetijstvo (SKD A) (ti deleži so prikazani v naslednjem poglavju na *sliki 8*).

Da bi si ustvarili boljšo predstavo o posameznih velikostnih razredih podjetij, smo izračunali ustvarjene prihodke poslovanja na podjetje (glej *tabelo 2*). V povprečju je slovensko podjetje leta 2015 ustvarilo 666.000 evrov prihodkov poslovanja³. Povprečno veliko podjetje je ustvarilo 130 milijonov evrov prihodkov poslovanja, povprečno srednje veliko podjetje je ustvarilo nekaj manj kot 20 milijonov evrov, malo podjetje pa 3,3 milijona evrov prihodkov poslovanja. Povprečno mikro podjetje z 0 do 9 zaposlenimi je ustvarilo 152.000 evrov prihodkov poslovanja. Znotraj mikro podjetij je povprečna mikro gospodarska družba z 0 zaposlenimi ustvarila 76.000 evrov in povprečno mikro podjetje z 1 do 9 zaposlenimi 173.000 evrov prihodkov poslovanja. Povprečno MSP je ustvarilo 454.000 evrov prihodkov poslovanja (*tabela 2*).

Prihodki poslovanja so se v letu 2015 v primerjavi z letom 2014 povečali za 2 % (s 83 milijard evrov leta 2014 na skoraj 85 milijard evrov leta 2015). Najbolj so se povečali prihodki na podjetje v mikro

³ Prihodki poslovanja za gospodarske družbe: Čisti prihodki iz prodaje (T110) + usredstveni lastni proizvodi in lastne storitve (T123) + drugi poslovni prihodki (s prevrednotovalnimi poslovnimi prihodki) (T124 + T125). Prihodki poslovanja za samostojne podjetnike: Čisti prihodki iz prodaje (T050) + usredstveni lastni proizvodi (T056) + drugi poslovni prihodki (T057).

podjetjih z 1 do 9 zaposlenimi (za več kot 7 %), nato v velikih podjetjih (za več kot 5 %), v srednje velikih podjetjih za skoraj 2 % in v velikih podjetjih za 1,6 %. V mikro gospodarski družbi z 0 zaposlenimi so se povprečni prihodki povečali za 0,4 % (kar je, ne glede na majhno rast, dobra informacija, saj so se povprečni prihodki poslovanja v tem velikostnem razredu podjetij v letu 2014 glede na predhodno leto zmanjšali za kar 8 %). Povprečni prihodki poslovanja na podjetje so se zmanjšali samo v malih podjetjih, in sicer za 0,5 %.

V strukturi ustvarjenih prihodkov poslovanja leta 2015 je dejavnost G: Trgovina; vzdrževanje in popravila motornih vozil prispevala največji delež, in sicer 34 % (ali 28,5 milijarde evrov). Drugi največji delež so imele predelovalne dejavnosti (SKD C), ki so prispevale 30 % prihodkov poslovanja (ali 25,7 milijarde evrov) (Močnik idr., 2016).

V letu 2015 se je nadaljevalo povečevanje prihodkov od prodaje na tujem trgu, kar je spodbudno, saj so se ti prihodki v preteklih kriznih letih močno zmanjšali. Gospodarske družbe in samostojni podjetniki so leta 2015 ustvarili 27,9 milijarde evrov čistih prihodkov od prodaje nerezidentom (izvoz), kar je predstavljalo tretjino ustvarjenih prihodkov poslovanja. Prihodki od izvoza so se povečali za skoraj 7 % v primerjavi z letom 2014 (ko je izvoz znašal 26,1 milijarde evrov in je predstavljal 31,5 % ustvarjenih prihodkov poslovanja). Leta 2015 je izvoz predstavljal največji delež v prihodkih poslovanja v velikih podjetjih. Ta so ustvarila kar 44 % svojih prihodkov poslovanja s prodajo na tujih trgih. Drugi največji delež izvoza v svojih prihodkih so imela srednje velika podjetja, ki so 36 % svojih prihodkov poslovanja ustvarila z izvozom. K skupnim prihodkom od izvoza so velika podjetja prispevala 43 %, srednje velika podjetja pa 27 % (Močnik idr., 2016).

Največ prihodkov od izvoza (16,6 milijarde evrov ali 60 % vsega izvoza) je ustvarila dejavnost C: Predelovalne dejavnosti, ki je svoje prihodke poslovanja v letu 2015 (25,678 milijarde evrov) povečala za 3,3 % v primerjavi z letom 2014 (Močnik idr., 2016).

Drugi največji delež v skupnem slovenskem izvozu je imela dejavnost G: Trgovina; vzdrževanje in popravila motornih vozil, ki je s 4 milijardami evrov prihodkov od izvoza, imela 15 % delež. Vendar pa je dejavnost trgovine imela v svojih skupnih ustvarjenih prihodkih poslovanja le 14 % delež prihodkov od izvoza, kar ni presenetljivo, saj večina podjetij v tej dejavnosti oskrbuje svoj lokalni trg.

Tretja po ustvarjenih prihodkih od izvoza (2,6 milijarde evrov ali 9 %) pa je bila dejavnost D: Oskrba z električno energijo, plinom in paro, v kateri je bil dosežen drugi največji delež prihodka od izvoza (44 %). Med dejavnostmi z največjim deležem v prihodkih od izvoza je dejavnost D: Oskrba z električno energijo, plinom in paro, v enem letu najbolj povečala svoje prihodke poslovanja, in sicer za skoraj 7 %. Tretji največji delež izvoza v svojih prihodkih poslovanja (35 %) je ustvarila dejavnost H: Promet in skladiščenje, vendar je ta dejavnosti prispevala k skupnemu izvozu le 7 %, kar pa je bil vseeno četrti največji delež v skupnem ustvarjenem prihodku od prodaje na tujem trgu.

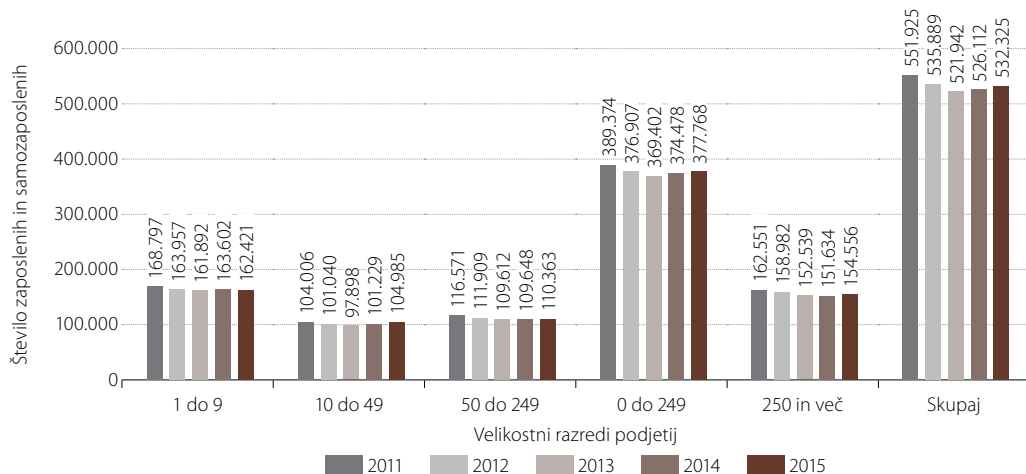
Najbolj je prihodke poslovanja v letu 2015 v primerjavi z letom 2014 povečala zasavska regija (za 25 %) (v kateri se je tudi najbolj povečalo število podjetij), vendar so predstavljali prihodki te regije v skupnih prihodkih le 1 %. Za 20 % so se prihodki povečali v posavski regiji, katere prihodki so predstavljali 4 % v skupnih ustvarjenih prihodkih slovenskega gospodarstva v letu 2015. V vseh regijah so se prihodki nominalno povečali, razen v pomurski regiji, kjer so se zmanjšali za 3 % in savinjski regiji, kjer so ostali enaki kot v letu 2014. Največji delež prihodkov je bil ustvarjen v osrednjeslovenski regiji (45 %), v kateri so se prihodki v letu 2015 v primerjavi z letom 2014 povečali za slaba 2 %. Drugi in tretji delež ustvarjenih prihodkov zasedata s po 10 % podravska in savinjska regija, s tem da so se prihodki v podravske regiji v enem letu povečali za 1,6 %, v savinjski regiji pa so, kot smo že omenili, ostali nespremenjeni (Močnik idr., 2015).

Slovenija je v letih 2013 in 2014 nadomestila izgubo tržnega deleža na najpomembnejših izvoznih trgih, ki je nastala v obdobju 2008–2012. Tržni delež na blagovnem trgu EU je leta 2014 presegel predkrizno raven za okoli 3 %, na trgih najpomembnejših partneric (14 držav), ki vključujejo tudi države zunaj EU, pa se je približno izenačil z ravnjo iz leta 2007. Na svetovnem trgu, kjer na gibanje tržnega deleža pomembneje vplivajo razlike v strukturi domačega izvoza in svetovnega uvoza, je ostal nižji kot pred krizo, kar velja v povprečju tudi za celotno EU. Pri tem je bila rast slovenskega tržnega deleža na svetovnem trgu v letih 2013–2014 tretja najvišja v EU, v celotnem obdobju po začetku krize (2008–2014) pa se je Slovenija uvrstila v sredino držav EU (za glavnino novih članic in pred večino razvitejših držav). Podatki za prvih devet mesecev leta 2015 kažejo na upočasnitev rasti tržnega deleža na trgu EU, saj se je po visokih rasteh v preteklih letih nekoliko zmanjšal delež v treh pomembnih trgovinskih partnericah iz EU (v Avstriji, Italiji in Hrvaški), a v vseh ostal precej višji kot pred krizo (UMAR, 2016, str. 34).

1.3 Število zaposlenih oseb

Vsa slovenska podjetja so v letu 2015 zaposlovala 532.325 ljudi (vključno s 46.481 samozaposlenimi samostojnimi podjetniki). Mikro podjetja z 1 do 9 zaposlenih oseb so zaposlovala 162.421 ljudi (ali 31 % vseh zaposlenih), mala podjetja 104.985 ljudi (ali 20 % vseh zaposlenih), srednje velika podjetja 110.363 ljudi (ali 21 % vseh zaposlenih) in 29 % ali 154.556 ljudi velika podjetja. MSP so tako zaposlovala 71 % ljudi ali 377.768 oseb. Na *sliki 5* lahko vidimo, da se je število zaposlenih in samozaposlenih v obdobju 2011–2015 zmanjševalo, in sicer po 0,7 % povprečni letni stopnji. Število zaposlenih oseb se je zmanjševalo v vseh velikostnih razredih, razen v malih podjetjih, v katerih se je zaposlenost v opazovanem obdobju povečevala po 0,2 % povprečni letni stopnji, kar je spodbudna novica, saj se je v obdobju 2010–2014 število zaposlenih v tem velikostnem razredu zmanjševalo po 1,3 % povprečni letni stopnji. V obdobju 2011–2015 se je najbolj zmanjšalo število zaposlenih oseb v srednje velikih podjetjih, in sicer je padalo po 1,1 % povprečni letni stopnji (kar pa je manjše padanje, kot je bilo v tem velikostnem razredu v obdobju 2010–2014, ko je znašala povprečna letna stopnja -2 %). Sledila so velika podjetja, v katerih se je zaposlenost zmanjševala po 1 % povprečni letni stopnji (kar je bilo prav tako manj, kot je bilo v obdobju 2010–2014, ko se je zaposlenost zmanjševala po 2,1 % povprečni letni stopnji, kar je bil velikostni razred z največjim zmanjšanjem števila zaposlenih).

Slika 5: Pregled števila zaposlenih in samozaposlenih po velikostnih razredih podjetij v Sloveniji, 2011–2015

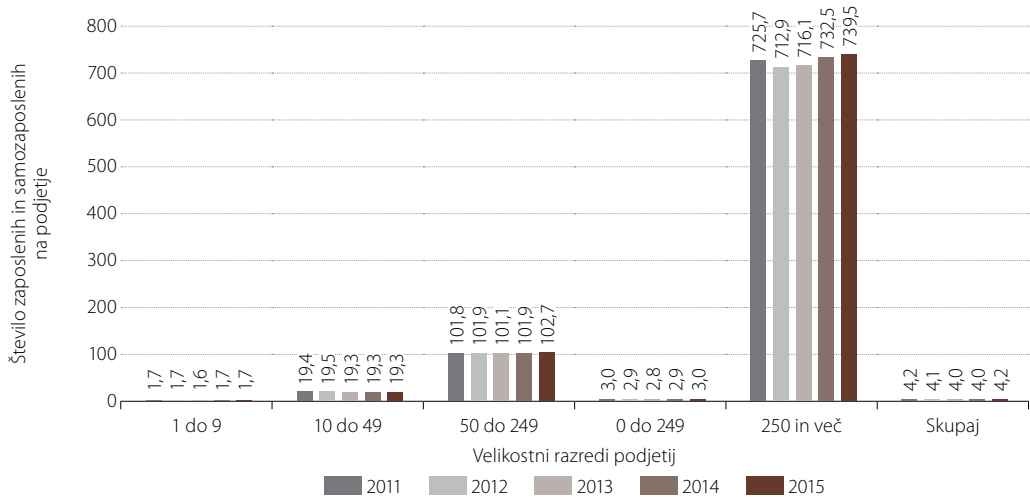


Vir: IPMPM – EPF UM, 2016. Po podatkih AJPES (za leta 2011–2015).

Za najmanj se je število zaposlenih oseb zmanjševalo v mikro podjetjih, in sicer se je zmanjševalo po 0,8 % povprečni letni stopnji, kar pa je večji padec kot v obdobju 2010–2014, ko je znašal povprečno 0,6 % na leto. V MSP skupaj se je število zaposlenih in samozaposlenih zmanjševalo v povprečju za 0,6 % na leto, kar je za polovico manj, kot je bilo v obdobju 2010–2014, ko se je zaposlenost v tem velikostnem razredu zmanjševala v povprečju za 1,2 % na leto (Močnik idr., 2016).

Izračunali smo povprečno število zaposlenih in samozaposlenih na podjetje, ki je znašalo za Slovenijo kot celoto v letu 2015 4,2 ljudi. Na *sliki 6* lahko vidimo, da se je v opazovanem obdobju povprečna velikost slovenskega podjetja zmanjševala, a ne močno (-0,2 % povprečno na leto). V primerjavi s preteklim letom se je povečala za 5 % (s 4 na 4,2) (Močnik idr., 2015).

Slika 6: Pregled povprečne velikosti podjetja po velikostnih razredih podjetij v Sloveniji, 2011–2015



Vir: IPMMP – EPF UM, 2016. Po podatkih AJPES (za leta 2011–2015).

Število zaposlenih (brez samozaposlenih) se je v letu 2015 povečalo za 2 % v primerjavi z letom 2014 (s 474.537 zaposlenih v letu 2014 na 485.844 zaposlenih v letu 2015). Največji zaposlovalec v slovenskem gospodarstvu je bila dejavnost C: Predelovalne dejavnosti, v kateri se je število zaposlenih povečalo za 2 % ali 3.390 ljudi (s 168.711 zaposlenih v letu 2014 na 172.101 zaposlenih v letu 2015). V tej dejavnosti je bilo leta 2015 zaposlenih več kot tretjina vseh zaposlenih ljudi (35,4 %). V dejavnosti G: Trgovina; vzdrževanje in popravila motornih vozil, ki je zaposlovala drugi največji delež (17,7 %), je ostalo število zaposlenih enako kot leta 2014. Poleg povečanja zaposlenih v predelovalnih dejavnostih je bilo spodbudno tudi povečanje števila zaposlenih v dejavnosti F: Gradbeništvo (za 4,4 %), ki je bila dejavnost s tretjim največjim deležem zaposlenosti (9,3 %). Zaposlenost se je za 3 % povečala tudi v dejavnosti H: Promet in skladiščenje, ki je bila četrta dejavnost po zaposlenosti (8,2 %). Tudi v dejavnosti M: Strokovne, znanstvene in tehnične dejavnosti se je zaposlenost povečala, in sicer za 1,6 %. Ta dejavnost je bila peta po deležu zaposlovanja v letu 2015 (6,3 %). Tudi dejavnost N: Druge raznovrstne poslovne dejavnosti je povečala število zaposlenih za skoraj 2 %, njen delež v zaposlenosti pa je bil 5,8 %. Najbolj se je zaposlenost povečala v dejavnosti O: Dejavnost javne uprave in obrambe; dejavnost obvezne socialne varnosti (za 11%), vendar je ta dejavnost zaposlovala najmanjši delež zaposlenih (0,1 % vseh; 11 % povečanje je predstavljalo nove zaposlitve za zgolj 28 ljudi v tej dejavnosti; število zaposlenih se je namreč povečalo z 249 ljudi leta 2014 na 277 v letu 2015).

Drugi največji porast zaposlenosti je bil v dejavnosti Q: Zdravstvo in socialno varstvo (7 %), a tudi ta dejavnost je zaposlovala malo ljudi (le 1 % vseh; število zaposlenih se je povečalo za 332; zaposlenost se je povečala s 4.728 leta 2014 na 5.060 leta 2015) (Močnik idr., 2015).

Po zmanjšanju v obdobju krize se je število delovno aktivnih v zadnjih dveh letih ob okrevanju gospodarstva torej znova povečalo. V obdobju 2008–2013 se je relativno najbolj zmanjšalo v gradbeništvu (za več kot tretjino) in predelovalnih dejavnostih (za četrtno), saj je bil padec aktivnosti v krizi v teh dejavnostih največji. Z izboljšanjem gospodarskih razmer se je v letih 2014 in 2015 povečalo zlasti v srednje tehnološko zahtevnih predelovalnih dejavnostih, gostinstvu, prometu in trgovini, kar je podobno kot v drugih državah EU. Pri tem se je močno okrepilo zaposlovanje preko agencij za zaposlovanje, ki so delovno silo posredovale predvsem v predelovalne dejavnosti. Prispevek zaposlovalnih dejavnosti, kamor so umeščene zaposlitvene agencije, k skupni rasti delovno aktivnih je leta 2015 kljub zmanjšanju ostal precejšen, kar kaže na še vedno prisotno previdnost delodajalcev pri zaposlovanju oziroma potrebo po bolj fleksibilnih oblikah zaposlovanja (UMAR, 2016, str. 53).

V zadnjih letih se po velikem znižanju v krizi najbolj povečuje stopnja delovne aktivnosti nizko izobraženih. To je posledica strukture gospodarskega okrevanja, ki temelji predvsem na izvozu predelovalnih dejavnosti, kjer je zaposlen velik delež nizko izobraženih. Tako se je povečal tudi delež prejemnikov nizkih plač, kar je upočasnilo rast povprečne plače v zasebnem sektorju. Po metodologiji OECD so to zaposleni, ki prejemajo plačo enako oziroma nižjo od dveh tretjin mediane. Po zadnjih primerljivih podatkih Eurostata se Slovenija po deležu zaposlenih z niskimi plačami pri pravnih osebah s 17,5 % uvršča okrog povprečja EU (17 %) (UMAR, 2016, str. 54). Ob okrevanju gospodarstva se je leta 2015 stopnja brezposelnosti drugo leto zapored znižala, vendar je ostala dvakrat višja kot leta 2008. Stopnja brezposelnosti se je zaradi padca gospodarske aktivnosti do leta 2013 močno povišala. Odziv in znižanje brezposelnosti na okrevanje aktivnosti v 2014 in 2015 sta bila relativno hitra, kar je bilo značilno tudi za večino drugih držav EU. Hiter odziv trga dela na izboljšane gospodarske razmere je mogoče pripisati izboljšanju splošnih domačih in mednarodnih gospodarskih razmer (UMAR, 2016, str. 54).

Okrepljeno povpraševanje po delovni sili je povečalo tudi zaposlovanje dolgotrajno brezposelnih, a je stopnja dolgotrajne brezposelnosti ostala visoka. Zaradi dlje časa trajajoče nizke gospodarske aktivnosti in skromnega povpraševanja po delovni sili se je stopnja dolgotrajne brezposelnosti v Sloveniji po letu 2009, ko je bila najnižja, močno povečala in kljub znižanju v 2015 ostala precej višja kot pred krizo. Tudi delež dolgotrajno brezposelnih med brezposelnimi ostaja visok, saj je bila vsaka druga brezposelna oseba brez zaposlitve več kot eno leto (UMAR, 2016, str. 54–55).

Izračunali smo tudi povprečno velikost podjetja po dejavnostih, izraženo s številom zaposlenih na podjetje. Ugotovili smo, da se je v vseh dejavnostih, razen v K: Finančne in zavarovalniške dejavnosti in B: Rudarstvo, povprečna velikost podjetja povečala. Leta 2015 v primerjavi z letom 2014 se je najbolj povečala povprečna velikost podjetja v dejavnosti E: Oskrba z vodo; ravnanje z odpadki in odpadki; saniranje okolja (za 0,8 ljudi; z 22,1 na 22,9). Najbolj pa se je število ljudi na podjetje zmanjšalo v dejavnosti B: Rudarstvo, in sicer za 1,3 ljudi (s 26,9 na 25,6).

V povprečju so bila podjetja največja v dejavnosti B: Rudarstvo (25,6 ljudi), vendar je ta dejavnost zaposlovala le 0,5 % vseh zaposlenih v slovenskem gospodarstvu. Tudi v nefinančnem sektorju gospodarstva EU-28 je rudarstvo leta 2013 zaposlovalo le 0,4 % vseh zaposlenih oseb nefinančnega sektorja gospodarstva.

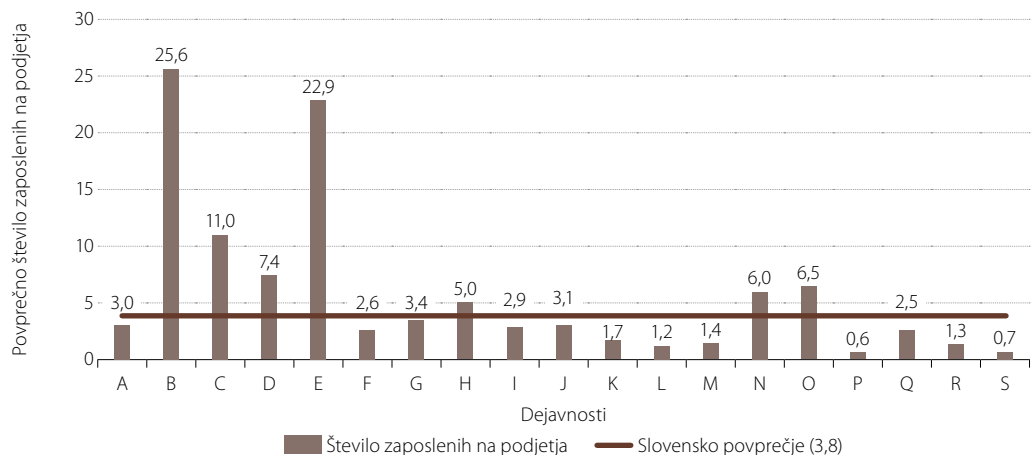
V rudarstvu v Sloveniji je večina podjetij delovala v oddelku pridobivanja rudnin in kamnin. Delujoč je le še rudnik rjavega premoga in lignita. Eno podjetje deluje v pridobivanju zemeljskega plina. Štiri podjetja pa še v oddelku storitev za rudarstvo. Od 104 podjetij v rudarstvu (kamor je vključenih tudi

9 pravnih oseb, ki niso gospodarske družbe oz. samostojni podjetniki), je bilo eno samo podjetje veliko (v oddelku pridobivanja premoga), 6 srednje velikih podjetij (1 podjetje v oddelku pridobivanja premoga, 4 podjetja v oddelku pridobivanja rudnin in kamnin in 1 podjetje v oddelku storitev za rudarstvo). Malih podjetij je bilo 25, vsa v oddelku pridobivanja rudnin in kamnin. Največ (72) podjetij je bilo mikro podjetij (glavnina – 65 podjetij je delovala v pridobivanju rudnin in kamnin, 2 podjetji v oddelku pridobivanja premoga in po 1 podjetje v oddelku pridobivanja zemeljskega plina ter v oddelku pridobivanja rud). Vidimo torej, da je v Sloveniji bolj razširjena vrsta rudarstva, ki se ukvarja s pridobivanjem rudnin in kamnin, saj se v Sloveniji nahaja veliko kremenovega peska, gline, apnenca, dolomita, proda in peska, zato je v Sloveniji veliko kamnolomov (SI-stat).

Po številu zaposlenih (brez samozaposlenih) na podjetje so bila največja podjetja, ki so precej presegala slovensko povprečje (4,2), še v naslednjih dejavnostih: E: Oskrba z vodo; ravnanje z odplakami in odpadki; saniranje okolja 22,9, C: Predelovalne dejavnosti 11 (leta 2014 je bila povprečna velikost podjetja nekoliko manjša – 10,5 ljudi na podjetje), D: Oskrba z električno energijo, plinom in paro 7,4 (tudi nekoliko manj leta 2014 – 7,2 ljudi na podjetje), O: Dejavnost javne uprave in obrambe; dejavnost obvezne socialne varnosti 6,5 (leta 2014 pa 5,9 ljudi na podjetje), N: Druge raznovrstne poslovne dejavnosti 6 (leta 2014 manj, in sicer 5,3 ljudi na podjetje) in H: Promet in skladiščenje 5 ljudi na podjetje (leta 2014 pa 4,8 ljudi).

Najmanjša podjetja po povprečnem številu zaposlenih so bila podjetja v izobraževanju (SKD P) – 0,6 (kar je več kot leta 2014, ko je povprečno podjetje zaposlovalo 0,5 ljudi, in drugih dejavnostih (SKD S) – 0,7 ljudi na podjetje (tolikšna je bila povprečna velikost tudi v predhodnem letu) (slika 7) (Močnik idr., 2016).

Slika 7: Povprečna velikost podjetja po dejavnosti v Sloveniji, 2015



Vir: IPMMP – EPF UM, 2016. Po podatkih AJPEŠ (za leto 2015).

Analiza zaposlenosti v nefinančnem sektorju gospodarstva v EU-28 in Sloveniji leta 2013 je pokazala, da se je povprečna velikost podjetja, izražena s številom ljudi na podjetje, zmanjšala v primerjavi s predhodnim letom in da je bilo povprečno evropsko podjetje za skoraj četrtino večje od slovenskega, saj je zaposlovalo 5,9 ljudi, slovensko pa 4,8 ljudi. Zanimivo je, da je bila povprečna velikost podjetja po velikostnih razredih podjetij zelo podobna, v mikro (EU-28: 1,9 ljudi na podjetje; Slovenija: 1,7 ljudi), malih (EU-28: 20,8 ljudi; Slovenija: 19,1 ljudi) in srednje velikih podjetjih (EU-28: 102,8 ljudi; Slovenija: 102,2 ljudi). Precejšnje odstopanje pa se je pojavilo pri velikih podjetjih, za katera pa vemo,

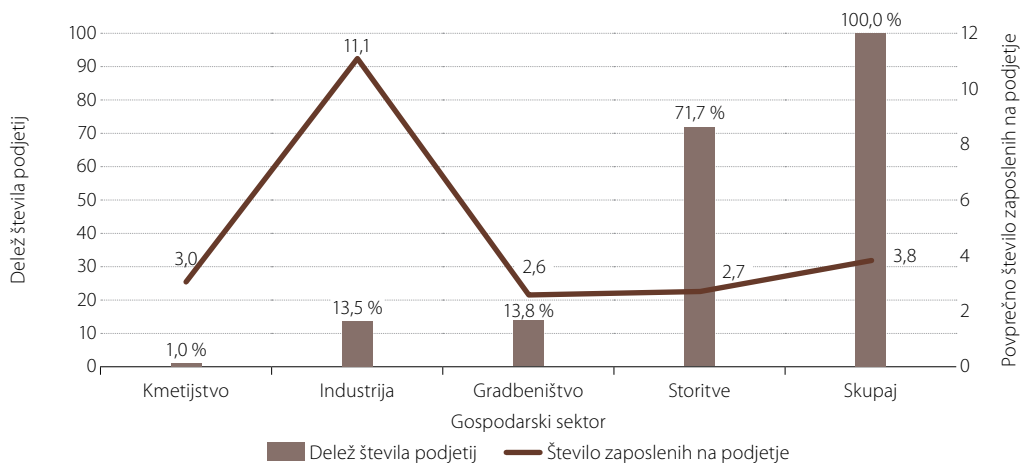
da imajo pomembno vlogo za gospodarstvo. Povprečno veliko evropsko podjetje nefinančnega sektorja gospodarstva je zaposlovalo 1.011,3 ljudi, medtem ko slovensko veliko podjetje 690 ljudi (kar je celo manj kot leta 2012, ko je veliko podjetje zaposlovalo v povprečju 706 ljudi, še leto prej pa 720 ljudi), kar pomeni, da je evropsko povprečno veliko podjetje zaposlovalo 47 % več ljudi kot slovensko veliko podjetje.

Ker je po deležu zaposlenosti v Sloveniji najpomembnejša dejavnost C: Predelovalne dejavnosti, pogledjmo še povprečno velikost podjetij te dejavnosti. Povprečna velikost predelovalnega podjetja je v letu 2013 v Sloveniji znašala 10,2 ljudi, velikega podjetja pa 700,8 ljudi. Če ti vrednosti primerjamo z velikostjo podjetja te dejavnosti v Nemčiji (ker je bilo največ ljudi v tej dejavnosti zaposlenih prav v Nemčiji – 24 % ali 7,22 milijona ljudi), je bila velikost povprečnega podjetja trikrat tolikšna kot v Sloveniji. Povprečna velikost predelovalnega nemškega podjetja je namreč štela 34,2 ljudi, velikega pa 919,6 ljudi (ali skoraj za tretjino več od slovenskega velikega predelovalnega podjetja). Največjo povprečno velikost predelovalnega velikega podjetja je imela Francija (1.023,3 ljudi).

Manjša velikost velikih podjetij se lahko samo delno pojasni z velikostjo nacionalnega gospodarstva. Ocenjujemo, da večji del razlogov temelji v manjši inovativni moči in s tem manjši sposobnosti za rast, del razlogov pa seveda lahko pripišemo tudi celotnemu gospodarskemu okolju, ki na številnih področjih zaradi svoje neurejenosti ne zagotavlja dovolj dobrih pogojev za rast (bančni sistem, davčne obremenitve, tog trg dela ipd.) (Rebernik, Tominc, Crnogaj, Širec, Bradač Hojnik in Rus, 2015; Tominc, Rebernik, Bradač Hojnik in Širec, 2015).

Če pogledamo še povprečno velikost podjetja v Sloveniji za leto 2015 po glavnih sektorjih gospodarstva, vidimo, da se je nekoliko povečala velikost industrijskega in gradbenega podjetja, nespremenjena pa je ostala povprečna velikost kmetijskega in storitvenega podjetja. Leta 2015 je bila povprečna velikost kmetijskega (SKD A) podjetja 3 ljudi (kar je enako, kot je bilo leta 2014), industrijskega (SKD B, C, D in E) 11,1 ljudi (nekoliko manjše je bilo industrijsko podjetje v letu 2014 - 10,7 ljudi), gradbenega (SKD F) 2,6 (leta 2014 pa 2,4 ljudi) in storitvenega podjetja (SKD G do S) 2,7 ljudi (leta 2014 pa 2,5 ljudi). V primerjavi z letom 2014 je ostala povprečna velikost v gradbeništvu in v storitvenem sektorju nespremenjena. *Slika 8* prikazuje delež podjetij in povprečno velikost podjetja po omenjenih štirih sektorjih gospodarstva (Močnik idr., 2016).

Slika 8: Delež števila podjetij in povprečna velikost podjetja po gospodarskih sektorjih v Sloveniji, 2015



Vir: IPMMP – EPF UM, 2016. Po podatkih AJPES (za leto 2015).

Analiza zaposlenosti v predelovalnih dejavnostih (SKD C) za Slovenijo in Nemčijo je pokazala, da je bilo v Sloveniji v velikih podjetjih zaposlenih 40 % zaposlenih v predelovalnih dejavnostih, medtem ko je ta delež v Nemčiji znašal več kot 53 % (in je bil tudi največji delež zaposlenih v velikih podjetjih med vsemi državami članicami EU). Pa poglejmo še delež ustvarjene dodane vrednosti velikih podjetij v predelovalnih dejavnostih za Slovenijo in Nemčijo leta 2013. Slovenski delež v ustvarjeni dodani vrednosti predelovalnih dejavnosti v EU-28 je bil 0,4 % (6,291 milijarde evrov), k čemur so velika slovenska podjetja predelovalnih dejavnosti prispevala polovico. Nemški delež v ustvarjeni dodani vrednosti predelovalnih dejavnosti pa je bil 30 % (490,617 milijarde evrov), kar je bil največji delež posamezne države v ustvarjeni dodani vrednosti predelovalnih dejavnosti, k čemur so nemška velika podjetja predelovalnih dejavnosti prispevala skoraj 70 %. Oba kazalnika, torej zaposlenost in dodana vrednost, kažeta na večjo produktivno moč nemške predelovalne industrije v primerjavi s slovensko, kar je osnova konkurenčnosti. O tem razpravljamo še v nadaljevanju.

1.4 Dodana vrednost

Bistvo podjetniške dejavnosti je ustvarjanje dodane vrednosti. V letu 2015 je bilo v slovenskem gospodarstvu po tekočih cenah ustvarjene za dobre 3 % več dodane vrednosti kot leto prej, 20,93 milijarde evrov (leta 2014 pa 20,27 milijarde evrov)⁴. Dejansko je slovensko gospodarstvo doseglo višino dodane vrednosti iz leta 2013 (Močnik idr., 2015).

1.4.1 Struktura ustvarjene dodane vrednosti

Največji delež dodane vrednosti (36,1 %, kar je nekoliko več, kot je bilo leta 2014 – 35,7 %) so v letu 2015 ustvarila velika podjetja (7,558 milijarde evrov), medtem ko so 63,9 % (13,372 milijarde evrov, leta 2014 pa 13,024 milijarde evrov) ustvarila MSP (leta 2014 je bil njihov delež nekoliko večji – 64,3 %) (tabela 3). V letu 2015 so velika podjetja ustvarila še večji delež izvoza kot leto prej. Od skoraj 28 milijard evrov prihodkov, ki so bili ustvarjeni z izvozom, so 12 milijard evrov ali 43 % ustvarila velika podjetja, medtem ko MSP 57 % (15,9 milijarde evrov). Posamezno veliko podjetje je od povprečno ustvarjenih prihodkov poslovanja, ki so znašali 130 milijonov evrov, ustvarilo 57 milijonov evrov z izvozom. Drugi največji delež izvoza, to je 27 % ali 7 milijard evrov, so ustvarila srednje velika podjetja.

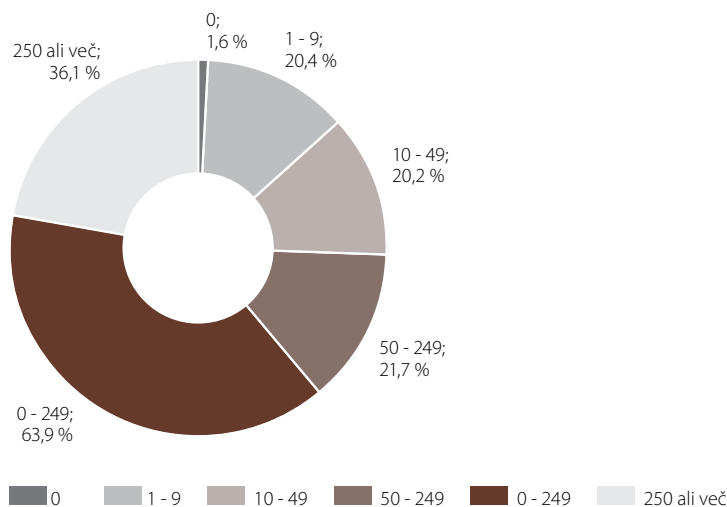
Porazdelitev dodane vrednosti po posameznih velikostnih razredih podjetij je bila naslednja: gospodarske družbe z 0 zaposlenimi so ustvarile 333 milijonov evrov dodane vrednosti in s tem presegle svojo ustvarjeno vrednost iz leta 2013 (leta 2014 je dodana vrednost tega velikostnega razreda znašala 298 milijonov evrov; leta 2013 pa 320 milijonov evrov) (kar znaša 1,6 % celotne ustvarjene dodane vrednosti slovenskega gospodarstva). MSP so ustvarila po okrog 13 milijard evrov dodane vrednosti. Če pogledamo natančneje, podjetja z 1 do 9 zaposlenimi so ustvarila malo več kot petino (20,4 %) ali 4,278 milijarde evrov (leta 2014 pa 4,170 milijarde evrov) dodane vrednosti. Neznatno manj (20,2 %, leta 2014 pa 20,6 %) oziroma 4,223 milijarde evrov (leta 2014 pa 4,071 milijarde evrov) dodane vrednosti so ustvarila mala podjetja, medtem ko so srednje velika podjetja ustvarila 4,538 milijarde evrov ali skoraj 22 % (leta 2014 pa 4,485 milijarde evrov ali 22,1 %) dodane vrednosti (Močnik idr., 2016).

⁴ Dodana vrednost za gospodarske družbe: Prihodki poslovanja – Stroški blaga, materiala in storitev (T128) + Sprememba vrednosti zalog proizvodov in nedokončane proizvodnje (T121 – T122). Dodana vrednost za samostojne podjetnike: Prihodki poslovanja – Stroški blaga, materiala in storitev (T060) + Sprememba vrednosti zalog proizvodov in nedokončane proizvodnje (T054 – T055).

V povprečju je imelo slovensko podjetje 24,7 % delež (leta 2014 pa nekoliko manjšega, in sicer 24,5 %) dodane vrednosti v prihodkih poslovanja, kar predstavlja porast za 0,2 odstotne točke (*tabela 3 in slika 9*) (Močnik idr., 2016).

V zadnjih letih se gospodarske razmere izboljšujejo. Povprečna letna 3 % rast bruto domačega proizvoda v letih 2014 in 2015 je bila dosežena v razmerah povečanega tujega povpraševanja, izboljšane konkurenčnosti gospodarstva in okrepljenih državnih investicij. H gospodarskemu okrevanju je pozitivno prispevalo tudi izvajanje sanacije bančnega sistema ter finančnega in lastniškega prestrukturiranja podjetij (UMAR, 2016).

Slika 9: Delež ustvarjene dodane vrednosti po velikostnih razredih podjetij v Sloveniji, 2015



Vir: IPMMP – EPF UM, 2016. Po podatkih AJPES (za leto 2015).

Ne glede na spodbudni trend rasti deleža dodane vrednosti v prihodkih poslovanja, ki je prikazan na *sliki 10*, naj povemo, da je bil delež v letu 2015 še vedno manjši, kot je bil leta 2010, ko je znašal 24,9 % (Močnik idr., 2016).

Tabela 3: Dodana vrednost in prihodki poslovanja po velikostnih razredih podjetij v Sloveniji, 2015

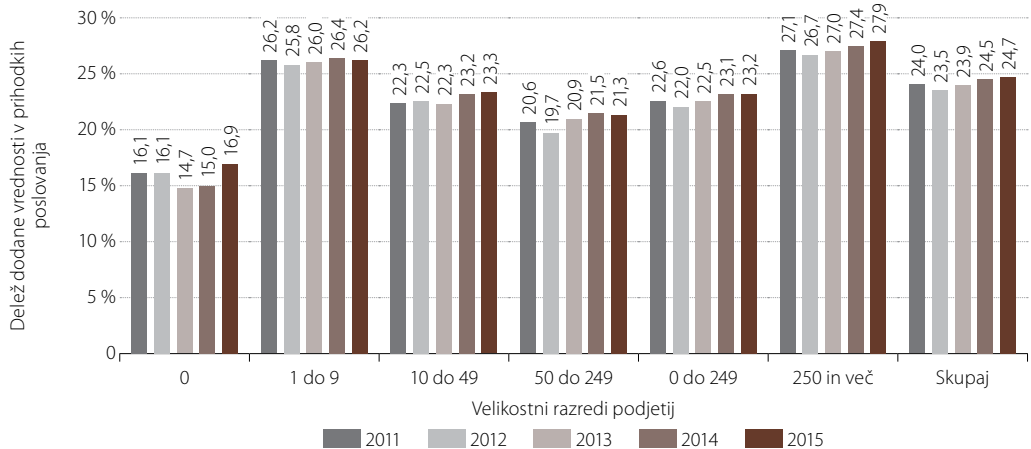
	Velikostni razredi podjetij						SKUPAJ
	0	1 do 9	10 do 49	50 do 249	MSP	250 in več	
Dodana vrednost v milijardah evrov	0,333	4,278	4,223	4,538	13,373	7,558	20,931
Prihodki poslovanja v milijardah evrov	1,972	16,337	18,124	21,288	57,721	27,093	84,815
Delež dodane vrednosti v prihodkih poslovanja	16,9 %	26,2 %	23,3 %	21,3 %	23,2 %	27,9 %	24,7 %

Vir: IPMMP – EPF UM, 2016. Po podatkih AJPES (podatki za leto 2015).

Če primerjamo deleže dodane vrednosti v prihodkih poslovanja v nefinančnem sektorju za EU-28 in Slovenijo v letu 2014, ugotovljamo, da je bil delež v Sloveniji večji samo v velikih podjetjih, kjer

je znašal 25 % (za EU-28 pa 23,7 %). V vseh drugih velikostnih razredih podjetij je bil delež dodane vrednosti v ustvarjenih prihodkih manjši v Sloveniji kot v EU-28. To nakazuje na manjšo produktivnost podjetij, izraženo z ustvarjeno dodano vrednostjo na podjetje oziroma zaposleno osebo.

Slika 10: Pregled deleža dodane vrednosti v prihodkih poslovanja po velikostnih razredih podjetij v Sloveniji, 2011–2015



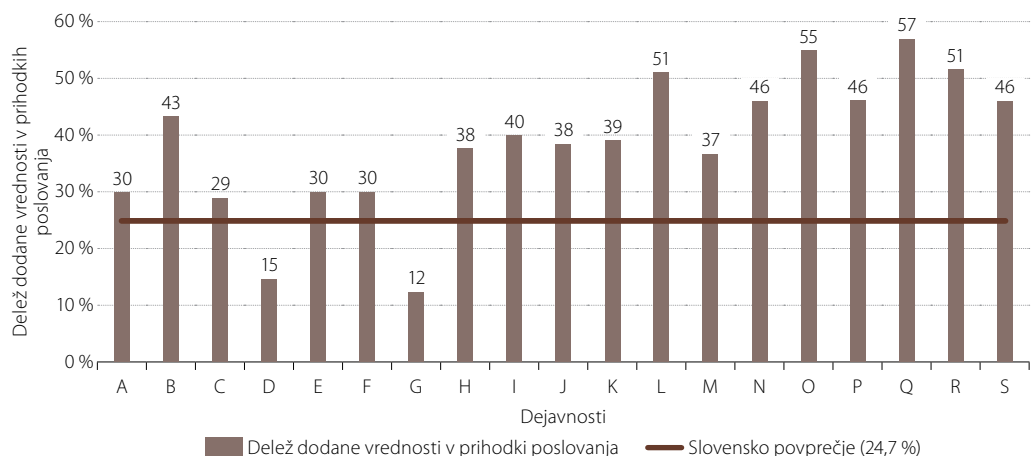
Vir: IPMMP – EPF UM, 2016. Po podatkih AJPEŠ (za leta 2011–2015).

Dodana vrednost se je leta 2015 glede na leto 2014 povečala za 3 % (kar je bilo manjše povečanje, kot je bilo povečanje dodane vrednosti v letu 2014 v primerjavi z letom 2013, ko se je dodana vrednost povečala za 5 %). Dodana vrednost se je v primerjavi z letom 2014 najbolj povečala v dejavnosti L: Poslovanje z nepremičninami, in sicer za 14 %, medtem ko je bila rast prihodkov poslovanja precej manjša, saj so se le-ti v enem letu povečali za 6 % (Močnik idr., 2016). Vendar je potrebno pripomniti, da je leta 2015 dejavnost poslovanja z nepremičninami prispevala k skupni ustvarjeni dodani vrednosti le 1,42 % delež (297 milijonov evrov), k skupnim prihodkom poslovanja pa zgolj 0,69 % (585 milijonov evrov). Drugi največji porast dodane vrednosti (za 9 %) je dosegla dejavnost N: Druge raznovrstne poslovne dejavnosti, v kateri se je prihodek poslovanja povečal za 5 % (Močnik idr., 2016).

Dodana vrednost se je leta 2015 zmanjšala v dejavnosti B: Rudarstvo (za 1,7 %), v dejavnosti E: Oskrba z vodo; ravnanje z odpadki in odpadki; saniranje okolja (za 2,1 %), v dejavnosti D: Oskrba z električno energijo, plinom in paro (za 3,3, %). Za več kot petino (21,8 %) se je dodana vrednost leta 2015 glede na leto 2014 zmanjšala v dejavnosti K: Finančne in zavarovalniške dejavnosti. V tej dejavnosti so se prihodki poslovanja zmanjšali še bolj kot dodana vrednost, in sicer za 28 %, kar je bilo tudi največje znižanje prihodkov poslovanja v posamezni dejavnosti. Najbolj pa se je dodana vrednost zmanjšala v dejavnosti O: Dejavnost javne uprave in obrambe; dejavnost obvezne socialne varnosti (za 27,8 %). Toda dejavnosti O je prispevala k skupni ustvarjeni dodani vrednosti le za 0,03 % (6,9 milijona evrov). V dejavnosti O se je prihodek zmanjšal za 10 %, predstavljal pa je 0,01 % v skupnih prihodkih poslovanja slovenskega gospodarstva v letu 2015 (Močnik idr., 2016).

Pomembne razlike v deležu dodane vrednosti v prihodkih poslovanja podjetij so se pojavljale po dejavnostih, kar prikazuje *slika 11*.

Slika 11: Deleži dodane vrednosti v prihodkih poslovanja po dejavnostih v Sloveniji, 2015



Vir: IPMMP – EPF UM, 2016. Po podatkih AJPES (za leto 2015).

Najvišji delež dodane vrednosti v prihodkih poslovanja (56,7 %, kar je enako kot leta 2014) je beležila dejavnost Q: Zdravstvo in socialno varstvo. Tej dejavnosti je uspelo v letu 2015 v primerjavi z letom 2014 povečati svoje prihodke poslovanja za 8 %, dodano vrednost pa za 7 %, kar sta bili relativno višji stopnji rasti prihodka in dodane vrednosti. Omenjena visoka rast prihodka in dodane vrednosti v zdravstvu in socialnem varstvu pa v absolutnih vrednostih ne pomeni veliko, saj je bila ta dejavnost udeležena v skupnem prihodku gospodarstva Slovenije z manj kot polovico odstotka (0,41 %) in v dodani vrednosti z manj kot odstotkom (0,95 %). V dejavnosti O: Dejavnost javne uprave in obrambe; dejavnost obvezne socialne varnosti, je bil dosežen drugi najvišji delež dodane vrednosti v prihodkih poslovanja (54,7 %, a se je zelo zmanjšal v primerjavi z letom 2014, ko je znašal 68 %). To je bila posledica občutnega zmanjšanja prihodka in dodane vrednosti v tej dejavnosti, čeprav je bilo leta 2015 eno podjetje več v tej dejavnosti kot leta 2014, in se je število zaposlenih povečalo za 11 %. Prihodek v dejavnosti O se je leta 2015 glede na leto 2014 zmanjšal za 10 %, dodana vrednost pa za 28 %, kar sta bila največja padca prihodka in dodane vrednosti v primerjavi z drugimi dejavnostmi. Toda dejavnost javne uprave in obrambe in obvezne socialne varnosti je leta 2015 prispevala najmanjši delež k skupnemu ustvarjenemu prihodku (0,01 %) in dodani vrednosti (0,03 %) slovenskega gospodarstva (Močnik idr., 2016).

Enak delež dodane vrednosti v prihodkih poslovanja, 51 %, je bil dosežen v dejavnosti R: Kulturne, razvedrilne in rekreacijske dejavnosti (kar je za 2 odstotni točki manj kot leta 2014) (to je tudi posledica dejstva, da je ta dejavnost v enem letu povečala prihodek za 3 %, dodana vrednost pa je ostala nespremenjena). Tudi ta dejavnost je prispevala manj kot odstotek (0,62 %) k skupnemu prihodku v Sloveniji leta 2015 in manj kot 2 % (1,29 %) k ustvarjeni skupni dodani vrednosti. 51 % je bil tudi delež dodane vrednosti v prihodkih poslovanja v dejavnosti L: Poslovanje z nepremičninami (kar je za 4 odstotne točke več kot leta 2014) (ta dejavnost je leta 2015 povečala svoje prihodke v primerjavi z letom 2014 za 6 %, dodano vrednost pa celo za 14 %). Tudi prispevek te dejavnosti k skupnemu prihodku slovenskega gospodarstva v letu 2015 (0,69 %) in dodani vrednosti (1,42 %) ni predstavljal pomembnejšega deleža (Močnik idr., 2016).

Naslednji delež dodane vrednosti v prihodkih poslovanja po velikosti, 46 %, so imele enak tri dejavnosti: dejavnost N: Druge raznovrstne poslovne dejavnosti (in je za 2 odstotni točki večji kot leta 2014; tudi ta dejavnost je v enem letu povečala svoje prihodke – za 5 %, in dodano vrednost – za 9 %), dejavnost S: Druge dejavnosti (v primerjavi z letom 2014 se je delež povečal za 1 odstotno točko) in dejavnost P: Izobraževanje (45 % je bil leta 2014) (obema dejavnostma je uspelo v enem letu povečati svoje prihodke za 2 % in dodano vrednost za 3 %). Rast drugih raznovrstnih poslovnih dejavnosti je zagotovo posledica oživljanja gospodarske aktivnosti v Sloveniji v letu 2015. V dejavnost N namreč sodijo aktivnosti, ki so posredno in tudi neposredno odvisne od gospodarske situacije (dajanje v najem in zakup motornih vozil in izdelkov široke porabe, strojev in opreme in intelektualne lastnine, zaposlovalne dejavnosti, vključno z zaposlovanjem in storitvami izbora osebja kot tudi storitev posredovanja zaposlitev, potovalne agencije, varovanje in poizvedovalne dejavnosti, storitve oskrbe stavb in okolice, pisarniške in spremljajoče poslovne storitvene dejavnosti). Lahko pa dodamo, da so ustvarile v letu 2014 druge raznovrstne poslovne dejavnosti še malce višje deleže v svojem prihodku v nekaterih evropskih državah: v Luksemburgu (69,2 %), na Cipru (63,7 %), v Nemčiji (58,4 %), v Združenem kraljestvu (53,2 %), na Portugalskem (52 %), v Franciji (51,2 %) (če omenimo le tiste z najvišjim deležem). Sicer pa je teža drugih raznovrstnih poslovnih dejavnosti v slovenskem gospodarstvu že nekoliko večja, saj so leta 2015 prispevale 1,73 % k skupnemu ustvarjenemu prihodku in 3,21 % k skupni ustvarjeni dodani vrednosti.

V dejavnosti B: Rudarstvo, je delež znašal 43 % (leta 2014 je znašal 44 %; kar je posledica tega, da je dejavnosti sicer uspelo leta 2015 v primerjavi z letom 2014 povečati prihodke za 1 %, a se je dodana vrednost zmanjšala za 2 %). Dejavnosti, ki smo jih pravkar naštevali, imajo relativno višji delež dodane vrednosti v prihodkih (za slovenske razmere)⁵, saj so stroški blaga, materiala in storitev relativno nizki zaradi narave tovrstnih dejavnosti (stroški blaga, materiala in storitev so leta 2015 predstavljali v naslednjih dejavnostih naslednje deleže: Q: Zdravstvo in socialno varstvo - 43 %, O: Dejavnost javne uprave in obrambe; dejavnost obvezne socialne varnosti - 45 % (kar je za 25 odstotnih točk manj kot leta 2014). To je največje zmanjšanje deleža dodane vrednosti v prihodkih kakšne dejavnosti, ki je posledica 28 % povečanja stroškov blaga, materiala in storitev v tej dejavnosti v letu 2015 glede na leto 2014. Po višini deleža dodane vrednosti v prihodkih poslovanja je sledila dejavnost R: Kulturne, razvedrilne in rekreacijske dejavnosti so imele 48 % delež dodane vrednosti v prihodkih poslovanja (kar je za 5 odstotnih točk manj kot leta 2014). Zmanjšanje deleža je posledica hitreje rasti stroškov blaga, materiala in storitev (za 6 %) od rasti prihodka poslovanja (za 3 %) in ničelne rasti dodane vrednosti v tej dejavnosti. Dejavnost L: Poslovanje z nepremičninami je dosegla 48 % delež dodane vrednosti v prihodkih poslovanja (kar je odstotna točka več kot leta 2014). Dejavnost poslovanja z nepremičninami je svoje prihodke v enem letu povečala za 6 %, dodano vrednost pa za 14 %, kar smo že omenili, in zmanjšala svoje stroške blaga, materiala in storitev za 2 % (Močnik idr., 2016).

Še nižji, a nadpovprečni delež (24,7 %) dodane vrednosti v prihodkih so imele naslednje dejavnosti: I: Gostinstvo (40 %, kar je za 1 odstotno točko več kot leta 2014). V gostinstvu so se prihodki v letu 2015 glede na leto 2014 povečali za 4 %, dodana vrednost pa za 8 %. Tudi za to dejavnost velja, da je bila njena rast prihodkov in dodane vrednosti posledica izboljšanja gospodarskih razmer. Dejavnosti K: Finančne in zavarovalniške dejavnosti je imela 39 % delež dodane vrednosti v prihodkih poslovanja (kar je 3 odstotne točke več kot leta 2014). To je bila posledica zmanjšanja stroškov blaga, materiala in storitev v enem letu za 32 %. Višji delež dodane vrednosti v prihodkih je sicer spodbuden, vendar je treba opozoriti, da se je v finančnih in zavarovalniških dejavnostih v letu 2015 v primerjavi z letom

⁵ V Prilogi 1 je tabela z deleži dodane vrednosti v prihodkih za leto 2014 za članice EU-28 po dejavnostih nefinančnega sektorja gospodarstva (torej brez dejavnosti A: Kmetijstvo in lov, gozdarstvo, ribištvo, K: Finančne in zavarovalniške dejavnosti, in tako imenovanih netržnih dejavnosti (O: Dejavnost javne uprave in obrambe; dejavnost obvezne socialne varnosti, P: Izobraževanje, R: Kulturne, razvedrilne in rekreacijske dejavnosti, in S: Druge dejavnosti).

2014 obseg poslovanja precej zmanjšal. Za 8 % se je zmanjšalo število podjetij, za 10 % število zaposlenih, za 28 % prihodki poslovanja in za 22 % se je zmanjšala dodana vrednost. 38 % je bil delež dodane vrednosti v prihodkih poslovanja v dejavnostih H: Promet in skladiščenje, in v dejavnosti in J: Informacijske in komunikacijske dejavnosti (kar je v obeh primerih za 1 odstotno točko več kot leto prej). To je bila spet posledica rasti prihodka in dodane vrednosti. V dejavnosti prometa in skladiščenja se je v letu 2015 v primerjavi z letom 2014 prihodek povečal za 3 %, dodana vrednost za 4 %, število podjetij se je zmanjšalo za 1 %, število zaposlenih pa povečalo za 3 %. V informacijskih in komunikacijskih dejavnostih pa se je prihodek povečal za 3 %, dodana vrednost za 2 %, število podjetij se je zmanjšalo za 5 %, število zaposlenih pa povečalo za skoraj 4 %. 37 % delež dodane vrednosti v prihodkih je imela dejavnost M: Strokovne, znanstvene in tehnične dejavnosti (1 odstotna točka več kot leta 2014, kar je posledica zmanjšanja prihodkov za 1 % in povečanja dodane vrednosti za 2 %). Sicer se je leta 2015 v primerjavi z letom 2014 v strokovnih, znanstvenih in tehničnih dejavnostih zmanjšalo število podjetij za 5 % in povečalo število zaposlenih za 1,6 %. Zmanjšanje števila podjetij in povečanje zaposlenosti v tipično storitvenih dejavnostih z velikim potencialom (SKD H, J in M) sta vplivali na povečanje povprečne velikosti podjetja, kar je zaželeno, saj so večja podjetja v teh dejavnostih lahko bolj konkurenčna. Ob upoštevanju podatkov za leti 2014 in 2015 ugotavljamo, da se je število zaposlenih na podjetje dejansko nekoliko povečalo (v dejavnosti H: Promet in skladiščenje s 4,8 leta 2014 na 5 leta 2015; v J: Informacijske in komunikacijske dejavnosti s 3 leta 2014 na 3,1 leta 2015 in v dejavnosti M: Strokovne, znanstvene in tehnične dejavnosti z 1,3 leta 2014 na 1,4 leta 2015) (Močnik idr., 2016).

To je v prid gospodarstvu, saj so tovrstne storitvene dejavnosti pomembne za spodbujanje gospodarstva, še posebej izvoza. V izvozu storitev se namreč v zadnjih letih povečuje pomen na znanju temelječih storitev, konkurenčnost storitvenega sektorja pa je še skromna. Storitve, zlasti na znanju temelječe, lahko pomembno prispevajo h konkurenčnosti gospodarstva bodisi neposredno preko izvoza bodisi posredno z njihovo uporabo v proizvodnji izdelkov. Med na znanju temelječe storitve vključujemo informacijske in komunikacijske (SKD J) ter strokovne, znanstvene in tehnične dejavnosti (SKD M). V Sloveniji je pomen tržnih storitev v dodani vrednosti gospodarstva še vedno precej nižji kot v povprečju v EU.⁶ Te storitve namreč omogočajo večje razlikovanje proizvodov na trgu, ponudbo celovitih rešitev za kupce ali uvajanje novih poslovnih modelov. V zadnjem obdobju prihaja do pozitivnih premikov zlasti pri storitvah, ki temeljijo na znanju (Evropska komisija, Business services). Od začetka krize sta se zmanjšala predvsem deleža finančnih storitev (SKD K) in dejavnosti poslovanja z nepremičninami (SKD L). Njihovo okrevanje pretežno sloni na preusmerjanju na tuje trge, ki se je okrepilo zlasti v letih 2013 in 2014. Kljub temu je njihov delež v skupnem izvozu storitev v mednarodni primerjavi še majhen in zaostaja za povprečjem EU (UMAR, 2016, str. 37).

V prihodkih so imele 30 % delež dodane vrednosti tri dejavnosti A: Kmetijstvo in lov, gozdarstvo, ribištvo, E: Oskrba z vodo; ravnanje z odpadki; saniranje okolja, in F: Gradbeništvo (kar je v vseh treh dejavnostih za 1 odstotno točko več kot leta 2014). V kmetijstvu sta se najbolj povečala prihodek (za 4 %) in dodana vrednost (za 5 %), a so se stroški blaga materiala in storitev povečali še bolj (za 6 %). V oskrbi z vodo; ravnanjem z odpadki; saniranju okolja je rahlo povečanje deleža dodane vrednosti v prihodkih posledica zmanjšanja stroškov blaga, materiala in storitev (za 7 %), ki je bilo večje od zmanjšanja prihodkov (za 6 %) in dodane vrednosti (za 2 %). V gradbeništvu se je delež dodane vrednosti v prihodkih povečal zaradi hitreje enoletne rasti dodane vrednosti (5 %) od prihodkov (3 %), kajti povečali so se tudi stroški blaga, materiala in storitev (za 3 %) (Močnik idr., 2016).

⁶ Na primer leta 2014 je bil v Nemčiji delež dodane vrednosti v strokovnih, znanstvenih in tehničnih dejavnostih (SKD J) 47 %, v Združenem kraljestvu pa celo 51 %. V strokovnih, znanstvenih in tehničnih dejavnostih (SKD M) pa je bil delež dodane vrednosti v prihodkih na Cipru 62 %, v Združenem kraljestvu 59 %, v Nemčiji 53 % ali na Danskem 50 % (če omenimo nekatere najvišje deleže).

Z najnižjim še nadpovprečnim deležem dodane vrednosti v prihodkih poslovanja je leto 2015 zaključila tudi dejavnost C: Predelovalne dejavnosti (29 %, kar je enako kot leta 2014). Žal je to relativno nizek delež, a je v tej dejavnosti tako tudi v razvitejših državah. Predelovalne dejavnosti imajo namreč zelo visoke stroške blaga, materiala in storitev, ki vplivajo na znižanje dodane vrednosti. V skupnih stroških blaga, materiala in storitev v slovenskem gospodarstvu leta 2015 so bile predelovalne dejavnosti udeležene z drugim največjim deležem (29 %), takoj za trgovino, katere delež v teh stroških je znašal 39 %. Leta 2015 pa so v ustvarjenem prihodku poslovanja v predelovalnih dejavnostih stroški blaga, materiala in storitev predstavljali kar 72 % (v trgovini pa še več, 88 %) (Močnik idr., 2016).

Zaostanek v produktivnosti predelovalnih dejavnosti za povprečjem EU se od leta 2012 zmanjšuje, vendar ostaja visok v tehnološko zahtevnejših dejavnostih, ki so pomembno gonilo rasti blagovnega izvoza. Predelovalne dejavnosti so največ prispevale k okrevanju produktivnosti celotnega gospodarstva po letu 2009. Njihova rast je do leta 2012 izhajala predvsem iz tehnološko zahtevnejših in najbolj izvozno usmerjenih dejavnosti. V letih 2013–2014 pa je bil za rast produktivnosti predelovalnih dejavnosti še pomembnejši prispevek srednje nizko in nizko tehnološko zahtevnih dejavnosti. V tem obdobju se je produktivnost predelovalnih dejavnosti izboljšala tudi bolj kot v povprečju v EU in leta 2014 dosegla 65 % evropskega povprečja, potem ko je pred letom 2013 več let stagnirala na okoli 60 %. Kljub izboljšanju je zaostanek za povprečno produktivnostjo v EU še vedno velik, v povprečju najbolj zaostajajo tehnološko zahtevnejše dejavnosti. Pri tem se je v dveh za slovenski izvoz zelo pomembnih tehnološko zahtevnejših dejavnostih (farmacija in proizvodnja vozil) zaostanek za EU v tem obdobju povečal (UMAR, 2016, str. 36).

Podpovprečni delež dodane vrednosti v prihodkih poslovanja sta ustvarili le dve dejavnosti, in sicer D: Oskrba z električno energijo, plinom in paro (15 %, kar je še za 1 odstotno točko manj kot leta 2014), in G: Trgovina; vzdrževanje in popravila motornih vozil, kjer je bil delež najnižji (12 % – enako kot leta 2014). To sta dejavnosti, ki zaradi svoje narave dela ustvarjata manjšo dodano vrednost. V trgovini in oskrbi z električno energijo, plinom in paro so namreč zelo veliki stroški blaga, materiala in storitev. Leta 2015 je bila dejavnost trgovine tista, v kateri so stroški blaga, materiala in storitev v trgovini predstavljali največji delež (88 %), takoj za njo pa je bila dejavnost D: Oskrba z električno energijo, plinom in paro, v kateri je ta delež znašal 85 % (Močnik idr., 2016).

Zaradi boljše preglednosti podajamo v *tabeli 4* dejavnosti tako, da so najprej navedene tiste, ki se jim je povečal delež dodane vrednosti v prihodkih poslovanja v letu 2015 v primerjavi z letom 2010, nato pa sledijo dejavnosti, v katerih se je ta delež zmanjšal.

Največje izboljšanje deleža dodane vrednosti v prihodkih poslovanja leta 2015 je bilo torej doseženo v dejavnosti L: Poslovanje z nepremičninami. Če primerjamo to dejavnost z Nemčijo, kjer je poslovanje z nepremičninami najbolj obsežno po ustvarjeni dodani vrednosti med državami članicami EU, ugotavljamo, da je struktura dejavnosti precej različna. Po ustvarjeni dodani vrednosti je bil leta 2014 v Sloveniji največji oddelek oddajanje in obratovanje lastnih ali najetih nepremičnin (L 68.2), v katerem je bilo znotraj dejavnosti poslovanja z nepremičninami ustvarjene skoraj dve tretjini (62 %) dodane vrednosti. Nemčija je v tem oddelku ustvarila manj kot 30 % (28,5 %). Ravno obratno je bilo v preostalih oddelkih dejavnosti. Oddelek trgovanja z lastnimi nepremičninami (L 68.1) je v Sloveniji leta 2014 prispeval 11 %, v Nemčiji pa skoraj trikrat toliko (30 %). Oddelek poslovanja z nepremičninami za plačilo ali po pogodbi pa je k dodani vrednosti v Sloveniji prispeval 27 %, medtem ko v Nemčiji 41,5 %. Naj dodamo, da oddelek, ki predstavlja glavnino dejavnosti poslovanja z nepremičninami v Sloveniji, povzroča največje stroške poslovanja (finančne stroške za nakup ali gradnjo nepremičnin, stroške amortizacije), ki pa v izračunu dodane vrednosti niso zajeti. To smo preverili in ugotovili, da je imela leta 2015 dejavnost poslovanja z nepremičninami v strukturi vrednosti vseh sredstev 77 % delež dolgoročnih sredstev (3,316 milijarde evrov). To je bil eden višjih deležev dolgoročnih

sredstev v strukturi vseh sredstev.⁷ Pogledali smo tudi zadolženost v tej dejavnosti in ugotovili, da so celotne obveznosti predstavljale 65 % vrednosti vseh sredstev (ali 2,834 milijarde evrov). Podatki za leto 2015 tudi kažejo, da so v dejavnosti poslovanja z nepremičninami finančni odhodki iz finančnih obveznosti predstavljali največji delež obračunane amortizacije (83 %). Ta delež je bil večji samo v dejavnosti K: Finančne in zavarovalniške dejavnosti (196 %).

Tabela 4: Sprememba deleža dodane vrednosti v prihodkih poslovanja po dejavnostih v Sloveniji, 2010–2015

Področje dejavnosti	Delež dodane vrednosti v prihodkih poslovanja, 2010 (v %)	Delež dodane vrednosti v prihodkih poslovanja, 2015 (v %)	6-letna sprememba 2015–2010 (v odstotnih točkah)
L Poslovanje z nepremičninami	42	51	9
P Izobraževanje	38	46	8
S Druge dejavnosti	39	46	7
F Gradbeništvo	24	30	6
N Druge raznovrstne poslovne dejavnosti	41	46	5
C Predelovalne dejavnosti	27	29	2
K Finančne in zavarovalniške dejavnosti	37	39	2
M Strokovne, znanstvene in tehnične dejavnosti	35	37	2
Q Zdravstvo in socialno varstvo	55	57	2
J Informacijske in komunikacijske dejavnosti	38	38	0
G Trgovina; vzdrževanje in popravila motornih vozil	13	12	-1
A Kmetijstvo in lov, gozdarstvo, ribištvo	30	30	-1
E Oskrba z vodo; ravnanje z odpadki in odpadki; saniranje okolja	31	30	-1
I Gostinstvo	42	40	-2
H Promet in skladiščenje	40	38	-3
R Kulturne, razvedrilne in rekreacijske dejavnosti	56	51	-5
D Oskrba z električno energijo, plinom in paro	20	15	-5
B Rudarstvo	49	43	-6
O Dejavnost javne uprave in obrambe; dejavnost obvezne socialne varnosti	68	55	-13
Skupaj RS:	24	25	1

Vir: IPMMP – EPF UM, 2016. Po podatkih AJPES (za leta 2010–2015).

Torej je nepremičninska aktivnost, ki je stroškovno bistveno bolj zahtevna kot preostala dva oddelka v dejavnosti poslovanja z nepremičninami, v Sloveniji zastopana po ustvarjeni dodani vrednosti 2-krat bolj kot v Nemčiji z najbolj razvitim poslovanjem z nepremičninami. Precejšnje odstopanje v dejavnosti poslovanja z nepremičninami v Sloveniji v primerjavi z Nemčijo je bilo tudi po povprečni velikosti podjetja v tej dejavnosti. Leta 2014 je povprečno nepremičninsko podjetje v Sloveniji zaposlovalo za 30 % več ljudi kot primerljivo nemško podjetje. In morda je zanimiv še podatek, da se je povprečna velikost nemškega nepremičninskega podjetja v letu 2014 v primerjavi z letom 2013 zmanjšala, medtem ko je slovenska ostala enaka.

⁷ Najvišji delež dolgoročnih sredstev v strukturi vrednosti vseh sredstev je imela leta 2015 dejavnost I: Gostinstvo (82 % ali 1,899 milijarde evrov).

1.4.2 Dodana vrednost na podjetje

Povprečna dodana vrednost na podjetje je v letu 2015 znašala 164.327 evrov, kar je 6 % več kot leta 2014 in slabih 8 % več kot pred šestimi leti, ko je znašala 152.404 evre. To je posledica rasti števila gospodarskih družb z 0 zaposlenimi v petih letih (z 19.900 v letu 2010 na 25.953 v letu 2015; vendar je število leta 2015 manjše v primerjavi s 26.332 takšnih podjetij v letu 2014), ki pa ni vplivala na sorazmerno povečanje ustvarjene dodane vrednosti teh podjetij.⁸ Dejansko ugotavljamo, da se je leta 2015 število vseh gospodarskih družb v primerjavi z letom 2010 povečalo za 17 % (s 55.734 v letu 2010 na 65.214 leta 2015), medtem ko se je dodana vrednost, ki so jo ustvarile, povečala za samo 9 % (s 17,5 milijarde evrov leta 2010 na 19,1 milijarde evrov leta 2015), kar rezultira v zmanjšanju povprečne produktivnosti. Tako je bila dodana vrednost, ki jo je ustvarila povprečna gospodarska družba v letu 2015, ko je znašala 292.882 evrov, manjša kot leta 2010, ko je bila 314.307 evrov. Za samostojne podjetnike pa ugotavljamo, da se je povprečna dodana vrednost na podjetje v letu 2015 glede na leto 2010 povečala⁹ (Močnik idr., 2016).

Če sedaj primerjamo dodano vrednost na podjetje po velikostnih razredih podjetij (gospodarske družbe in samostojni podjetniki skupaj), ugotovimo, da se je v opazovanem 6-letnem obdobju najhitreje (v povprečju za 2,7 % na leto) povečevala povprečna dodana vrednost v srednje velikem podjetju (s 3.605.112 evrov v letu 2010 na 4.221.860 evrov leta 2015). Po 2,6 % povprečno letno se je povečevala povprečna dodana vrednost velikega podjetja (z 31.036.406 evrov leta 2010 na 36.163.891 evrov leta 2015). Po 2,4 % na leto je naraščala povprečna dodana vrednost mikro podjetja z 1 do 9 zaposlenimi (z 39.087 evrov v letu 2010 na 45.174 evrov leta 2015). Povprečna dodana vrednost malega podjetja je v opazovanem 6-letnem obdobju naraščala po 2,1 % letno (s 685.963 evrov leta 2010 na 776.616 evrov leta 2015). Povprečna dodana vrednost se je v opazovanem obdobju najpočasneje večala v gospodarskih družbah z 0 zaposlenimi ljudmi, in sicer po 0,81 % letni stopnji (z 12.227 evrov leta 2010 na 12.831 evrov leta 2015). V MSP se je ta vrednost v letu 2015 glede na leto 2010 povečala s 96.844 evrov na 105.160 evrov (po 1,4 % v povprečju na leto) (Močnik idr., 2016).

Spremembe ustvarjene dodane vrednosti na podjetje po velikostnih razredih podjetij navajamo v *tabeli 5*. Najprej smo navedli velikostne razrede, v katerih se je dodana vrednost v letu 2015 povečala glede na leto 2010, tem pa sledijo velikostni razredi podjetij, za katere se je ta vrednost zmanjšala.

⁸ Število gospodarskih družb z 0 zaposlenimi se je v letu 2015 v primerjavi z letom 2010 povečalo za 30 %, dodana vrednost, ki so jo ustvarile te družbe v letu 2015 glede na leto 2010, pa se je povečala za 38 % (z 242 milijonov evrov leta 2010 na 333 milijonov evrov leta 2015). Trend se že izboljšuje, saj so podatki leta 2014 razkrili, da se je dodana vrednost gospodarskih družb z nič zaposlenimi leta 2014 v primerjavi z letom 2010 povečala za 23 %, medtem ko število družb v primerljivem obdobju za 32 %. Če dodano vrednost preračunamo na gospodarsko družbo z 0 zaposlenimi, ugotovimo, da je bila ta v letu 2010 višja (12.160 evrov) kot v letu 2015 pa 12.831 evrov (leta 2014 pa je bila 11.324 evrov, kar je bilo manj kot leta 2010).

⁹ Število samostojnih podjetnikov se je v letu 2015 (62.159) v primerjavi z letom 2010 (71.053) zmanjšalo za 5 %. Povprečna dodana vrednost na samostojnega podjetnika pa je leta 2015 znašala 28.929 evrov, kar je za 12 % več kot leta 2010 (25.724 evrov) (Močnik idr., 2016).

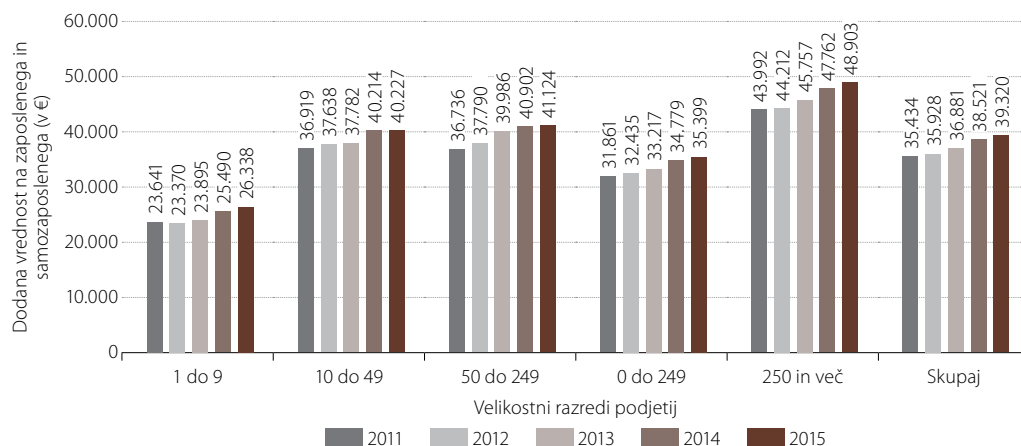
Tabela 5: Sprememba ustvarjene dodane vrednosti na podjetje po velikostnih razredih podjetij v Sloveniji, 2010–2015

Velikostni razred podjetij	Dodana vrednost na podjetje, 2010 (v evrih)	Dodana vrednost na podjetje, 2015 (v evrih)	Sprememba 2015/2010	Povprečna letna rast
Srednje veliko podjetje (50 do 249 zaposlenih)	3.605.112	4.221.860	17 %	2,67 %
Veliko podjetje (250 in več zaposlenih)	31.036.406	36.163.891	17 %	2,58 %
Mikro podjetje (1 do 9 zaposlenih)	39.087	45.174	16 %	2,44 %
Malo podjetja (10 do 49 zaposlenih)	685.963	776.616	13 %	2,09 %
MSP (0 do 249 zaposlenih)	96.844	105.160	9 %	1,38 %
Mikro (0 zaposlenih)	12.227	12.831	5 %	0,81 %
Skupaj (slovensko povprečno podjetje)	152.404	164.327	8 %	1,26 %

Vir: IPMMP – EPF UM, 2016. Po podatkih AJPES (podatki za leto 2015).

1.4.3 Dodana vrednost na zaposlenega

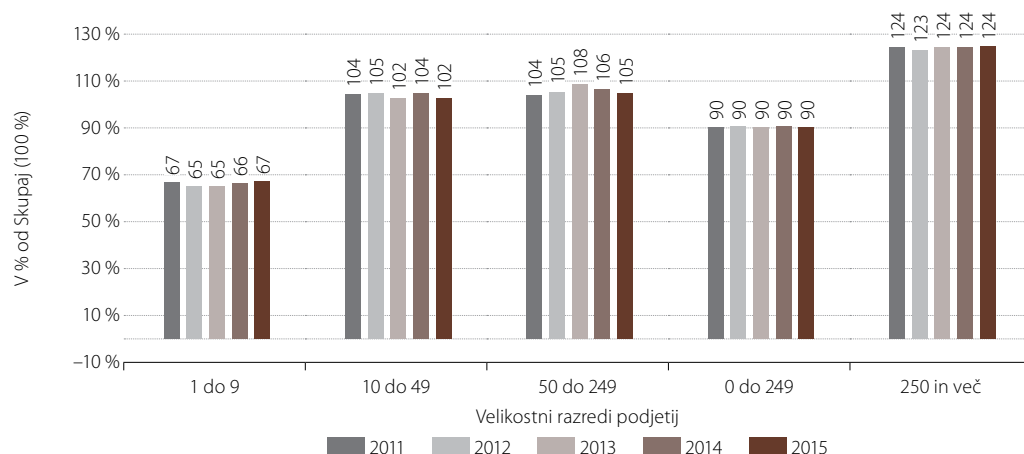
Povprečna dodana vrednost na zaposlenega v slovenskih podjetjih (pokazatelj produktivnosti dela) se je v opazovanem petletnem obdobju povečevala (*slika 12*). V letu 2011 je znašala 35.434 evrov, leta 2015 pa 39.320 evrov, kar je 5,3-odstotna povprečna letna rast. Naj spomnimo, da se je v tem obdobju število zaposlenih in samozaposlenih povečevalo po 0,7 % povprečno letno. V letu 2015 so dosegala najvišjo produktivnost velika podjetja (48.903 evre, kar je 24 % več od slovenskega povprečja – 39.320 evrov) (Močnik idr., 2016). MSP skupaj so bila s 35.399 evri na osebo podpovprečno produktivna (10 % zaostajanje za povprečjem oziroma 28 % zaostajanje za najbolj produktivnimi velikimi podjetji). Najbolj produktivna med MSP so bila leta 2015 srednje velika podjetja z nadpovprečnimi 41.124 evri (4,5 % preseganje slovenskega povprečja). Mala podjetja so bila takoj za njimi s 40.227 evri (2 % preseganje povprečja) dodane vrednosti na osebo. Najmanj produktivna so bila mikro podjetja (1 do 9 zaposlenih) s 26.338 evri na zaposlenega (vključno s samozaposlenimi) (33 % zaostajanje za povprečjem) (*tabela 2* in *sliki 12* in *13*).

Slika 12: Pregled dodane vrednosti na zaposlenega in samozaposlenega po velikostnih razredih podjetij v Sloveniji, 2011–2015

Vir: IPMMP – EPF UM, 2016. Po podatkih AJPES (za leta 2011–2015).

Na *sliki 13* so prikazane relativne dodane vrednosti na osebo.

Slika 13: Pregled relativne dodane vrednosti na zaposlenega in samozaposlenega po velikostnih razredih podjetij v Sloveniji, 2011–2015



Vir: IPMMP – EPF UM, 2016. Po podatkih AJPES (podatki za leta 2011–2015).

Med slovenskimi regijami so bila po kriteriju povprečne dodane vrednosti na zaposlenega (brez samozaposlenih) najuspešnejša podjetja iz jugovzhodne Slovenije (50.840 evrov, kar je manj kot leta 2014 – 53.059 evrov; dodana vrednost na osebo se je v obdobju 2010–2015 povečala za 15 % nominalno – vrednosti je leta 2010 znašala 44.171 evrov), ki so v povprečju ustvarila za 18 % večjo dodano vrednost na zaposlenega od slovenskega povprečja (43.081 evrov). Najnižjo dodano vrednost je ustvarila zaposlena oseba v pomurski regiji (32.594 evrov, kar je še manj kot leta 2014, ko je znašala 33.201 evro). Dodana vrednost na zaposlenega se je v pomurski regiji v obdobju 2010–2015 povečala za 20 %, za slovenskim povprečjem pa je v letu 2015 zaostajala za slabo četrtino (Močnik idr., 2016). Razlika v povprečni dodani vrednosti na zaposlenega med regijo z najvišjo in regijo z najnižjo dodano vrednostjo je v letu 2015 znašala 18.246 evrov, kar je še večje zaostajanje, kot je bilo v preteklih letih (na primer, zaostajanje je predstavljalo leta 2014 19.858 evrov, leta 2013 19.024 evrov, leta 2012 pa 16.535 evrov).

Spremembe ustvarjene dodane vrednosti na zaposlenega po regijah v Sloveniji za leti 2010 in 2015 prikazujemo v *tabeli 6*. Regije smo navedli po padajočem porastu dodane vrednosti na zaposlenega v letu 2015 glede na leto 2010. Najbolj, za 32 %, se je povečala dodana vrednost na zaposlenega v notranjsko-kraški regiji, kjer je dodana vrednost na zaposlenega, kljub 4,75 % povprečni letni stopnji rasti v obdobju od 2010 do 2015, še vedno pod slovenskim povprečjem (37.470 evrov). Za najmanj, 9 %, se je sicer nadpovprečna dodana vrednost na zaposlenega povečala v osrednjeslovenski regiji (47.051 evrov) (Močnik idr., 2016).

Tabela 6: Sprememba ustvarjene dodane vrednosti na zaposlenega po regijah v Sloveniji, 2010–2015

Regija	DV na zaposlenega 2015 (v evrih)	DV na zaposlenega 2010 (v evrih)	5-letna sprememba 2015/2010	Povprečna letna rast
Notranjsko-kraška	37.470	28.362	32 %	4,75 %
Gorenjska	42.809	34.416	24 %	3,70 %
Koroška	40.117	33.250	21 %	3,18 %
Pomurska	32.594	27.229	20 %	3,04 %
Posavska	44.967	38.564	17 %	2,59 %
Jugovzhodna Slovenija	50.840	44.171	15 %	2,37 %
Savinjska	42.540	37.181	14 %	2,27 %
Zasavska	37.760	33.073	14 %	2,23 %
Podravska	34.669	30.397	14 %	2,22 %
Goriška	42.489	37.880	12 %	1,93 %
Obalno-kraška	43.719	39.276	11 %	1,80 %
Osrednjeslovenska	47.051	42.415	11 %	1,74 %
Skupaj	43.081	37.721	14 %	2,24 %

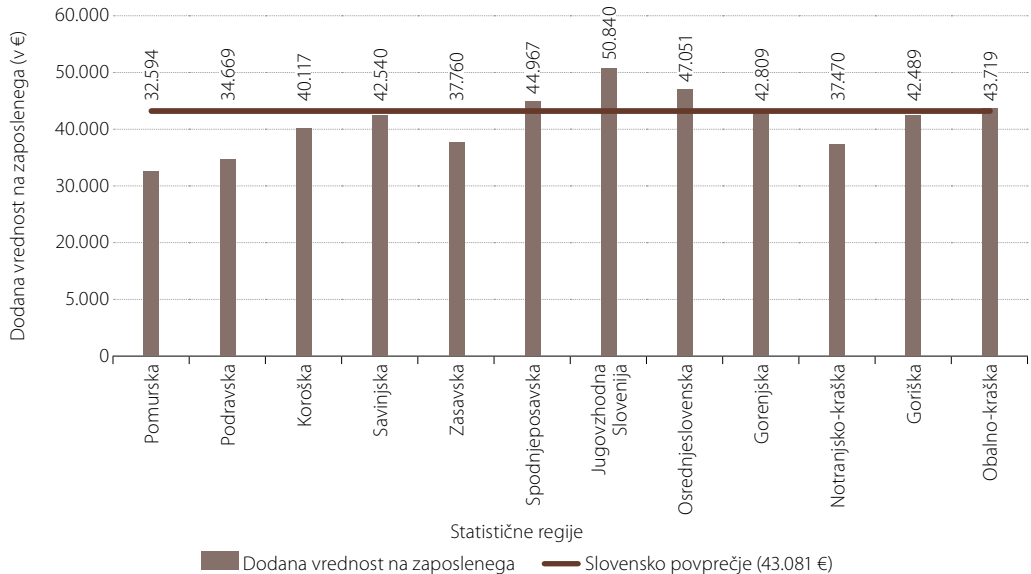
Vir: IPMMP – EPF UM, 2016. Po podatkih AJPES (podatki za leta 2010–2015).

Nadpovprečno produktivna je bila tudi zaposlena oseba iz posavske (44.967 evrov, kar je manj kot leta 2014 – 47.984 evrov; leta 2010 pa 38.564 evrov) in obalno-kraške regije (43.719 evrov, tudi manj kot leta 2014 44.786 evrov; leta 2010 pa 39.276 evrov). Vse druge regije so bile v letu 2015 podpovprečno produktivne in so dosegle naslednje vrednosti: gorenjska (42.809 evrov, leta 2014 42.246 evrov; leta 2010 pa 34.416 evrov), savinjska (42.540 evrov; leta 2010: 37.181 evrov), goriška (42.489 evrov; leta 2010: 37.880 evrov), koroška (40.117 evrov oziroma leta 2010 33.250 evrov), zasavska (37.760 evrov oziroma leta 2010 33.073 evrov), notranjsko-kraška regija (37.470 evrov, leta 2010 pa 28.362 evrov) (slika 14) (Rebernik idr., 2015; Močnik idr., 2016).

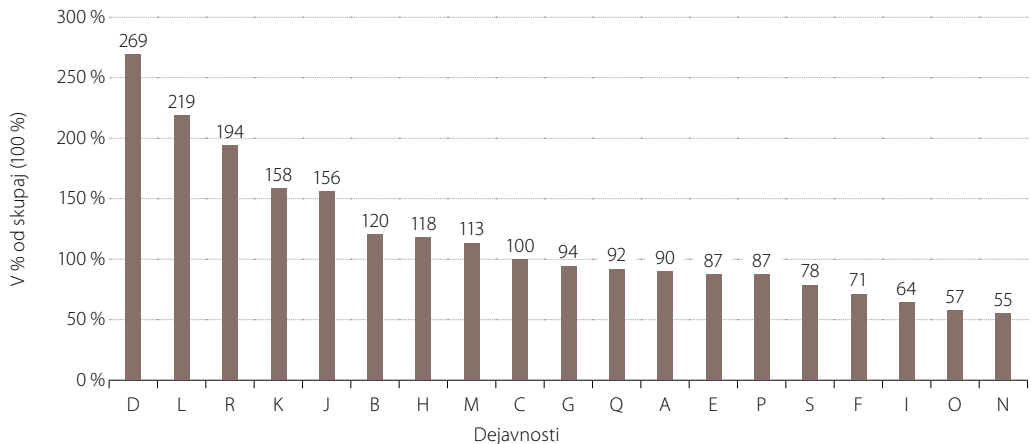
Sliko produktivnosti slovenskega gospodarstva dopolnjujemo s podatkom o povprečni in relativni dodani vrednosti na zaposlenega po dejavnostih. Relativna dodana vrednost na zaposlenega v dejavnosti je podana kot odstotek dosežene povprečne dodane vrednosti na zaposlenega vseh velikostnih razredov v posamezni dejavnosti glede na slovensko povprečje.

Relativne dodane vrednosti na zaposlenega po dejavnostih za leto 2015 so prikazane na *sliki 15*.

V letu 2015 so bili relativno najproduktivnejši zaposleni v dejavnosti D: Oskrba z električno energijo, plinom in paro, saj so ustvarili za 119.953 evrov dodane vrednosti na zaposlenega ali za 169 % več od slovenskega povprečja (43.081 evrov). Dodana vrednost na zaposlenega se je leta 2015 v primerjavi z letom 2014 povečala za malenkost (0,4 %). To je dejavnost, ki je bila druga po vrsti (za predelovalnimi dejavnostmi) z največjim deležem izvoza v ustvarjenih prihodkih poslovanja (44 %). Treba pa je dodati, da so se prihodki v tej dejavnosti v letu 2015 v primerjavi z letom 2014 povečali za 7 %, medtem ko se je dodana vrednost zmanjšala za 3 %. Tudi število podjetij se je zmanjšala v letu 2015 v primerjavi z letom 2014, in sicer za 2,4 %, zaposlenost pa se je zmanjšala le za 0,4 %.

Slika 14: Dodana vrednost na zaposlenega po regijah v Sloveniji, 2015


Vir: IPMMP – EPF UM, 2016. Po podatkih AJPES (za leto 2015).

Slika 15: Relativna dodana vrednost na zaposlenega po dejavnostih v Sloveniji, 2015


Vir: IPMMP – EPF UM, 2016. Po podatkih AJPES (za leto 2015).

Na drugem mestu po produktivnosti so bili zaposleni v dejavnosti L: Poslovanje z nepremičninami, kjer je dodana vrednost na zaposlenega večja od slovenskega povprečja za 119 %. Produktivnost dela v dejavnosti poslovanja z nepremičninami v EU-28 je leta 2013 znašala 94.000 evrov na zaposlenega, kar je bil dvakratnik povprečne produktivnosti nefinančnega sektorja gospodarstva (46.860 evrov). Po produktivnosti dela je bila ta dejavnost tretja v nefinančnem sektorju gospodarstva EU-28. Največji oddelek dejavnosti poslovanja z nepremičninami v EU-28 leta 2013 sta bili oddajanje in obratovanje lastnih ali najetih nepremičnin (L 68,2), v katerem je bilo ustvarjene nad tri četrtine

(77,4 %) dodane vrednosti in zaposlene več kot polovica (56,4 %) delovne sile v dejavnosti. Število podjetij tega oddelka je predstavljalo več kot tri petine (64,8 %) podjetij v dejavnosti poslovanja z nepremičninami. Drugi največji oddelek je bilo poslovanje z nepremičninami za plačilo ali po pogodbi (L 68.3), ki je prispeval skoraj eno petino (18,8 %) dodane vrednosti in dvakrat tolikšen je bil delež (37,8%) v zaposlenosti v dejavnosti poslovanja z nepremičninami. Najmanjši oddelek je bilo trgovanje z lastnimi nepremičninami (L 68.1) z le 4 % deležem v ustvarjeni dodani vrednosti in 5,8 % deležem zaposlenosti v dejavnosti.

V dejavnosti R: Kulturne, razvedrilne in rekreacijske dejavnosti, je bila dosežena tretja najvišja produktivnost dela, izražena z dodano vrednostjo na zaposlenega. Od slovenskega povprečja je bila višja za 94 % (83.605 evrov, kar je manj, kot je bilo leta 2014 - 86.635 evrov), zadnja leta se ta vrednost zmanjšuje. Že zgoraj smo omenili, da se je v tej dejavnosti v letu 2015 v primerjavi z letom 2014 sicer povečal prihodek (za 3 %), dodana vrednost je ostala nespremenjena, vendar so se za 6 % v povečali stroški blaga, materiala in storitev (ki so leta 2015 predstavljali 49 % ustvarjenih prihodkov poslovanja). Spodbudno je, da se je v letu 2015 rast spet začela dogajati tudi v kulturnih, razvedrilnih in rekreacijskih dejavnostih. V tej dejavnosti je bila dodana vrednost v letu 2015 za spoznanje (0,2 %) večja kot leta 2014. Še vedno pa je dodana vrednost v letu 2015 v primerjavi z letom 2010 nominalno manjša za 11 %. V to dejavnost spadajo dejavnosti, kot so umetniško uprizorjanje in ustvarjanje, obratovanje objektov za kulturne prireditve, dejavnost knjižnic, arhivov, muzejev in druge kulturne dejavnosti, varstvo kulturne dediščine, dejavnost botaničnih in živalskih vrtov, varstvo naravnih vrednot, dejavnost prirejanja iger na srečo in igralnic, športne in druge dejavnosti za prosti čas (dejavnost marin, dejavnost smučarskih centrov in druge dejavnosti za prosti čas).

Na četrtem mestu je bila dejavnost K: Finančne in zavarovalniške dejavnosti z 58 % preseganjem slovenskega povprečja (68.240 evrov, kar predstavlja le 83 % te vrednosti v letu 2014, 81.885 evrov). Ta dejavnost je doživela v letu 2015 največji padec v primerjavi s še dvema dejavnostma, v katerih sta se prihodek in dodana vrednost zmanjšala (dejavnost E: Oskrba z vodo; ravnanje z odpadki in odpadki; saniranje okolja, in O: Dejavnost javne uprave in obrambe; dejavnost obvezne socialne varnosti – čeprav se je v tej dejavnosti malo povečalo število zaposlenih, z 249 v letu 2014 na 277 v letu 2015, in število podjetij za 1 podjetje, z 42 v letu 2014 na 43 v letu 2015), medtem ko so vse druge dejavnosti povečale svojo aktivnost v letu 2015 glede na leto 2014. Nadpovprečno produktivni so bili zaposleni v dejavnosti J: Informacijske in komunikacijske dejavnosti. Ustvarili so 67.206 evrov dodane vrednosti na osebo (leta 2014 je bilo 67.935 evrov na osebo) ali 56 % preseganje slovenskega povprečja (leta 2014 je bilo preseganje v tej dejavnosti 59 %). Preseganje se z leti zmanjšuje, saj se dodana vrednost zmanjšuje v oddelkih dejavnosti, ki prispevajo največ dodane vrednosti v dejavnosti (npr. v oddelku telekomunikacijske dejavnosti) (Kmet Zupančič idr., 2015).

Nadpovprečno produktivni so bili tudi zaposleni v dejavnosti B: Rudarstvo, v kateri se je preseganje glede na preteklo leto najbolj povečalo (51.695 evrov ali 20 % preseganje slovenskega povprečja; leta 2014 je bilo preseganje 21 % – 51.684 evrov; vendar je bila v tej dejavnosti ta vrednost v letu 2015 še vedno nižja kot leta 2010, ko je znašala 52.615 evrov). Prihodki poslovanja v letu 2015 glede na leto 2014 so se povečali za 1 %, kar je povezano tudi s pozitivnim obratom gospodarske aktivnosti v gradbeni dejavnosti. V energetske delu rudarstva, to je v dejavnosti premogovništva, poteka že dlje časa krčenje dejavnosti. Po letu 2013 je Premogovnik Velenje ostal edini slovenski rudnik, ki še aktivno pridobiva premog za prodajo, medtem ko je Rudnik Trbovlje–Hrastnik v postopku zapiranja (Kmet Zupančič idr., 2015). Vendar pa se je dodana vrednost v rudarstvu v letu 2015 glede na leto 2014 zmanjšala za 2 %, kar je posledica prav tolikšnega povečanja stroškov blaga, materiala in storitev. V dejavnosti se je število podjetij povečalo za 3 (z 92 leta 2014 na 95 leta 2015), medtem ko se je število zaposlenih zmanjšalo za 42 ljudi (z 2474 leta 2014 na 2432 leta 2015).

Nadpovprečno produktivni so bili tudi zaposleni v dejavnosti H: Promet in skladiščenje (50.719 evrov ali 18 % preseganje slovenskega povprečja; leta 2014 je bilo preseganje 17 %, 50.128 evrov). Največji delež dodane vrednosti je bil ustvarjen v dejavnosti cestnega tovornega prometa. Precejšnji delež dodane vrednosti je bil ustvarjen tudi v spremljajočih storitvenih dejavnostih v kopenskem prometu (Kmet Zupančič idr., 2015). Nadpovprečno produktivni so bili še zaposleni v dejavnosti M: Strokovne, znanstvene in tehnične dejavnosti (48.742 evrov ali 13 % preseganje slovenskega povprečja, kar je za 1 odstotno točko manj kot leta 2014, ko je bilo preseganje 14 %, 48.521 evrov). Dodana vrednost na zaposlenega se je povečala, čeprav so se v tej dejavnosti prihodki poslovanja v letu 2015 glede na leto 2014 zmanjšali za 1 % in število podjetij za 5 % (s 23.087 leta 2014 na 21.905 podjetij v letu 2015). Za 2 % se je namreč povečala dodana vrednost in za 2 % zmanjšali stroški blaga, materiala in storitev v tej dejavnosti. Število zaposlenih pa se je povečalo za 1,6 % (Močnik idr., 2016).

Ustvarjena dodana vrednost na zaposlenega v dejavnosti C: Predelovalne dejavnosti je bila enaka slovenski povprečni dodani vrednosti na zaposlenega (42.907 evrov, kar je za 2 % več kot leta 2014, ko je dodana vrednost na zaposlenega znašala 42.103). Sicer pa se je v tej dejavnosti v letu 2015 v primerjavi z letom 2014 zmanjšalo za 2 % število podjetij, medtem ko se je število zaposlenih povečalo za 2 %, dodana vrednost se je povečala za 4 %, prihodki poslovanja so se povečali za 3 %. Vendar so se za prav toliko kot dodana vrednost povečali tudi stroški blaga, materiala in storitev, ki v tej dejavnosti predstavljajo visok delež (72 % prihodkov poslovanja) (Močnik idr., 2016).

Pa poglejmo, katere dejavnosti so bile podpovprečne. Kot že leta 2014 so najmanjšo produktivnost dela dosegli v dejavnosti N: Druge raznovrstne poslovne dejavnosti, saj je znašala 23.613 (kar je skoraj za 3 % več kot leta 2014 - 23.001 evro; vendar pa je vrednost še vedno nižja, kot je bila leta 2012, 23.893 evrov). Vendar je povečanje dodane vrednosti na osebo posledica hitrejši rasti dodane vrednosti (9 %) kot števila zaposlenih (za 6,5 % v enem letu). Prihodki poslovanja so se v enem letu povečali za 5 %, medtem ko so se stroški blaga, materiala in storitev povečali za 2 %. V dejavnosti se je zmanjšalo za 4,4 % število podjetij (s 4997 leta 2014 na 4774 leta 2015) (Močnik idr., 2016).

Druga najslabša produktivnost je bila dosežena v dejavnosti O: Dejavnost javne uprave in obrambe; dejavnost obvezne socialne varnosti. Dodana vrednost na zaposlenega je znašala 24.705 evrov ali 57 % slovenskega povprečja (kar je za več kot tretjino manj v primerjavi z letom 2014, ko je ta vrednost znašala 38.070 evrov). To je posledica zmanjšanja dejavnikov, ki vplivajo na izračun produktivnosti, ki so bili v letu 2015 glede na leto 2014 naslednji: prihodek poslovanja se je zmanjšal za 10 %, dodana vrednost za 28 %, število zaposlenih se je povečalo za 11 %, stroški blaga, materiala in storitev so se povečali za 28 %. Naslednja dejavnost po nizki produktivnosti je I: Gostinstvo, v kateri je zaposleni v povprečju ustvaril 27.489 evrov ali 64 % slovenskega povprečja, kar je za eno odstotno točko manjše zaostajanje kot leta 2014. To je posledica ugodnejših razmer v dejavnosti, saj se je dodana vrednost v primerjavi z letom 2014 povečala za 8 %, prihodki poslovanja za 5 %, rast stroškov blaga, materiala in storitev pa je bila počasnejša, saj so se povečali za 3 %. Povečalo se je tudi število zaposlenih v tej dejavnosti, in sicer za 4,6 % (Močnik idr., 2016). V to dejavnost sodijo splošna dejavnost javne uprave, urejanje zdravstva, izobraževanja, kulturnih storitev, urejanje gospodarskih področij za učinkovitejše poslovanje, urejanje zunanjih zadev, obramba, sodstvo, dejavnost za javni red in varnost, zaščita in reševanje pri požarih in nesrečah, dejavnost obvezne socialne varnosti.

Po zniževanju v preteklih letih so se razmere v gradbeništvu začele izboljševati. Na 16. mestu (od 19) po višini dodane vrednosti na zaposlenega je bila v letu 2015 dejavnost F: Gradbeništvo (30.536 evrov ali 29 % nižje od povprečne slovenske produktivnosti, kar je enako zaostajanje kot leta 2014; vendar se je produktivnost glede na leto 2014 za malenkost izboljšala – 0,7 %). To je zasluga povečanja prihodkov in dodane vrednosti. Prihodki so se povečali za 3 %, dodana vrednost za 5 %, stroški blaga, materiala in storitev za 3 % (ti stroški predstavljajo v ustvarjenih prihodkih poslovanja v dejavnosti

gradbeništva 70 %, zato je imela njihova počasnejša rast ugoden učinek na produktivnost. Povečalo se je tudi število zaposlenih (za 4,4 %). Isto relativno produktivnost (78 %) kot leta 2014 je obdržala dejavnost S: Druge dejavnosti (33.809 evrov, kar je 0,9 % višje kot leta 2014), kar je posledica 3 % rasti dodane vrednosti in 2 % rasti prihodkov. Število zaposlenih se je povečalo za 2 %, število podjetij pa za 1,4 % (Močnik idr., 2016). Ta dejavnost je ustvarila le 0,7 % skupne ustvarjene vrednosti. Vanjo pa sodijo dejavnosti članskih in invalidskih organizacij, popravilo računalnikov, komunikacijskih naprav in izdelkov za široko rabo ter druge storitvene dejavnosti (pralnice, kemične čistilnice, frizerska, kozmetična in pedikerska dejavnost, pogrebne storitve ter nega telesa).

Za 2 odstotni točki se je zmanjšala relativna produktivnost v dejavnosti P: Izobraževanje (37.458 evrov ali 87 % povprečja, leta 2014 je dodana vrednost na zaposlenega predstavljala 89 % slovenskega povprečja). Znižanje produktivnosti je posledica večjega povečanja števila zaposlenih (4,5 %) kot dodane vrednosti (3 %). Prihodki v dejavnosti P so se povečali za 2 %, število podjetij pa zmanjšalo za 5,3 % (Močnik idr., 2016).

Kot v izobraževanju se je za 2 odstotni točki poslabšala relativna produktivnost tudi v dejavnosti E: Oskrba z vodo; ravnanje z odpadki in odpadki; saniranje okolja (37.555 ali 87 % slovenskega povprečja; leto prej 89 %; leta 2010 je ta dejavnost dosegala 96 % slovenskega povprečja). Dodana vrednost, ki je predstavljala 1,7 % v skupni ustvarjeni dodani vrednosti, se je zmanjšala za 2 %, prihodi poslovanja za 6 %, število podjetij za 3,5 %, medtem ko je ostalo število zaposlenih nespremenjeno (Močnik idr., 2016).

V letu 2015 se je glede na leto 2014 za 3 odstotne točke izboljšala relativna produktivnost v dejavnosti A: Kmetijstvo (38.696 evrov ali 90 % slovenskega povprečja). V letu 2014 glede na leto 2013 se je dodana vrednost v tej dejavnosti najbolj izboljšala, in sicer za 5 odstotnih točk (leta 2014 je znašala 37.320 evrov ali 87 % slovenskega povprečja, leta 2013 pa 82 %). V kmetijstvu se je dodana vrednost v letu 2015 glede na leto 2014 povečala za 5 %, prihodi poslovanja za 4 %, število zaposlenih za 1,6 %, medtem ko se je število podjetij v kmetijstvu zmanjšalo za 0,5 % (Močnik idr., 2016).

Dejavnost, ki ni dosegala slovenskega povprečja in v kateri je ostala v letu 2015 relativna produktivnost nespremenjena v primerjavi z letom 2014, je bila dejavnost Q: Zdravstvo in socialno varstvo (39.423 evrov ali 92 % slovenskega povprečja). Dodana vrednost na zaposlenega se je v primerjavi z letom 2014 povečala za 0,2 %, čeprav so se prihodi poslovanja povečali za 8 % in dodana vrednost za 7 %. To je posledica povečanja števila zaposlenih v dejavnosti prav tako za 7 % in zmanjšanja števila podjetij v tej dejavnosti za 5,3 % v letu 2015 v primerjavi z letom 2014.

Dejavnost G: Trgovina; vzdrževanje in popravila motornih vozil je svojo relativno produktivnost v letu 2015 v primerjavi z 2014 popravila za 1 odstotno točko (40.629 evrov, kar je 2,4 % višja vrednost kot leta 2014, 39.671). To je posledica povečanja dodane vrednosti za 3 % in prihodkov poslovanja za 2 %. Hkrati pa se je povečalo število zaposlenih v tej dejavnosti za 0,9 %. Število podjetij se je zmanjšalo za 2 %. Za 2 % pa so se povečali tudi stroški blaga, materiala in storitev, ki v tej dejavnosti v primerjavi z vsemi drugimi dejavnostmi predstavljajo največji delež v ustvarjenih prihodkih (88 %) (Močnik idr., 2016).

Analizo ustvarjene dodane vrednosti na zaposlenega smo naredili tudi za glavne sektorje gospodarstva v obdobju 2011–2015, kar je prikazano v *tabeli 7* (Rebernik idr., 2015; Močnik idr., 2016).

Tabela 7: Pregled dodane vrednosti po gospodarskih sektorjih v Sloveniji, 2011–2015

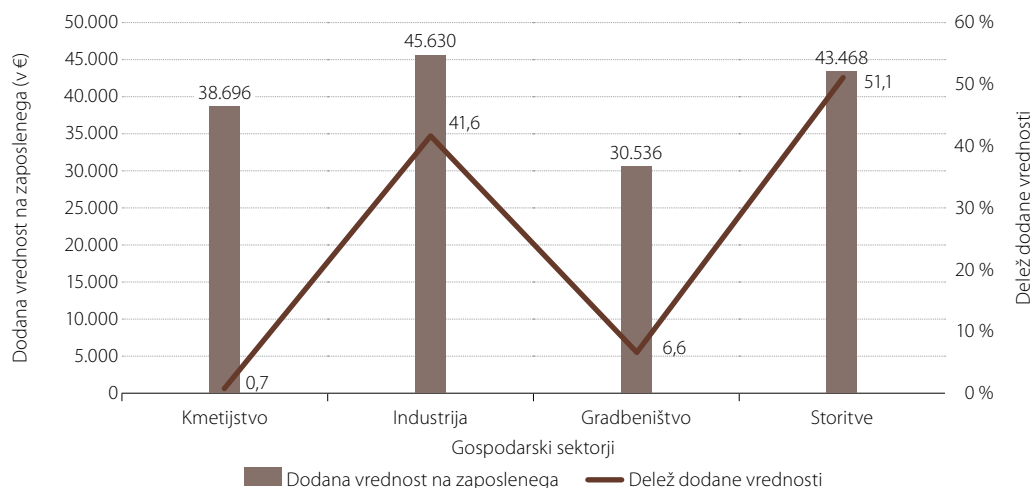
Gospodarski sektor	Leto	Dodana vrednost v milijardah evrov	Delež dodane vrednosti	Število zaposlenih	Dodana vrednost na zaposlenega v evrih	Relativna dodana vrednost na zaposlenega v % od skupaj
Kmetijstvo	2011	0,123	0,6	3.755	32.790	83
	2012	0,127	0,7	3.654	34.842	87
	2013	0,119	0,6	3.533	33.807	82
	2014	0,136	0,7	3.642	37.320	87
	2015	0,143	0,7	3.700	38.696	90
Industrija	2011	7,840	40,1	195.218	40.163	102
	2012	7,839	40,7	193.014	40.615	101
	2013	8,048	41,8	188.644	42.663	104
	2014	8,472	41,8	187.641	45.148	106
	2015	8,713	41,6	190.955	45.630	106
Gradbeništvo	2011	1,386	7,1	50.972	27.197	69
	2012	1,278	6,6	45.196	28.269	70
	2013	1,227	6,4	42.929	28.581	70
	2014	1,309	6,5	43.158	30.330	71
	2015	1,377	6,6	45.078	30.536	71
Storitve	2011	10,207	52,2	247.165	41.296	105
	2012	10,009	52,0	238.416	41.982	105
	2013	9,855	51,2	233.165	42.268	103
	2014	10,350	51,1	240.098	43.107	101
	2015	10,698	51,1	246.111	43.468	101
Skupaj	2011	19,557	100,0	497.110	39.341	100
	2012	19,254	100,0	480.281	40.088	100
	2013	19,250	100,0	468.271	41.109	100
	2014	20,266	100,0	474.537	42.708	100
	2015	20,931	100,0	485.844	43.081	100

Vir: IPMMP – EPF UM, 2016. Po podatkih AJPES (za leta 2011–2015).

V tabeli 7 vidimo, da se je relativna produktivnost v petletnem obdobju najbolj, in to za 7 odstotnih točk, izboljšala v kmetijstvu, kjer je povprečna ustvarjena dodana vrednost v letu 2015 znašala 38.696 evrov na zaposlenega. To je sicer predstavljalo še vedno za 10 % manjšo vrednost od slovenskega povprečja (43.081 evrov). Zelo spodbudno je, da se je relativna produktivnost povečala v industriji, in sicer za 4 odstotne točke glede na leto 2011 (45.630 evrov, kar je za 14 % več, kot je bilo leta 2011, 40.163 evrov). V gradbeništvo je bila relativna produktivnost v letu 2015 višja za 2 odstotni točki glede na leto 2011. Dobra novica je, da se v gradbeništvo dogaja oživiljanje gospodarske aktivnosti. Produktivnost v storitvenem sektorju je v opazovanem obdobju nazadovala, in sicer za 4 odstotne točke. Spodbudno pa je, da se je padanje leta 2015 ustavilo, saj je ustvarjena relativna dodana vrednost na zaposlenega ostala enaka kot leta 2014 (Močnik idr., 2016).

Na sliki 16 so prikazani deleži ustvarjene dodane vrednosti in dodana vrednost na zaposlenega za glavne gospodarske sektorje kmetijstvo, industrijo, gradbeništvo in storitve v letu 2015.

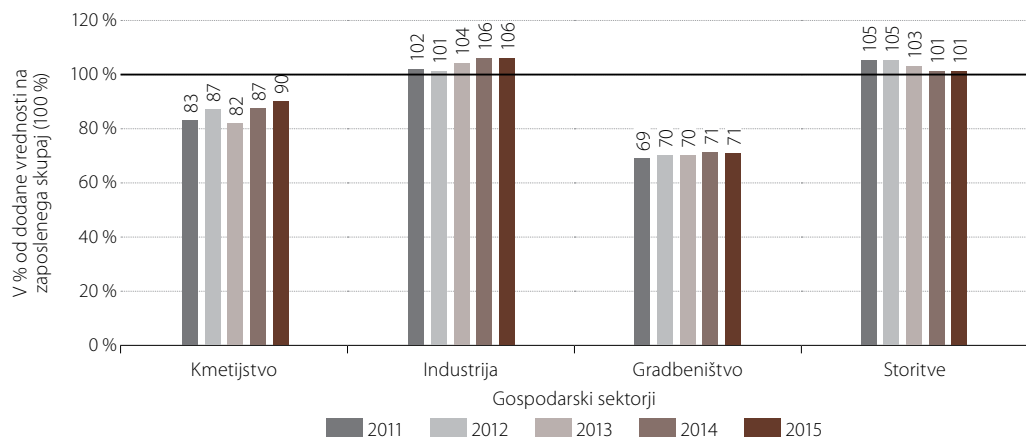
Slika 16: Delež dodane vrednosti in dodana vrednost na zaposlenega po gospodarskih sektorjih v Sloveniji, 2015



Vir: IPMMP – EPF UM, 2016. Po podatkih AJPES (za leto 2015).

Slika 17 pa prikazuje relativno dodano vrednost na zaposlenega po gospodarskih sektorjih v Sloveniji za obdobje 2011–2015.

Slika 17: Pregled relativne dodane vrednosti na zaposlenega po gospodarskih sektorjih v Sloveniji, 2011–2015



Vir: IPMMP – EPF UM, 2016. Po podatkih AJPES (za leta 2011–2015).

1.5 Stroški dela

Stroški dela gospodarskih družb in samostojnih podjetnikov v letu 2015 so znašali 11,7 milijarde evrov, kar je predstavljalo 56 % povprečni delež v dodani vrednosti, ki je ostal nespremenjen v primerjavi z letom 2014. Stroški dela so bili leta 2015 za 400 milijonov evrov večji kot leta 2014. V petletnem obdobju (2011-2015) so se stroški dela nominalno povečali za 700 milijonov evrov (Močnik idr., 2016).

V strukturi stroškov dela so leta 2015 stroški plač predstavljali v povprečju 73 %, stroški pokojninskih zavarovanj 7 %, stroški drugih socialnih zavarovanj 6 % in drugi stroški dela 14 %. Ti deleži so bili leta 2014 enaki. Po velikostnih razredih podjetij so bili ti deleži skoraj enaki, razen za gospodarske družbe z 0 zaposlenimi, kjer je leta 2015 predstavljal delež stroškov plač v stroških dela 60 % (leta 2014 pa 58 %), delež stroškov pokojninskih zavarovanj 6 %, delež stroškov drugih socialnih zavarovanj 5 % in delež drugih stroškov dela 29 % (leta 2014 pa 31 %) (Močnik idr., 2016).

Največji nadpovprečni delež stroškov dela v dodani vrednosti so dosegale dejavnosti: O: Dejavnost javne uprave in obrambe; dejavnost obvezne socialne varnosti (84 %, kar je precej več v primerjavi z letom 2014 – 55 %). Vendar je to bila posledica povečanja števila zaposlenih v tej dejavnosti za 11 % in zmanjšanja dodane vrednosti za 28 %. Dejavnost z drugim največjim deležem stroškov dela v dodani vrednosti je bila dejavnost N: Druge raznovrstne poslovne dejavnosti (77 %, kar je enako kot leta 2014). V tej dejavnosti se je število zaposlenih povečalo za 6,5 %, dodana vrednost za 9 %, stroški dela pa za 10 %. Nadpovprečni stroški dela so bili tudi v dejavnosti E: Oskrba z vodo; ravnanje z odpadki in odpadki; saniranje okolja (66 % ali 2 odstotni točki več kot leta 2014). V tej dejavnosti se je v enem letu (od 2014 na 2015) zmanjšala dodana vrednost za 2 %, število zaposlenih je ostalo nespremenjeno, stroški dela pa so se povečali za 1,8 %. Nadpovprečen je bil tudi strošek dela v dejavnosti B: Rudarstvo (65 % ali 7 odstotnih točk manj kot leta 2014), v kateri so se zmanjšali: zaposlenost za 1,7 % (leta 2014 pa za 2,9 %), stroški dela za 10 % in dodana vrednost za 2 %. Nadpovprečen in prav tolikšen kot v rudarstvu je bil tudi strošek dela v dodani vrednosti v dejavnosti I: Gostinstvo (65 %, kar je za 1 odstotno točko manj kot leta 2014 oziroma 5 odstotnih točk manj kot leta 2010, ko je delež znašal 70 %). V gostinstvu se je število zaposlenih povečalo za 4,6 %, dodana vrednost za 8 % in stroški dela za 5,2 % (Močnik idr., 2016).

Nadpovprečni stroški dela v dodani vrednosti so bili še v dejavnostih F: Gradbeništvo (62 % ali enako kot leta 2014). V gradbeništvu se je število zaposlenih povečalo za 4,4 %, dodana vrednost za 5 % in stroški dela za 4,8 %. Tolikšen kot v gradbeništvu je bil leta 2015 delež stroškov dela v dodani vrednosti tudi v dejavnosti Q: Zdravstvo in socialno varstvo (62 % ali 1 odstotna točka več kot leta 2014; zaposlenost se je povečala za 7 %, dodana vrednost za prav toliko, stroški dela pa za 8,8 %). Nadpovprečni delež stroškov dela v dodani vrednosti sta izkazovali tudi dejavnost C: Predelovalne dejavnosti (58 % ali enako kot leta 2014; zaposlenost se je povečala za 2 %, dodana vrednost in stroški dela pa za 4 %) in G: Trgovina; vzdrževanje in popravila motornih vozil (prav tako 58 % ali enako kot leta 2014; zaposlenost se je povečala za 0,9 %, dodana vrednost za 3 %, stroški dela pa so se povečali za 2,8 %).

Stroški dela v dodani vrednosti so bili 56 % v dejavnosti M: Strokovne, znanstvene in tehnične dejavnosti (kar je enako, kot je bil povprečni delež za Slovenijo; v dejavnosti se je zaposlenost povečala za 1,6 %, dodana vrednost za 2 % in stroški dela za 1,5 %).

Sledile so dejavnosti z deležem stroškov dela v dodani vrednosti, ki je bil leta 2015 manjši od slovenskega povprečja (56 %). Dejavnost A: Kmetijstvo in lov, gozdarstvo, ribištvo (s 55 % ali 2 odstotni točki manj kot leta 2014; zaposlenost se je povečala za 1,6 %, dodana vrednost za 5 % in stroški dela za 1,3 %). 53 % delež stroškov dela v dodani vrednosti je imela dejavnost P: Izobraževanje (kar je enako kot leta 2014; zaposlenost v tej dejavnosti se je povečala za 4,5 %, dodana vrednost za 3 %

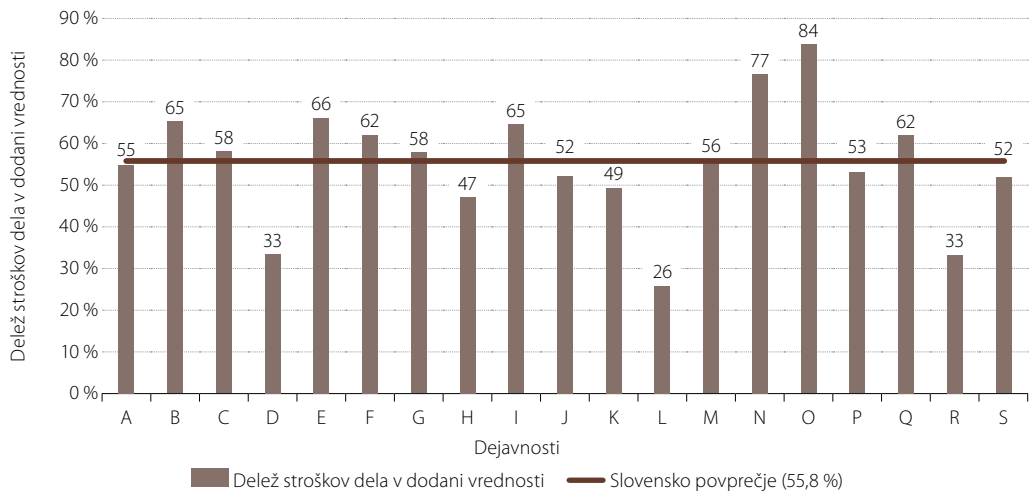
in stroški dela za 3,3 %). 52 % delež sta imeli dejavnost J: Informacijske in komunikacijske dejavnosti (enako kot leta 2014; zaposlenost se je povečala za 3,6 %, dodana vrednost za 2 % in stroški dela za 2,3 %), in S: Druge dejavnosti (prav tako enak delež, kot je bil leta 2014; zaposlenost se je povečala za 2 %, dodana vrednost za 3 % in stroški dela za 1,4 %). Dejavnost K: Finančne in zavarovalniške dejavnosti je imela 49 % delež stroškov dela v dodani vrednosti (kar je 8 odstotnih točk več kot leta 2014, ko je delež znašal 41 %; zaposlenost se je v enem letu zmanjšala za desetino, dodana vrednost za 22 % in stroški dela za 7,6 %) (Močnik idr., 2016).

V dejavnosti H: Promet in skladiščenje je bil 47 % delež stroškov dela v dodani vrednosti (enako kot leta 2014; v dejavnosti se je povečalo število zaposlenih za 3,1 %, dodana vrednost in stroški dela pa za 4 %).

33 % delež stroškov dela v dodani vrednosti je imela dejavnost D: Oskrba z električno energijo, plinom in paro (1 odstotna točka več kot leta 2014; zaposlenost je bila manjša za 0,4 %, dodana vrednost se je zmanjšala za 3 %, stroški dela pa povečali za 0,4 %), in dejavnost R: Kulturne, razvedrilne in rekreacijske dejavnosti (1 odstotna točka več kot leta 2014; zaposlenost je bila večja za 3,8 %, stroški dela pa za 5,9 %, dodana vrednost pa je ostala enaka kot leta 2014).

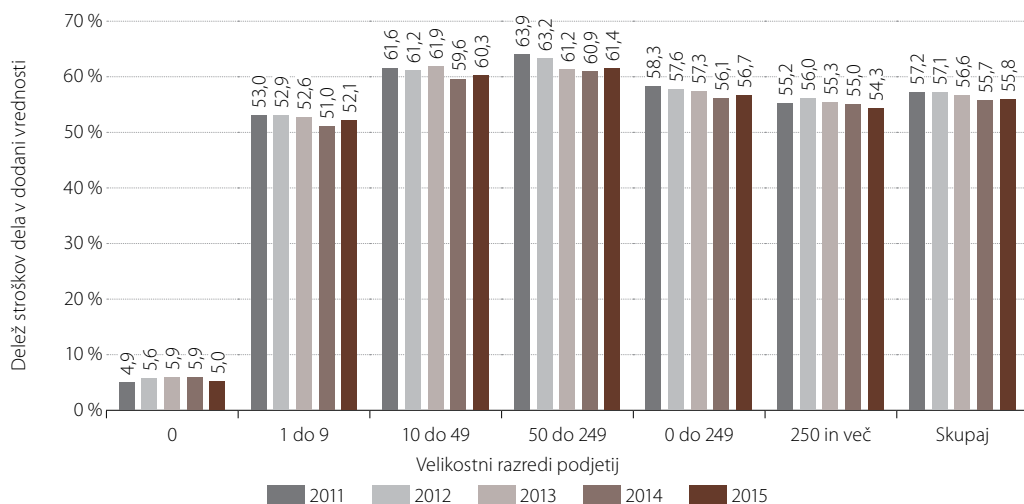
Najnižji podpovprečni delež stroškov dela v dodani vrednosti je bil dosežen v dejavnosti L: Poslovanje z nepremičninami (26 % ali 3 odstotne točke manj kot leta 2014; zaposlenost se je zmanjšala za 0,4 %, dodana vrednost se je povečala za 5 %, stroški dela pa za 1,3 %) (slika 18) (Močnik idr., 2016).

Slika 18: Delež stroškov dela v dodani vrednosti po dejavnostih v Sloveniji, 2015

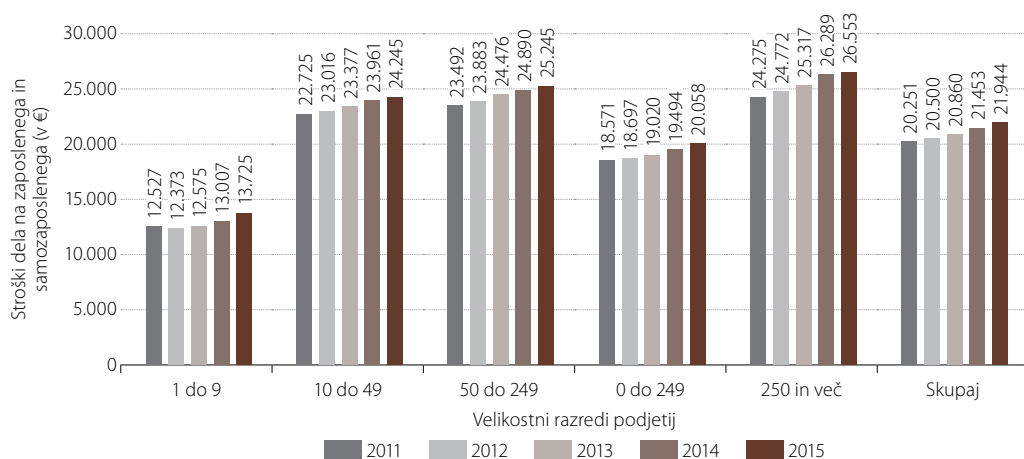


Vir: IPMMP – EPF UM, 2016. Po podatkih AJPEŠ (za leto 2015).

Deleži stroškov dela v dodani vrednosti po velikostnih razredih podjetij v obdobju 2011–2015 so prikazani na *sliki 19*. Leta 2015 je bil delež najnižji pri gospodarskih družbah z 0 zaposlenimi, kjer je znašal 5 %, sledila so mikro podjetja z 1 do 9 zaposlenimi, kjer je delež znašal 52,1 % in je bil pod povprečjem (55,8 %). Podpovprečen je bil delež stroškov dela v dodani vrednosti tudi v velikih podjetjih (54,3 %). V preostalih velikostnih razredih je bil delež stroškov dela nad slovenskim povprečjem, in sicer v malih podjetjih 60,3 %, v srednje velikih podjetjih pa 61,4 %. V MSP skupaj je bil delež stroškov dela v ustvarjeni dodani vrednosti prav tako nad slovenskim povprečjem in je znašal 56,7 % (*slika 19*).

Slika 19: Pregled deleža stroškov dela v dodani vrednosti po velikostnih razredih podjetij v Sloveniji, 2011–2015


Vir: IPMMP – EPF UM, 2016. Po podatkih AJPEŠ (za leta 2011–2015).

Slika 20: Pregled povprečnih stroškov dela na zaposlenega in samozaposlenega po velikostnih razredih podjetij v Sloveniji, 2011–2015


Vir: IPMMP – EPF UM, 2016. Po podatkih AJPEŠ (za leta 2011–2015).

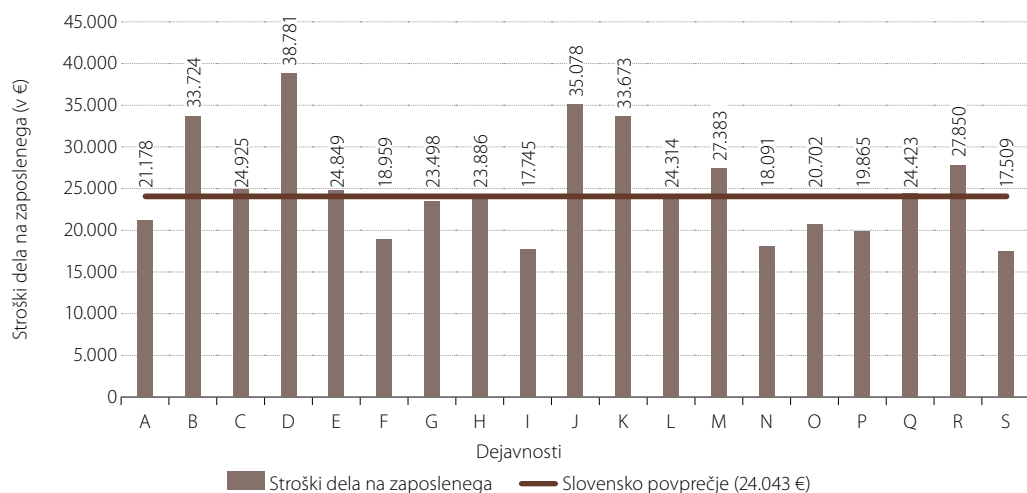
Stroški dela na zaposlenega (ko smo k številu zaposlenih oseb prišteli tudi samostojne podjetnike posameznike ali samozaposlene osebe) so v letu 2015 v povprečju znašali 21.944 evrov, medtem ko so brez upoštevanja samozaposlenih oseb znašali 24.043 evrov. Najvišji so bili v velikih podjetjih, kjer so znašali 26.553 evrov, najnižji pa so bili povprečni stroški dela v mikro podjetjih (13.725 evrov). Povprečni stroški dela v tem velikostnem razredu so bili nizki tudi zato, ker smo v ta velikostni razred podjetij k zaposlenim prišteli samostojne podjetnike (lastnike ali samozaposlene). Brez njih bi stroški dela na zaposlenega znašali 20.728 evrov. Povprečni stroški dela na zaposlenega, ki so presejali

slovensko povprečje, so bili v srednje velikih (25.245 evrov) in malih podjetjih (24.245 evrov). V MSP so bili ti stroški podpovprečni in so znašali 20.058 evrov (slika 20). Vidimo lahko, da so se v 5-letnem obdobju stroški dela na osebo rahlo večali v vseh opazovanih velikostnih razredih podjetij.

Najvišji stroški dela na zaposlenega so bili v dejavnosti D: Oskrba z električno energijo, plinom in paro. Znašali so 38.781 evrov in so za 61 % presegali slovensko povprečje (24.043 evrov). V vseh opazovanih letih so bili stroški dela na zaposlenega najvišji v tej dejavnosti. Najnižji stroški dela na zaposlenega so bili v dejavnosti S: Druge dejavnosti (17.509 evrov, kar je manj kot leta 2014 - 17.531 evrov), v kateri so bili povprečni stroški dela za 27 % nižji, kot so znašali povprečni stroški dela v slovenskem gospodarstvu v letu 2015. Druga dejavnost z najnižimi stroški dela na zaposlenega je bila dejavnost I: Gostinstvo (17.745 evrov). Sledile so dejavnost N: Druge raznovrstne poslovne dejavnosti (18.091 evrov), dejavnost F: Gradbeništvo (18.959 evrov). Drugo mesto po višini stroškov dela na zaposlenega je v letu 2015 zasedla dejavnost J: Informacijske in komunikacijske dejavnosti (35.078 evrov). Na tretjem mestu je bila dejavnost B: Rudarstvo, ki je bila leta 2014 na drugem mestu (33.724 evrov ali 40 % več od slovenskega povprečja, kar je manj kot leta 2014, ko so stroški dela na zaposlenega znašali 36.968 evrov ali 55 % slovenskega povprečja). Takoj za rudarstvom je sledila dejavnost K: Finančne in zavarovalniške dejavnosti (33.673 evrov, kar je prav tako 40 % več od slovenskega povprečja) (Močnik idr., 2016).

Nad slovenskim povprečjem so bili stroški dela na zaposlenega še v naslednjih dejavnostih: R: Kulturne, razvedrilne in rekreacijske dejavnosti (27.851 evrov), M: Strokovne, znanstvene in tehnične dejavnosti (27.383, kar je manj kot leta 2014 - 27.457 evrov), C: Predelovalne dejavnosti (24.925 evrov), E: Oskrba z vodo; ravnanje z odpadki in odpadki; saniranje okolja (24.850 evrov), Q: Zdravstvo in socialno varstvo (24.423 evrov) in L: Poslovanje z nepremičninami (24.314 evrov, kar je manj kot leta 2014 - 27.332 evrov). Preostale dejavnosti so dosegale stroške dela na zaposlenega, ki so bili manjši od slovenskega povprečja (slika 21).

Slika 21: Povprečni stroški dela na zaposlenega po dejavnostih v Sloveniji, 2015

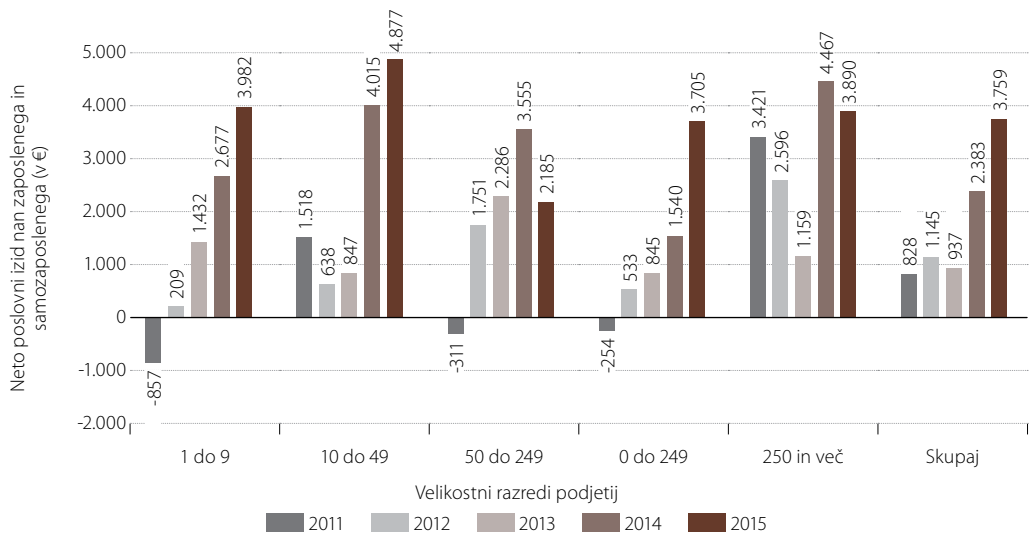


Vir: IPMMP – EPF UM, 2016. Po podatkih AJPEŠ (za leto 2015).

1.6 Kazalniki finančne uspešnosti

Opravili smo tudi finančno analizo po velikostnih razredih podjetij, slovenskih statističnih regijah in dejavnostih. Celotni neto poslovni izid (dobiček) leta 2015 je znašal 2 milijardi evrov in je bil za 60 % večji od dobička iz leta 2014 (1,254 milijarde evrov). Negativni neto poslovni izid (izgubo) so izkazale v letu 2015 le gospodarske družbe z 0 zaposlenimi. Pa še ta je predstavljal zgolj stotinko odstotka celotnega neto poslovnega izida (izguba je znašala 232.075 evrov), kar je bistveno manjša izguba od tiste iz leta 2014 v tem velikostnem razredu podjetij, ki je znašala 658 milijonov evrov, kar je takrat bilo več kot polovica ustvarjenega neto poslovnega izida. Največ dobička so leta 2015 ustvarila mikro podjetja (647 milijonov evrov ali skoraj tretjino celotnega neto poslovnega izida, kar je bilo za skoraj polovico več od neto dobička mikro podjetij iz leta 2014 – 438 milijonov evrov), sledila so velika podjetja s 30 % (601 milijon evrov, kar je bilo manj kot leta 2014, ko je dobiček velikih podjetij znašal 677 milijonov evrov in so bila velika podjetja tista, ki so ustvarila največji delež neto dobička slovenskega gospodarstva), mala podjetja s 26 % (512 milijonov evrov, kar je več kot leta 2014, ko je neto dobiček znašal 406 milijonov evrov; naj dodamo, da so takrat mala podjetja ustvarila skoraj 5-krat več dobička kot leta 2013). Najmanjši delež neto dobička (12 % ali 241 milijonov evrov) so ustvarila leta 2015 srednje velika podjetja. Njihov delež v neto dobičku je bil leta 2014 31 % (390 milijonov evrov ali 1,6-krat toliko kot leta 2013) (Močnik idr., 2016).

Slika 22: Pregled ustvarjenega neto poslovnega izida na zaposlenega in samozaposlenega po velikostnih razredih podjetij v Sloveniji, 2011–2015



Vir: IPMMP – EPF UM, 2016. Po podatkih AJPES (za leta 2011–2015).

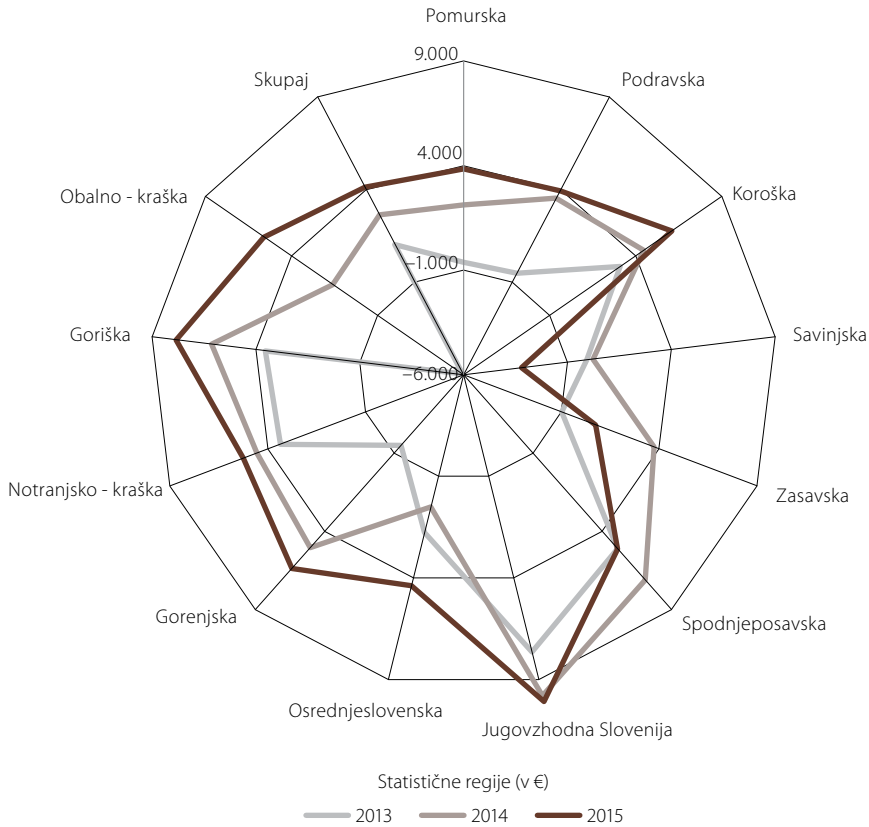
V nadaljevanju smo izračunali povprečni neto poslovni izid na zaposlenega (vključno s samozaposlenimi) za obdobje 2011–2015. Na *sliki 22* lahko vidimo, da je povprečni neto poslovni izid leta 2015 znašal 3.759 evrov, kar je bilo največ v opazovanem petletnem obdobju. Najvišji povprečni neto poslovni izid v letu 2015 je bil ustvarjen v malih podjetjih in je znašal 4.877 evrov, kar je 30 % več od slovenskega povprečja tega leta. Leta 2014 je bil dosežen največji neto poslovni izid na zaposlenega v velikih podjetjih, in sicer v višini 4.467 evrov. Nadpovprečen neto poslovni izid na zaposlenega in samozaposlenega je bil dosežen tudi v mikro podjetjih (3.982 evrov). V srednje velikih podjetjih je bil

ustvarjen podpovprečni neto poslovni izid na zaposlenega (2.185 evrov). Za MSP skupaj je bil neto poslovni izid na zaposlenega in samozaposlenega nekoliko pod slovenskim povprečjem (3.705 evrov, kar pa je bilo v primerjavi z letom 2014, ko je znašal 1.540 evrov, precej več – 82 %). Spodbudno je, da je slovensko gospodarstvo že četrto leto zapored poslovalo s pozitivnim povprečnim poslovnim izidom v vseh velikostnih razredih podjetij (seveda brez razreda z 0 zaposlenimi) (*slika 22*). Kot lahko vidimo na *sliki 22*, so leta 2011 izkazovali negativen povprečni neto poslovni izid v mikro podjetjih z 1 do 9 zaposlenimi (–857 evrov) in srednje velikih podjetjih (–311 evrov) (Močnik idr., 2016).

Če pogledamo ustvarjeni dobiček po regijah, lahko ugotovimo, da so v letu 2015 poslovale z dobičkom vse regije, razen savinjske, v kateri je bilo pridelane za 198 milijonov evrov izgube. Leta 2014 so vse regije poslovale pozitivno, medtem ko je bilo leta 2013 polovico regij, ki so leto zaključile z izgubo. Največ dobička je v letu 2015 ustvarila osrednjeslovenska regija (771 milijonov evrov ali skoraj 9-krat več kot leta 2014, ko je dobiček te regije znašal 88 milijonov evrov in je bila peta po višini ustvarjenega neto poslovnega izida v letu 2014). Če omenimo še naslednje štiri regije, je bila na drugem mestu po višini ustvarjenega dobička v letu 2015 jugovzhodna Slovenija (z 294 milijoni evrov ali 6,5 % več kot leta 2014 - 276 milijonov evrov, kar je bilo leta 2014 več kot petina vsega dobička slovenskega gospodarstva). Tretja regija po ustvarjenem neto poslovnem izidu leta 2015 je bila gorenjska regija (273 milijonov evrov ali skoraj 30 % več kot leto prej - 211 milijonov evrov dobička v tej regiji leta 2014 večji). Četrta po velikosti ustvarjenega dobička je bila leta 2015 podravska regija z 272 milijoni evrov (kar je bil za 13 % večji dobiček kot leta 2014 - 240 milijonov evrov). Ta regija je leta 2013 poslovala z izgubo v višini 34 milijonov evrov. Peta regija po dobičku je bila leta 2015 goriška regija (197 milijonov evrov ali 30 % več kot leta 2014, ko je neto poslovni izid te regije znašal 151 milijonov evrov). Ta regija je ustvarila dobiček tudi leta 2013 (Močnik idr., 2016).

Ustvarjeni povprečni neto poslovni izid v obdobju 2013–2015 po regijah prikazuje *slika 23*. Leta 2015 je vsak zaposleni (brez samozaposlenih) v slovenskem gospodarstvu ustvaril 4.119 evrov, kar je več od 2.642 evrov, kolikor je znašal dobiček na zaposlenega leta 2014. To pa je več od 1.044 evrov, kolikor je znašal dobiček na zaposlenega leta 2013. Največji neto poslovni izid v letu 2015 je v povprečju ustvaril zaposleni delavec v jugovzhodni Sloveniji (10.091 evrov, kar je za 2,8 % več kot leta 2014, ko je ta vrednost znašala 9.812 evrov). Celotno opazovano obdobje je bila po neto poslovnem izidu na zaposlenega na prvem mestu jugovzhodna Slovenija, ki ji je sledila posavska regija, ki pa je drugo mesto izgubila leta 2015, ko se je uvrstila šele na sedmo mesto. V letu 2015 je bila na drugem mestu po ustvarjenem neto poslovnem izidu na zaposlenega goriška regija s 7.833 evri (leta 2014 je bila ta regija po tem kazalniku na tretjem mestu s 6.135 evri). Leta 2015 je bila po neto poslovnem izidu na zaposlenega na tretjem mestu gorenjska regija (6.363 evrov, kar je bilo za četrtno vrednosti več, kot leto prej, ko je vrednost znašala 6.135 evrov). Nadpovprečne po ustvarjenem neto poslovnem izidu na zaposlenega so bile še koroška s 6.116 evri (leta 2014 pa 4.460 evrov), notranjsko-kraška s 5.127 evri (leta 2014 pa 4.567 evrov), posavska s 5.127 evri (kar je manj kot leta 2014, ko je dobiček na zaposlenega znašal 7.101 evro) in osrednjeslovenska (4.396 evrov, leta 2014 pa le 508 evrov). Podpovprečni neto poslovni izid na zaposlenega pa so ustvarili v naslednjih regijah: podravska (3.947 evrov), pomurski (3.848 evrov) in zasavski (746 evrov, kar je občutno manj od dobička na zaposlenega iz leta 2014 – 3.744 evrov) regiji. V savinjski regiji je vsak zaposleni delavec ustvaril za 3.199 evrov izgube (*slika 23*) (Močnik idr., 2016).

Slika 23: Pregled ustvarjenega neto poslovnega izida na zaposlenega po regijah v Sloveniji, 2013–2015



Vir: IPMMP – EPF UM, 2015. Po podatkih AJPES (za leta 2013–2015).

Ugotavljali smo tudi neto poslovni izid po dejavnostih. Največ dobička (1,177 milijarde evrov ali 43 % od skupnega pozitivnega neto poslovnega izida) so leta 2015 ustvarila podjetja v dejavnosti C: Predelovalne dejavnosti. Tudi v letu 2014 je bilo ustvarjenega največ dobička v tej dejavnosti (935 milijonov evrov ali 75 % od skupnega neto poslovnega izida). Dobiček se je v enem letu v tej dejavnosti torej povečal za več kot četrtno (26 %), medtem ko se je prihodek poslovanja v letu 2015 v primerjavi z letom 2014 povečal za 3 %. Tudi leta 2013 so predelovalne dejavnosti ustvarile največji delež dobička (76 % ali 374 milijonov evrov). Na drugem mestu po ustvarjenem dobičku je bila dejavnost G: Trgovina; vzdrževanje in popravila motornih vozil, ki pa je ustvarila precej manjši dobiček kot predelovalne dejavnosti (568 milijonov evrov ali 21 % od skupnega neto dobička v letu 2015). Leta 2014 je ta dejavnost ustvarila 337 milijonov evrov ali 27 % od skupnega dobička v tem letu. Trgovina je tako povečala svoj dobiček v enem letu za 68 % (naj spomnimo, da se je prihodek poslovanja v trgovini v letu 2015 glede na leto 2014 povečal za 2 %). Tretja po dobičku v letu 2015 je bila dejavnost M: Strokovne, znanstvene in tehnične dejavnosti (296 milijonov evrov ali 11 % od skupnega neto dobička), ki je svoj dobiček glede na leto prej povečala za 15 % (z 257 milijonov evrov). Na četrtem mestu po dobičku je bila v obeh letih dejavnost H: Promet in skladiščenje, ki pa se ji je dobiček v letu 2015 zmanjšal glede na leto 2014, in sicer za več kot petino (z 248 milijonov evrov leta 2014 na 193 milijonov evrov v letu 2015), predstavljal pa je 7 % skupnega ustvarjenega dobička slovenskega gospodarstva v letu 2015 (tudi v prometu in skladiščenju se je prihodek poslovanja v enem letu povečal za 3 %) (Močnik idr., 2016).

Od 19 dejavnosti so v letu 2015 poslovale z izgubo štiri dejavnosti, medtem ko je v letu 2014 z izgubo poslovalo šest dejavnosti. Največjo izgubo so v letu 2015 pridelala podjetja v dejavnosti D: Oskrba z električno energijo, plinom in paro, in sicer 670 milijonov evrov (ali 89 % celotne izgube v letu 2015). Ta dejavnost je še leto prej poslovala s petim najvišjim dobičkom posamezne dejavnosti v letu 2014 (145 milijonov evrov). V letu 2014 je bila ustvarjena najvišja izguba v dejavnosti L: Poslovanje z nepremičninami (453 milijonov evrov; ta dejavnost je poslovala z izgubo tudi leta 2013, ko je izguba znašala 190 milijonov evrov). Vendar je ta dejavnost leto 2015 zaključila z dobičkom v višini 66 milijonov evrov. Razlogi za to so podani v točki 1.4.3.

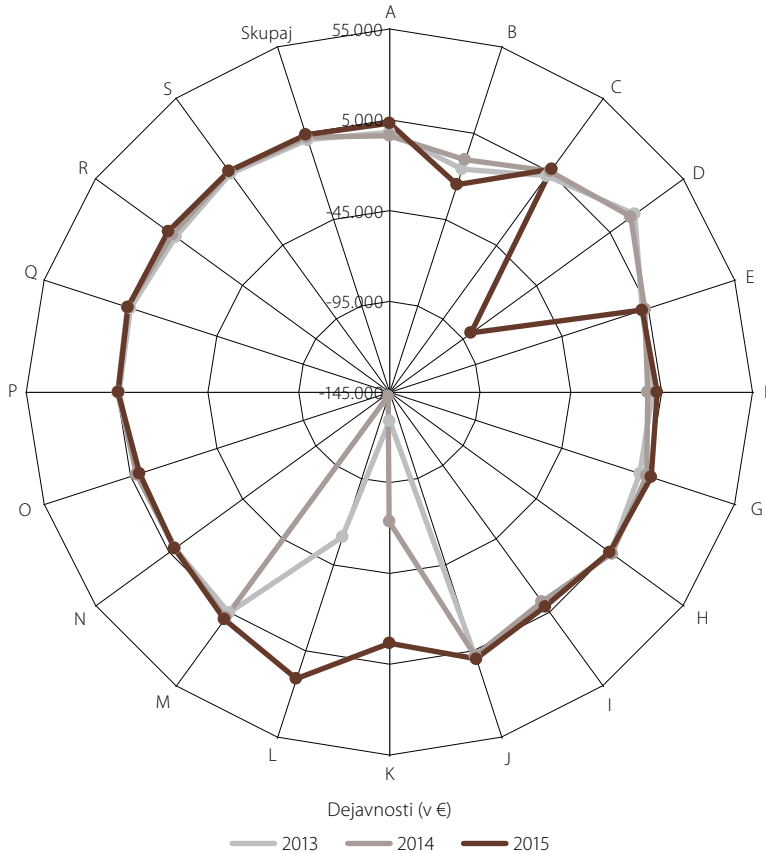
Na drugem mestu po izgubi v letu 2015 je bila dejavnost B: Rudarstvo (60 milijonov evrov ali 2,4-krat več kot leta 2014, ko je izguba znašala 25,5 milijona evrov). Tretja dejavnost po izgubi je bila dejavnost K: Finančne in zavarovalniške dejavnosti (22 milijonov evrov, kar je predstavljalo le še 8 % vrednosti izgube iz leta 2014 – 270 milijonov evrov; v letu 2013 pa je izguba znašala 418 milijonov evrov). Banke so v letu 2015 ustvarile za 195 milijonov evrov dobička, kar je največ po začetku finančne krize. Takšen rezultat je v veliki meri posledica precej manjšega oblikovanja dodatnih rezervacij in oslabitev, saj se obseg poslovanja bank še naprej krči. Neto finančni prihodki so se skrčili za več kot desetino, k temu je največ prispevalo znižanje neto obrestnih prihodkov, kar je bilo posledica hitrejšega zniževanja obrestnih prihodkov zaradi nižjih aktivnih obrestnih mer, postopnega zapadanja vrednostnih papirjev z visokimi obrestnimi merami in tudi šibke kreditne aktivnosti (UMAR, 2016, str. 33). V točki 1.4.3 smo tudi zapisali, da so se prihodki v tej dejavnosti v letu 2015 v primerjavi z letom 2014 zmanjšali za 28 %, dodana vrednost pa za 22 %. Tudi vrednost sredstev se je v enem letu v tej dejavnosti zmanjšala skoraj za desetino. Četrta in zadnja dejavnost, ki je v letu 2015 poslovala z izgubo, je bila dejavnost O: Dejavnost javne uprave in obrambe; dejavnost obvezne socialne varnosti, ki je sicer imela le 67.000 evrov izgube, pa je v letu 2014 poslovala z dobičkom (394.000 evrov), ki je bil ustvarjen v najmanjši višini v primerjavi z drugimi dejavnostmi. Ravno obratno, torej poslovanje z dobičkom v letu 2015 in z izgubo v letu 2014, pa se je zgodilo v dejavnostih F: Gradbeništvo, I: Gostinstvo, in A: Kmetijstvo in lov, gozdarstvo, ribištvo. Gradbeništvo je leta 2014 pridelalo tretjo največjo izgubo (121 milijonov evrov), a je v letu 2015 poslovalo s šestim najvišjim dobičkom (111 milijonov evrov). Tudi za dejavnost I: Gostinstvo je bilo tako. Leta 2014 je še ustvarila četrto najvišjo izgubo (47 milijonov evrov), medtem ko je leta 2015 ustvarila dobiček v višini 22 milijonov evrov. Razlogi za to so predstavljeni v poglavjih o dodani vrednosti. Dejavnost kmetijstva, lova in gozdarstva ter ribištva je leta 2014 imela za 13,5 milijona evrov izgube, leto 2015 pa je zaključila z 12 milijoni evrov dobička. Razloge za izboljšanje smo navedli v poglavju o dodani vrednosti.

Izračunali smo tudi neto poslovni izid na zaposlenega po dejavnostih, kar prikazuje *slika 24*. Najboljši rezultat, izražen z neto poslovnim izidom na zaposlenega, je bil leta 2015 ustvarjen v dejavnosti L: Poslovanje z nepremičninami (20.964 evrov). Še leto prej je zaposleni v tej dejavnosti v povprečju pridelal za 142.741 evrov izgube. Leta 2014 je največ dobička ustvaril zaposleni v dejavnosti D: Oskrba z električno energijo, plinom in paro, v kateri pa je leta 2015 ustvarjene največ izgube (89.499 evrov) (*slika 24*) (Močnik idr., 2016). Bolj stabilno je bilo poslovanje v dejavnosti M: Strokovne, znanstvene in tehnične dejavnosti, v kateri je zaposleni v povprečju ustvaril v letu 2015 9.756 evrov (na drugem mestu po dobičku na zaposlenega v letu 2015), leta 2014 8.603 evre (prav tako na drugem mestu po dobičku na zaposlenega v letu 2014) in leta 2013 5.299 evrov neto poslovnega izida (četrto mesto). Po višini dobička na zaposlenega je bilo bolj stabilno tudi poslovanje v dejavnosti J: Informacijske in komunikacijske dejavnosti, v kateri je leta 2015 znašal dobiček na zaposlenega 9.599 evrov (tretje mesto), v letu 2014 7.859 evrov (tudi tretje mesto) in leta 2013 7.845 evrov (drugo mesto).

V opazovanem petletnem obdobju sta torej poslovali z izgubo dejavnosti B: Rudarstvo in K: Finančne in zavarovalniške dejavnosti, s tem da se je izguba v rudarstvu povečala, v bančništvu in

zavarovalništvu pa zmanjšala. V opazovanem obdobju je šele v letu 2015 začela poslovati z izgubo dejavnosti D: Oskrba z električno energijo, plinom in paro, ki je vsa prejšnja leta poslovala s pozitivnim neto poslovnim izidom. Ravno obratno pa je bilo z dejavnostjo I: Gostinstvo, ki je z izgubo poslovala vse do leta 2014, medtem ko je leto 2015 zaključila z neto dobičkom (Močnik idr., 2016).

Slika 24: Pregled ustvarjenega neto poslovnega izida na zaposlenega po dejavnostih v Sloveniji, 2013–2015



Vir: IPMMP – EPF UM, 2016. Po podatkih AJPEŠ (za leta 2013–2015).

Izračunali smo še tri kazalnike donosnosti: neto donosnost sredstev, neto donosnost prihodkov in neto donosnost kapitala; dva kazalnika zadolženosti: kapital v financiranju in stopnja zadolženosti; kazalnik plačilne sposobnosti: kratkoročni koeficient in kazalnik produktivnosti, izražen s prihodki poslovanja na zaposlenega.¹⁰ V tabeli 8 so prikazani omenjeni kazalniki po velikostnih razredih podjetij.

¹⁰ Za kazalnike od 1 do 3 je zaželeno, da je njihova vrednost čim večja. Optimalna vrednost kazalnika 4 je 0,5 ali več. Zaželeno je čim manjša vrednost kazalnika 5 in čim večja vrednost kazalnikov 6 in 7.

Tabela 8: Finančni kazalniki za velikostne razrede podjetij v Sloveniji, 2015

Velikostni razredi podjetij	Neto donosnost sredstev	Neto donosnost prihodkov poslovanja	Neto donosnost kapitala	Kapital v financiranju	Stopnja zadolženosti	Kratkoročni koeficient	Prihodki poslovanja na zaposlenega v 1.000 evrov
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
0	0,0 %	0,0 %	0,0 %	0,24	1,06	0,96	
1–9	4,0 %	4,0 %	9,4 %	0,43	0,92	1,37	140,91
10–49	3,1 %	2,8 %	7,0 %	0,45	0,81	1,45	172,63
50–249	1,4 %	1,1 %	2,9 %	0,49	0,70	1,49	192,89
0–249	2,4 %	2,4 %	5,7 %	0,42	0,85	1,35	174,23
250 ali več	1,8 %	2,2 %	3,6 %	0,50	0,55	1,23	175,30
Skupaj	2,2 %	2,4 %	4,8 %	0,45	0,72	1,32	174,57

Opomba: (1) Neto poslovni izid/Sredstva × 100; (2) Neto poslovni izid/Prihodki poslovanja × 100; (3) Neto poslovni izid/Kapital × 100; (4) Kapital/Sredstva; (5) (Dolgoročne obveznosti + Kratkoročne obveznosti)/(Dolgoročna sredstva + Zaloge); (6) Kratkoročna sredstva/Kratkoročne obveznosti; (7) Prihodki poslovanja/Število zaposlenih.

Vir: IPMMP – EPF UM, 2016. Po podatkih AJ PES (za leto 2015).

Kot smo že omenili, je znašal v letu 2015 ustvarjeni neto poslovni izid 2 milijardi evrov, kar je predstavljalo 2,2 % vrednosti sredstev, ki so znašala dobrih 92 milijard evrov (vrednost sredstev se je v primerjavi z letom 2014 nekoliko zmanjšala, za 1 %, saj so sredstva znašala 93 milijard evrov, leta 2013 pa slabih 97 milijard evrov). Neto poslovni izid leta 2015 je bil za 60 % večji kot leta 2014, ko je znašal 1,254 milijarde evrov in je predstavljal 1,3 % vrednosti sredstev. Največjo donosnost sredstev so ustvarila mikro podjetja z 1 do 9 zaposlenimi (4 %, kar je več v primerjavi z 2,6 % leta 2014), sledila so mala podjetja s 3,1 % (kar je prav tako več kot 2,4 % leta 2014), srednje velika podjetja z 1,4 % (kar je manj od 2,2 % v letu 2014) in velika podjetja z 1,8 % (nekoliko manj v primerjavi z letom 2014, ko je neto donosnost sredstev velikih podjetij znašala 2 % (tabela 8)). Vsa MSP so ustvarila 2,4 % donos na vložena sredstva (kar je za 1,4 odstotne točke več kot leta 2014, ko je donosnost znašala 1 %). Stolpec (2) tabele 8 prikazuje ustvarjeni neto poslovni izid v odstotkih glede na ustvarjene prihodke poslovanja, stolpec (3) pa odstotni delež neto poslovnega izida v vrednosti kapitala¹¹ (Močnik idr., 2016).

Povprečna neto donosnost prihodkov poslovanja je bila 2,4 % (leta 2014 je bila 1,5 %, leta 2013 pa 0,7 %), medtem ko je bila neto donosnost kapitala 4,8 % (leta 2014 pa 3,2 % ali leta 2013 1,5 %). Najslabšo kapitalsko strukturo v virih financiranja (24 %, leta 2014 pa še slabšo - 18 %) so imele v letu 2015 mikro gospodarske družbe (z 0 zaposlenimi), najboljšo (50 %) pa so imela velika podjetja in srednje velika podjetja (49 %), katerih kapitalska struktura je že (skoraj) bila skladna z zlatim bilančnim pravilom, po katerem je optimalna vsaj 50- ali več odstotna kapitalska struktura (Močnik idr., 2016).

Povprečno podjetje je imelo v svoji kapitalski strukturi 45 % kapitala (kar je rahlo izboljšanje glede na leto 2014, ko je bil ta delež 42 % ali leta 2013, ko je znašal 41 %), kar pomeni, da so dolгови predstavljali 55 % vrednosti vseh sredstev podjetja. Stolpec (5) prikazuje delež dolgoročnih in kratkoročnih obveznosti v vrednosti dolgoročnih sredstev in zalog. Vidimo, da so leta 2015 predstavljale dolgoročne in kratkoročne obveznosti 72 % (leta 2014 76 % ali leta 2013 78 %) vseh dolgoročnih sredstev in zalog, kar pomeni, da se zadolženost znižuje. V mikro družbah je bila zadolženost 106 % (leta 2014 pa 113 % ali leta 2013 104 %). Naslednja najbolj zadolžena podjetja so bila mikro podjetja z 1 do 9 zaposlenimi (92 %; 94 % leta 2014, leta 2013 pa 96 %). V malih podjetjih je bila zadolženost

¹¹ Kapital predstavlja lastno vrednost sredstev ali vrednost sredstev, ki ni obremenjena z dolгови.

81 % (leta 2014 84 %, leta 2013 pa 92 %). Najmanj zadolžena so bila velika podjetja (55 %, leta 2014 je bila zadolženost 59 %, leta 2013 pa 61 %) (Močnik idr., 2016).

Kot vidimo, so slovenska podjetja precej odvisna od dolžniških virov financiranja, zato je za zagotovitev finančnih virov za podjetja in hitreje oživiljanje gospodarske aktivnosti, ki se je že začelo, ključno oblikovanje učinkovitega bančnega sistema in izboljšanje dostopnosti (predvsem MSP) do virov financiranja in povečevanje obsega lastniškega kapitala ter razvoj nebančnih segmentov finančnega sistema. Oživiljanje kreditiranja, zlasti perspektivnih podjetij med MSP, je poleg drugih strukturnih reform pomemben dejavnik za krepitev gospodarske rasti. Z večjo dostopnostjo virov financiranja bi se izboljšali pogoji poslovanja za podjetja, ki imajo zdravo finančno strukturo in dobre poslovne priložnosti. Povečanje obsega kreditov dobrim komitentom pa bi tudi imelo pozitiven vpliv na poslovanje bank, zlasti obrestne prihodke (UMAR, 2016, str. 33), kar smo videli, da je problem, ki se jasno kaže v upadanju aktivnosti v dejavnosti K: Finančne in zavarovalniške dejavnosti, katere del predstavljajo banke.

Kratkoročni koeficient, s katerim ugotavljamo plačilno sposobnost, kaže, da je bila vrednost kratkoročnih sredstev v vseh velikostnih razredih podjetij, razen v gospodarskih družbah z 0 zaposlenimi, večja od kratkoročnih obveznosti. Tako kot leta 2014 so imela tudi leta 2015 najboljši kratkoročni koeficient srednje velika podjetja, saj je vrednost kratkoročnih sredstev za 49 % (leta 2014 pa za 44 %) presegala vrednost kratkoročnih obveznosti. Po vrednosti kratkoročnega koeficienta so bila na drugem mestu mala podjetja, kjer se je ta kazalnik v primerjavi z letom prej precej izboljšal (leta 2015 je bilo v tem velikostnem razredu podjetij preseganje razpoložljivih kratkoročnih sredstev nad kratkoročnimi obveznostmi 45 %, leta 2014 pa 28 %). Sledila so mikro podjetja (1,37, leta 2014 pa 1,27) in velika podjetja (1,23, leta 2014 pa 1,12). V mikro gospodarskih družbah je bilo kratkoročnih sredstev za 4 % manj kot kratkoročnih obveznosti (0,96 in enako leta 2014). Potrebno pa je dodati, da bi bilo zaželeno, da bi bila vrednost kratkoročnega koeficienta vsaj 2, kar bi pomenilo, da vrednost kratkoročnih sredstev presega vrednost kratkoročnih obveznosti za vsaj 100 %¹² (Močnik idr., 2016).

V stolpcu (7) *tabele 8* smo izračunali produktivnost dela, ki smo jo izrazili s prihodki poslovanja na zaposlenega. V letu 2015 je povprečni delavec slovenskega gospodarstva ustvaril za 174.570 evrov (leta 2014 je bila ta vrednost 174.290 evrov) prihodkov poslovanja. Najbolj nadpovprečno produktiven je bil zaposleni delavec v srednje velikem podjetju, kjer je ustvaril 192.890 evrov (leta 2014 pa 191.000 evrov) prihodkov poslovanja. Po produktivnosti so bila na drugem mestu velika podjetja, kjer je vsak zaposleni v povprečju ustvaril za 175.300 evrov prihodkov poslovanja (leta 2014 pa 174.200 evrov). Nadpovprečna je bila tudi produktivnost malih podjetij, v katerih je zaposleni delavec v povprečju ustvaril za 172.630 evrov prihodkov poslovanja, vendar je bila ta vrednost manjša kot leto prej (leta 2014 je namreč znašala 173.700 evrov). Produktivnost zaposlenega v MSP je bila nekoliko nižja od slovenskega povprečja. Znašala je 174.230 evrov (leta 2014 je bila ta vrednost nekoliko višja - 174.330 in je presegala slovensko povprečje) (*tabela 8*) (Močnik idr., 2016).

V *tabeli 9* so predstavljeni finančni kazalniki po statističnih regijah. Neto donosnost je bila, tako kot leta 2014 in tudi 2013, največja in se je večala tudi leta 2015 v jugovzhodni Sloveniji: ustvarjeni neto poslovni izid je predstavljal 6,1 % sredstev (leta 2014 je bil 5,7 %, leta 2013 pa 4,4 %), 5,7 % prihodkov poslovanja (5,6 % leta 2014, 4,6 % v letu 2013) in 10,2 % kapitala (10 % leta 2014 in 8,1 % v letu 2013). Jugovzhodna Slovenija je bila v letu 2015 regija z največjim deležem izvoza (prav tako leta 2014) v ustvarjenih prihodkih poslovanja. Leta 2015 je ta regija ustvarila za 3,2 milijarde evrov (leta 2014 pa 2,8 milijarde evrov) izvoznih prihodkov, kar je predstavljalo 62 % ustvarjenih prihodkov poslovanja (leta

¹² Pri vsaj 100-odstotnem preseganju vrednosti kratkoročnih sredstev nad vrednostjo kratkoročnih obveznosti naj bi bilo zagotovljeno redno in pravočasno poravnavanje obveznosti podjetja in s tem stabilno poslovanje.

2014 pa 58 %), ki so znašali 5,2 milijarde evrov. Najbolj zdravo kapitalsko strukturo, 66 %, so imela v povprečju podjetja posavske regije (ta regija je bila po tem kazalniku najboljša tudi leta 2014 in 2013; leta 2014: 66 %, leta 2013: 65 %). Posledično je bila tudi stopnja zadolženosti najnižja v posavski regiji (42 %; leta 2014 pa je bila 40 %), kar je še manj, kot je bilo leta 2013, ko je bila ta regija tudi najmanj zadolžena (43 %). Ta regija je imela v letu 2014 tudi najvišjo vrednost kratkoročnega koeficienta (1,7, v letu 2013 pa je bil 1,5) in je bila najproduktivnejša, saj je zaposleni v tej regiji v povprečju ustvaril 258.000 evrov prihodkov poslovanja (leta 2013 pa 253.000 evrov). Posavska regija je ustvarila drugi največji delež, 56 % (leta 2014 pa 53 %), prihodkov z izvozom, ki je znašal 1,9 milijarde evrov (leta 2014 pa 1,5 milijarde evrov) (prihodki poslovanja pa so znašali 3,4 milijarde evrov). Po večini opazovanih kazalnikov je bila pričakovano najslabša savinjska regija, ki je edina poslovala z izgubo v letu 2015 (198 milijonov evrov; leta 2014 je ta regija ustvarila 14 milijonov evrov dobička) (tabela 9) (Močnik idr., 2016).

Tabela 9: Finančni kazalniki za regije v Sloveniji, 2015

Statistične regije	Neto donosnost sredstev	Neto donosnost prihodkov poslovanja	Neto donosnost kapitala	Kapital v financiranju	Stopnja zadolženosti	Kratkoročni koeficient	Prihodki poslovanja na zaposlenega v 1.000 evrov
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
Pomurska	3,2 %	2,9 %	7,9 %	0,41	0,78	1,13	131,40
Podravska	3,7 %	3,1 %	7,4 %	0,49	0,70	1,43	127,45
Koroška	5,4 %	4,3 %	12,4 %	0,44	0,80	1,37	140,68
Savinjska	-1,3 %	-2,3 %	-3,2 %	0,41	0,67	1,11	139,93
Zasavska	0,7 %	0,7 %	1,6 %	0,45	0,79	1,51	108,74
Posavska	2,1 %	1,8 %	3,3 %	0,66	0,42	1,62	288,61
Jugovzhodna Slovenija	6,1 %	5,7 %	10,2 %	0,60	0,52	1,64	178,37
Osrednjeslovenska	1,8 %	2,0 %	4,3 %	0,42	0,78	1,27	218,18
Gorenjska	4,6 %	4,4 %	9,7 %	0,47	0,72	1,42	144,93
Notranjsko-kraška	4,6 %	3,6 %	10,0 %	0,46	0,77	1,33	145,79
Goriška	5,2 %	5,4 %	9,7 %	0,53	0,63	1,48	144,69
Obalno-kraška	2,6 %	3,0 %	5,9 %	0,45	0,79	1,46	187,10
Skupaj	2,2 %	2,4 %	4,8 %	0,45	0,72	1,32	174,57

Opomba: (1) Neto poslovni izid/Sredstva $\times 100$; (2) Neto poslovni izid/Prihodki poslovanja $\times 100$; (3) Neto poslovni izid/Kapital $\times 100$; (4) Kapital/Sredstva; (5) (Dolgoročne obveznosti + Kratkoročne obveznosti)/(Dolgoročna sredstva + Zaloge); (6) Kratkoročna sredstva/Kratkoročne obveznosti; (7) Prihodki poslovanja/Število zaposlenih.

Vir: IPMMP – EPF UM, 2016. Po podatkih AJPEs (za leto 2015).

V tabeli 10 predstavljamo kazalnike neto donosnosti sredstev, neto donosnosti prihodkov in neto donosnosti kapitala po dejavnostih. Pozitivna neto donosnost sredstev je bila najvišja (9,5 %) v dejavnosti S: Druge dejavnosti. S 6,4 % je sledila dejavnost Q: Zdravstvo in socialno varstvo, tretja je bila dejavnost P: Izobraževanje (5,4 %). Toda to so dejavnosti, ki ne predstavljajo pomembnega deleža v ustvarjeni dodani vrednosti slovenskega gospodarstva (druge dejavnosti so v letu 2015 prispevale k skupni ustvarjeni dodani vrednosti le 0,68 % - 143 milijonov evrov; zdravstvo in socialno varstvo 0,95 % - 199 milijonov evrov in izobraževanje 0,28 % - 58 milijonov evrov). Dejavnost C: Predelovalne dejavnosti, ki ustvarja največji delež dodane vrednosti, je bila s 5,1 % donosnostjo sredstev na četrtem mestu (ta dejavnost je leta 2015 ustvarila več kot tretjino, 35 %, dodane vrednosti – 7,4 milijarde evrov). Na petem mestu pa je bila dejavnost J: Informacijske in komunikacijske dejavnosti (ki je ustvarila 5,81 % dodane vrednosti – 1,2 milijarde evrov). Najnižja še pozitivna je bila neto donosnost

sredstev v dejavnosti I: Gostinstvo (0,9 %), kar je dober rezultat, saj smo že omenili, da je ta dejavnost leta 2015 prvič po več letih poslovala z dobičkom – 22 milijonov evrov, še leta 2014 je znašala izguba v gostinstvu 47 milijonov evrov) (Močnik idr., 2016).

Najbolj nedonosna je bila dejavnost B: Rudarstvo, kar je posledica njene izgube (druge najvišje izgube, ki je leta 2015 znašala 60 milijonov evrov in se je glede na leto 2014 povečala za 2,4-krat). V rudarstvu je bilo leta 2015 na 100 evrov vloženih sredstev ustvarjenih 14 evrov izgube. Izguba v rudarstvu je predstavljala več kot petino vrednosti ustvarjenih prihodkov (lahko vidimo v drugem stolpcu *tabele 10* – neto donosnost prihodkov poslovanja). V letu 2014 je to neslavno mesto pripadalo dejavnosti L: Poslovanje z nepremičninami, ki je zabeležila izgubo v višini 10 % vrednosti sredstev, s katerimi je v letu 2014 razpolagala ta dejavnost. Leta 2015 pa je dejavnost poslovanja z nepremičninami poslovala z dobičkom, in sicer je bila njena donosnost sredstev 1,5 %. Negativno donosnost sredstev so pričakovano izkazala tudi podjetja v dejavnosti D: Oskrba z električno energijo, plinom in paro, v kateri je bilo v letu 2015 ustvarjene največ izgube – 670 milijonov evrov. Izguba je gotovo posledica dejstva, da se je dodana vrednost v tej dejavnosti v letu 2015 zmanjšala za 3 % (kljub povečanju prihodkov poslovanja za 7 %), kar je posledica povečanja stroškov blaga, materiala in storitev za 9 %. Še leto prej je ta dejavnost poslovala z dobičkom (145 milijonov evrov) (Močnik idr., 2016).

Kapitalska struktura je bila v letu 2015 najslabša (23 %) v dejavnosti O: Dejavnost javne uprave in obrambe; dejavnost obvezne socialne varnosti. Kot smo že omenili, je bila ta dejavnost ena od štirih dejavnosti, ki so v letu 2015 poslovale z izgubo. Njena izguba relativno ni bila velika, saj je znašala 67.000 evrov (vendar je ta dejavnost v letu 2014 poslovala z dobičkom, 394.000 evrov). Omenili smo že, da se je prihodek v tej dejavnosti v letu 2015 v primerjavi z letom 2014 zmanjšal za desetino, dodana vrednost pa za 28 %, povečalo pa se je število zaposlenih za 11 % in povečali so se stroški blaga, materiala in storitev za 28 %. Vendarle pa je bilo stanje v letu 2014 precej slabše, saj je bila takrat kapitalska struktura najnižja (19 %) pri največjem izgubarju - v dejavnosti L: Poslovanje z nepremičninami. Najvišjo kapitalsko strukturo (60 %) je imela dejavnost D: Oskrba z električno energijo, plinom in paro, za katero smo malce prej navedli, da je v letu 2015 poslovala z izgubo (Močnik idr., 2016).

Najvišjo stopnjo zadolženosti v letu 2015 so izkazala podjetja v dejavnosti O: Dejavnost javne uprave in obrambe (219 %, tudi leta 2014 je bila ta dejavnost najbolj zadolžena – 273 %, kar je bilo še več kot leta 2013, ko je bila zadolženost v tej dejavnosti 222 %), v kateri pa je bil najvišji kratkoročni koeficient (2,76; tudi leta 2014 je bil najvišji v tej dejavnosti – 2,52). Najproduktivnejši je bil leta 2014 v povprečju zaposleni delavec v dejavnosti D: Oskrba z električno energijo, plinom in paro. Ustvaril je 798.000 evrov (leta 2014 pa 745.000 evrov) prihodkov poslovanja, kar je presegalo povprečno produktivnost (175.000 evrov) za več kot štirikrat (*tabela 10*). Najnižje ustvarjene prihodke poslovanja na zaposlenega so ustvarili zaposleni v dejavnosti O: Dejavnost javne uprave in obrambe (okrog 45.000 evrov ali le 26 % povprečne produktivnosti). Sicer pa dodajmo še, da se je razdolževanje podjetij nadaljevalo tudi v letu 2015. Razmerje med celotnim dolgom in sredstvi se je v letu 2015 še znižalo, od vrha v letu 2008. Ob visoki finančni izpostavljenosti podjetij do bank in hkrati neugodnih razmerah v bančnem sistemu so se močno znižale predvsem finančne obveznosti do bank. Razdolževanje do bank je postalo intenzivno zlasti po letu 2011, vrh pa je s procesom sanacije bank doseglo v letu 2014. V tem letu se je najbolj znižal obseg kratkoročnih finančnih obveznosti do bank (Kmet Zupančič idr., 2015). Pomemben korak v smeri večje podpore MSP na ravni EU bo vzpostavitev kapitalske unije. Septembra 2015 je bil na ravni EU predstavljen akcijski načrt za vzpostavitev kapitalske unije, katerega pomemben del je namenjen tudi financiranju MSP, ki naj bi z vzpostavitvijo kapitalske unije v prihodnjih letih imela dostop do virov financiranja, ki je primerljiv velikim podjetjem. MSP so sedaj najbolj odvisna od bančnih virov financiranja, kar pomeni, da imajo zaradi težavah v bančnem sistemu sama težavnejši dostop do novih finančnih virov (UMAR, 2016, str. 32).

Tabela 10: Finančni kazalniki za dejavnosti v Sloveniji, 2015

Dejavnosti	Neto donosnost sredstev	Neto donosnost prihodkov poslovanja	Neto donosnost kapitala	Kapital v financiranju	Stopnja zadolženosti	Kratkoročni koeficient	Prihodki poslovanja na zaposlenega v 1.000 evrov
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
A	1,8 %	2,5 %	4,4 %	0,42	0,69	1,26	130,30
B	-13,8 %	-20,6 %	-43,3 %	0,32	0,72	1,13	119,92
C	5,1 %	4,6 %	10,1 %	0,50	0,65	1,54	149,21
D	-8,4 %	-11,2 %	-14,1 %	0,60	0,41	1,19	797,82
E	1,0 %	1,1 %	1,8 %	0,55	0,50	1,51	126,10
F	2,4 %	2,4 %	8,0 %	0,30	1,20	1,16	102,90
G	3,4 %	2,0 %	8,4 %	0,41	0,92	1,40	331,29
H	1,8 %	3,6 %	3,7 %	0,49	0,57	1,27	135,21
I	0,9 %	1,4 %	2,3 %	0,41	0,65	0,58	69,19
J	4,2 %	5,5 %	9,3 %	0,45	0,71	1,01	175,48
K	-0,3 %	-3,8 %	-1,0 %	0,34	0,95	1,13	175,45
L	1,5 %	11,3 %	4,6 %	0,33	0,79	1,07	185,39
M	4,1 %	7,3 %	8,7 %	0,47	0,78	1,41	133,44
N	3,9 %	2,7 %	11,3 %	0,35	1,04	1,10	51,57
O	-0,6 %	-0,5 %	-2,7 %	0,23	2,19	2,76	45,18
P	5,4 %	5,4 %	10,9 %	0,49	0,75	1,35	81,57
Q	6,4 %	9,2 %	14,1 %	0,46	0,67	1,07	69,49
R	2,9 %	3,5 %	6,8 %	0,43	0,70	0,97	162,94
S	9,5 %	7,6 %	20,3 %	0,47	0,82	1,14	73,88
Skupaj	2,2 %	2,4 %	4,8 %	0,45	0,72	1,32	174,57

Opomba: (1) Neto poslovni izid/Sredstva × 100; (2) Neto poslovni izid/Prihodki poslovanja × 100; (3) Neto poslovni izid/Kapital × 100; (4) Kapital/Sredstva; (5) (Dolgoročne obveznosti + Kratkoročne obveznosti)/(Dolgoročna sredstva + Zaloge); (6) Kratkoročna sredstva/Kratkoročne obveznosti; (7) Prihodki poslovanja/Število zaposlenih.

Vir: IPMMP – EPF UM, 2016. Po podatkih AJPES (za leto 2015).

V tabeli 11 prikazujemo finančne kazalnike za glavne sektorje gospodarstva. Vidimo lahko, da je bil leta 2015 v povprečju najdonosnejši storitveni sektor gospodarstva, katerega ustvarjeni neto poslovni izid je predstavljal 2,8 % vrednosti sredstev tega sektorja gospodarstva, 3,3 % vrednosti prihodkov poslovanja oziroma 6,7 % vrednosti kapitala. V industriji je bila najvišja kapitalska struktura (53 %; ta dejavnost je imela tudi v letu 2014 najvišjo kapitalsko strukturo - 51 %). Najvišjo vrednost kratkoročnega koeficienta (4,21) je imelo leta 2015 gradbeništvo, kar kaže na zelo visoko razpoložljivost kratkoročnih sredstev glede na kratkoročne obveznosti v tej dejavnosti. Naj spomnimo, da je bila ta dejavnost v letu 2015 precej oživljena (v primerjavi s preteklimi leti), saj so se ji prihodki povečali za 3 %, dodana vrednost za 5 % in število zaposlenih za 4,4 %. Najproduktivnejši je bil delavec v storitvenem sektorju gospodarstva. Leta 2015 je ustvaril za 189.000 evrov prihodkov poslovanja (leta 2014 pa 191.000 evrov prihodkov poslovanja, ko so bile storitve prav tako najproduktivnejši sektor gospodarstva. Storitveni sektor je bil tudi edini sektor, ki je ustvaril nadpovprečno donosnost. Kmetijstvo, industrija in gradbeništvo niso dosegali slovenskega povprečja. Največji zaostanek je bil v gradbeništvu, kjer so prihodki poslovanja na zaposlenega zaostajali za slovenskim povprečjem za 41 %, za storitvami pa za 46 % (tabela 11) (Močnik idr., 2016).

Tabela 11: Finančni kazalniki za gospodarske sektorje v Sloveniji, 2015

Gospodarski sektorji	Neto donosnost sredstev	Neto donosnost prihodkov poslovanja	Neto donosnost kapitala	Kapital v financiranju	Stopnja zadolženosti	Kratkoročni koeficient	Prihodki poslovanja na zaposlenega v 1.000 evrov
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
Kmetijstvo	1,8 %	2,5 %	4,4 %	0,42	0,69	1,26	130,30
Industrija	1,4 %	1,4 %	2,7 %	0,53	0,58	1,48	173,16
Gradbeništvo	2,4 %	2,4 %	8,0 %	0,30	1,20	4,21	102,90
Storitve	2,8 %	3,3 %	6,7 %	0,42	0,78	1,25	189,46
Skupaj	2,2 %	2,4 %	4,8 %	0,45	0,72	1,32	174,57

Opomba: (1) Neto poslovni izid/Sredstva × 100; (2) Neto poslovni izid/Prihodki poslovanja × 100; (3) Neto poslovni izid/Kapital × 100; (4) Kapital/Sredstva; (5) (Dolgoročne obveznosti + Kratkoročne obveznosti)/(Dolgoročna sredstva + Zaloge); (6) Kratkoročna sredstva/Kratkoročne obveznosti; (7) Prihodki poslovanja/Število zaposlenih.

Vir: IPMMP – EPF UM, 2016. Po podatkih AJPEŠ (za leto 2015).

Da bi bila slika slovenskih podjetij čimbolj celovita, smo naredili še primerjavo med slovenskimi in evropskimi podjetji nefinančnega sektorja gospodarstva. Prikazujemo jo v naslednjem poglavju.

2 Podjetniška statistika Slovenije v primerjavi z EU-28

Ključna spoznanja:

- Nefinančni sektor gospodarstva EU-28 je leta 2013 zagotavljal delo 133 milijonom ljudi, ki so bili zaposleni v 22,6 milijona podjetij, od katerih je bilo kar 93 % mikro podjetij (z manj kot 10 zaposlenimi).
- Več kot četrtina podjetij v nefinančnem sektorju EU-28 je bilo leta 2013 aktivnih v dejavnosti G: Trgovina; vzdrževanje in popravila motornih vozil.
- V EU-28 so največ, in sicer več kot četrtino dodane vrednosti ustvarila podjetja v dejavnosti D: Predelovalne dejavnosti.
- Za slovensko gospodarstvo in EU v letu 2013 je bilo pomembno realno gospodarstvo in močna industrija, saj so predelovalne dejavnosti ustvarile največ izvoza, dodane vrednosti in zaposlenosti.
- Najbolj produktivna je bila v nefinančnem sektorju gospodarstva tako v EU-28 kot tudi v Sloveniji zaposlena oseba v velikem podjetju, vendar je bila evropska produktivnost za 44 % višja od slovenske.

2.1 Uvod

Drugo poglavje je namenjeno pregledu strukturne podjetniške statistike (Structural Business Statistics) za EU-28¹³ in Slovenijo. Ker ni bilo novejših tovrstnih harmoniziranih podatkov, smo uporabili zadnje razpoložljive podatke, to je za leto 2013. Analizo smo naredili po velikostnih razredih podjetij na področju nefinančnega sektorja gospodarstva. V nefinančni sektor gospodarstva ni vključena dejavnost A: Kmetijstvo in lov, gozdarstvo, ribištvo, kakor tudi ne t. i. netržne dejavnosti, kot so dejavnost O: Dejavnost javne uprave in obrambe; dejavnost obvezne socialne varnosti; P: Izobraževanje; R: Kulturne, razvedrilne in rekreacijske dejavnosti, in dejavnost S: Druge dejavnosti, razen oddelka S 95: Popravila računalnikov in izdelkov za široko rabo.¹⁴ Mala in srednje velika podjetja (MSP) so pomembni akterji, ki prispevajo k razvoju skupnosti in zagotavljajo delovna mesta. Podatke smo črpali iz Eurostatove strukturne statistike podjetij (Structural Business Statistics, SBS), za katero zbirajo podatke nacionalni statistični uradi in jih posredujejo Eurostatu. Strukturna statistika podjetij zagotavlja mednarodno primerljive podatke, ob upoštevanju evropskih standardov o strukturi statistiki podjetij in evropskega sistema nacionalnih računov. Podatke za primerjavo smo črpali iz Eurostatove *Structural Business Statistics* za leto 2013, ki je dostopna na <http://ec.europa.eu/eurostat/web/structural-business-statistics/data/main-tables>.

Analizo smo naredili na osnovi agregiranih podatkov za industrijo (SKD B do E), gradbeništvo (SKD F) in storitve (SKD G do N in S95, brez K). Podatki za agregat EU so bili pridobljeni za 28 članic za leto

¹³ Evropsko osemindvajseterico (EU-28) sestavljajo naslednje države: Avstrija, Belgija, Bolgarija, Ciper, Češka, Danska, Estonija, Finska, Francija, Grčija, Hrvaška, Irsko, Italija, Latvija, Litva, Luksemburg, Madžarska, Malta, Nemčija, Nizozemska, Poljska, Portugalska, Romunija, Slovenija, Slovaška, Španija, Švedska in Združeno kraljestvo.

¹⁴ V analizo iz dejavnosti S niso vključene dejavnosti članskih organizacij, invalidskih organizacij in druge storitvene dejavnosti (dejavnost pralnic in kemičnih čistilnic, frizerska, kozmetična in pedikerska dejavnost, pogrebna dejavnost, dejavnosti za nego telesa).

2013. Primerjali smo število podjetij in oseb, ki delajo, ter ustvarjeno dodano vrednost po velikostnih razredih podjetij in dejavnostih. V poglavju 2.2 navajamo definicije pojmov, v poglavju 2.3 pa podajamo analizo omenjenih kategorij podatkov. Zaključek drugega poglavja zajema poglavje 2.4.¹⁵

2.2 Definicije in vir analiziranih podatkov

Podatki SBS so na voljo za omejen nabor standardnih spremenljivk, in sicer za število podjetij, zaposlene oziroma osebe, ki delajo, in dodano vrednost, večinoma navzdol do 3-mestne ravni standardne klasifikacije dejavnosti (SKD) in različne velikostne razrede podjetij na podlagi števila oseb, ki delajo v podjetju. Velikostni razredi podjetij so razdeljeni v: mikro podjetja, ki zaposlujejo manj kot 10 oseb; mala podjetja z 10 do 49 oseb; srednje velika podjetja, ki zaposlujejo od 50 do 249 oseb in velika podjetja z 250 ali več osebami. MSP so tista, ki zaposlujejo od 0 do 249 ljudi.

V nadaljevanju podajamo kratke definicije analiziranih in primerjanih spremenljivk: število podjetij, število zaposlenih, prihodek iz poslovanja in dodano vrednost, ki smo jih povzeli po predstavljenih metodoloških pojasnilih (SURs).

Število podjetij

Enote opazovanja so podjetja, registrirana za opravljanje pretežno tržne dejavnosti, ki so bila aktivna vsaj del opazovanega obdobja na enem izmed področij dejavnosti od B: Rudarstvo, do N: Druge raznovrstne poslovne dejavnosti, in S 95: Popravila računalnikov in izdelkov za široko rabo (brez K: Finančne in zavarovalniške dejavnosti). Poslovanje podjetij, ki po Standardni klasifikaciji institucionalnih sektorjev (SKIS) sodijo v sektor Država (SKIS 13) in v sektor Neprofitni izvajalci storitev gospodinjstvom (SKIS 15), ni zajeto v raziskovanju. V raziskovanju opazujemo statistično dejavnost, ki je kot glavna določena v Statističnem poslovnem registru za statistični namen in se v posameznih primerih razlikuje od registrirane dejavnosti. Statistična dejavnost se določa pri pomembnejših enotah, in sicer tistih, pri katerih je iz obstoječih statističnih podatkov razvidno, da bi bila njihova razvrstitev po teh podatkih drugačna od razvrstitve te enote glede na registrirano dejavnost.

Strukturna statistika podjetij opazuje glavno dejavnost podjetij, torej dejavnost, ki sodi v eno izmed zgoraj naštetih področij dejavnosti po SKD 2008: B: Rudarstvo, C: Predelovalne dejavnosti, D: Oskrba z električno energijo, plinom in paro, E: Oskrba z vodo, ravnanje z odpadki, saniranje okolja, F: Gradbeništvo, G: Trgovina, vzdrževanje in popravila motornih vozil, H: Promet in skladiščenje, I: Gostinstvo, J: Informacijske in komunikacijske dejavnosti, L: Poslovanje z nepremičninami, M: Strokovne, znanstvene in tehnične dejavnosti, N: Druge raznovrstne poslovne dejavnosti, in S 95: Popravila računalnikov in izdelkov za široko rabo. Poslovanje podjetij, ki več kot polovico prihodkov od prodaje dosežejo s tržno dejavnostjo, je zajeto v celoti.

Število zaposlenih oseb (s samozaposlenimi)

Osebe, ki delajo, so vse zaposlene in samozaposlene osebe skupaj. Med osebe, ki delajo, niso zajeti pomagajoči družinski člani in osebe, ki delajo na podlagi podjemnih pogodb (pogodb o delu) ali avtorskih pogodb, in kmetje.

¹⁵ Podatki za Slovenijo v tem poglavju niso neposredno primerljivi s podatki iz poglavja 1, kjer smo analizirali vse SKD dejavnosti za leto 2015 (ne le nefinančni sektor gospodarstva) ter samo gospodarske družbe in samostojne podjetnike za njihove registrirane dejavnosti v Poslovnem registru Slovenije (PRS), ki ga vodi Agencija Republike Slovenije za javnopravne evidence in storitve (AJPES).

Zaposlene osebe so osebe, ki delajo pri delodajalcu (pri pravnih osebah, samostojnih podjetnikih ali drugih registriranih fizičnih osebah) in prejemajo plačo ter so na podlagi pogodbe o zaposlitvi obvezno socialno zavarovane. Pogodba o zaposlitvi je lahko sklenjena za nedoločen ali določen čas, ne glede na to, ali gre za zaposlitev s polnim delovnim časom ali z delovnim časom, krajšim od polnega. Med zaposlene osebe štejejo tudi pripravniki in osebe, udeležene pri javnih delih, ter družbeniki zasebnih družb in zavodov, ki so poslovodne osebe (če niso obvezno zavarovani na drugi podlagi). Med zaposlene osebe se ne štejejo študenti in dijaki, ki občasno delajo za delodajalca in prejemajo plačilo.

Dodana vrednost

Dodana vrednost je izražena v stroških dejavnikov. Bruto prihodek iz poslovnih dejavnosti je popravljen za subvencije za poslovanje in posredne davke. Dodana vrednost se v stroških dejavnikov računa "bruto", ker se popravki vrednosti (kot je na primer amortizacija) ne odštejejo.

2.3 MSP v nefinančnem gospodarskem sektorju v EU-28 in Sloveniji

Leta 2013 je v nefinančnem sektorju gospodarstva 28 članic EU, za katere so bili na voljo podatki, delovalo okrog 22,574 milijona aktivnih podjetij (leta 2012 jih je bilo 22,347 milijona, leta 2011 pa 22,098 milijona) s 133,039 milijona zaposlenih oseb oziroma oseb, ki delajo (leta 2012 je bilo 133,767 milijona zaposlenih oseb, leta 2011 pa 134,529 milijona). V letu 2013 se je torej število podjetij v primerjavi z letom 2012 povečalo za 227.000, kar je za manj kot v letu 2012 glede na leto 2011, ko se je število podjetij povečalo za 249.000. Število zaposlenih oseb pa se je leta 2013 v primerjavi z letom 2012 zmanjšalo za 728.000, kar je nekoliko manjše znižanje, kot je bilo v letu 2012 glede na leto 2011, ko se je število oseb, ki delajo, zmanjšalo za 762.000. Podjetja nefinančnega sektorja gospodarstva so v letu 2013 ustvarila 6.234 milijard evrov dodane vrednosti ali 49 milijard evrov dodane vrednosti več kot leta 2012 (leta 2012 so podjetja ustvarila 6.185 milijard evrov dodane vrednosti, kar je bilo za 7 milijard evrov manj kot leta 2011) (Močnik idr., 2016).

2.3.1 Ključni pokazatelji

V nefinančnem sektorju gospodarstva EU-28 leta 2013 je bilo 93 % podjetij mikro podjetij, ki zaposlujejo manj kot 10 ljudi. Bistveno manjša pa sta bila v tem velikostnem razredu podjetij deleža v zaposlenosti in ustvarjeni dodani vrednosti. Relativni delež k zaposlenosti je namreč znašal 29,3 %, še manjši pa je bil delež v ustvarjeni dodani vrednosti, ki je znašal 21,2 %. V Sloveniji je bil delež mikro podjetij v nefinančnem sektorju gospodarstva v letu 2013 še večji (94,6 %). Tudi delež zaposlenosti v slovenskih mikro podjetjih v tem sektorju gospodarstva je bil večji kot v EU-28 (34,9 %, kar je še nekoliko več, kot je bilo leta 2012, ko so mikro podjetja zaposlovala 33,7 % ljudi). V Sloveniji so leta 2013 mikro podjetja zaposlovala največ ljudi nefinančnega sektorja gospodarstva, a bila na tretjem (od štirih) mestu po deležu v ustvarjeni dodani vrednosti. Delež mikro podjetij v ustvarjeni dodani vrednosti pa je bil v Sloveniji skoraj enak kot v EU-28 (21,8 %). V EU-28 so imela mikro podjetja drugi največji delež zaposlenosti in dodane vrednosti med štirimi velikostnimi razredi, kar prikazujeta *tabeli 12 in 13*.

Tabela 12: Ključni pokazatelji po velikostnih razredih v nefinančnem sektorju gospodarstva v EU-28 in Sloveniji, 2013

	Število podjetij (v 1000)		Število oseb, ki delajo (v 1000)		Dodana vrednost (v milijon evrov)		Dodana vrednost na osebo (v 1000 evrov)	
	EU-28	Slovenija	EU-28	Slovenija	EU-28	Slovenija	EU-28	Slovenija
Vsa podjetja	22.574	126,8	133.039	574	6.234.210	17.357	46,9	30,2
Vsa MSP	22.530	126,5	88.825	419	3.609.274	10.968	40,6	26,2
Mikro	21.000	119,9	39.000	200	1.321.489	3.779,7	33,9	18,9
Mala	1.310	5,5	27.214	106	1.129.672	3.313,7	41,5	31,3
Srednja	220	1,1	22.611	112	1.158.114	3.874,4	51,2	34,5
Velika	44	0,2	44.214	155	2.624.936	6.388,8	59,4	41,2

Vir: IPMMP – EPF UM, 2016. Po podatkih EUROSTAT (za leto 2013).

V Sloveniji so velika podjetja zasedala drugi največji delež po zaposlenosti (27,1 %, leta 2012 je ta delež znašal 27,7 %) in prvega po dodani vrednosti (36,8 %, leta 2012 pa 37,2 %). Med MSP so v Sloveniji imela največji delež v dodani vrednosti (22,3 %) srednje velika podjetja (ta delež je leta 2012 znašal 22,1 %). V nasprotju z veliko težo, ki so jo imela mikro podjetja v EU-28 po zaposlenosti in dodani vrednosti, pa so beležila najnižjo raven po produktivnosti, ki je izražena z dodano vrednostjo na osebo in je znašala 33.900 evrov (leta 2012 pa 33.300 evrov), kar je bilo skoraj 30 % manj, kot je znašala povprečna dodana vrednost na osebo v EU-28 (46.900 evrov, leta 2012 je povprečje znašalo 46.200 evrov), oziroma 43 % manj, kot je znašala najvišja dodana vrednost na osebo v velikih podjetjih (59.400 evrov, leta 2012 pa 59.600 evrov, kar pomeni, da je zaposlena oseba v velikem podjetju v povprečju ustvarila leta 2013 manjšo dodano vrednost kot leta 2012). Tudi v Sloveniji so bila najmanj produktivna mikro podjetja, ki so ustvarila 18.900 evrov (leta 2012 pa 18.500 evrov) dodane vrednosti na osebo, kar je bilo 37 % manj od slovenskega povprečja (30.200 evrov, leta 2012 pa je slovensko povprečje znašalo 29.800 evrov) oziroma 54 % manj od najvišje dodane vrednosti na osebo v velikih podjetjih (41.200 evrov, leta 2012 pa 40.100 evrov) (tabeli 12 in 13) (Močnik idr., 2016).

Tabela 13: Relativni pomen velikostnih razredov podjetij v nefinančnem sektorju gospodarstva v EU-28 in Sloveniji, 2013

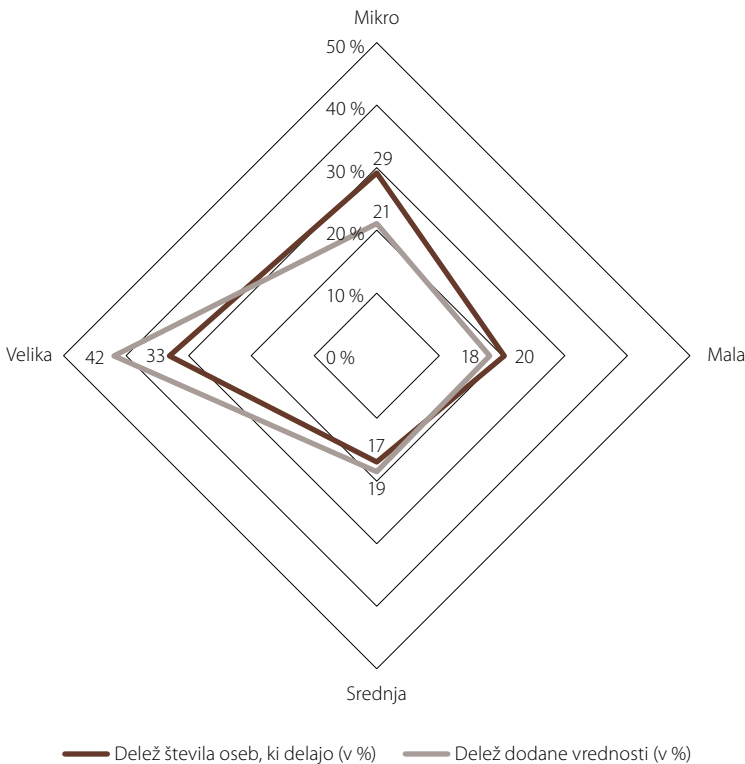
	Delež števila oseb, ki delajo (v %)		Delež dodane vrednosti (v %)		Dodana vrednost na osebo v 1000 evrov		Relativna DV na osebo (od skupaj = 100)	
	EU-28	Slovenija	EU-28	Slovenija	EU-28	Slovenija	EU-28	Slovenija
Mikro	29,3	34,9	21,2	21,8	33,9	18,9	72,3	62,4
Mala	20,5	18,5	18,1	19,1	41,5	31,3	88,6	103,5
Srednja	17,0	19,6	18,6	22,3	51,2	34,5	109,3	113,9
Velika	33,2	27,1	42,1	36,8	59,4	41,2	126,7	136,1

Vir: IPMMP – EPF UM, 2016. Po podatkih EUROSTAT (za leto 2013).

Najmanj pa je bilo leta 2013 v nefinančnem sektorju gospodarstva EU-28 velikih podjetij – samo 44.000 ali 0,2 % vseh podjetij, kar je bilo enako kot leta 2012. V Sloveniji je bilo leta 2013 v nefinančnem sektorju gospodarstva 225 velikih podjetij (0,2 % vseh, prav tako kot leta 2012). Velika podjetja so v EU-28 ustvarila 2.625 milijard evrov (leta 2012 pa 2.627 milijard evrov) dodane vrednosti, kar je predstavljalo 42,1 % (leta 2012 pa 42,5 %) celotne dodane vrednosti nefinančnega sektorja (6.234 milijard evrov, leta 2012 pa 6.185 milijard evrov). V Sloveniji so velika podjetja nefinančnega sektorja

gospodarstva v letu 2013 ustvarila za 6,4 milijarde evrov dodane vrednosti, kar je predstavljalo 36,8 % (leta 2012 pa 37,2 %) celotne dodane vrednosti nefinančnega gospodarstva (17,4 milijarde evrov, leta 2012 pa 17,1 milijarde evrov). Ugotavljamo, da so bila velika podjetja v Sloveniji manj uspešna kot velika podjetja v EU-28, saj so kljub enakemu deležu po številu podjetij ustvarila za več kot 5 odstotnih točk manjši delež dodane vrednosti. Dodana vrednost na osebo v velikih podjetjih EU-28 je znašala 59.400 (leta 2012 pa 59.600 evrov), kar je več, kot je znašala produktivnost mikro, malih in srednje velikih podjetij. Dodana vrednost na osebo v velikih podjetjih je bila za 18.800 evrov (leta 2012 pa 19.900 evrov) večja od dodane vrednosti na osebo v MSP (40.600 evrov, leta 2012 pa 39.700 evrov) (slika 25).

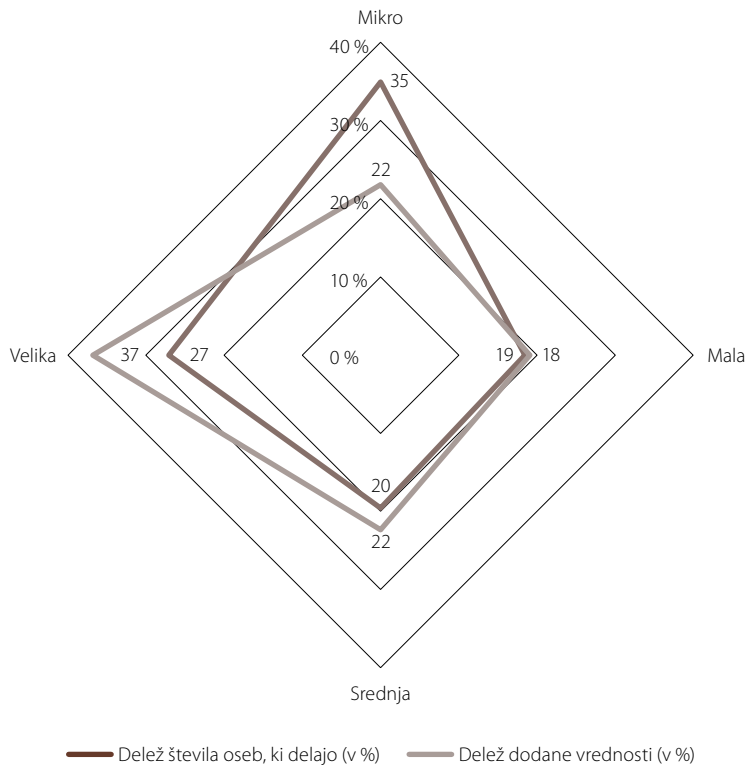
Slika 25: Relativni pomen velikostnega razreda podjetij v nefinančnem sektorju gospodarstva v EU-28, 2013



Vir: IPMMP – EPF UM, 2016. Po podatkih EUROSTAT (za leto 2013).

Tudi v Sloveniji je bila najvišja dodana vrednost na osebo ustvarjena v velikih podjetjih (41.200 evrov, leta 2012 pa 40.100 evrov) in je za 22.300 (leta 2012 pa 21.600 evrov) presegala najnižjo dodano vrednost na osebo, ki je bila tudi v Sloveniji dosežena v mikro podjetjih (18.900 evrov, leta 2012 pa 18.500 evrov). Povprečna dodana vrednost na zaposleno osebo v velikem podjetju je bila za 15.000 evrov (leta 2012 pa za 14.200 evrov) višja od dodane vrednosti na osebo v MSP (26.200 evrov, leta 2012 pa 25.900 evrov) (slika 26).

Slika 26: Relativni pomen velikostnega razreda podjetij v nefinančnem sektorju gospodarstva v Sloveniji, 2013



Vir: IPMMP – EPF UM, 2016. Po podatkih EUROSTAT (za leto 2013).

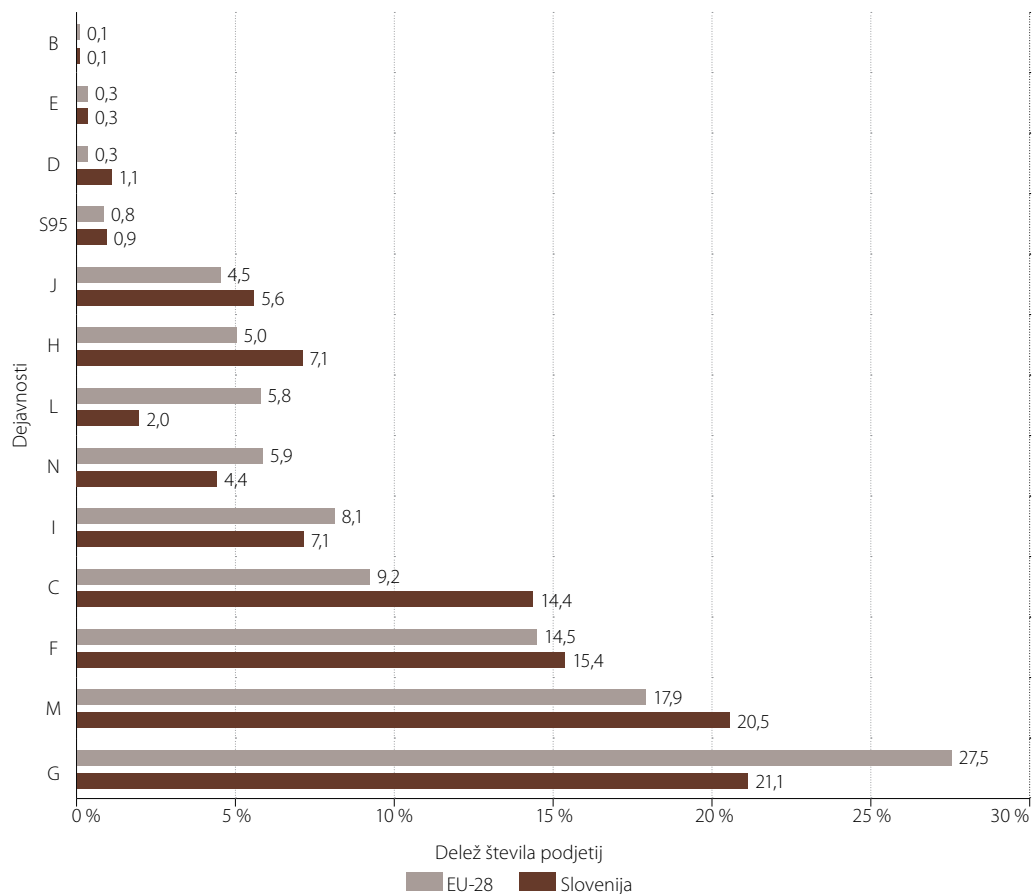
Delež mikro podjetij v strukturi vseh podjetij je bil v letu 2013 v EU-28 manjši (93 %) kot v Sloveniji (94,6 %), kar lahko kaže tudi na to, da je bilo v Sloveniji precej podjetij ustanovljenih tudi zaradi subvencij, ki so spodbujale ljudi k ustanavljanju podjetij, čeprav so na tak način le kratkoročno reševali svoj položaj. V veliko primerih očitno ni šlo za ustanovitve zaradi podjetniških priložnosti. Ko primerjamo ustvarjeno dodano vrednost na mikro podjetje, ki zaposluje od 0 do 9 zaposlenih, v EU-28 in Sloveniji v letu 2013, pa ugotovimo, da je evropsko mikro podjetje ustvarilo dvakratno dodano vrednost povprečnega mikro podjetja v Sloveniji (dodana vrednost na mikro podjetje v EU-28: 62.928 evrov; v Sloveniji: 31.523 evrov).

2.3.2 Število podjetij, zaposlenost in dodana vrednost po dejavnostih

V nefinančnem sektorju EU-28 je bilo leta 2013 28 % podjetij (2,1 milijona) aktivnih v dejavnosti G: Trgovina; vzdrževanje in popravila motornih vozil. V EU-28 je ta dejavnost tudi zagotavljala delo največ zaposlenim, skoraj četrtini (24 % ali 32,5 milijona) vseh zaposlenih. Tudi v Sloveniji je bilo v tej dejavnosti največ, in to več kot petina (21 % ali 17.182) podjetij, ki pa niso zaposlovala največ ljudi.

Slika 27 prikazuje deleže števila podjetij po dejavnostih, ki so zajete v nefinančnem sektorju gospodarstva.

Slika 27: Panožna analiza podjetniške populacije v EU-28 in Sloveniji, 2013 (1)



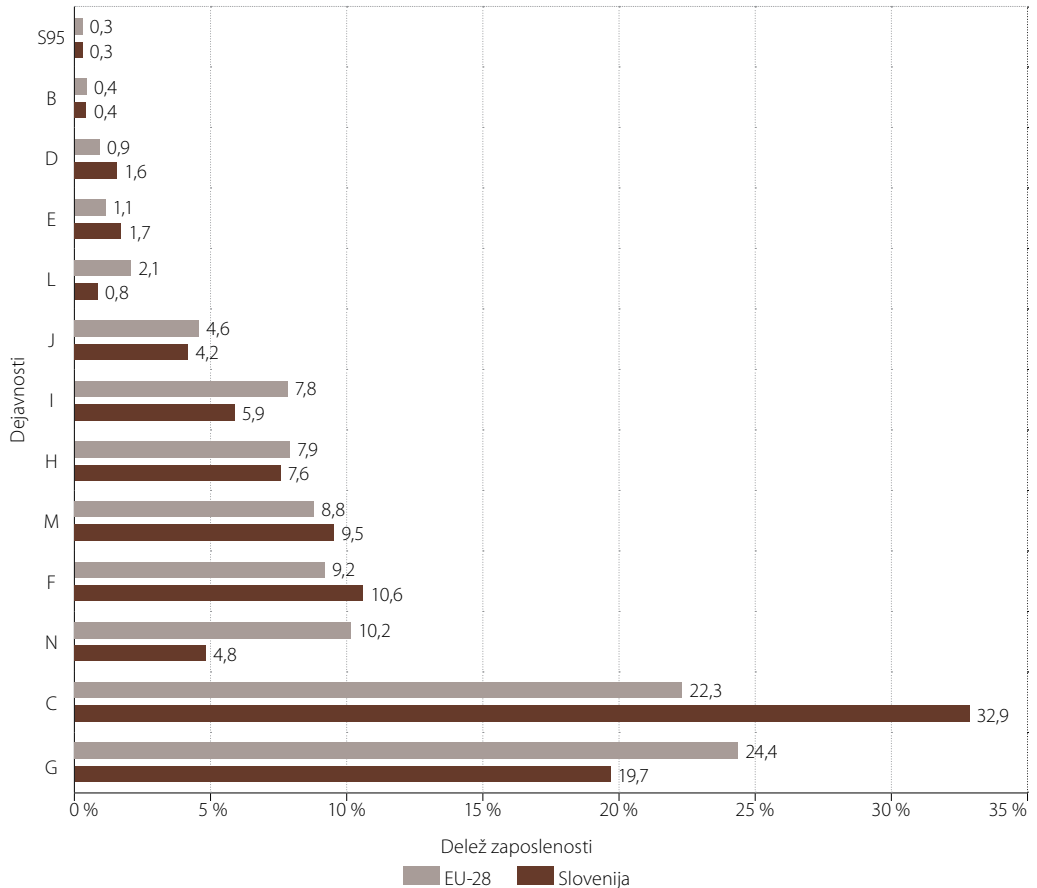
Opomba: (1) Rangirano po deležu v EU-28

Vir: IPMMP – EPF UM, 2016. Po podatkih EUROSTAT (za leto 2013).

Največji delež zaposlenosti (33 % ali 188.750 ljudi) in ustvarjene dodane vrednosti (36 % ali 6,3 milijarde evrov) v Sloveniji so imela podjetja predelovalnih dejavnosti (SKD C). Tudi v EU-28 so ustvarila največji delež dodane vrednosti podjetja predelovalnih dejavnosti (26 % ali 1.630 milijard evrov), vendar je bil ta delež v primerjavi s Slovenijo za 10 odstotnih točk manjši. V Sloveniji je trgovina zaposlovala drugi največji delež ljudi (20 % 113.073 ljudi). Predelovalne dejavnosti so bile drugi največji zaposlovalec (22 % ali 29,7 milijona) v EU-28. V EU-28 je bila le še ena dejavnost z dvomestnim deležem zaposlenosti, to je N: Druge raznovrstne poslovne dejavnosti (10 % ali 13,5 milijona ljudi). V Sloveniji je dosegla dvomestni delež zaposlenosti le še dejavnost F: gradbeništvo (10,6 % ali 60.852 ljudi) (slika 27). Deleži števila podjetij po dejavnostih nefinančnega sektorja in velikostnih razredih podjetij za EU-28 in Slovenijo so prikazani v Prilogah 2 a in 2 b.

Slika 28 prikazuje deleže zaposlenosti po dejavnostih nefinančnega sektorja gospodarstva v EU-28 in Sloveniji v letu 2013.

Slika 28: Panožna analiza zaposlenosti nefinančnega sektorja gospodarstva v EU-28 in Sloveniji, 2013 (1)



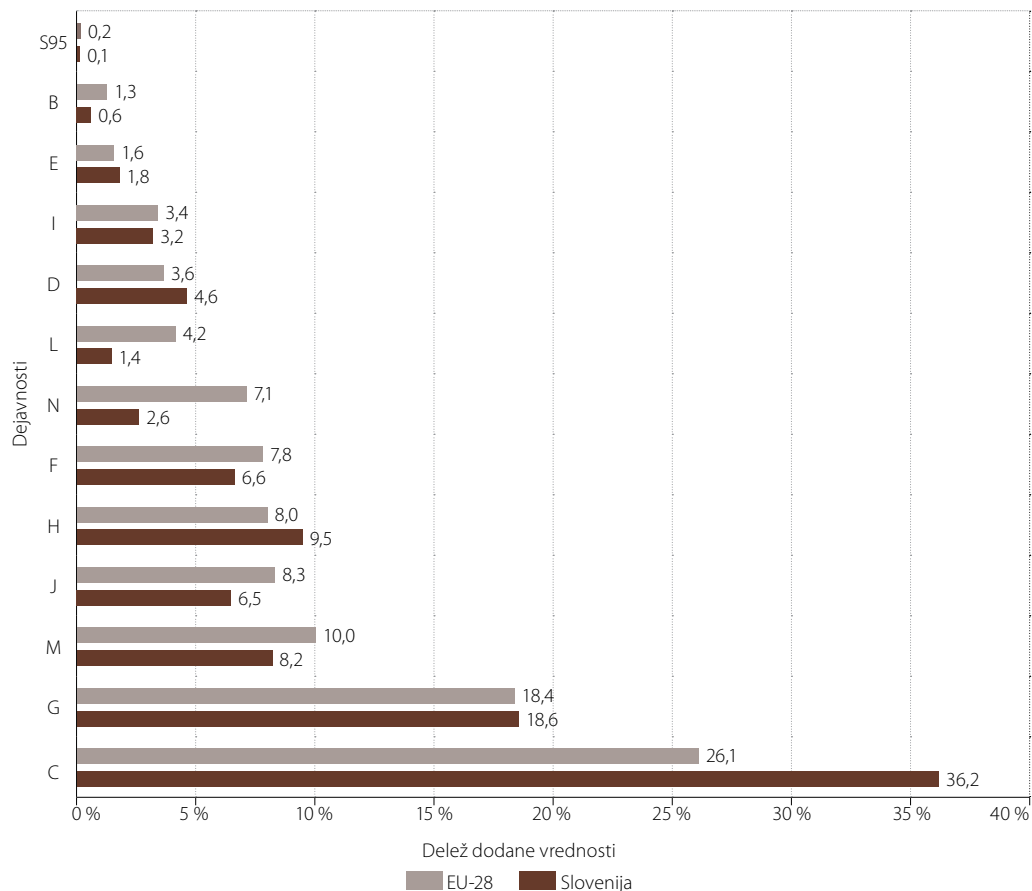
Opomba: (1) Rangirano po deležu v EU-28

Vir: IPMMP – EPF UM, 2016. Po podatkih EUROSTAT (za leto 2013).

V EU-28 so največ, in sicer več kot četrtino (26 %) dodane vrednosti ali 1.630 milijard evrov, ustvarila podjetja iz dejavnosti C: Predelovalne dejavnosti. Druga dejavnost po obsegu dodane vrednosti je bila s skoraj petino ustvarjene dodane vrednosti dejavnost G: Trgovina; vzdrževanje in popravila motornih vozil, v kateri je bilo ustvarjene za 1.147 milijard evrov dodane vrednosti. Tudi v Sloveniji so predelovalne dejavnosti ustvarile največjo dodano vrednost, in sicer 6,3 milijarde evrov (36 %). Kot v EU-28 je bila na drugem mestu dejavnost G: Trgovina; vzdrževanje in popravila motornih vozil, ki je leta 2013 ustvarila skoraj petino (18 %) dodane vrednosti ali 3,2 milijarde evrov (slika 28). Deleži števila zaposlenih po dejavnostih nefinančnega sektorja in velikostnih razredih podjetij za EU-28 in Slovenijo so prikazani v Prilogah 3 a in 3 b.

Slika 29 prikazuje deleže ustvarjene dodane vrednosti po dejavnostih v nefinančnem sektorju gospodarstva v EU-28 in Sloveniji v letu 2012.

Slika 29: Panožna analiza dodane vrednosti nefinančnega sektorja gospodarstva v EU-28 in Sloveniji, 2013 (1)



Opomba: (1) Rangirano po deležu v EU-28

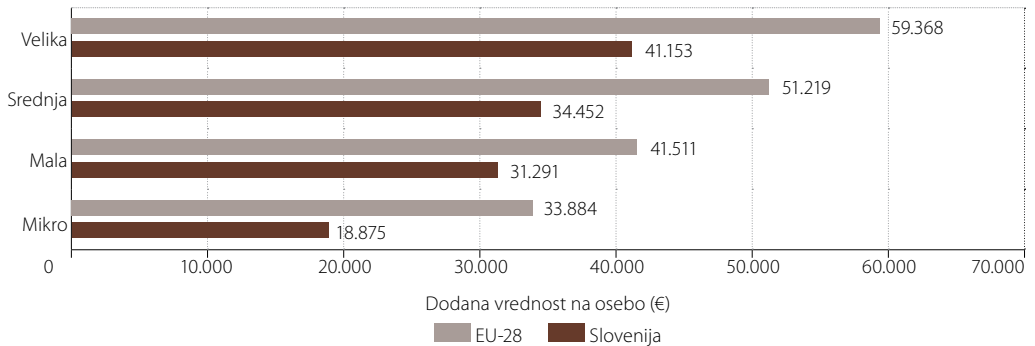
Vir: IPMMP – EPF UM, 2016. Po podatkih EUROSTAT (za leto 2013).

Tretji največji delež dodane vrednosti (10 % ali 625 milijard evrov) so leta 2013 v EU-28 ustvarila podjetja iz dejavnosti M: Strokovne, znanstvene in tehnične dejavnosti. Na četrtem mestu po ustvarjeni dodani vrednosti v EU-28 je bila dejavnost J: Strokovne, znanstvene in tehnične dejavnosti (8,3 % ali 519 milijard evrov), in na petem mestu dejavnost H: Promet in skladiščenje (8 % ali 499 milijard evrov). V Sloveniji je bila tretja po dodani vrednosti dejavnost H: Promet in skladiščenje (9,5 % ali 1,6 milijarde evrov). Četrto mesto je zasedla dejavnost M: Strokovne, znanstvene in tehnične dejavnosti (8,2 % ali 1,4 milijarde evrov). Peto mesto pa dejavnost J: Strokovne, znanstvene in tehnične dejavnosti (6,5 % ali 1,1 milijarde evrov) (slika 29). Deleži ustvarjene dodane vrednosti po dejavnostih nefinančnega sektorja in velikostnih razredih podjetij za EU-28 in Slovenijo so prikazani v Prilogah 4 a in 4 b.

2.3.3 Dodana vrednost na zaposlenega

V povprečju je zaposlena oseba v velikem podjetju nefinančnega sektorja gospodarstva v EU-28 ustvarila 59.368 evrov dodane vrednosti, kar je bilo 44 % več v primerjavi s produktivnostjo zaposlene osebe v velikem slovenskem podjetju nefinančnega sektorja gospodarstva (41.153 evrov) (slika 30). Po produktivnosti so bila na drugem mestu tako v EU-28 kot Sloveniji srednje velika podjetja, v katerih je dodana vrednost na zaposlenega znašala 51.219 evrov v EU-28 in 34.452 evrov v Sloveniji. V Sloveniji je bila v tem velikostnem razredu podjetij dodana vrednost na osebo manjša za tretjino. Tretja po produktivnosti so bila mala podjetja. Povprečna dodana vrednost na osebo v EU-28 je znašala 41.511 evrov, medtem ko je v Sloveniji znašala 31.291 evrov. V Sloveniji je bila tako manjša za četrtno. Najmanj produktivna so bila v letu 2013 nefinančna mikro podjetja, kjer je v povprečju vsaka zaposlena oseba ustvarila 33.884 evrov v EU-28 oziroma 18.875 evrov v Sloveniji. Povprečna slovenska produktivnost zaposlene osebe v mikro podjetju nefinančnega sektorja je tako zaostajala za evropsko za 44 % (slika 30).

Slika 30: Dodana vrednost na zaposleno osebo v nefinančnem sektorju gospodarstva EU-28 in Slovenije po velikostnih razredih podjetij, 2013

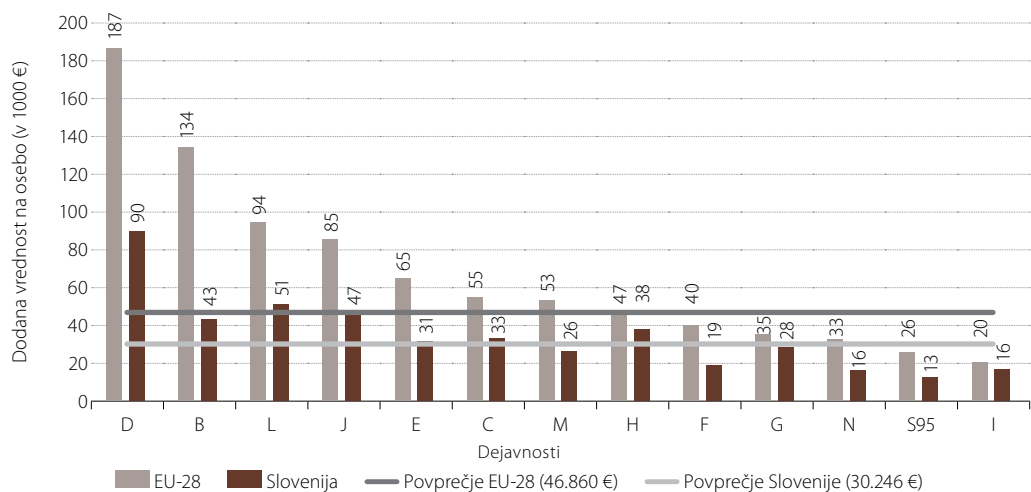


Vir: IPMMP – EPF UM, 2016. Po podatkih EUROSTAT (za leto 2013).

Poglejmo še, kako produktivni so bili zaposleni po dejavnostih nefinančnega sektorja gospodarstva v EU-28 oziroma Sloveniji v letu 2013.

Najvišjo dodano vrednost na zaposlenega je v letu 2013 tako v EU-28 kot Sloveniji ustvarila dejavnost D: Oskrba z električno energijo, plinom in paro. V EU-28 je zaposlena oseba v tej dejavnosti ustvarila 187.000 evrov dodane vrednosti, v Sloveniji pa 90.000 evrov. Zaostajanje slovenske produktivnosti za produktivnostjo v EU-28 v tej dejavnosti je bilo 52 %. Drugo najvišjo dodano vrednost na osebo so v EU-28 ustvarili v dejavnosti B: Rudarstvo, in sicer 134.000 evrov. Ta dejavnost je bila v Sloveniji šele na četrtem mestu (43.000 evrov; še večji zaostanek, in sicer skoraj 70 %). V Sloveniji je bila na drugem mestu po ustvarjeni dodani vrednosti na osebo dejavnost L: Poslovanje z nepremičninami (51.000 evrov), ki je zasedla tretje mesto v EU-28 dejavnost (94.000 evrov). V Sloveniji je bila tretja dejavnost J: Informacijske in komunikacijske dejavnosti (47.000 evrov), ki je bila v EU-28 četrta po produktivnosti (85.000 evrov). Peto mesto po ustvarjeni dodani vrednosti na zaposlenega je v EU-28 zasedla dejavnost E: Oskrba z vodo; ravnanje z odpadki in odpadki; saniranje okolja (65.000 evrov), v Sloveniji pa dejavnost C: Predelovalne dejavnosti (33.000 evrov, 40 % zaostanek za dodano vrednostjo na zaposlenega v tej dejavnosti v EU-28 – 55.000 evrov) (slika 31).

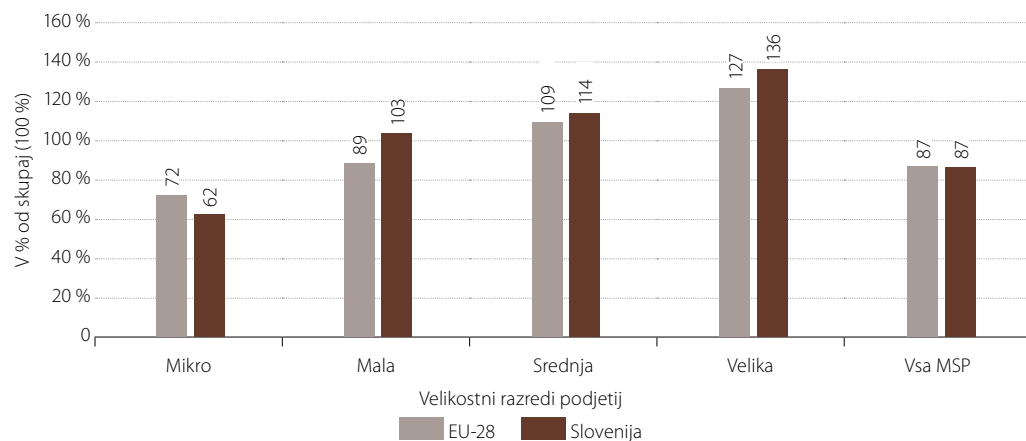
Slika 31: Panožna analiza dodane vrednosti na osebo v nefinančnem sektorju gospodarstva v EU-28 in Sloveniji, 2013 (1)



Opomba: (1) Rangirano po vrednosti EU-28

Vir: IPMMP – EPF UM, 2016. Po podatkih EUROSTAT (za leto 2013).

Zanimivo je še bilo pogledati relativno dodano vrednost na osebo po velikostnih razredih podjetij, kar prikazujemo na *sliki 32*. Kot lahko vidimo, je produktivnost zaposlene osebe v velikem podjetju najbolj presegala povprečno produktivnost tako v EU-28 kot tudi v Sloveniji, s tem da je bilo preseganje še večje v Sloveniji. Dodana vrednost na osebo v velikem podjetju v Sloveniji (41.153 evrov) je presegala slovensko povprečje v nefinančnem sektorju gospodarstva (30.246 evrov) za več kot tretjino (36 %), medtem ko v EU-28 za 27 %. Nadpovprečno je bila produktivna zaposlena oseba v srednje velikem podjetju v EU-28 in tudi v Sloveniji. Dodana vrednost na osebo v srednje velikem podjetju v Sloveniji je presegala slovensko povprečje za 14 %, v EU-28 pa za 9 %. Nadpovprečno produktivnost je v letu 2013 dosegala le še zaposlena oseba v majhnem podjetju v Sloveniji, kjer je bilo preseganje 3 %. Podpovprečno produktivna so bila torej v Sloveniji le mikro podjetja, v katerih je zaposlena oseba dosegala le 62 % slovenske povprečne dodane vrednosti na osebo. V povprečnem mikro podjetju v EU-28 je bilo zaostajanje za evropskim povprečjem prav tako največje, vendar so evropska mikro podjetja dosegala 72 % evropske povprečne dodane vrednosti na osebo. Na *sliki 32* torej lahko vidimo, da so bila v nefinančnem sektorju gospodarstva v EU-28 podpovprečno produktivna mikro in mala podjetja. V letu 2013 pa so bila vsa MSP nefinančnega sektorja gospodarstva podpovprečno produktivna tako v EU-28 kot tudi v Sloveniji, saj so dosegala le 87 % evropskega oziroma slovenskega povprečja.

Slika 32: Relativna dodana vrednost na osebo v nefinančnem sektorju gospodarstva EU-28 in Slovenije po velikostnih razredih, 2013

Vir: IPMMP – EPF UM, 2016. Po podatkih EUROSTAT (za leto 2013).

Kakšna je bila relativna produktivnost po dejavnostih nefinančnega sektorja, pa prikazuje *slika 33*. Povprečna produktivnost zaposlene osebe v dejavnosti D: Oskrba z električno energijo, plinom in paro, je v EU-28 presegala evropsko povprečno dodano vrednost na osebo v nefinančnem sektorju leta 2013 za več kot trikrat. Tudi v Sloveniji je bilo največje preseganje v tej dejavnosti (za skoraj dvakrat), vendar precej manjše kot v EU-28. Precejšnje je bilo preseganje v EU-28 tudi v dejavnosti B: Rudarstvo, v kateri je bila dodana vrednost na osebo skoraj trikrat tolikšna, kot je znašalo evropsko povprečje. V Sloveniji je bilo drugo največje preseganje v dejavnosti J: Informacijske in komunikacijske dejavnosti, kjer je bilo preseganje dodane vrednosti na osebo v primerjavi s slovenskim povprečjem 55 %. V Sloveniji je bila ta dejavnost tretja po vrsti po produktivnosti (155 % slovenskega povprečja). V EU-28 so bile še nadpovprečno produktivne naslednje dejavnosti: L: Poslovanje z nepremičninami (202 % evropskega povprečja), J: Informacijske in komunikacijske dejavnosti (182 % evropskega povprečja), E: Oskrba z vodo; ravnanje z odpadki in odpadki; saniranje okolja (139 % evropskega povprečja), C: Predelovalne dejavnosti (117 % evropskega povprečja), M: Strokovne, znanstvene in tehnične dejavnosti (114 % evropskega povprečja) in H: Promet in skladiščenje (101 % evropskega povprečja).

V Sloveniji so dosegale nadpovprečno dodano vrednost na osebo še naslednje dejavnosti: B: Rudarstvo (144 %), H: Promet in skladiščenje (125 % slovenskega povprečja), C: Predelovalne dejavnosti (117 % slovenskega povprečja), in E: Oskrba z vodo; ravnanje z odpadki in odpadki; saniranje okolja (104 % slovenskega povprečja).

Od nadpovprečnih dejavnosti v obeh primerih, je bilo preseganje v Sloveniji večje od EU-28 samo v dejavnosti H: Promet in skladiščenje (EU-28: 101 %, Slovenija: 125 %).

Podpovprečno produktivne so bile v EU-28 naslednje dejavnosti: dejavnost H: Promet in skladiščenje (99 % evropskega povprečja), F: gradbeništvo (85 %), G: Trgovina; vzdrževanje in popravila motornih vozil (75 %), N: Druge raznovrstne poslovne dejavnosti (70 %), S95: Popravila računalnikov in izdelkov za široko rabo (55 %), in I: Gostinstvo (44 %).

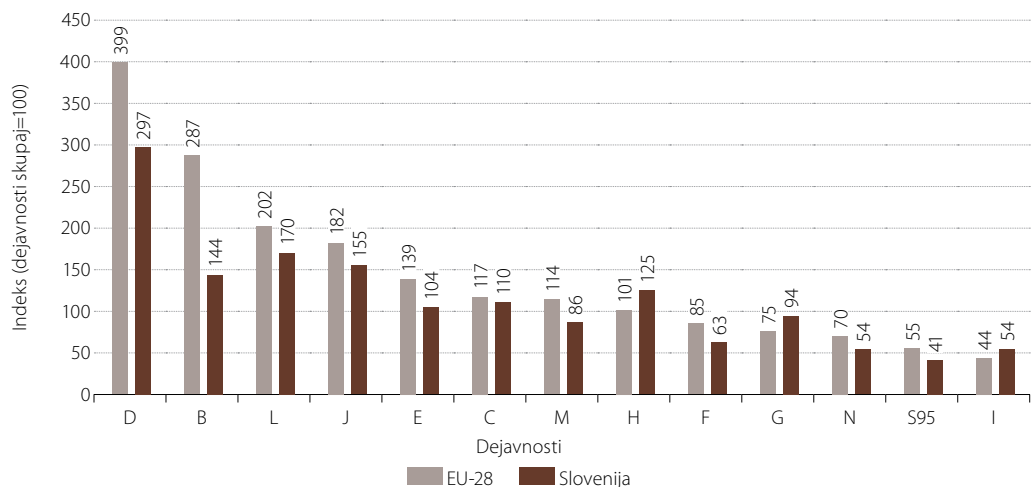
V Sloveniji je bila dosežena podpovprečna produktivnost v dejavnostih: G: Trgovina; vzdrževanje in popravila motornih vozil (94 %), M: Strokovne znanstvene in tehnične dejavnosti (86 %),

F: gradbeništvo (63 %), I: Gostinstvo (54 %), N: Druge raznovrstne poslovne dejavnosti (54 %), in S95: Popravila računalnikov in izdelkov za široko rabo (41 %).

Od podpovprečnih dejavnosti v EU-28 in v Sloveniji so beležile večje zaostajanje v Sloveniji naslednje dejavnosti: F: gradbeništvo (EU-28: 85 %, Slovenija: 63 %), N: Druge raznovrstne poslovne dejavnosti (EU-28: 70 %, Slovenija: 54 %), in S95: Popravila računalnikov in izdelkov za široko rabo (EU-28: 55 %, Slovenija: 54 %). Od podpovprečnih dejavnosti v EU-28 in v Sloveniji pa sta beležili manjše zaostajanje v Sloveniji dejavnosti G: Trgovina; vzdrževanje in popravila motornih vozil (EU-28: 75 %, Slovenija: 94 %), in I: Gostinstvo (EU-28: 44 %, Slovenija: 54 %) (slika 33).

Vidimo lahko, da je bila dejavnost M: Strokovne znanstvene in tehnične dejavnosti, v Sloveniji podpovprečna (dosegala je 86 % slovenske povprečne produktivnosti), medtem ko je bila v EU-28 nadpovprečna (evropsko povprečno produktivnost je presegala za 14 %).

Slika 33: Panožna relativna dodana vrednost na osebo v nefinančnem sektorju gospodarstva v EU-28 in Sloveniji, 2013 (1)



Opomba: (1) Rangirano po vrednosti EU-28

Vir: IPMMP – EPF UM, 2016. Po podatkih EUROSTAT (za leto 2013).

3 Sklepna spoznanja in ugotovitve

Analiza podatkov o slovenskih podjetjih v letu 2015 ter primerjava slovenskega podjetništva s podjetništvom v EU-28 je pokazala, da je bilo v EU-28 v nefinančnem sektorju gospodarstva leta 2013 22,6 milijona podjetij, ki so zagotavljala delo 133 milijonom ljudi. V EU-28 je bilo 93 % podjetij mikro podjetij, ki zaposlujejo manj kot 10 ljudi. Bistveno manjša pa sta bila v tem velikostnem razredu podjetij deleža v zaposlenosti in ustvarjeni dodani vrednosti. Relativni delež mikro podjetij k zaposlenosti v EU-28 je namreč znašal 29,3 %, še manjši pa je bil delež v ustvarjeni dodani vrednosti, ki je znašal 21,2 %. V Sloveniji je bil delež mikro podjetij v nefinančnem sektorju gospodarstva v letu 2013 še večji (94,6 %). Tudi delež zaposlenosti v slovenskih mikro podjetjih v tem sektorju gospodarstva je bil večji v primerjavi z EU-28 (34,9 %), skoraj enak kot v EU-28 pa je bil delež mikro podjetij v ustvarjeni dodani vrednosti (21,8 %).

Več kot četrtnina (27,5 %) podjetij v nefinančnem sektorju EU-28 je bilo leta 2013 aktivnih v dejavnosti G: Trgovina; vzdrževanje in popravila motornih vozil. Ta dejavnost je tudi zagotavljala delo največ zaposlenim, in sicer skoraj eni četrtnini (24,4 %) vseh zaposlenih. Tudi v Sloveniji je bilo v tej dejavnosti največ, in to več kot petina (21,1 %) podjetij, a je bil delež precej manjši kot v EU-28. Največji zaposlovalec s tretjino (32,9 %) vseh zaposlenih v nefinančnem sektorju gospodarstva Slovenije leta 2013 pa so bile predelovalne dejavnosti – industrija v ožjem pomenu.

V EU-28 so največ, in sicer več kot četrtnino (26,1 %) dodane vrednosti ali 1.630 milijard evrov ustvarila podjetja predelovalnih dejavnosti. Tudi v Sloveniji so predelovalne dejavnosti ustvarile največ dodane vrednosti, in sicer 6,3 milijarde evrov (ali 36,2 % slovenske celotne dodane vrednosti).

Najbolj produktivna so bila tako v EU-28 kot tudi v Sloveniji velika podjetja. V povprečju je zaposlena oseba v velikem podjetju nefinančnega sektorja gospodarstva v EU-28 ustvarila 59.400 evrov dodane vrednosti, kar je 44 % več v primerjavi s produktivnostjo zaposlene osebe v velikem slovenskem podjetju nefinančnega sektorja gospodarstva (41.200 evrov). Dejavnost D: Oskrba z električno energijo, plinom in paro, je bila v letu 2013 po ustvarjeni dodani vrednosti na osebo tako v EU-28 kot tudi v Sloveniji na prvem mestu. V EU-28 je zaposlena oseba v tej dejavnosti ustvarila 187.000 evrov dodane vrednosti, v Sloveniji pa 90.000 evrov. Povprečna produktivnost zaposlene osebe v dejavnosti D: Oskrba z električno energijo, plinom in paro, je v EU-28 presegala evropsko povprečno dodano vrednost na osebo v nefinančnem sektorju leta 2013 za trikrat. Tudi v Sloveniji je bilo največje preseganje v tej dejavnosti (za skoraj dvakrat), vendar je bilo precej manjše kot v EU-28.

Produktivnost zaposlene osebe v velikem podjetju je najbolj presegala povprečno produktivnost tako v EU-28 kot Sloveniji, s tem da je bilo preseganje še večje v Sloveniji. Dodana vrednost na osebo v velikem podjetju v Sloveniji (41.153 evrov) je presegala slovensko povprečje v nefinančnem sektorju gospodarstva (30.246 evrov) za več kot tretjino (36 %), medtem ko v EU-28 za 26,7 %. Podpovprečno produktivna so bila v Sloveniji le mikro podjetja, kjer je zaposlena oseba dosegala le 62,4 % slovenske povprečne dodane vrednosti na osebo. V mikro podjetju v EU-28 je bilo zaostajanje za evropskim povprečjem prav tako največje, vendar so evropska mikro podjetja dosegala 72,3 % evropske povprečne dodane vrednosti na osebo. V letu 2013 pa so bila vsa MSP nefinančnega sektorja gospodarstva podpovprečno produktivna tako v EU-28 (86,7 % evropskega povprečja) kot tudi v Sloveniji (86,6 % slovenskega povprečja).

Število podjetij v Sloveniji se je v letu 2015 v primerjavi z letom 2014 zmanjšalo za skoraj 3 %. Posledično se je zmanjšalo število podjetij na 1.000 prebivalcev, ki je eden od kazalnikov podjetniške aktivnosti in se zadnja leta zmanjšuje. Analiza števila podjetij kaže, da se je v 4-letnem obdobju

2011–2015 skupno število podjetij v povprečju zmanjševalo po 0,54 % letni stopnji. V tem obdobju se je najbolj zmanjšalo število mikro (1 do 9 zaposlenih) in velikih podjetij (po 7 %).

Prihodki poslovanja slovenskih podjetij so se v letu 2015 v primerjavi z letom 2014 povečali za 2 %. Najbolj so svoje povprečne prihodke povečala mikro podjetja z 1 do 9 zaposlenimi (za več kot 7 %). K ustvarjenim prihodkom je največ, več kot tretjino, prispevala dejavnost G: Trgovina; vzdrževanje in popravila motornih vozil, takoj za njo pa predelovalne dejavnosti (SKD C), ki so ustvarile 30 % ustvarjenih prihodkov.

V letu 2015 se je nadaljevalo povečevanje prihodkov od prodaje na tujem trgu, kar je spodbudno, saj so se ti prihodki v preteklih kriznih letih močno zmanjšali. Gospodarske družbe in samostojni podjetniki so leta 2015 ustvarili tretjino prihodkov z izvozom. Prihodki od izvoza so se povečali za skoraj 7 % v primerjavi z letom 2014. Leta 2015 je izvoz predstavljal največji delež ustvarjenih prihodkov v velikih podjetjih. Ta so ustvarila kar 44 % svojih prihodkov s prodajo na tujih trgih. Največ prihodkov od izvoza (60 % vsega izvoza) je ustvarila dejavnost C: Predelovalne dejavnosti, ki je svoje prihodke poslovanja v letu 2015 povečala za dobre 3 % v primerjavi z letom 2014.

Najbolj je prihodke poslovanja v letu 2015 v primerjavi z letom 2014 povečala zasavska regija (za 25 %) (v kateri se je tudi najbolj povečalo število podjetij), vendar so predstavljali prihodki te regije v skupnih prihodkih le 1 %. V vseh regijah so se prihodki nominalno povečali, razen v pomurski regiji, kjer so se zmanjšali za 3 %, in savinjski regiji, kjer so ostali enaki kot v letu 2014. Največji delež prihodkov je bil ustvarjen v osrednjeslovenski regiji (45 %), v kateri so se prihodki v letu 2015 v primerjavi z letom 2014 povečali za slaba 2 %.

Vsa slovenska podjetja so v letu 2015 zaposlovala 532.325 ljudi (vključno s 46.481 samozaposlenimi samostojnimi podjetniki). Število zaposlenih in samozaposlenih v obdobju 2011–2015 se je zmanjševalo, in sicer po 0,72 % povprečni letni stopnji. Število zaposlenih oseb se je zmanjševalo v vseh velikostnih razredih, razen v malih podjetjih, v katerih se je zaposlenost v opazovanem obdobju povečevala po 0,2 % povprečni letni stopnji.

Največji zaposlovalec v slovenskem gospodarstvu v letu 2015 je bila dejavnost C: Predelovalne dejavnosti, ki je zaposlovala več kot tretjino zaposlenih, katerih število se je v primerjavi z letom 2014 povečalo za 2 %.

V letu 2015 je bilo v slovenskem gospodarstvu ustvarjene za 20,93 milijarde evrov dodane vrednosti, kar je dobre 3 % več kot leta 2014. Dejansko je slovensko gospodarstvo s tem šele doseglo raven dodane vrednosti iz leta 2013. V povprečju je predstavljala dodane vrednosti v prihodkih poslovanja povprečnega slovenskega podjetje eno četrtno.

Dodana vrednost se je v primerjavi z letom 2014 najbolj povečala v dejavnosti L: Poslovanje z nepremičninami, in sicer za 14 %, medtem ko je bila rast prihodkov poslovanja precej manjša, saj so se le-ti v enem letu povečali za 6 %. Vendar je potrebno pripomniti, da je leta 2015 dejavnosti poslovanja z nepremičninami prispevala le 1,42 % (297 milijonov evrov) k skupni ustvarjeni dodani vrednosti in 0,69 % k skupnim prihodkom poslovanja (585 milijonov evrov).

Povprečna dodana vrednost na zaposlenega v slovenskih podjetjih (pokazatelj produktivnosti dela) se je v opazovanem obdobju od leta 2011 do leta 2015 povečevala po 2 % povprečni letni stopnji. V letu 2015 so dosegala najvišjo produktivnost velika podjetja (48.903 evre, kar je bilo 24 % več od slovenskega povprečja – 39.320 evrov). MSP skupaj so bila s 35.399 evri na osebo podpovprečno produktivna (10 % zaostajanje za povprečjem oziroma 28 % zaostajanje za najbolj produktivnimi velikimi podjetji). V letu 2015 so bili relativno najproduktivnejši zaposleni v dejavnosti D: Oskrba z

električno energijo, plinom in paro, saj so ustvarili za 119.953 evrov dodane vrednosti na zaposlenega ali za 169 % več od slovenskega povprečja (43.081 evrov).

V letu 2015 so poslovale z dobičkom vse regije, razen savinjske, v kateri je bilo pridelane za 198 milijonov evrov izgube.

Od 19 dejavnosti so v letu 2015 poslovale z izgubo štiri dejavnosti, medtem ko je v letu 2014 z izgubo poslovalo šest dejavnosti. Največjo izgubo so v letu 2015 pridelala podjetja v dejavnosti D: Oskrba z električno energijo, plinom in paro, in sicer 670 milijonov evrov (ali 89 % celotne izgube v letu 2015). V dejavnosti B: Rudarstvo je bila ustvarjena druga najvišja izguba v letu 2015 (znašala je 60 milijonov evrov in se je glede na leto 2014 povečala za 2,4-krat). Izguba v rudarstvu je predstavljala več kot petino vrednosti ustvarjenih skupnih prihodkov v dejavnosti rudarstva. Izgubo v višini 22 milijonov evrov so izkazala podjetja v dejavnosti K: Finančne in zavarovalniške dejavnosti. Najmanjšo izgubo, 66.998 evrov, je izkazala še dejavnost O: Dejavnost javne uprave in obrambe; dejavnost obvezne socialne varnosti. Izguba je predstavljala 0,5 % ustvarjenih prihodkov poslovanja v tej dejavnosti (12,533 milijona evrov).

Analiza je pokazala, da sta za slovensko gospodarstvo in EU pomembno realno gospodarstvo in močna industrija. Videli smo, da so prav predelovalne dejavnosti tiste, ki ustvarjajo največ izvoza, dodane vrednosti in zaposlenosti. Interakcije industrije z drugimi gospodarskimi strukturami v Sloveniji in Evropi pa se raztezajo daleč preko proizvodnje in zajemajo aktivnosti, ki so povezane z oskrbo surovin, energije in poslovnih storitev (npr. logistike), potrošniških storitev (npr. poprodajne storitve za trajne izdelke) ali s turizmom. Industrijske dejavnosti so namreč vključene v vse bolj obsežne in zapletene vrednostne verige, ki povezujejo vodilne korporacije ter MSP v različnih sektorjih oziroma dejavnostih in državah. Gospodarski pomen industrijskih dejavnosti je veliko večji, kot ga je mogoče izraziti z njegovim deležem v ustvarjeni dodani vrednosti oziroma BDP. Industrija predstavlja več kot 80 % evropskega izvoza in 80 % zasebnih raziskav in inovacij. Skoraj eno od štirih delovnih mest v zasebnem sektorju je v industriji in v številni primerih zahteva visoko usposobljeno delovno silo. Vsako dodatno delovno mesto v proizvodnji ustvari 0,5-2 delovni mesti v drugih dejavnostih (Rueda-Cantucho, Sousa, Andreoni in Arto, 2012). Evropska komisija meni in tudi naša analiza je pokazala, da je močna industrijska baza ključnega pomena za oživitev gospodarstva in konkurenčnosti slovenskega kot tudi evropskega gospodarstva.

Na podlagi opravljene analize je mogoče zaključiti, da je prav povečanje konkurenčnosti za slovensko gospodarstvo ključno. Na to potrebo kažeta izvozna konkurenčnost in produktivnost, s pomočjo katerih smo ocenjevali konkurenčnost slovenskega gospodarstva z vidika velikostnih razredov podjetij, dejavnosti in slovenskih statističnih regij. Dober pokazatelj izvozne konkurenčnosti je kazalnik rasti izvoznih prihodkov. Ugotovili smo, da so se prihodki od izvoza slovenskih gospodarskih družb in samostojnih podjetnikov v povprečju povečali za 7 %. Ko pa smo to rast preverili po velikostnih razredih podjetij, smo ugotovili, da so se izvozni prihodki v velikostnem razredu z nič zaposlenimi celo zmanjšali za 12 %. Nadpovprečno rast prihodkov od izvoza (9 %) so imela srednje velika in velika podjetja, medtem ko je bila rast podpovprečna v malih podjetjih (5 %) in v mikro podjetjih, ki zaposlujejo od 1 do 9 ljudi (3 %). Nujno je poskrbeti za povečanje konkurenčnosti v najbolj izvozno naravnanih predelovalnih dejavnostih. Kazalnik rasti prihodka od izvoza kaže, da je ta dejavnost sicer izkazala nadpovprečno rast (7,1 %; za Slovenijo kot celoto pa je znašala 6,8 %), a je ta stopnja rasti precej višja v dejavnosti P: Izobraževanje (33 %), v dejavnosti A: Kmetijstvo in lov, gozdarstvo, ribištvo (29 %), dejavnosti D: Oskrba z električno energijo, plinom in paro (21 %), in dejavnosti N: Druge raznovrstne poslovne dejavnosti (21 %), ki pa so skupaj ustvarile le za dobrih 10 % celotnih izvoznih prihodkov slovenskega gospodarstva. Prihodki od izvoza so se v letu 2015 glede na leto 2014 najbolj povečali v posavski regiji (za 30 %). Če prihodke od izvoza preračunamo na

zaposlenega, pa je bila rast v posavski regiji 20 %. Samo v primorsko-notranjski in obalno-kraški regiji so se prihodki od izvoza na zaposlenega zmanjšali (v prvi za 4 %, v drugi pa za 10 %).

Drug pomemben kazalnik konkurenčnosti je rast produktivnosti, ki je v slovenskih podjetjih nizka. Merili smo jo z rastjo dodane vrednosti na zaposlenega leta 2015 v primerjavi z letom 2014 in ugotovili, da je bila povprečna rast produktivnosti zgolj 1 %. Tolikšna ali še za 1 odstotno točko nižja je bila rast v praktično vseh velikostnih razredih podjetij, razen v velikih, kjer je bila 2 %. Ta kazalnik je bil največji (14 %) v dejavnosti L: Poslovanje z nepremičninami, relativno nizek (2 %) pa v predelovalnih dejavnostih. Če pogledamo še regije, je bil ta kazalnik konkurenčnosti najboljši v koroški regiji (5 %). Produktivnost pa se je celo zmanjšala v posavski (za 6 %), v jugovzhodni Sloveniji (za 4 %) in za 2 % v pomurski in obalno-kraški regiji.

Kot tretji pomemben kazalnik konkurenčnosti lahko izpostavimo rast prodaje (prihodki poslovanja leta 2015 glede na leto 2014). Analiza je pokazala, da so se prihodki poslovanja v letu 2015 glede na leto 2014 povečali za 2,5 %. Le za malenkost je bila rast večja v mikro (1 do 9 ljudi) in malih podjetjih, medtem ko so negativno rast izkazale gospodarske družbe brez zaposlenih ljudi (-1 %). Drugi velikostni razredi podjetij so dosegali slovensko povprečno rast. Povprečni prihodki poslovanja na zaposlenega so ostali v letu 2015 v primerjavi z letom 2014 nespremenjeni. Ko pa smo ugotavljali rast prihodkov poslovanja na zaposlenega po dejavnostih, lahko vidimo, da so se ti najbolj povečali (za 7 %) v dejavnosti D: Oskrba z električno energijo, plinom in paro, in dejavnosti L: Poslovanje z nepremičninami, ki torej izkazujeta večjo konkurenčnost v primerjavi z drugimi dejavnostmi. V nekaterih dejavnostih pa so se celo zmanjšali prihodki poslovanja na zaposlenega v letu 2015 glede na leto 2014 – za kar 20 % v dejavnosti K: Finančne in zavarovalniške dejavnosti. V predelovalnih dejavnostih, ki je slovenska najmočnejša izvozna dejavnost in tista, ki zaposluje največ ljudi in ustvari največ dodane vrednosti, so se prihodki poslovanja na zaposlenega povečali le za 1 %. V večini regij so se prihodki poslovanja na zaposlenega v letu 2015 glede na leto 2014 celo zmanjšali. Izjema je posavska regija, v kateri so se povečali za 12 %. Za največ so se zmanjšali v pomurski in obalno-kraški regiji (za 7 %) in za 1 % v savinjski in gorenjski regiji.

Ključni kazalniki konkurenčnosti torej 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 hrbenico slovenskega in evropskega gospodarstva.

Konkurenčnost bo mogoče izboljšati, po eni strani, na osnovi sposobnosti podjetij, da tekmujejo na domačem in svetovnih trgih. To pomeni, da morajo podjetja upoštevati najnovejša spoznanja raziskav in inovativnih praks, proizvajati izdelke in opravljati storitve na trajnostni način ter izvesti zadostne naložbe za zagotavljanje svoje konkurenčnosti. Povečanje ravni znanja in spretnosti, spodbujanje znanja in spretnosti ter iskanje načinov za boljše predvidevanje potreb na trgu dela, vključno z dialogom z industrijo, so zato bistvenega pomena za dolgoročno kakovost življenja in zagotavljanje poštene, vključujoče in trajnostne rasti družbe.

Po drugi strani pa lahko k večji konkurenčnosti prispeva tudi država, in sicer tako, da ustrezno podpre razvoj podjetij z ukrepi svoje ekonomske politike. Ti naj zagotavljajo koristi za podjetja preko administrativnih poenostavitvev in bolj prijaznega širšega poslovnega okolja, dobre ravni infrastrukture in dostopa do zadostnih resursov, vključno s finančnimi sredstvi, reprodukcijskim materialom, energijo in ustrezno usposobljeno delovno silo. Poleg podpore konkurenčnosti pa

država dodatno lahko pomaga k razvoju podjetij in celotne družbe tudi z ukrepi ekonomske politike za učinkovito rabo potrebnih resursov in trajnostni razvoj.

Ključno za razvoj podjetništva in gospodarstva so tudi dostopnost financiranja in investiranja, internacionalizacija, inovativnost in znanje, dostop do ponudnikov različnih storitev, dobra prometna infrastruktura in učinkovita javna uprava. Podpora za novoustanovljena podjetja in mikro podjetja je v Sloveniji še vedno omejena. Predvsem se pojavlja pomanjkanje semenskega kapitala, ki je pomemben vir financiranja predvsem za inovativna podjetja.

Na poti k večji konkurenčnosti slovenskega gospodarstva mora zato Slovenija nadaljevati z ukrepi na področju zakonodaje o plačilni nesposobnosti, skrajšati sodne postopke in število nerešenih zadev, zmanjšati neuskladenost med razpoložljivo ponudbo znanja in spretnosti na trgu delovne sile in znanji, ki jih iščejo delodajalci. Še veliko dela je treba vložiti tudi v izboljšanje splošnega poslovnega okolja z liberalizacijo reguliranih poklicev, podjetništva starejših, bolj ranljivih podjetniških skupin, zagotovitev povsem neodvisnega organa, pristojnega za konkurenco podjetij, in z učinkovitejšo javno upravo.

Literatura in viri

1. AJPES (Agencija Republike Slovenije za javnopravne evidence in storitve). Posredovani elektronski podatki za slovenske gospodarske družbe in samostojne podjetnike v letu 2015.
2. EK (Evropska komisija) (2016). *Priporočilo sveta v zvezi z nacionalnim reformnim programom Slovenije za leto 2016 in mnenje Sveta o programu stabilnosti Slovenije za leto 2016*. Bruselj, 18. 5. 2016. Pridobljeno s http://ec.europa.eu/europe2020/pdf/csr2016/csr2016_slovenia_sl.pdf.
3. Eurostat. Structural Business Statistics (SBS). Pridobljeno s <http://ec.europa.eu/eurostat/web/structural-business-statistics/data/main-tables>.
4. Kmet Zupančič, R., Koprivnikar Šušteršič, M., Kovač, M., Kušar, J., Nenadič, T., Povšnar, J., Vidrih, A. (2015). Dejavnosti slovenskega gospodarstva v luči poslovanja gospodarskih družb v letu 2014. *Delovni zvezek 2/2015*, let. XXIV. Pridobljeno s http://www.umar.gov.si/avtorski_prispevki/.
5. Močnik, D., Rus, M., Rebernik, M. (ur.), Širec, K. (ur.) (2016). *Slovenska podjetja in značilnosti start-up ekosistema: slovenski podjetniški observatorij 2015* (Slovenski podjetniški observatorij). Maribor: Ekonomsko-poslovna fakulteta. Pridobljeno s [http://www.epfip.uni-mb.si/scripts/download.php?file=/data/upload/SPO_2016\(1\).pdf](http://www.epfip.uni-mb.si/scripts/download.php?file=/data/upload/SPO_2016(1).pdf).
6. Rebernik, M., Tominc, P., Crnogaj, K., Širec, K., Bradač Hojnik, B., Rus, M. (2015). *Podjetništvo med priložnostjo in nujno: GEM Slovenija 2015* (Slovenski podjetniški observatorij). Maribor: Ekonomsko-poslovna fakulteta. Pridobljeno s http://www.gemslovenia.org/scripts/download.php?file=/data/upload/GEM_2015popr.pdf.
7. Rueda-Cantuche, J., Sousa, N., Andreoni, V., Arto, I. (2012). *The Single Market as an Engine for Employment Growth through the External Trade*. Seville: Joint Research centre, IPTS.
8. SI-Stat podatkovni portal. *Število podjetij*. Podjetja po dejavnosti (SKD 2008) in velikosti glede na število oseb, ki delajo, Slovenija, letno. Pridobljeno s http://pxweb.stat.si/pxweb/Dialog/varval.asp?ma=1418801S&ti=&path=../Database/Ekonomsko/14_poslovni_subjekti/01_14188_podjetja/&lang=2
9. Tominc, P., Rebernik, M., Bradač Hojnik, B., Širec, K. (2015). *Danube region entrepreneurship observatory: diversity and potential*. Harlow [etc.]: Pearson Education. Pridobljeno s http://www.epfip.uni-mb.si/scripts/download.php?file=/data/upload/DREO_monograph_2015.pdf.
10. UMAR (Urad za makroekonomske analize in razvoj) (2014). *Zadolženost podjetij v Sloveniji*. Pridobljeno s http://www.umar.gov.si/publikacije/posebne teme/publikacija/zapisi/zadolzenost_podjetij_v_sloveniji/.
11. UMAR (Urad za makroekonomske analize in razvoj) (2015). *Poročilo o razvoju 2015*. Ljubljana, junij. Pridobljeno s
12. http://www.umar.gov.si/publikacije/single/publikacija/zapisi/porocilo_o_razvoju_2015/.
13. UMAR (Urad za makroekonomske analize in razvoj) (2016). *Poročilo o razvoju 2016*. Ljubljana, junij. Pridobljeno s http://www.umar.gov.si/publikacije/porocilo_o_razvoju/publikacija/zapisi/porocilo_o_razvoju_2016/35/?tx_ttnews%5Byear%5D=2016&cHash=357a49795d.

PRILOGA 1

Delež dodane vrednosti v prihodkih, 2014 (v %)

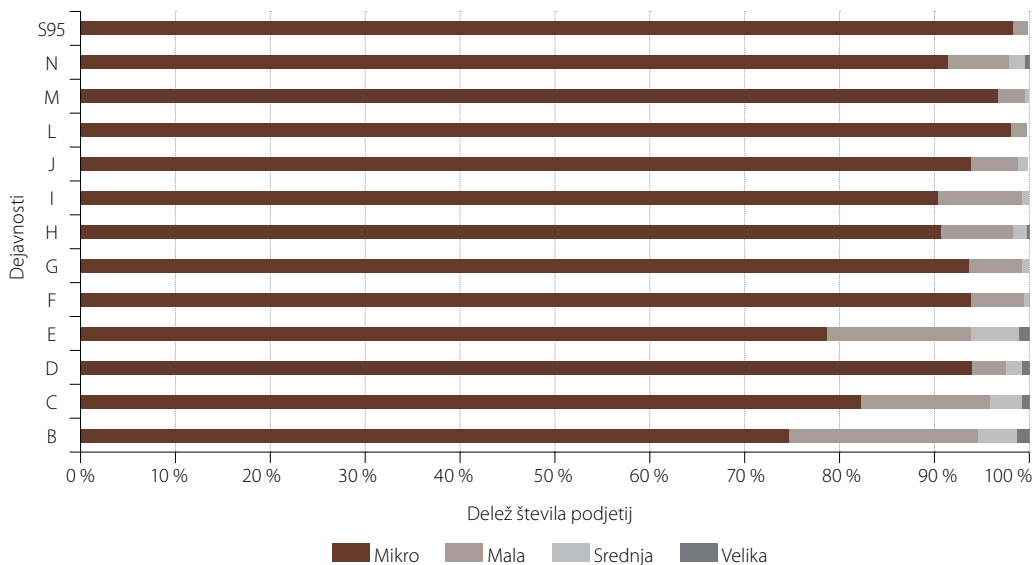
	Skupaj	B	C	D	E	F	G	H	I	J	L	M	N
EU-28	24,8	:	:	:	:	:	:	:	:	:	:	:	:
Belgija	19,6	30,8	19,1	14,9	29,1	26,6	9,8	32,6	35,7	41,4	49,2	38,9	49,2
Bolgarija	17,5	48,5	19,0	16,1	45,1	17,2	8,6	29,1	33,0	49,3	40,6	41,9	42,8
Češka republika	19,8	39,0	22,4	12,9	29,8	21,5	9,7	26,8	32,2	43,7	45,2	34,1	35,7
Danska	27,5	66,0	28,8	11,8	40,8	33,9	15,2	25,2	41,9	46,4	63,9	50,1	45,7
Nemčija	25,6	40,3	25,7	7,2	40,8	37,5	14,1	35,5	46,6	47,3	64,6	53,3	58,4
Estonija	20,4	46,9	22,9	31,1	35,6	22,4	9,0	24,6	35,2	44,4	51,0	44,0	48,0
Irski	:	:	:	:	:	:	:	:	:	:	:	:	:
Grčija	20,5	47,7	17,4	21,4	63,7	33,3	12,4	41,3	38,1	36,2	55,8	48,6	38,4
Španija	25,0	39,2	21,4	20,6	51,4	32,2	14,1	41,9	42,3	42,1	58,6	48,8	49,5
Francija	24,8	27,4	23,1	27,0	28,7	30,7	12,1	37,9	40,2	44,1	47,4	46,7	51,2
Hrvaška	27,4	34,4	28,1	27,7	59,3	31,5	13,7	50,0	45,9	45,6	54,8	46,1	38,3
Italija	22,5	6,1	23,5	12,6	38,1	27,3	12,3	36,1	38,3	44,3	46,7	50,4	40,4
Ciper	28,7	:	29,6	:	50,1	27,6	14,5	30,8	51,9	46,0	70,2	62,3	63,7
Latvija	19,7	35,5	25,8	24,8	53,3	20,8	9,2	29,5	34,8	45,3	43,6	42,7	35,9
Litva	19,9	38,5	17,3	27,1	44,5	27,0	12,0	25,8	35,1	46,9	44,7	45,5	45,6
Luksemburg	13,8	41,8	19,2	11,3	47,5	33,6	5,1	26,7	46,7	28,9	67,1	45,9	69,2
Madžarska	19,4	38,3	20,2	11,6	33,6	21,1	10,2	28,0	28,3	39,3	39,2	36,5	35,1
Malta	25,6	:	:	:	:	29,9	11,7	33,1	38,9	42,9	61,0	41,6	42,9
Nizozemska	22,7	22,5	17,8	18,3	37,9	30,9	12,5	35,7	44,3	46,1	59,4	47,7	44,5
Avstrija	26,0	47,9	27,9	15,0	36,1	36,1	13,4	33,4	48,0	44,0	55,2	45,8	48,6
Poljska	20,6	58,9	20,5	27,5	45,7	23,6	10,5	30,5	33,3	42,9	34,7	41,7	45,9
Portugalska	22,5	43,4	21,6	20,7	43,0	28,6	12,2	34,2	37,1	43,0	28,3	48,5	52,0
Romunija	22,7	54,3	23,0	31,8	31,2	30,7	10,6	31,4	33,5	45,1	61,4	40,6	49,3
Slovenija	22,8	39,8	27,9	14,4	27,1	27,6	11,2	35,3	36,8	38,9	45,6	36,3	41,6
Slovaška	19,0	56,9	17,0	18,0	43,8	21,5	11,5	34,8	23,3	42,3	27,0	34,7	35,8
Finska	23,4	9,1	18,9	27,1	34,7	32,2	12,6	33,5	34,9	45,7	50,3	50,0	50,7
Švedska	27,0	41,1	25,4	31,4	31,8	32,1	14,8	30,7	42,0	41,1	53,0	39,9	46,1
Združeno kraljestvo	29,2	38,8	29,5	20,9	51,9	39,0	12,1	44,5	49,1	51,1	65,8	58,6	53,2

Opomba: ':' ni podatka

Vir: IPMMP – EPF UM, 2016. Po podatkih EUROSTAT (za leto 2013).

PRILOGA 2 a

Delež števila podjetij po dejavnostih nefinančnega sektorja gospodarstva in velikostnih razredih podjetij v EU-28, 2013

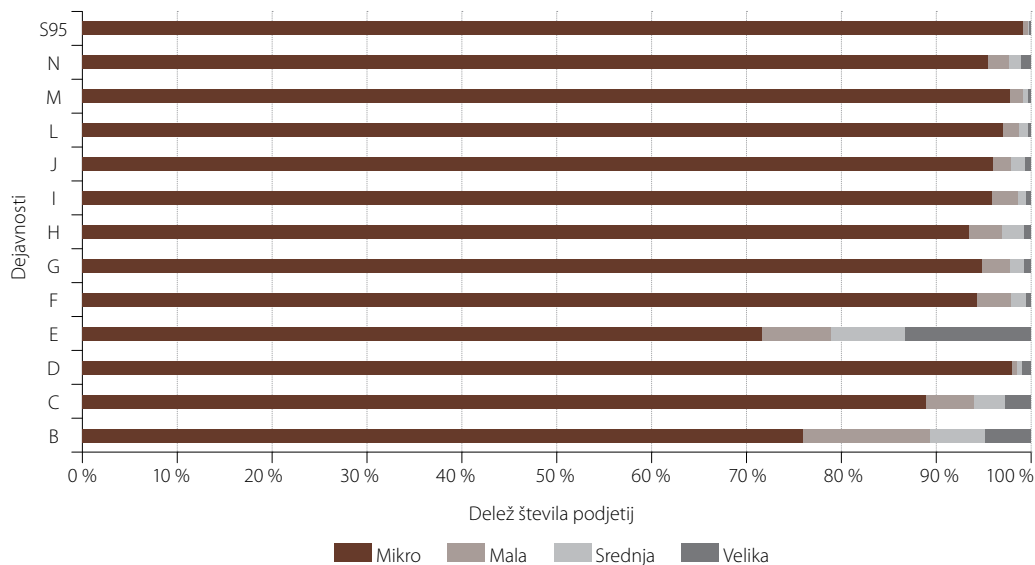


	B	C	D	E	F	G	H	I	J	L	M	N	S95
Mikro	74,7	82,3	93,9	78,7	93,9	93,6	90,7	90,4	93,8	98,1	96,6	91,4	98,3
Mala	19,9	13,5	3,6	15,1	5,5	5,6	7,6	8,8	4,9	1,7	2,9	6,4	1,5
Srednja	4,1	3,4	1,8	5,0	0,6	0,7	1,4	0,7	1,0	0,2	0,4	1,7	0,2
Velika	1,3	0,8	0,8	1,1	0,1	0,1	0,3	0,1	0,2	0	0,1	0,5	0

Vir: IPMMP – EPF UM, 2016. Po podatkih EUROSTAT (za leto 2013).

PRILOGA 2 b

Delež števila podjetij po dejavnostih nefinančnega sektorja gospodarstva in velikostnih razredih podjetij v Sloveniji, 2013

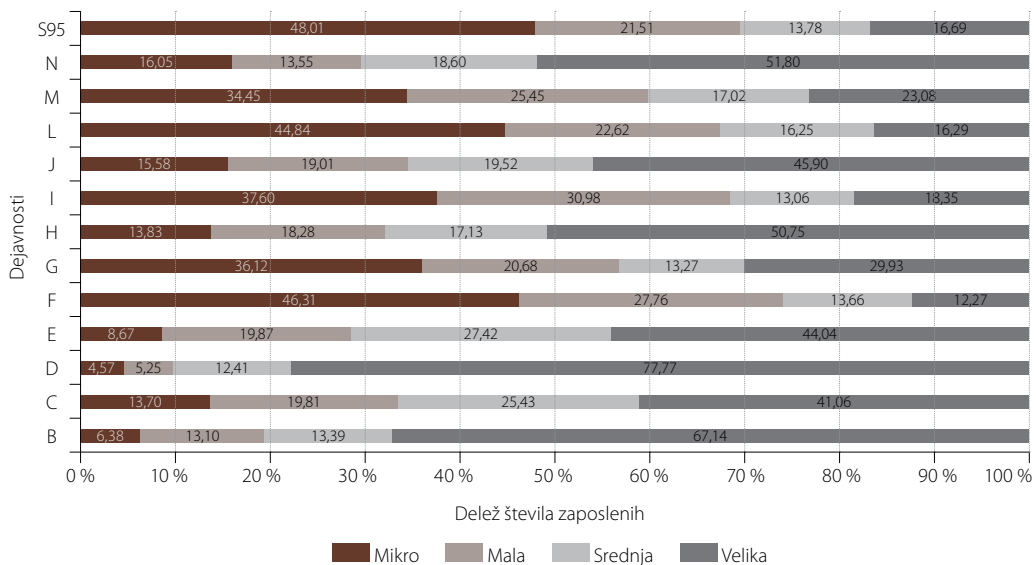


	B	C	D	E	F	G	H	I	J	L	M	N	S95
Mikro	76,0	89,0	98,0	71,6	94,4	94,9	93,5	95,9	96,0	97,1	97,9	95,5	99,3
Mala	13,5	5,0	0,6	7,3	3,6	2,9	3,5	2,8	2,0	1,7	1,3	2,2	0,5
Srednja	5,8	3,3	0,5	7,8	1,5	1,5	2,3	0,8	1,4	0,9	0,6	1,2	0,2
Velika	4,8	2,7	0,9	13,2	0,5	0,7	0,7	0,4	0,6	0,2	0,2	1,0	0,1

Vir: IPMMP – EPF UM, 2016. Po podatkih EUROSTAT (za leto 2013).

PRILOGA 3 a

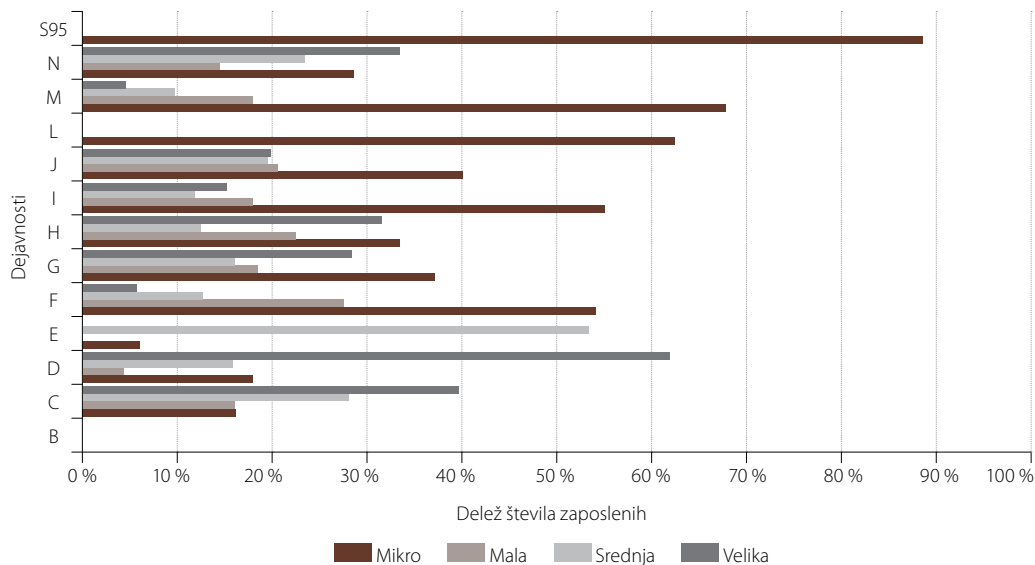
Delež števila zaposlenih po dejavnostih nefinančnega sektorja gospodarstva in velikostnih razredih podjetij v EU-28, 2013



Vir: IPMMP – EPF UM, 2016. Po podatkih EUROSTAT (za leto 2013).

PRILOGA 3 b

Delež števila zaposlenih po dejavnostih nefinančnega sektorja gospodarstva in velikostnih razredih podjetij v Sloveniji, 2013



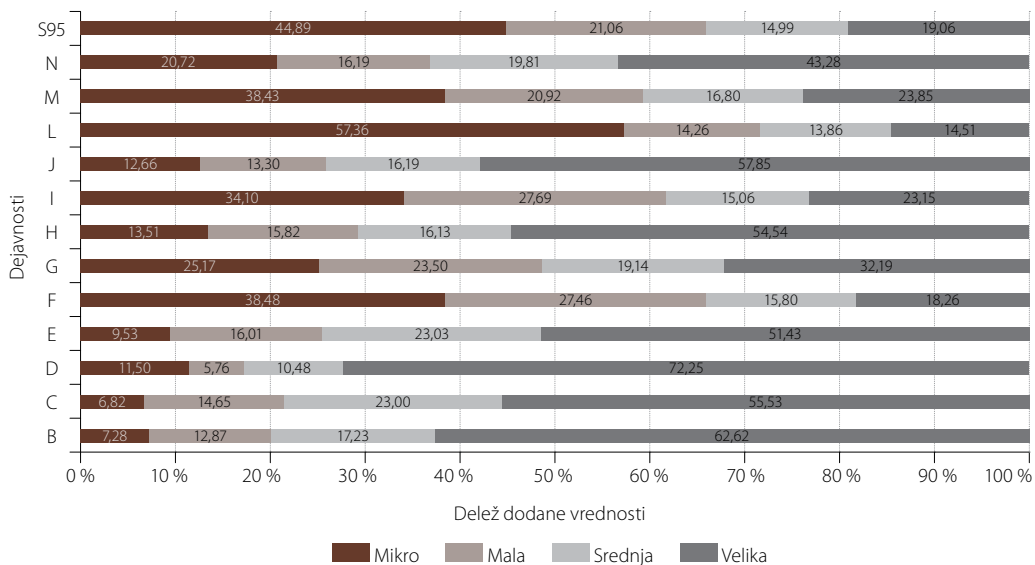
	B	C	D	E	F	G	H	I	J	L	M	N	S95
Mikro	0	16,2	17,9	6,0	54,2	37,2	33,4	55,1	40,1	62,5	67,9	28,6	88,7
Mala	z	16,0	4,3	z	27,5	18,4	22,5	17,9	20,6	z	17,9	14,4	z
Srednja	0,1	28,1	15,9	53,4	12,6	16,0	12,5	11,8	19,5	z	9,7	23,5	z
Velika	z	39,7	62,0	z	5,7	28,4	31,5	15,2	19,9	0	4,5	33,5	0

Opomba: z je oznaka za zaupnost podatka

Vir: IPMMP – EPF UM, 2016. Po podatkih EUROSTAT (za leto 2013).

PRILOGA 4 a

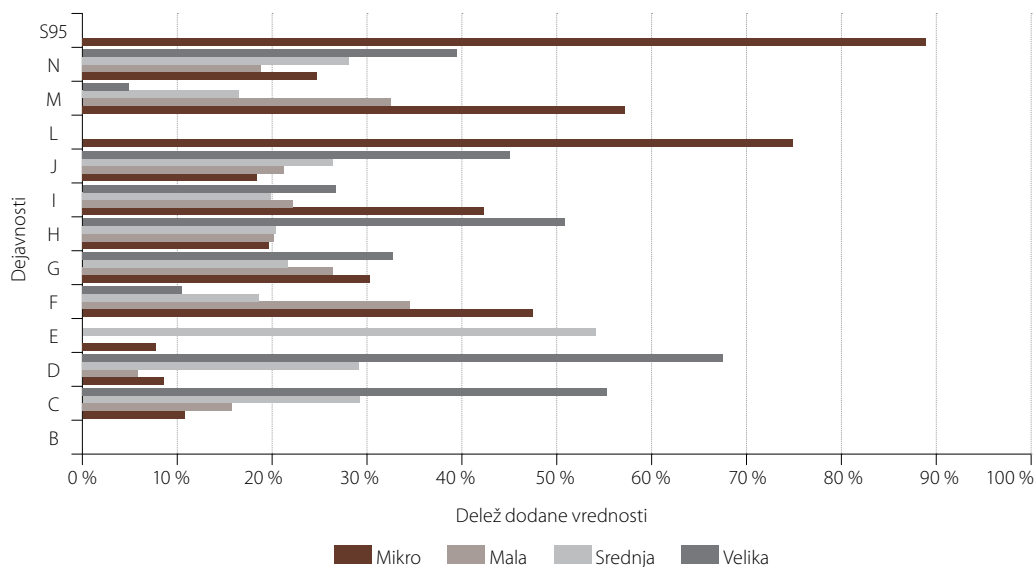
Delež ustvarjene dodane vrednosti po dejavnostih nefinančnega sektorja gospodarstva in velikostnih razredih podjetij v EU-28, 2013



Vir: IPMMP – EPF UM, 2016. Po podatkih EUROSTAT (za leto 2013).

PRILOGA 4 b

Delež ustvarjene dodane vrednosti po dejavnostih nefinančnega sektorja gospodarstva in velikostnih razredih podjetij v Sloveniji, 2013



	B	C	D	E	F	G	H	I	J	L	M	N	S95
Mikro	0	9,7	7,7	7,0	42,7	27,3	17,7	38,1	16,5	67,4	51,5	22,2	80,1
Mala	z	14,2	5,2	z	31,1	23,7	18,2	20,0	19,1	z	29,3	17,0	z
Srednja	0	26,3	26,2	48,7	16,7	19,5	18,4	17,9	23,7	z	14,9	25,3	z
Velika	z	49,8	60,9	z	9,4	29,5	45,8	24,0	40,6	0	4,3	35,5	0

Opomba: z je oznaka za zaupnost podatka

Vir: IPMMP – EPF UM, 2016. Po podatkih EUROSTAT (za leto 2013).



Družbena odgovornost podjetij v Sloveniji

1 Uvod

Družbena odgovornost podjetij je v preteklih nekaj letih postala pomembna tema sodobnega svetovnega gospodarstva in predstavlja enega izmed ključnih dejavnikov uspešnosti in ugleda, saj implementacija družbene odgovornosti od podjetij zahteva celovito, dolgoročno in strateško delovanje. Podjetja se namreč vse bolj zavedajo, pogosto tudi pod pritiskom javnosti, da so del okolja in skupnosti ter skušajo vračati del tega, da lahko delujejo v njih, nazaj v skupnost. O družbeni odgovornosti lahko govorimo na različnih ravneh, od globalne, nacionalne do organizacijske, podjetniške in individualne. V poglavju se bomo osredotočali na koncept družbene odgovornosti na ravni podjetij. Družbena odgovornost podjetij obsega dejavnosti, s katerimi podjetja skušajo prispevati k družbenim, socialnim in okoljskim ciljem, ne le ekonomskim, in so nad zakonodajnim okvirom, torej prostovoljna. Družbeno odgovorno podjetništvo se torej izkazuje skozi družbeno odgovorno poslovanje in poslovne prakse, ki jih podjetja uvajajo s ciljem prispevanja k družbi.

Ker ima trajnostno in družbeno odgovorna poslovna praksa evropskih podjetij pomemben vpliv na evropsko družbo, gospodarstvo in okolje, je skozi strateške dokumente Evropske unije (EU) v obdobju zadnjih šestnajstih let razvidno, da je družbena odgovornost podjetij postala pomemben element v programih nacionalne in mednarodne politike. Na družbeno odgovornost podjetij

se sklicujejo številne vodilne pobude strategije Evropa 2020 (Evropska komisija, 2010), zato je od Evropske komisije upravičeno pričakovati, da bo tudi v prihodnje spodbujala in uveljavljala aktivno vlogo pri promociji samega koncepta in njenem uveljavljanju v praksi. Različna podjetja, tako velika kot tudi manjša, so že intenzivno pričela z umeščanjem strategije družbene odgovornosti v središče svojih poslovnih modelov. Kljub širokemu pomenu in vlogi koncepta ter pozivu Evropske komisije v letu 2011 pri oblikovanju nacionalnih seznamov prioriternih aktivnosti za promocijo družbene odgovornosti, Slovenija ostaja ena redkih držav EU, ki nacionalne strategije uveljavljanja družbene odgovornosti na državni ravni še nima. So pa gospodarske zbornice, inštituti s področja družbene odgovornosti in strokovno–interesne podjetniške ter druge organizacije kot predstavniki civilne družbe in gospodarstva pri delu na področju družbene odgovornosti v Sloveniji zelo aktivni, njihov skupni namen pa so predvsem promocija, ozaveščanje ter spodbujanje družbeno odgovornega ravnanja. Glede na primere dobre prakse v drugih državah članicah EU ter glede na številne iniciative na področju družbene odgovornosti podjetij v Sloveniji, pa bi vendarle bilo smiselno oblikovati formalni okvir na nacionalni ravni, ki bi predstavljal pomembno izhodišče za strateško zaveznitvo ter krepitev družbeno odgovornih praks v Sloveniji.

Cilj poglavja je tako s teoretičnega kot z empiričnega vidika proučiti koncept družbene odgovornosti na ravni podjetij v Sloveniji ter podati priporočila za njegovo nadaljnjo podporo in razvoj. Poglavje pričenjamo z opredelitvijo in značilnostmi koncepta družbene odgovornosti na ravni podjetij, nadaljujemo s pregledom politike ter podpornim okoljem družbene odgovornosti na ravni EU in Slovenije. Sledi pregled implikacij koncepta družbene odgovornosti, kjer podajamo pregled aktivnosti tako podpornega okolja kot podjetij na tem področju. Poglavje zaključujemo z ugotovitvami in priporočili za nadaljnji razvoj koncepta družbene odgovornosti v Sloveniji.

2 Koncept družbene odgovornosti podjetij

Ključna spoznanja:

- Koncept družbene odgovornosti je širok in obsega več vidikov, ravni in deležnikov.
- Aktualen koncept družbene odgovornosti vključuje več vidikov delovanja podjetij, ki se nanaša tako na notranje deležnike podjetja kot tudi na zunanje.
- Kljub značilnim razvojnim fazam družbene odgovornosti imajo posamezne države različen zgodovinski razvoj in uporabljajo različne pristope k oblikovanju, implementaciji in razvoju koncepta družbene odgovornosti.

2.1 Opredelitev in razvoj družbene odgovornosti

Družbeno odgovorno poslovanje in etično ravnanje podjetij je že desetletja predmet proučevanja. Vendar pa je bil v preteklosti poudarek skoraj izključno na velikih podjetjih in korporacijah, medtem ko so mala in srednje velika podjetja (MSP) ostala v ozadju proučevanja na tem področju. V današnjem globalnem svetu resnično uspešna podjetja ne morejo ustvarjati dodane vrednosti le za svoje lastnike, temveč tudi za druge deležnike, vključno z zaposlenimi, odjemalci, dobavitelji in družbo (Irwin, 2002). Splošno sprejeta domneva na področju družbene odgovornosti podjetij je, da različne oblike družbeno odgovornih praks podjetnikov in managementa, ki se nanašajo na različne ciljne skupine, lahko prispevajo k izboljšanju konkurenčne prednosti podjetja. S tega vidika družbena odgovornost ni relevantna le za velika podjetja, temveč tudi za MSP. Slednja predstavljajo večino vseh podjetij, tako v Sloveniji kot v drugih razvitih gospodarstvih ter imajo ključno vlogo v ekonomskem in družbenem okolju.

Kadar govorimo o obstoju družbene odgovornosti, lahko najdemo dve skrajni paradigmi. Prva temelji na domnevi, da je početje podjetij zgolj ekonomske narave, usmerjeno v dobičkonosnost, zato v realnosti ne obstajajo družbeno odgovorna podjetja, ampak je ta koncept le fikcija. Prav tako ta paradigma trdi, da ne obstaja nič takšnega, kot je dobro podjetje. Druga skrajna paradigma pa trdi, da se trenutno razvija obdobje *humanih korporacij*, ki temelji na tem, da se podjetja vse bolj ocenjujejo po svoji pripadnosti družbi in delovanju v smeri trajnostnega razvoja, neodvisno od dobičkonosnosti podjetja. Realnost je seveda nekje med tema skrajnima paradigama, saj se podjetja soočajo z družbenimi problemi in se aktivno vključujejo v njihovo reševanje, etično proizvodnjo in porabo, ter zasledovanje družbenih in okoljskih vrednot. Ob tem naj bi bila prav globalizacija s svojim dostopom do informacij razlog za vse bolj odgovorno obnašanje potrošnikov (Deresky, 2003) in drugih deležnikov. Pritiski različnih deležnikov v okolju podjetij jih namreč silijo, da delujejo ne le v skladu z ekonomskimi, temveč tudi družbenimi in okoljskimi načeli ter s tem dvigujejo svoj ugled.

Z zgodovinskega vidika je razvoj družbene odgovornosti potekal v več značilnih fazah (Carroll, 2008). Prva faza v razvoju družbene odgovornosti, imenovana *management za maksimizacijo dobička*, je bila v ospredju konec 19. in v začetku 20. stoletja. Druga faza, imenovana *skrbniški management*, se je pojavila v 20. letih 20. stoletja in je bila rezultat sprememb v takratni družbi, kot sta bila pluralizem in razpršitev lastništva. Odgovornost managerjev je bila, poleg doseganja dobička za lastnike, tudi odgovoren odnos do odjemalcev, zaposlenih in družbe (Hay in Gray, 1974). Naslednja faza, imenovana *korporativno obdobje*, se je razvila po letu 1930. Korporacije so pričeli dojemati

kot institucije, ki morajo izpolnjevati tudi družbene obveznosti (Eberstadt, 1973). Četrta faza pa je nastala okoli leta 1950, imenovana *management za kakovost življenja*, ko je zamisel o družbeni odgovornosti podjetij dobila nov zagon s širitvijo velikih konglomeratov. Podjetja so primorana v prevzemanje vse več družbene odgovornosti in pri svojih odločitvah upoštevati širše družbene interese. Sedanji pomen pojma družbene odgovornosti oziroma družbeno odgovornega ravnanja se je torej izoblikoval predvsem v 20. in 21. stoletju in zajema celotno družbeno strukturo in njen ustroj. Pojem družbene odgovornosti je namreč skozi zgodovino postajal vedno bolj razpršen, zajemal je vedno več ravni oziroma področij družbenega delovanja in razmišljanja ter se plemenitil (Jambrek, 2012). Večina prvotne literature o družbeni odgovornosti izhaja iz ZDA, med katero gre izpostaviti predvsem delo Howarda R. Bowena prvič izdano leta 1953 z naslovom *Družbena odgovornost poslovneža* (angl. *Social Responsibilities of Businessman*), ki je prva celovita razprava o poslovni etiki in družbeni odgovornosti, v katerem se je avtor zavzemal za to, da mora vodenje poslovanja podjetja voditi družbena odgovornost, saj so podjetja ključni centri moči in njihova dejanja vplivajo na več ravni človekovega življenja. Družbeno odgovornost je označil kot obvezo podjetij, da sprejemajo odločitve, postavljajo cilje ter izvajajo aktivnosti in politike, skladno s cilji in vrednotami širše družbe (Bowen, 1953). Delo velja za temelj proučevanja koncepta družbene odgovornosti podjetij in še vedno predstavlja pomembno izhodišče za trenutna etična vprašanja poslovanja podjetij v ZDA in širše. V 70. letih pa je po navajanju Tomaževiča (2011) prišlo do sprejetja nekaterih temeljnih dokumentov s področja družbene odgovornosti podjetij na mednarodni ravni, med katere uvrščamo manifest o družbeni odgovornosti podjetij iz Davosa (1973), sprejem temeljnih smernic Organizacije za gospodarsko sodelovanje in razvoj – OECD za večnacionalna podjetja (1976), sprejem kodeksa delovanja večnacionalnih združb pod okriljem Organizacije združenih narodov – UM (1977) ter sprejem tripartitne izjave delodajalcev, delojemalcev in države o socialni odgovornosti večnacionalnih združb s strani Mednarodne organizacije dela – ILO (1977). Družbena odgovornost podjetij je postala vse bolj priljubljen koncept v raziskovanju, predvsem od objave dela Edvarda R. Freemana z naslovom *Strateški management* (angl. *Strategic Management: A Stakeholder Approach*) v letu 1980 in del nekaterih drugih avtorjev, kot so Archie B. Carroll, Peter F. Drucker in drugih. V tem obdobju zasledimo širjenje definicij družbene odgovornosti ter pojav nekaterih alternativnih konceptov in tem. Čeprav je v 90. letih koncept postal skoraj univerzalno sprejet in so ga podprle številne priznane mednarodne organizacije, je pogosto služil zgolj kot izhodiščna točka za druge sorodne teme. V luči finančne krize med leti 2008–2010 pa je koncept družbene odgovornosti podjetij znova stopil v ospredje (Bowen, 2013).

Evropa se je k prizadevanjem za družbeno odgovorna podjetja priključila nekoliko pozneje, kot to velja za ZDA. Leta 1996 je podjetniški sektor v Evropi ustanovil Evropsko poslovno mrežo za socialno kohezijo (angl. *European Business Network for Social Cohesion*), pozneje preimenovano v CSR Europe, ki je danes vodilna evropska poslovna mreža za krepitev družbene odgovornosti podjetij (CSR Europe, 2016a). Ob prehodu v novo tisočletje je v okviru Evropske unije mogoče zaznati izrazit porast interesa za družbeno odgovornost podjetij. Evropska poslovna mreža za socialno kohezijo je na vrhu Evropskega sveta v Lizboni leta 2000 spodbudila voditelje držav EU, da so se dogovorili o novem strateškem cilju EU, in sicer postati »najbolj konkurenčno in dinamično, na znanju temelječe gospodarstvo na svetu, sposobno trajnostne gospodarske rasti z več in boljšimi delovnimi mesti ter večjo socialno kohezijo«, kar je postal eden izmed glavnih izzivov Evropske unije. V skladu s tem ciljem je Evropska unija preko svojih komisij pričela apelirati na podjetja in jih opozarjati na izziv, povezan z družbeno odgovornostjo (Bronchain, 2003).

Kljub značilnim razvojnim fazam družbene odgovornosti pa imajo posamezne države različno zgodovino in uporabljajo različne pristope k oblikovanju, implementaciji in razvoju koncepta družbene odgovornosti. V nadaljevanju izpostavljamo nekaj najbolj značilnih, povzetih po Golobu

in Podnarju (2006). Prvi obravnavani model je anglosaksonski in temelji na ozkem pojmovanju družbene odgovornosti z vidika lastnega interesa podjetja. V skladu s tem modelom je bistveno, ali družbena odgovornost podjetja prispeva k njegovi dobičkonosnosti in konkurenčnosti. Posledično je potrebno družbeno odgovornost jasno meriti in jo tudi predstavljati v javnosti za izboljševanje ugleda podjetja. Ta model je zlasti značilen za ZDA, pa tudi za Veliko Britanijo. Drugi model je germanski. Zanj je značilen zakonodajni okvir za družbeno odgovorno delovanje podjetij. V sprejemanje zakonodaje na tem področju so vključeni različni deležniki iz okolja. Politika družbene odgovornosti v podjetju je sprejemljiva, če dosega širši konsenz, ne le zahtev vodstva podjetja. Tretji model je latinski in je deloma podoben germanskemu modelu, saj daje prednost formalno zapisanim strukturam in pravilom, ki pa imajo v ozadju idejo o »višjem idealu«, služenju interesu javnosti. Najpomembnejša dimenzija družbene odgovornosti v tem modelu je interna in se nanaša na zaposlene. V tem modelu je pravni okvir zelo pomemben, podjetje pa ga mora spoštovati. Četrty model je skandinavsko-nizozemski model, ki temelji na izgrajevanju konsenza in soočanju različnih mnenj deležnikov v družbi, manj pa temelji na interesu lastnikov. Peti model družbene odgovornosti je postsocialistični model (kamor spada tudi Slovenija). Ta se je pričel razvijati šele pred dvema desetletjema. Na eni strani temelji na izgrajevanju socialne države in večji vlogi civilne družbe pri družbenoekonomskih vprašanjih, na drugi strani pa na potrebi po večji konkurenčnosti in razvoju ter dokončnem izhodu iz tranzicije (Golob in Podnar, 2006).

Družbena odgovornost podjetij je koncept, ki se nanaša na obveznosti, ki bi jih vsa podjetja morala imeti do vseh (deležnikov), ki so vključeni v aktivnosti podjetja (Deaconu, Radu in Puia, 2011, 113). Nanaša se na poslovne odločitve, ki sežejo preko ekonomskih interesov podjetja (Carroll, 1991). Družbena vključenost podjetja je korporativna integrativna funkcija podjetja in vključuje prakse, ki prispevajo k vzpostavljanju pozitivnih odnosov v skupnosti in za družbo na različnih ravneh (Waddock, 2004). Pristop k družbeni odgovornosti podjetij, ki ga je razvil International Business Forum (Nelson, 2003), predpostavlja, da socialna vključenost podjetij pomeni investiranje podjetja v vzpostavljanje partnerstev z organizacijami v neprofitnem in javnem sektorju z namenom ustvarjanja pozitivnih prispevkov k potrebam skupnosti in k ciljem podjetja. Podjetja pa lahko prispevajo k reševanju družbenih problemov z različnimi partnerstvi (Wills, 2009) iz okolja podjetja.

Aktualen koncept družbene odgovornosti vključuje več vidikov delovanja podjetij, kot so skrb za zaposlene, spodbujanje varstva človekovih pravic in temeljnih svoboščin, varstvo okolja ter dejavnosti preprečevanja korupcije. Čeprav so podjetja v preteklosti družbeno odgovorne prakse uporabljala predvsem za komuniciranje z javnostjo, pa je raven implementacije družbeno odgovornih praks v današnjem času na višji ravni, saj družba od podjetij pričakuje, da v svoje poslovanje vključujejo interese različnih deležnikov (na primer zaposleni, kupci, skupnost) in skušajo prispevati k pozitivnim učinkom nanje. Družbeno odgovorne aktivnosti in poslovanje pa čedalje bolj postajajo domena tudi malih in srednje velikih podjetij, ne le velikih, vendar je pri tem treba tovrstne aktivnosti v družbi aktivno spodbujati (Štebih in Tomišek, 2008).

Družbena odgovornost je obravnavana v širšem in ožjem pomenu. Širši pomen obsega pojmovanje splošne odgovornosti podjetij do naravnega in družbenega okolja. Najbolj splošno lahko družbeno odgovornost opredelimo kot obveznost človeštva, da uresničuje skupne cilje družbe (Brandon in Lombardi, 2005; Cooper in Vargas, 2004). Ožji pomen družbene odgovornosti pa obsega odgovornost do deležnikov (kupcev, poslovnih partnerjev, interesnih skupin, delničarjev ipd.) (Knez-Riedl, Mulej in Dyck, 2006). Družbeno odgovornost lahko opredeljujemo na različnih ravneh, kot individualno družbeno odgovornost posameznikov, družbeno odgovornost organizacij (podjetij, zavodov, izobraževalnih in raziskovalnih institucij, nevladnih organizacij, vladnih organizacij), družbeno odgovornost poklicnih skupin ter družbeno odgovornost naroda, države in zveze (Knez-Riedl idr., 2006).

Spekter opredelitev koncepta družbene odgovornosti je torej širok. Jaklič (1996) opredeljuje kot družbeno odgovorna tista podjetja, ki se odgovorno obnašajo do vseh deležnikov v svojem okolju. Torej tovrstna odgovornost pomeni biti odgovoren do vseh, primarnih in sekundarnih interesnih skupin, saj so podjetja odgovorna za svoja dejanja in aktivnosti, ki vplivajo na skupnost. Marsden (2001) pravi, da je družbena odgovornost bistvo obnašanja podjetij in odgovornost za njihov celoten vpliv na družbo, v kateri delujejo. Družbena odgovornost je tista usmeritev, ki podjetje vodi k doseganju dobičkov, vpliva na pozitiven odnos do okolja, družbe in ekonomskih dejavnikov, ki vplivajo na družbo. Poglavitni cilj družbene odgovornosti je oblikovati vse višje standarde življenja, ob tem pa ohraniti dobiček podjetja in koristi ljudi tako zunaj kot znotraj okolja podjetja (Hopkins, 2003). Potočan in Mulej (2007) družbeno odgovornost opredeljujeta kot odgovornost vseh subjektov poslovanja (predvsem lastnikov in managerjev) za oblikovanje in izvajanje akcij, ki so usmerjene v uresničevanje celote potreb in interesov samega podjetja (notranjih procesov) in okolja podjetja (naravnega, socialnega, družbenega). Zadnja opredelitev družbene odgovornosti Evropske komisije (2011) pa navaja, da je to »odgovornost podjetij za njihove učinke na družbo«.

Družbena odgovornost je med drugim koncept vrednot, s katerimi bi se lahko našla pot iz sedanje slepe ulice človeštva, v katero ga vodita koncept gospodarske rasti (ne glede na resnične potrebe po njej) in zloraba eksternih ekonomik. Zato kaže storiti več, da bi vodilni družbeni organi dosledneje podpirali razvoj družbene odgovornosti, na primer z vzpostavitvijo nacionalne strategije za razvoj družbene odgovornosti, ob čemer pa je potrebna tudi inovacija vrednot, kulture, etike, norm in ekonomske teorije in prakse, da bi človeštvo preživel (Mulej in Hrast, 2008).

2.2 Teoretični okvir in modeli družbene odgovornosti

Vidik družbene odgovornosti podjetij najdemo v več teoretičnih okvirih, med največkrat obravnavanimi v tem kontekstu pa je teorija deležnikov. Teorija deležnikov se je razvila v drugi polovici 20. stoletja in predpostavlja, da je podjetje sestavni del družbe, s katero mora nenehno sodelovati za svoj obstoj in razvoj (Ansoff, 1977; Rhenman, 1973). V skladu s to teorijo podjetje upošteva interese različnih skupin, s katerimi je v interakciji in s katerimi je v medsebojnem vplivanju. Pri tem deležnike sestavlja več interesnih skupin, katerih potrebe in želje naj bi izpolnjevalo podjetje (Freeman in Liedtka, 1991). Skupine deležnikov so lahko različno razdeljene, najpogosteje jih delimo na primarne in sekundarne ter na zunanje in notranje deležnike.

Med primarne deležnike spadajo tisti, ki so ključnega pomena za obstoj in delovanje podjetja (Jaklič, 2009), kot so na primer zaposleni, lastniki, odjemalci, konkurenti, posjilodajalci. Sekundarni deležniki so tisti, ki niso vključeni v neposredne transakcije s podjetjem, vendar imajo posreden vpliv in moč na delovanje podjetja in obratno, mednje pa spadajo lokalna skupnost, mediji, vlada, javnost, aktivisti (Jaklič, 1996).

Delitev deležnikov na notranje in zunanje izhaja iz dimenzije meja podjetja (Evropska komisija, 2001). Notranji deležniki se nanašajo na notranje dimenzije podjetja in so povezani z upravljanjem človeških virov, investicijami v intelektualni kapital, zdravjem pri delu in varnostjo zaposlenih, upravljanjem naravnih virov in ustvarjanjem razmer za vodenje v spremenjenih pogojih. Zunanji deležniki se nanašajo na zunanje dimenzije podjetja, torej na ustvarjanje pozitivnih odnosov z lokalno skupnostjo, poslovnimi partnerji, dobavitelji, potrošniki, vlagatelji, na spoštovanje človekovih pravic in na skrb za naravno okolje na globalni ravni (prav tam, 2001).

V poslovni praksi lahko podjetja dosegajo različno stopnjo družbene odgovornosti, ki jih lahko prikažemo z modelom, imenovanim Carrollova piramida družbene odgovornosti (Carroll, 1991).

Koncept družbene odgovornosti podjetij je sestavljen iz štirih komponent odgovornosti – ekonomske, pravne, etične in filantropske, kar prikazuje *slika 1*.

Slika 1: Piramida družbene odgovornosti



Vir: Carroll, 1991.

Carrollova piramida družbene odgovornosti temelji na logiki Maslowove hierarhije potreb podjetja, kjer mora le-to najprej zadovoljiti nižje ležeče potrebe, da lahko nato zadovolji višje ležeče. Enak pristop je uporabljen pri Carrollovi piramidi družbene odgovornosti, kjer se stopnje nadgrajujejo (Carroll in Buchholtz, 2003; McAlister, Ferrell in Ferrell, 2003). Najpomembnejša odgovornost podjetja je ekonomska, ki predstavlja spodnji, najširši del piramide in v poslovni praksi predstavlja na primer dobičkonosnost podjetja, optimizacijo stroškov ipd. Torej je dolžnost podjetja, da posluje finančno uspešno in investitorjem ter lastnikom prinaša dobiček. Poslovanje na *prvi* ravni vključuje odnose z lastniki, delničarji, odjemalci, zaposlenimi, konkurenti ter delno z okoljem in lokalno skupnostjo. Z družbenega vidika je ekonomska odgovornost tista, ki je zahtevana. *Druga* raven je zakonska odgovornost podjetja, ki pomeni odgovornost podjetja do spoštovanja zakonskih določil in predpisov. Udeleženci v notranjem in zunanjem okolju podjetja pa imajo vpliv na podjetje glede izvajanja zakonov. Tudi zakonska odgovornost podjetja je zahtevana. *Tretja* stopnja odgovornosti, etična odgovornost, pa je že prostovoljna, vendar med udeleženci pričakovana. Le-ti namreč od podjetja pričakujejo, da se bo vedlo etično odgovorno, torej, da bo delalo, kar je pravično, pošteno in dobro, in se izogibalo škodovanju udeležencem v notranjem in zunanjem okolju podjetja. Ta odgovornost zajema norme in vrednote, ki niso zakonsko določene, vendar pa družba teži k njihovem izpolnjevanju. Četrta stopnja odgovornosti je filantropska odgovornost, ki je povsem prostovoljna. Pomeni pa, da se podjetje vede kot dober državljan in izpolnjuje svoje prostovoljne odgovornosti, s katerimi prispeva k izboljševanju kakovosti življenja vseh udeležencev v skupnosti. *Tabela 1* prikazuje značilnosti posameznih ravni odgovornosti v modelu Carrollove piramide družbene odgovornosti vključno z najznačilnejšimi primeri iz poslovne prakse za posamezne vrste odgovornosti.

Tabela 1: Značilnosti posameznih tipov odgovornosti

Raven odgovornosti	Pričakovanja družbe	Vodilo	Ključni deležniki	Primeri v poslovni praksi
Filantropska	Zaželena, prostovoljna	Izboljševanje kakovosti življenja	Skupnost	Prostovoljne aktivnosti, donatorstvo, sponzorstvo, programi za podporo lokalne skupnosti
Etična	Pričakovana, prostovoljna	Etičnost, načelnost	Odjemalci	Izogibanje dvomljivih dejavnosti, sprejemanje zakonodaje kot minimalne zahteve, sprejemanje in izvajanje etičnih načel poslovanja
Pravna	Zahtevana, obvezna	Spoštovanje zakonov	Zaposleni	Izpolnjevanje vseh zakonov, vključno z okoljevarstvenimi, zaščito potrošnikov, enakopravnostjo spolov, tehničnih predpisov, izpolnjevanje pogodbenih obveznosti
Ekonomska	Zahtevana, obvezna	Ustvarjanje dobička	Lastniki	Maksimizacija vrednosti podjetja, minimiziranje stroškov, dobičkonosnost, odgovorne strateške odločitve, večanje vrednosti celotnega podjetja

Vir: Carroll in Buchholtz, 2000, str. 35–39; Jaklič, 2009.

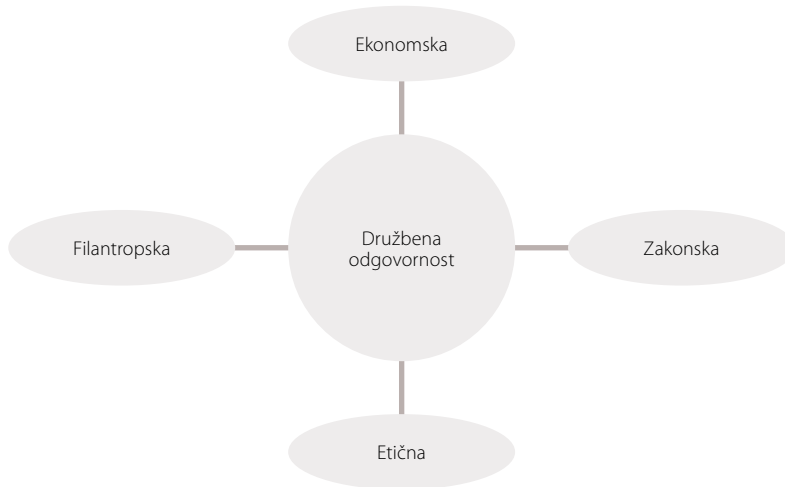
Vendar pa je piramida družbene odgovornosti deležna tudi kritike. Po eni strani se ta kritika nanaša na ekonomsko odgovornost kot prvo raven odgovornosti. Ekonomska odgovornost namreč izgublja na pomenu, saj večina multinacionalnih družb uvaja družbeno odgovornost v strategijo poslovanja in jo s tem postavlja kot temelj svojega poslovanja, torej pod raven ekonomske odgovornosti, v smislu izpolnjevanja družbenih standardov kot »korporacijskega državljana« (Tilston, 2004). S tem se Carrollova piramida spremeni v novo, sodobno piramido družbene odgovornosti, ki jo prikazuje *slika 2*.

Slika 2: Sodobna piramida družbene odgovornosti

Vir: Tilston, 2004, str. 13.

Med kritikami piramide družbene odgovornosti zasledimo tudi očitek, da posameznih vrst družbene odgovornosti ni primerno prikazovati v hierarhičnem zaporedju, ampak so vsi vidiki družbene odgovornosti med seboj enakovredni in tvorijo drug model, tako imenovano vetrnico družbene odgovornosti, kar prikazuje *slika 3*.

Slika 3: Vetrnica družbene odgovornosti



Vir: Jaklič, 2009, str. 49.

Na osnovi slednjega modela družbena odgovornost podjetja izhaja iz njegove moči, ki jo lahko obravnavamo na treh ravneh, ekonomski, politični in družbeni (Jaklič, 2009, 44–45). Ekonomska raven moči se kaže pri funkcijah podjetja, ki so vitalnega pomena za vsako družbo (npr. zaposlovanje, nadzor financ, izobraževanje). Politična raven moči se izraža z velikostjo podjetja, saj imajo večja podjetja večji vpliv na političnem področju. Družbena raven moči predstavlja izpolnjevanje obvez podjetja kot dela družbene skupnosti (npr. plačevanje davkov, zagotavljanje čistega okolja).

3 Razvoj politike družbene odgovornosti podjetij na ravni EU

Ključna spoznanja:

- Ker ima trajnostno in družbeno odgovorna poslovna praksa evropskih podjetij pomemben vpliv na evropsko družbo, gospodarstvo in okolje, je skozi strateške dokumente Evropske unije v obdobju zadnjih šestnajstih let razvidno, da je družbena odgovornost podjetij postala pomemben element v programih nacionalne in mednarodne politike.
- S sprejemanjem družbeno odgovornega ravnanja podjetja pomembno prispevajo k ciljem Strategije za pametno, trajnostno in vključujočo rast: Evropa 2020, kot na primer trajnostni razvoj in visoko konkurenčno socialno tržno gospodarstvo.
- Poseben poudarek evropske politike je namenjen malim in srednje velikim podjetjem, saj jih je več kot 99 odstotkov vseh podjetij v Evropi, zato imajo trajnostne in družbeno odgovorne poslovne prakse MSP pomemben vpliv na evropsko družbo, gospodarstvo in okolje.

3.1 Strategije EU o družbeni odgovornosti podjetij

Pogled Evropske unije na družbeno odgovornost podjetij je leta 2001 Komisija evropskih skupnosti (angl. *Commission of the European Communities*) predstavila v dokumentu z nazivom Zeleni dokument za promocijo evropskih usmeritev za družbeno odgovornost podjetij (angl. *Green Paper: Promoting a European Framework for Corporate Social Responsibility*, COM(2001) 366), s čimer je Evropska komisija naredila korak naprej v razpravi o samem konceptu družbene odgovornosti podjetij. Dokument družbeno odgovornost podjetij opredeljuje kot »koncept, s pomočjo katerega podjetja na prostovoljni osnovi integrirajo družbene in okoljske zadeve v svoje poslovanje in v svoja razmerja z deležniki (Evropska komisija, 2001). Zapisano je skladno s strategijo trajnostnega razvoja, ki jo je istega leta sprejel Evropski svet. Podjetja morajo razumeti svojo vpetost v lokalno okolje, pa najsi bo to doma ali pa drugod po svetu. Pri svojem delovanju pomembno prispevajo k razvoju skupnosti z omogočanjem delovnih mest, zaslužka in davčnih prispevkov. Po drugi strani pa so podjetja odvisna od zdravja, stabilnosti in razcveta lokalnega okolja. Neizogibna je tudi povezanost z lokalno skupnostjo, ki se dotika okoljskih dejavnikov (povzročanje hrupa, onesnaževanje zraka, vode, zemlje, svetlobno onesnaževanje, transport, kopičenje odpadkov itd.). V projektih družbeno odgovornega podjetništva zato številne gospodarske družbe aktivno posegajo v reševanje problemov lokalne skupnosti, bodisi s prostovoljnim delom zaposlenih bodisi s finančno ali pa strokovno pomočjo. Tovrstne aktivnosti razvijajo in krepijo socialni kapital in podjetjem omogočajo popolno vključitev v skupnost, kar je seveda pomemben pogoj pri nadaljnjih razvojnih projektih podjetja. Preko sodelovanja z notranjimi in zunanji interesnimi skupinami je podjetjem omogočeno, da predvidijo in izkoristijo hitro spreminjajoča se družbena pričakovanja in pogoje poslovanja. S tem se spodbuja razvoj novih trgov in ustvarjajo priložnosti za rast. Dokument prav tako navaja korake, ki naj jih podjetja, vlade in civilna družba upoštevajo pri zavzemanju za družbeno odgovornost podjetij. Opozarja, naj podjetja uravnotežijo zahteve in potrebe različnih deležnikov tako, da bodo le-te sprejemljive za vse. Uveljavlja celovitejši pristop k družbeni odgovornosti. Če podjetju uspeva, da obvladuje spremembe na družbeno odgovoren način, bo to pozitivno vplivalo tudi na makro ekonomsko raven (prav tam, 2001).

Leto dni trajajoča razprava o zelenem dokumentu je prinesla vrsto dopolnitev, ki jih je EU objavila v posebnem sporočilu v juliju 2002 (angl. *Communication from the Commission Concerning Corporate Social Responsibility: A Business Contribution to Sustainable Development*, COM(2002) 347) (Evropska komisija 2002). Namen dokumenta je bil povečati poznavanje družbene odgovornosti podjetja ter njenih vplivov, spodbuditi izmenjavo izkušenj in opazovanje ter širiti dobre prakse, kakor tudi prispevati k razvoju veččin managementa, ki so potrebne za družbeno odgovornost podjetja. Dokument poudarja potrebo po širjenju koncepta družbene odgovornosti med malimi in srednjimi podjetji, a tudi po usklajenosti in preglednosti izvajanja družbene odgovornosti. Izpostavlja pomen orodij, kodeksov, standardov, merjenja in poročanja. Zavzema se za družbeno odgovorne naložbe, za forum udeležencev (angl. *Multi-stakeholder forum on CSR*) ter integracijo družbene odgovornosti podjetja v vse politike EU (Knez-Riedl, 2006).

Jančič (2002) pri tem izpostavlja nekatere najpomembnejše razlike v pogledih posameznih deležnikov na predlagani dokument, na katere je pokazala javna razprava:

- Podjetja poudarjajo pomen prostovoljnosti pri družbeni odgovornosti podjetij in oporekajo poenotenju na tem področju. To bi po njihovem mnenju lahko vodilo k omejevanju ustvarjalnosti in inovativnosti podjetij in do možnih konfliktnih interesov pri podjetjih, ki delujejo na različnih koncih sveta.
- Sindikati in civilno-družbene organizacije v nasprotju s podjetji navajajo, da prostovoljnost ni zadostno zagotovilo varovanja pravic zaposlenih in državljskih pravic. Zavzemajo se za določitev minimalnih standardov in opredelitev jasnih mehanizmov odgovornosti kršiteljev. Obenem oporekajo enostranskim pristopom podjetij na tem področju. Menijo, da morajo biti projekti na tem področju izvedeni s soglasjem vseh relevantnih deležnikov.
- Investitorji poudarjajo potrebo po izboljšanih metodah razkrivanja podjetniških praks in večji transparentnosti poslovanja podjetij.
- Organizacije potrošnikov so podčrtale pomembnost verodostojnih in popolnih informacij o etičnih, družbenih in okoljskih razmerah, v katerih poteka proizvodnja izdelkov, da bi lahko te postale vodilo pri nakupnih odločitvah.

Kljub tem nasprotujočim si pogledom obstaja visoko soglasje vseh o pomembnosti nove družbene odgovornosti podjetij v EU. Je pravzaprav edino pravo zagotovilo za preprečitev negativnih globalizacijskih procesov, ki smo jim priča. V Evropi so bili drobci tovrstnega razmišljanja že dlje časa prisotni, celotna zamisel pa nam je tudi zgodovinsko in kulturno blizu. Novost je pravzaprav le v tem, da je družbena odgovornost podjetij postala celovita in strateško naravnana.

Odkar je Lizbonski svet marca 2000 pozval podjetja k čutu za družbeno odgovornost, je bil dosežen velik napredek glede družbene odgovornosti podjetij. Zeleni dokument, sporočilo iz leta 2002 (COM(2002) 347) in ustanovitev Foruma interesnih skupin za družbeno odgovornost EU (angl. *Forum CSR*), ki je združil predstavnike podjetij, sindikatov, civilne družbe in Komisijo v vlogi pobudnika, so predstavljali pomembne korake v tem procesu. Forumu je uspelo doseči soglasje med interesnimi skupinami, prav tako pa je razkril pomembne razlike v mnenju gospodarskih in negospodarskih interesnih skupin. Enotno evropsko razumevanje tega, kaj pomeni družbena odgovornost podjetij, se je pojavilo na podlagi opredelitve Komisije glede družbene odgovornosti podjetij kot koncepta, kjer družbe prostovoljno vključujejo družbena in okoljska vprašanja v svoje poslovne dejavnosti in v medsebojne odnose s svojimi interesnimi skupinami (Evropska komisija, 2006).

Sporočilo Komisije Evropske skupnosti s tega področja – Izvajanje partnerstva za rast in delovna mesta (angl. *Communication from the Commission to the European Parliament, the Council and the European Economic and Social Committee Implementing the Partnership for Growth and Jobs: Making Europe a Pole of Excellence on Corporate Social Responsibility*, COM(2006) 136), pomeni podporo

odprtemu zavezništvu evropskih podjetij, z namenom promocije in spodbujanja družbene odgovornosti podjetja. Poudarja tudi pomemben prispevek deležnikov iz neposlovnega sektorja. V družbeni odgovornosti podjetja vidi možen prispevek k trajnostnemu razvoju, k rasti in zaposlitveni strategiji Evrope. Opredeljuje osem področij, ki jih bo komisija poudarjala v promociji družbene odgovornosti podjetja v prihodnje. Ta področja so: ozaveščanje in izmenjava dobre prakse, podpora pobudam raznovrstnih deležnikov, sodelovanje z državami – članicami, ozaveščanje potrošnikov in transparentnost, raziskovanje na področju družbene odgovornosti podjetij, izobraževanje in razvijanje pravih znanj, spodbujanje koncepta med malimi in srednje velikimi podjetji ter spodbujanje mednarodne razsežnosti družbene odgovornosti podjetja. Z novo Evropsko strategijo za rast in delovna mesta ter s pobudo za boljšo zakonsko ureditev so se Evropska komisija in države članice EU zavezale, da bodo vzpostavile in okrepile poslovno prijazno okolje, v katerem bodo podjetniki in podjetja uspevali in rasli. V središče politike pa je bila postavljena močna podpora pobudi podjetij za ustanovitev Evropske zveze za družbeno odgovornost podjetij.

Evropska komisija je tako poleg Foruma, skupaj s člani poslovne skupnosti in s podporo poslovnih organizacij, kot so BusinessEurope, UEAPME in CSR Europe, marca 2006 ustanovila Evropsko zvezo za družbeno odgovornost podjetij (angl. *European Alliance for CSR*), ki predstavlja politično okrilje za nove in obstoječe pobude, ki jih podajo podjetja in njihove interesne skupine. Spodbujanje družbene odgovornosti podjetij se razvija okoli treh področij aktivnosti (Evropska komisija, 2006): (1) dvigovanje ozaveščenosti in izboljšanje poznavanja družbene odgovornosti podjetij ter poročanje o dosežkih, (2) pomoč pri širjenju in razvoju odprtih koalicij za sodelovanje, in (3) zagotavljanje in ustvarjanje okolja za družbeno odgovornost podjetij. Zveza, ki je oblikovana z namenom, da Evropa postane središče odličnosti za družbeno odgovornost podjetij, predstavlja s tem pomemben vpliv na odnos evropskih podjetij do družbene odgovornosti in na njihovo pozitivno udeležbo v družbenih in okoljskih vprašanjih (European Alliance for CSR, 2016).

Leta 2010 se je Evropska komisija v Strategiji za pametno, trajnostno in vključujočo rast: Evropa 2020 (angl. *Europe 2020: A European Strategy for Smart, Sustainable and Inclusive Growth*) obvezala, da bo obnovila strategijo EU za spodbujanje družbene odgovornosti podjetij (Evropska komisija, 2010). Na tej osnovi je bila leta 2011 sprejeta Obnovljena strategija EU za družbeno odgovornost podjetij za obdobje 2011–2014 (angl. *Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions: A Renewed EU Strategy 2011-14 for Corporate Social Responsibility*, COM(2011) 681). V dokumentu je predstavljeno sodobnejše razumevanje koncepta družbene odgovornosti podjetij, vključno z novejšo opredelitvijo in novim načinom ukrepanja.

Kot odgovor na strategijo Evropa 2020 je mreža CSR Europe pričela s pobudo Podjetništvo 2020 (angl. *Enterprise 2020*), kot vodilno pobudo pri reševanju evropskih in svetovnih izzivov pri doseganju pametne, trajnostne in vključujoče rasti. Predstavlja družbeno odgovorno evropsko gibanje za podjetja, ki so predana razvoju inovativnih poslovnih praks ter skupaj s svojimi deležniki iščejo rešitve za obstoječe in prihodnje socialne izzive. Leta 2015 je kot odgovor na nujnost razreševanja problema brezposelnosti, podnebne in demografske spremembe v Evropi, predstavila tudi Manifest podjetništvo 2020 (angl. *Enterprise 2020 Manifesto*), ki poziva podjetja in vlade k skupnemu delovanju in ukrepanju na ključnih strateških prioritetah do leta 2020 (CSR Europe, 2016b).

Kot pomemben dokument je treba izpostaviti tudi Resolucijo Evropskega parlamenta z dne 6. februarja 2013 o družbeni odgovornosti gospodarskih družb: upravičljivo, pregledno in odgovorno poslovno ravnanje in trajnostna rast (angl. *Corporate Social Responsibility: Accountable, Transparent and Responsible Business Behaviour and Sustainable Growth*, 2012/2098(INI)), kjer Evropski parlament soglašča z novo opredelitvijo družbene odgovornosti gospodarskih družb, ki jo predlaga Komisija in

s katero se izničijo nasprotja med prostovoljnimi in obveznimi pristopi. Prav tako poziva h krepitvi povezave med družbeno odgovornostjo podjetij, državljani, konkurenčnostjo in inovacijami ter k izboljševanju preglednosti in učinkovitosti politik družbene odgovornosti podjetij. Opozori na posebnosti MSP ter pomen družbene odgovornosti manjših podjetij in priznavanja njihovih dosežkov na tem področju. Pri tem Evropski parlament spodbudi Komisijo k zagotovitvi, da bo pravočasno sprejeta ambiciozna strategija o družbeni odgovornosti podjetij za obdobje po letu 2014 (Evropski parlament, 2013)¹.

Po sprejetju Obnovljene strategije za družbeno odgovornost je Evropska komisija sprejela več ukrepov, katerih cilj je omogočiti in spodbuditi boljše uveljavljanje ekoloških proizvodov in okolju prijaznejših praks podjetij na trgu EU ter prispevati k odpravi morebitnih ovir za prosti pretok ekoloških proizvodov na enotnem trgu (Sporočilo Komisije Evropskemu parlamentu in Svetu: Oblikovanje enotnega trga za ekološke proizvode, Izboljšanje obveščanja o okoljski učinkovitosti proizvodov in organizacij, COM(2013) 196). Finančno je podprla več projektov v zvezi s socialno, okoljsko in družbeno odgovornostjo ter spodbude usmerila k družbeno odgovornemu podjetništvu v izobraževanju, usposabljanju in raziskovanju. V sklopu mednarodnega poslovnega sodelovanja si Evropska unija prizadeva tudi za razvoj družbene odgovornosti podjetij v relacijami s tretjimi državami in regijami (Sporočilo Komisije Evropskemu parlamentu, Svetu in Evropskemu ekonomsko-socialnemu odboru: Prilagoditev trgovinskih in naložbenih politik državam, ki najbolj potrebujejo pomoč, COM(2012) 22) ter spoštovanje človekovih pravic.

V obdobju 2013–2014 je Evropska komisija izvedla medsebojni strokovni pregled dejavnosti držav članic EU na področju družbene odgovornosti podjetij. Na sedmih srečanjih v štirih državah članicah so predstavniki držav članic podrobneje spoznali politike drugih držav in o njih razpravljali. Komisija je pregled izkoristila tudi za posodobitev svojih evidenc ter proučitev skupnih in nacionalnih vprašanj (Evropska komisija, 2016a). S tem je bila posodobljena zbirka politik CSR in aktivnosti držav članic iz leta 2011, ki kaže na to, kako lahko posamezna nacionalna gospodarstva hkrati podpirajo, razvijajo in izvajajo koncept družbene odgovornosti podjetij v okviru sprejetega političnega okvira. Zadnja zbirka, ki je bila objavljena 2014 (angl. *Corporate Social Responsibility; National Public Policies in the European Union, Compendium 2014*) po različnih tematskih sklopih prikazuje skupne in navzkrižne EU prioritete na tem področju, kot tudi primere dobre prakse v povezavi z različnimi vidiki politike in pri tem izpostavlja podjetja kot pomembne posrednike družbene odgovornosti (Evropska komisija, 2014).

Skózi predstavljene strateške dokumente Evropske unije je razvidno, da je postala družbena odgovornost podjetij pomemben element v programih nacionalne in mednarodne politike in da si EU že dalj časa aktivno prizadeva za uresničitev tega koncepta. Prav tako so različna podjetja, tako velika kot tudi manjša, intenzivneje pričela z umeščanjem strategije družbene odgovornosti podjetij v središče svojih poslovnih modelov. Poseben poudarek politike je namenjen ravno malim in srednje velikim podjetjem, saj je več kot 99 odstotkov vseh podjetij v Evropi MSP-jev, ki prispevajo več kot polovico ustvarjene dodane vrednosti podjetij v EU, kar velja tudi za Slovenijo. Zato ima trajnostno in družbeno odgovorna poslovna praksa MSP pomemben vpliv na evropsko družbo, gospodarstvo in okolje. V zadnjih dvajsetih letih je tako mogoče zaslediti velik premik na tem področju, saj se

¹ V tem kontekstu so pomembne tudi Resolucija Sveta z dne 6. februarja 2003 o družbeni odgovornosti gospodarskih družb, Resolucija z dne 30. maja 2003 o Zeleni knjigi Komisije o spodbujanju evropskega okvira za družbeno odgovornost gospodarskih družb, Resolucija z dne 13. maja 2003 o sporočilu Komisije o družbeni odgovornosti gospodarskih družb: prispevek podjetij k trajnostnemu razvoju, Resolucija z dne 13. marca 2007 o družbeni odgovornosti podjetij: novo partnerstvo, Resolucija z dne 6. februarja 2013 o družbeni odgovornosti gospodarskih družb: spodbujanje interesov družbe in pot k trajnostnemu in vključujočemu okrevanju, Resolucija z dne 5. julija 2016 o izvajanju priporočil Parlamenta iz leta 2010 o socialnih in okoljskih standardih, človekovih pravicah in družbeni odgovornosti gospodarskih družb.

je o tematiki posebej intenzivno razpravljalo. Izvedene so bile številne pobude za povečanje prepoznavnosti koncepta družbeno odgovornega podjetništva, predvsem preko različnih študij in primerov dobre prakse na ravni EU ter tudi Slovenije.

3.2 Pristop EU k področju družbene odgovornosti podjetij

Zeleni dokument opredeljuje družbeno odgovornost podjetij kot »koncept, znotraj katerega podjetja na prostovoljni osnovi in v sodelovanju z deležniki v svoje poslovanje integrirajo družbene in okoljske vidike« (Evropska komisija, 2001). V svojem sporočilu leta 2011 pa je Evropska komisija družbeno odgovornost podjetij opredelila kot »odgovornost podjetij za njihove učinke na družbo« (Evropska komisija, 2011), kar predstavlja premik od prejšnje opredelitve družbene odgovornosti podjetja kot pristopa, kjer podjetja vključujejo socialno in okoljsko skrb v svoje poslovanje in odnose z deležniki na prostovoljni osnovi. Podjetja so tista, na katerih je odgovornost vodenja in izvajanja družbeno odgovornega poslovanja, kar prinaša koristi podjetju, gospodarstvu EU in širši družbi. Pogoji za prevzemanje te odgovornosti pa je spoštovanje veljavne zakonodaje in kolektivnih pogodb med socialnimi partnerji. Družbeno odgovorna postanejo podjetja na osnovi vključevanja socialnih, okoljskih, etičnih, potrošniških vprašanj in vprašanj človekovih pravic, v svoje poslovne strategije in dejavnosti. Javni organi imajo pri tem podporno vlogo skozi kombinacijo prostovoljnih političnih ukrepov in kjer je to potrebno tudi s pomočjo dopolnilnih uredb.

S sprejemanjem družbeno odgovornega ravnanja podjetja pomembno prispevajo k ciljem Strategije za pametno, trajnostno in vključujočo rast: Evropa 2020, kot sta trajnostni razvoj in visoko konkurenčno socialno tržno gospodarstvo. Na družbeno odgovornost podjetij se sklicujejo številne vodilne pobude omenjene strategije, kot so Celostna industrijska politika za dobo globalizacije, COM(2010) 614; Evropska platforma proti revščini in socialni izključenosti, COM(2010) 758; Program za nova znanja in spretnosti ter delovna mesta, COM(2010) 682; Mladi in mobilnost, COM(2010) 477; ter Akt za enotni trg, COM(2011) 206. Poleg tega je cilj Unije inovacij (COM(2010) 546) okrepiti zmogljivost podjetij pri reševanju družbenih sprememb z inovacijami; prispevek podjetij je osrednjega pomena pri doseganju ciljev vodilne pobude Evropa, gospodarna z viri (COM(2011) 21 in COM(2011) 571). Za čim uspešnejše oblikovanje skupnih vrednot so podjetja s strani EU pozvana k dolgoročnemu in strateškemu pristopu k družbeni odgovornosti podjetij ter proučitvi priložnosti za razvoj inovativnih izdelkov, storitev in poslovnih modelov, ki prispevajo k družbeni blaginji ter ustvarjajo kakovostnejša in produktivnejša delovna mesta (Evropska komisija, 2011).

Ob tem si Evropska unija prizadeva k uskladitvi evropskih in svetovnih pristopov družbene odgovornosti podjetij ter k izboljšanju evropskih interesov in priložnosti v tujini. Zato poziva podjetja k prizadevanju po tovrstni uskladitvi in delovanju v skladu z mednarodno priznanimi smernicami in načeli družbene odgovornosti podjetij, ki so jih razvile priznane mednarodne organizacije, kot npr. (Evropska komisija, 2014; 2016b):

- OECD Smernice za večnacionalna podjetja (angl. *OECD Guidelines for Multinational Enterprises*);
- 10 načel globalnega dogovora Združenih narodov (angl. *United Nations Global Compact*);
- Vodilna načela Združenih narodov o poslovanju in človekovih pravicah (angl. *United Nations Guiding Principles on Business and Human Rights*);
- Tristranska deklaracija Mednarodne organizacije za delo o načelih večnacionalnih podjetij in socialne politike (angl. *International Labour Organization Tripartite Declaration of Principles concerning Multinational Enterprises on Social Policy*);
- Usmerjevalni mednarodni standard ISO 26000 o družbeni odgovornosti (angl. *ISO 26000 Guidance Standard on Social Responsibility*).

Omenjena načela in smernice koncepta družbene odgovornosti podjetij pripomorejo k poenotenju obnašanja podjetij na ravni EU in širše. Kot navaja Obnovljena strategija EU za družbeno odgovornost podjetij, COM(2011) 681 (Evropska komisija, 2011), pri tem koncept družbene odgovornosti podjetij zajema najmanj človekove pravice, delovne in zaposlovalne prakse (npr. usposabljanje, različnost, enakost spolov ter zdravje in blagostanje zaposlenih), okoljska vprašanja (npr. biotsko raznovrstnost, podnebne spremembe, učinkovitost virov, oceno življenjskega cikla in preprečevanje onesnaževanja) ter boj proti podkupovanju in korupciji. Del načrta za družbeno odgovornost podjetij so tudi vključenost in razvoj skupnosti, vključevanje invalidnih oseb ter interesi potrošnikov, vključno z zasebnostjo. Med pomembna skupna vprašanja spadata tudi spodbujanje družbene in okoljske odgovornosti v dobavni verigi ter razkrivanje nefinančnih informacij. Komisija je sprejela sporočilo o politikah EU in prostovoljstvu (COM(2011) 568), v katerem priznava prostovoljno udejstvovanje zaposlenih kot izraz družbene odgovornosti podjetij. Poleg tega Komisija v odnosih med državami spodbuja tri načela dobrega davčnega upravljanja: preglednost, izmenjavo informacij in pravično davčno konkurenco. Podjetja so pozvana, da si po potrebi prizadevajo tudi za izvajanje teh načel.

Zahteva o poročanju o ukrepih in aktivnostih s področja družbene odgovornosti vse pogosteje postaja sestavni del poslovnih poročil podjetij. Za nekatera podjetja je obvezna vključitev nefinančnih informacij ne samo v računovodske standarde, temveč tudi v poročila o upravljanju. Direktiva iz leta 2014 (Evropska komisija, 2016c) se uporablja za podjetja z več kot 500 zaposlenimi, podjetja, ki kotirajo na borzi, in subjekte javnega interesa (kakor so opredeljeni na nacionalni ravni, npr. finančne institucije), ki kotirajo na borzi ali ne. Leta 2018 bo tako morale približno 6.000 podjetij, ki poslujejo v EU, za zainteresirane strani (za fiskalno leto 2017) pripraviti konsolidirana poročila o nefinančnem poslovanju, ki bodo vključevala njihove odvisne družbe in se bodo nanašala na njihove politike, tveganja in rezultate na področju okoljskih, socialnih in kadrovskih vprašanj ter vprašanj v zvezi s spoštovanjem človekovih pravic in bojem proti korupciji (Evropski ekonomsko-socialni odbor, 2015). Vendar še vedno velja, da številna podjetja kljub priporočilom v strateških dokumentih EU, socialnih in okoljskih vprašanj še niso povsem vključila v svoje strategije ter dejavnosti. Spet na drugi strani, pa nekatera podjetja družbeno odgovornost vključujejo v poslovna poročila z razlogom izboljševanja ugleda podjetja in ne nujno pristne zavezanosti podjetja družbeni odgovornosti. Dejstvo pa je, da koncept družbene odgovornosti podjetij vedno bolj pridobiva na pomenu in veljavi tudi v poslovnem svetu ter postaja nepogrešljiv del vsakodnevnega poslovanja podjetij. Uvajanje družbene odgovornosti v podjetniško politiko zato pogosto pomeni konkurenčno prednost in finančno uspešnost za podjetja, ki se zanjo odločijo. Podjetja/organizacije namreč ne odgovarjajo več zgolj svojim lastnikom, pač pa tudi celotni družbi in posameznikom znotraj te.

4 Družbena odgovornost v Sloveniji

Ključna spoznanja:

- V Sloveniji, kljub številnim pobudam EU, v začetku leta 2017 še vedno nimamo uradno sprejete nacionalne strategije družbene odgovornosti.
- Pregled dogajanja na področju družbene odgovornosti v Sloveniji kaže na veliko angažiranost različnih deležnikov in paleto različnih aktivnosti, ki jih izvajajo.
- Na področju informiranja, svetovanja in izobraževanja o družbeni odgovornosti je zaznati pomanjkanje povezovanja izvajalcev, vsebine in ciljne skupine pa praviloma niso diferencirane.
- V Sloveniji imamo veliko certifikatov, nagrad in priznanj, ki spadajo na področje družbene odgovornosti, vendar niso vselej kot taki promovirani v okolju.
- Na področju raziskav o družbeno odgovornem poslovanju podjetij v Sloveniji primanjkuje zanesljivih podatkov, predvsem longitudinalnih raziskav, ki bi bile osredotočene na MSP.

Kot smo že navedli, si Evropska komisija v Obnovljeni strategiji EU za družbeno odgovornost podjetij, COM(2011) 681, prizadeva za strateški pristop k udejanjanju družbene odgovornosti v praksi, da se bo čim več organizacij, profitnih in neprofitnih, zavedalo svojih vplivov, ki jih imajo na naravno okolje in soljudi, ter jih obravnavalo čim bolj celovito. Zato je pozvala države članice, da do konca leta 2012 pripravijo nacionalne načrte izvajanja vodilnih načel družbene odgovornosti podjetij. Ker omenjen dokument ni pravno zavezujoč, ampak Evropska komisija »države članice vabi, da oblikujejo ali prenovijo načrte ali nacionalne sezname prioritarnih aktivnosti za promocijo družbene odgovornosti« (Evropska komisija, 2011), v Sloveniji, kljub številnim pobudam, v začetku leta 2017 še vedno nimamo uradno sprejete nacionalne strategije družbene odgovornosti.

Evropska komisija (2014) v zbirki politik CSR in aktivnosti držav članic navaja, da je do junija 2014 petnajst držav članic EU že imelo vzpostavljene nacionalne strategije v obliki akcijskih načrtov za družbeno odgovornost podjetij. V številnih državah gre za nadaljnje načrte že obstoječih strategij, medtem ko so pri nekaterih to bili prvi tovrstni politični dokumenti. Dodatnih pet držav je imelo nacionalne akcijske načrte za družbeno odgovornost podjetij tik pred zaključkom ali so o njih razpravljali v parlamentu, sedem držav članic (med katerimi je skupaj s Grčijo, Hrvaško, Latvijo, Portugalsko, Romunijo in Slovaško tudi Slovenija) pa tovrstne nacionalne akcijske načrte še razvija.

So pa gospodarske zbornice, inštituti s področja družbene odgovornosti in strokovno–interesne podjetniške ter druge organizacije kot predstavniki civilne družbe in gospodarstva z delom na področju družbene odgovornosti v Sloveniji vse bolj aktivni. V Strokovnem svetu Inštituta za razvoj družbene odgovornosti – IRDO so zato oblikovali pobudo za pripravo Nacionalne strategije razvoja družbene odgovornosti. V letu 2012 se je izoblikovalo Partnerstvo za pripravo nacionalne strategije, ki ga sestavljajo različni strokovnjaki s področja družbene odgovornosti, predstavniki organizacij in institucij, kot neformalni udeleženci partnerstva se vključujejo tudi drugi strokovnjaki. Partnerstvo koordinirata Mreža za družbeno odgovornost Slovenije – Inštitut Ekvilib (organizacijsko) in Inštitut za razvoj družbene odgovornosti – IRDO (vsebinsko). Pripravili so zasnovo slovenske nacionalne strategije družbene odgovornosti, s poudarkom na podjetjih. Strategija sledi standardu ISO26000:2010, njegovim področjem in načelom ter vključuje ključne skupine deležnikov (vlada, gospodarstvo, civilna družba ter mediji), predstavljen model pa prikazuje *slika 4*.

Slika 4: Trikotnik sodelovanja med civilno družbo, vlado in gospodarstvom, ob spremljanju medijev



Vir: IRDO, 2014a.

Čeprav Slovenija nima uradno sprejete nacionalne strategije družbene odgovornosti podjetij oziroma akcijskega načrta, pa to vendarle ne pomeni nujno tudi odsotnosti aktivnosti ter iniciativ v zvezi z družbeno odgovornostjo podjetij. Prav nasprotno, v nadaljevanju zato podajamo pregled dogajanja na področju družbene odgovornosti v Sloveniji, ki kaže na veliko angažiranost različnih deležnikov in paleto različnih aktivnosti, ki jih izvajajo.

Glede na primere dobre prakse v drugih državah članicah EU ter glede na številne iniciative na področju družbene odgovornosti podjetij v Sloveniji, bi vendarle bilo smiselno oblikovati formalni okvir na nacionalni ravni. Sistemska izhodišča za pripravo uradne nacionalne strategije so zagotovo prej predstavljeni strateški dokumenti na ravni EU, pa tudi drugi dokumenti in smernice uveljavljenih mednarodnih organizacij. K temu je treba dodati še primere dobre prakse, predvsem strateške dokumente, akcijske načrte in zakonodajo številnih držav članic EU, ki so vzpostavile nacionalne strategije v obliki akcijskih načrtov za družbeno odgovornost podjetij in koncept tudi že uspešno implementirale. Poleg teh, ki so lahko v pomoč predvsem državi, pa obstaja tudi veliko mednarodnih zasebnih iniciativ, ki ponujajo pripomočke neposredno podjetjem (kot npr. CSR Europe, GRI (Global Reporting Initiative), Global compact, RI responsible investment in druge). Nacionalna strategija bi tako vsekakor predstavljala pomembno podlago za strateško zavezištvo ter krepitev družbene odgovornosti podjetij v Sloveniji. Ena od vodilnih držav na tem področju je Danska, ki je akcijski načrt za družbeno odgovornost podjetij objavila že leta 2008, ter ga leta 2012 posodobila z akcijskim načrtom za obdobje 2012–2015. Le-ta vključuje več kot 40 pobud na štirih ključnih področjih, ki so krepitev spoštovanja mednarodnih načel, povečanje odgovorne rasti preko sodelovanja (partnerstev), povečanje transparentnosti in promocija odgovorne rasti preko javnega sektorja. Ukrepi se nanašajo predvsem na usposabljanje, izmenjavo znanja, sodelovanje (partnerstvo) in zakonodajo. Prakse iz drugih držav (npr. Nemčija, Avstrija) prav tako kažejo, da vlade v okviru akcijskih načrtov za družbeno odgovornost skušajo med drugim pomembno vplivati tudi na povečanje konkurenčnosti mednarodnega poslovanja.

4.1 Ozaveščanje, informiranje, izobraževanje in usposabljanje o družbeni odgovornosti

V Sloveniji deluje kar nekaj organizacij, povezanih z družbeno odgovornostjo, katerih skupni namen so promocija, ozaveščanje ter spodbujanje družbeno odgovornega ravnanja. V nadaljevanju podajamo pregled organizacij, ki ozaveščajo, informirajo in izobražujejo o družbeni odgovornosti podjetij. Najprej bomo predstavili tiste, ki se prvenstveno ukvarjajo s tem področjem, nato pa organizacije, katerih del dejavnosti je namenjen temu. Med prvimi navajamo Inštitut za razvoj družbene odgovornosti (IRDO), ki je bil kot neprofitni zavod ustanovljen leta 2004 z namenom raziskovati in pospeševati razvoj družbene odgovornosti v Sloveniji in v svetu. Prizadeva si povezati vse ključne akterje na področju razvoja družbene odgovornosti (podjetja, vlado, civilno družbo ...) ter izvajati skupne aktivnosti in kampanje za ozaveščenost širše družbe o potrebnosti in pomenu družbene odgovornosti v Sloveniji. S svojim delovanjem inštitut IRDO prispeva k prenosu in prilagajanju tujega znanja ter konceptov slovenskim razmeram in potrebam, hkrati pa omogoča izmenjavo slovenskega znanja in izkušenj s tujimi strokovnjaki, podjetji in organizacijami (IRDO, 2016). Inštitut IRDO od leta 2008 združuje približno 140 članov ter več partnerskih organizacij. Med kolektivnimi člani so podjetja in organizacije, na srečanjih sodelujejo člani vodstva ali posameznih strokovnih področij, člani uprav ter predsedniki večjih slovenskih podjetij, organizacij in ustanov. Člani posamezniki so študenti, raziskovalci, znanstveniki, strokovnjaki in vsi, ki se zavedajo pomena družbene odgovornosti in jo zato so-razvijajo. IRDO izvaja svoje razvojno-raziskovalno in znanstveno delo v posebni organizacijski enoti Znanstveno-raziskovalni center IRDO. Sodelavci inštituta IRDO objavljajo svoja dela na konferencah v Sloveniji in v tujini ter v knjigah, revijah in drugih publikacijah. Od avgusta leta 2014 je Inštitut IRDO nacionalna partnerska organizacija v mreži CSR Europe – Evropski mreži za družbeno odgovornost podjetij. IRDO tako podjetjem in drugim zainteresiranim svetuje, kako poslovati družbeno odgovorno in kako se pri tem učinkovito povezovati z drugimi. Po svojih močeh vzpostavlja medijsko podporo razvoju družbene odgovornosti in izvaja druge naloge s področja razvoja in uveljavljanja družbene odgovornosti v Sloveniji, in sicer (IRDO, 2014b):

- ustvarjajo in izvajajo inovativne koncepte in projekte (npr. Model M) na področju družbene odgovornosti in trajnostnega razvoja,
- vzdržujejo platformo za izmenjavo znanja in izkušenj,
- svetujejo podjetjem, organizacijam, ustanovam pri uvajanju družbeno odgovornih strategij,
- izobražujejo in usposablajo za management družbene odgovornosti,
- krepijo dialog z vlado, civilno družbo, podjetji in mediji za pripravo in uresničevanje družbeno odgovornih strategij, tudi nacionalnih,
- informirajo javnost o konceptu družbene odgovornosti, o uspešnih projektih o družbeni odgovornosti podjetij, organizacij in posameznikov,
- raziskujejo izvajanje družbene odgovornosti v teoriji in praksi,
- objavljajo znanstvene in strokovne prispevke v Sloveniji in tujini,
- izdajajo knjige, priročnike, zbornike, mesečne novice in druge publikacije.

Na področju ozaveščanja in izobraževanja o družbeni odgovornosti je aktivno tudi Slovensko društvo za odnose z javnostmi (PRSS), ki je bilo ustanovljeno leta 1990 kot strokovno, nepridobitno, prostovoljno in samostojno nevladno krovno nacionalno združenje strokovnjakov za odnose z javnostmi in komunikacijski management. Povezuje vse, ki se ali pa se želijo dejavno ukvarjati z odnosi z javnostmi, organizacijskim komuniciranjem in komunikacijskim managementom (PRSS, 2016a). V okviru PRSS deluje Sekcija za spodbujanje družbene odgovornosti (SSDO), katere temeljna naloga je dvigovanje nivoja družbene odgovornosti v slovenskih podjetjih in organizacijah,

še posebej med člani PRSS in stroko odnosov z javnostmi. Prispevati želijo tudi k boljšemu razumevanju koncepta družbene odgovornosti v slovenskih podjetjih in organizacijah ter jih spodbujati k družbeno odgovornemu ravnanju. Inicijativo pri tem pa mora v prvi vrsti prevzeti stroka odnosov z javnostmi. Zato v sekciji svoje člane ozaveščajo in jih spodbujajo k širjenju koncepta družbene odgovornosti v podjetjih in organizacijah, jih izobražujejo, predvsem pa jim predstavljajo priložnosti, ki jih družbeno odgovorno ravnanje prinaša za podjetja in organizacije. Naloga stroke odnosov z javnostmi je, da institucijam pomaga razumeti upravljanje družbenih tem, ki zadevajo njihove javnosti (PRSS, SSDO, 2016).

S področjem družbene odgovornosti se aktivno ukvarja tudi Ekvilib Inštitut, neprofitna in neodvisna organizacija, ki deluje na področju družbene odgovornosti, človekovih pravic in razvojnega sodelovanja. V sklopu svojega delovanja si prizadevajo za vključevanje človekovih pravic kot ključnega načela vseh politik in strategij ter težijo k strukturnim spremembam, ki vodijo v pravičnejši in bolj uravnotežen globalen razvoj. Ob tem si prizadevajo tudi za družbeno odgovorno ravnanje vseh akterjev družbe, s posebnim poudarkom na družbeni odgovornosti podjetij ter družbeno odgovornem upravljanju človeških virov (Ekvilib Inštitut, 2016a). Z namenom promocije družbene odgovornosti je Ekvilib Inštitut v sodelovanju z 18 slovenskimi podjetji in organizacijami leta 2011 ustanovil Mrežo za družbeno odgovornost Slovenije. Gre za stičišče podjetij in drugih organizacij, katerih skupni namen je promocija družbene odgovornosti, tako znotraj svojih podjetij in organizacij kot v širšem družbenem prostoru. Ključne dejavnosti mreže so izmenjava znanja, uvajanje novosti in dobrih praks s področja družbene odgovornosti ter ozaveščanje o prednostih, ki jih ta način delovanja prinaša, tako na nivoju posameznika, podjetja/organizacije kot celotne družbe (MDOS, 2016a). Poslanstvo mreže je promocija družbene odgovornosti ter povezava podjetij in drugih organizacij, ki stremijo k vključevanju družbene odgovornosti v svoje delovanje. Družbeno odgovornost razumejo kot skrb za družbo in naravno okolje skozi transparentno in etično delovanje. Dejavnost mreže družbene odgovornosti temelji na informiranju in ozaveščanju o pomenu družbene odgovornosti, o pomenu vključevanja družbeno odgovornih strategij v delovanje podjetij in drugih organizacij, o pozitivnih vplivih tega vključevanja in o dobrih praksah družbeno odgovornega delovanja. Dejavnosti so osnovane na sodelovanju članov mreže na projektih, ki so usmerjeni k družbeno odgovornemu ravnanju. Člani sodelujejo pri aktivnostih v okviru mreže, lahko pa predlagajo svoje aktivnosti v skladu z načeli delovanja mreže družbene odgovornosti. Glavni sklopi dejavnosti mreže za družbeno odgovornost so (MDOS, 2016b):

- Informiranje članstva o temah, povezanih z družbeno odgovornostjo,
- Izmenjava in prenos dobrih praks na nacionalnem in mednarodnem nivoju,
- Izobraževanje in strokovno usposabljanje članic mreže,
- Zagovorništvo družbene odgovornosti pri javnih institucijah v Sloveniji in EU,
- Promocija in razširjanje koncepta družbene odgovornosti v poslovni in splošni javnosti ter drugo.

V Sloveniji deluje tudi slovenska veja United Nations Global Compact (UN Global Compact), imenovana Slovensko društvo ZN za trajnostni razvoj. UN Global Compact je sicer največja globalna pobuda za družbeno odgovornost in trajnostni razvoj gospodarskih subjektov. UN Global Compact, ki je bil ustanovljen leta 2000 na pobudo Organizacije združenih narodov, združuje več kot 5.000 podjetij in nevladnih organizacij iz 120 držav, ki pri svojem poslovanju in strateških usmeritvah spoštujejo 10 univerzalnih načel UN Global Compact s področja človekovih pravic, delavskih standardov, okolja in transparentnosti ter protikorupcije. Slovenska veja UN Global Compacta je bila ustanovljena leta 2007 na pobudo predsednice in dekanje IEDC-Poslovne šole Bled. Iz 16 ustanovnih članov, ki med drugim predstavljajo vodilno silo slovenskega gospodarstva, se je članstvo razširilo na 33 članov društva. Osrednji cilj Slovenskega društva

ZN za trajnostni razvoj je pomagati slovenskim podjetjem spoznati strateške priložnosti, ki jih kažejo prakse družbeno odgovornih podjetij in organizacij, ki se zavedajo pomena trajnostnega razvoja in družbene odgovornosti in na ta način povečati konkurenčnost slovenskih podjetij in konkurenčnost slovenskega gospodarstva. Za doseg tega cilja, Slovensko društvo ZN za trajnostni razvoj sodeluje tudi z drugimi nevladnimi organizacijami v Sloveniji, pripravlja redna srečanja, okrogle mize, konference in individualna srečanja na temo človekovih pravic, delavskih standardov, okolja, transparentnosti in protikorupcije, obenem pa podjetjem in organizacijam tudi svetuje na področju trajnostnega razvoja (UNGC Slovenija, 2016).

Ob teh organizacijah, katerih osnovna dejavnost je namenjena družbeni odgovornosti, se z njo ukvarjajo tudi nekatere druge organizacije podpornega okolja, kakor tudi posamezna podjetja. O družbeni odgovornosti svoje člane in druge zainteresirane informirajo in izobražujejo tudi Obrtno-podjetniška zbornica Slovenije, Gospodarska zbornica Slovenije in druga tovrstna združenja. Obrtno-podjetniška zbornica Slovenije (OZS) izvaja svetovanja na področju varstva okolja, varnosti in zdravja pri delu ter socialne varnosti in delovnega prava, izvajajo pa tudi delavnice, med katerimi je npr. delavnica Poslovna odličnost in družbena odgovornost podjetij in delavnica Družbena in okoljska odgovornost podjetij: vidiki in primeri odgovornega ravnanja podjetij (OZS, 2009). GZS v okviru svojega Centra za poslovno usposabljanje ponuja tudi izobraževanja in usposabljanja na področju družbene odgovornosti (CPU, 2016). Štajerska gospodarska zbornica pa svoje člane informira in izobražuje na področju družbene odgovornosti, izvaja delavnice in seminarje. Zadnji med seminarji je bil Vodenje družbene odgovornosti in trajnostnega razvoja podjetja v letu 2016 (ŠGZ, 2016a).

Na področju informiranja in ozaveščanja o družbeni odgovornosti so aktivni tudi v družbi Planet GV, kjer so v letu 2007 izdali izobraževalno gradivo *Upravljanje družbene odgovornosti podjetij: strokovno gradivo*, v reviji HRM pa objavljajo prispevke s tega področja. Družba SPEM je izvajala izobraževanje Šola za družbeno odgovornost podjetij v letu 2009 (Rečnik, 2010). O družbeni odgovornosti pa v manjšem delu informirajo, ozaveščajo, izobražujejo ali na tem področju kako drugače delujejo tudi nekatere druge organizacije (npr. Slovensko združenje za kakovost in odličnost, Fundacija Prizma, Komisija za preprečevanje korupcije, Amnesty International Slovenija).

Ob tem je v Sloveniji že dolgo prisotnih več različnih konferenc in strokovnih srečanj na področju družbene odgovornosti. Inštitut IRDO v sodelovanju s Štajersko gospodarsko zbornico in različnimi strokovnimi združenji ter partnerji vsako leto, od leta 2006, prireja konferenco »Družbena odgovornost in izzivi časa«, s pomočjo katere želijo v slovenskem prostoru pomagati krepiti družbeno odgovornost. Razvoj družbene odgovornosti je namreč nujen na vseh področjih družbenega življenja, prav tako povezovanja med različnimi akterji, ki na tem področju delujejo. Nujna pa je tudi primerjava raziskovalnih in teoretskih izhodišč, s praktičnimi izkušnjami v zakonodaji, gospodarstvu, socialni, varstvu okolja in drugod. Družbeno odgovornost na konferenci številni slovenski in tuji predavatelji predstavijo z različnih vidikov: vladnega, etičnega, podjetniškega, medijskega, izobraževalnega, raziskovalnega in drugih. Konferenca »Družbena odgovornost in izzivi časa« naj bi vsako leto pokazala, kaj je na tem področju v Sloveniji in v tujini že narejeno in kaj bi bilo še potrebno storiti. GZS v okviru svojih aktivnosti redno organizira tudi konference in srečanja na področju družbene odgovornosti podjetij, med katerimi so npr. problemska konferenca (peta po vrsti) družbena odgovornost komunal skozi prizmo Vesne Vuk Godina, Iva Boscarola, Mihaela J. Tomana in drugih (GZS, 2015), z osnovno temo družbeno odgovorno poslovanje. Med ugotovitvami konference je bilo, da komunalna podjetja izvajajo veliko družbeno odgovornih aktivnosti, vendar nimajo zastavljenih ciljev in ne merijo učinkov. Druga tovrstna konferenca z naslovom Okolje, družbena odgovornost, razvoj (GZS, 2013), s ciljem

predstavitve osnovnih orodij, ki jih imajo podjetja na voljo za merjenje in vrednotenje parametrov trajnostnega razvoja, njihovo vključitev v letna poročila in vloge pri določanju izhodišč nadaljnjih razvojnih strategij. Ob tem so organizirali na temo družbene odgovornosti tudi konferenco Dnevi kakovosti in druge. Skupaj z United Nations Global Compact Slovenija ter drugimi soorganizatorji Ekvilib Inštitut organizira tudi tradicionalno letno konferenco pod naslovom »Trendi na področju družbene odgovornosti« (MDOS, 2016c).

Organizacije podpornega okolja in podjetja pa se vključujejo tudi v nekatere projekte o družbeni odgovornosti. Odmeven je bil projekt Družbena odgovornost malih in srednje velikih podjetij v letih 2006 in 2007, ki ga je vodila takratna GZS – območna zbornica Maribor, današnja Štajerska gospodarska zbornica (ŠGZ, 2016b). Namen projekta je bil postavitve podpornega okolja in predstavitev podpornih instrumentov za povečanje vedenja o pomenu družbene odgovornosti, predvsem malih in srednje velikih podjetij. Od leta 2016 je Ekvilib Inštitut vključen v partnerski projekt Harmonization and implementation of Corporate Social Responsibility EU Directives – Hi4CSR, ki poteka pod okriljem programa Erasmus+. Vseevropski projekt Hi4CSR bo preko sodelovanja evropskih univerz, svetovalnih podjetij, organizacij za družbeno odgovornost in določevalcev iz različnih držav prispeval k uresničevanju strategije Evropa 2020 z namenom ustvariti trajnostno, stabilno in vključujočo gospodarsko rast. Projekt se izvaja na nadnacionalni ravni, saj se nanaša na izmenjavo dobrih praks pri usklajevanju in izvajanju direktiv EU za družbeno odgovornost podjetij v nacionalne okvire držav članic (Hi4CSR, 2016).

Ugotovimo torej lahko, da na področju informiranja, svetovanja in izobraževanja že vrsto let različne organizacije izvajajo tovrstne aktivnosti. Vendar pa pregled hkrati tudi pokaže, da je bilo v preteklosti ponudbe tovrstnih izobraževanj in usposabljanj precej več, kot jih je na voljo danes. Zaznati je pomanjkanje povezovanja izvajalcev izobraževanj. Glede vsebine in ciljnih skupin, ki so jim namenjena, pa je moč zaznati, da praviloma niso diferencirana za posamezne velikostne skupine podjetij, kakor tudi ne v odvisnosti od dejavnosti, s katero se podjetja ukvarjajo. Estonija je na primer na nacionalni ravni v Nacionalni akcijski plan kot enega od dveh strateških ciljev vključila tudi izboljšanje ozaveščenosti o družbeni odgovornosti podjetij med podjetniki, investitorji, potrošniki, uradniki, poslovneži in javnim mnenjem, ukrepi pa zajemajo dogodke in seminarje, zagotavljanje usposabljanja za podjetnike in poslovne skupine, zbiranje in predstavitve primerov dobrih praks, in tudi vključevanje družbene odgovornosti podjetij na vse ravni izobraževanja, od osnovne šole naprej (ICF GHK, 2013a). Podobno je Slovaška kot ukrep za podporo razvoju uvajanja družbeno odgovornih praks v podjetja uvedla promocijo družbene odgovornosti podjetij za MSP (ICF GHK, 2013b). V ta namen so se izobraževanja za MSP na visokošolski ravni in posebna izobraževanja za management izkazala kot najučinkovitejša za dejansko uvajanje družbeno odgovornih praks. Pri uvajanju družbeno odgovornih praks je za MSP pomembna tudi podpora v tem procesu s strani podpornega okolja, ki ima na voljo tudi na ravni EU navodila, ki lahko služijo kot smernice pri podpori MSP (npr. Tips and Tricks for Advisors: Corporate Social Responsibility for Small and Medium-Sized Enterprises (EU, 2015)).

4.2 Certifikati ter nagrade in priznanja na področju družbene odgovornosti podjetij

Podjetja oziroma organizacije, ki želijo poslovati družbeno odgovorno, imajo na voljo več različnih orodij, ki jih lahko uporabijo. Orodja se razlikujejo po obsegu, namenu in pomenu, zato je pomembno, da v podjetju oziroma organizaciji najdejo njim najprimernejše. Svojo zavezanost družbeno odgovornemu ravnanju lahko podjetja oziroma organizacije dokažejo preko različnih

certifikatov, prav tako pa se v Sloveniji podeljuje več nagrad in priznanj, katerih skupni namen je spodbujanje družbeno odgovornih praks podjetij in njihova promocija. V nadaljevanju podajamo pregled nekaterih temeljnih standardov in certifikatov ter odmevnejših nagrad in priznanj na področju družbene odgovornosti podjetij.

4.2.1 Certifikati na področju družbene odgovornosti podjetij

Standard ISO 26000 je zagotovo ena izmed pomembnejših podlag za ocenjevanje oziroma presojanje družbeno odgovornega poslovanja. Gre za prvi mednarodni standard organizacijske družbene odgovornosti, ki daje smernice družbeno odgovornega ravnanja tako velikim kot majhnim podjetjem in organizacijam, ne glede na njihovo področje ali kraj delovanja. V uporabi in veljavi je od novembra 2010, ko je Mednarodna organizacija za standardizacijo (angl. *International Organization for Standardization* – ISO) objavila Napotke za družbeno odgovornost (angl. *Guidance on Social Responsibility*) ISO 26000. Omenjeni standard je široko zastavljen, opredeljuje namreč naslednja področja: organizacijsko upravljanje, človekove pravice, delovne prakse, naravno okolje, poštene poslovne prakse, porabnike ter vključevanje v skupnost in njen razvoj (Ekvilib Inštitut, 2016b). Navodila standarda ISO 26000 vsebujejo dobre prakse, ki so jih razvile obstoječe javne in zasebne družbeno odgovorne iniciative. Standard predstavlja dodano vrednost že obstoječim uredbam na področju družbene odgovornosti ter spodbuja prostovoljno zavezanost družbeni odgovornosti in ni namenjen certificiranju. Smernice standarda morajo biti integrirane v strategijo organizacije, saj ta s svojim delovanjem ali prihodnjimi aktivnostmi vpliva na vse okoli sebe (ISO, 2016). Vpeljevanje smernic omenjenega certifikata lahko poteka na dva načina, in sicer z izobraževanjem internih nosilcev v organizaciji, ki bodo s pridobljenim strokovnim znanjem sami vpeljevali smernice standarda, ali s strokovnim vodenjem. Temu sledi faza priprave poročila o vpeljavi smernic družbene odgovornosti po smernicah ISO 26000 ter pregled vpeljanih smernic standarda s strani neodvisne organizacije (Ekvilib Inštitut, 2016b). Številne države so standard sprejele kot nacionalni standard, med drugim tudi Slovenija, kjer so podjetja že pričela z integracijo smernic v svoje strategije. Upoštevanje smernic namreč prinaša številne koristi, kot so doseganje konkurenčnih prednosti, boljši ugled podjetja in blagovne znamke, zadovoljstvo strank, zmožnost zadržanja dobrega kadra ter večji interes med investitorji, lastniki, donatorji, sponzorji in finančnimi institucijami za vlaganje v podjetje oz. organizacijo.

Po svetu in v Sloveniji se je do danes uveljavilo več standardov in smernic, ki prav tako posegajo na področje družbene odgovornosti podjetij. Med najbolj izpostavljenimi lahko, poleg standarda ISO 26000, zasledimo tudi standard družbene odgovornosti SA8000, ki je prvi standard na področju družbene odgovornosti, standard ISO 14001:2004 sistem ravnanja z okoljem, OHSAS 18001 sistem ocenjevanja poklicnega zdravja in varnosti zaposlenih in druge. K temu je treba dodati še mednarodno priznane smernice, ki smo jih v poglavju že omenjali, npr. 10 načel globalnega dogovora Združenih narodov (angl. *United Nations Global Compact*) in druge.

Nekatere organizacije so poleg tega, da izvajajo različna izobraževanja in svetovanja s področja družbene odgovornosti, hkrati razvila tudi različne produkte ali pridobila licence za njihovo uporabo. Taka organizacija v Sloveniji je Ekvilib Inštitut, ki med svojimi storitvami med drugim ponuja tudi certifikata Družini prijazno podjetje ter Družbeno odgovorno podjetje. Certifikat Družini prijazno podjetje je družbeno odgovoren princip sodelovanja z zaposlenimi in je edini tovrstni certifikat v Sloveniji. Izhaja iz sistema »European work&family audit«, ki ga je razvila nemška organizacija Berufundfamilie. V Sloveniji ga je v okviru programa Equal v letu 2007 vpeljala razvojno partnerstvo Mladim materam/družinam prijazno zaposlovanje. Od novembra 2007 je nosilec postopka in izvedbena organizacija Ekvilib Inštitut, ki izvaja postopek v sodelovanju z Ministrstvom za delo, družino, socialne zadeve in enake možnosti, Fakulteto za družbene vede Univerze v Ljubljani,

Konfederacijo sindikatov Slovenije Pergam, Združenjem delodajalcev Slovenije, Zvezo svobodnih sindikatov Slovenije ter vrsto drugih zunanjih sodelavcev in strokovnjakov (Certifikat DPP, 2016). Pri postopku pridobitve certifikata gre za svetovalno-revizorski postopek, ki je bil razvit kot eno izmed orodij za učinkovito ter bolj kakovostno upravljanje človeških virov znotraj podjetij in organizacij, v kontekstu usklajevanja poklicnega in zasebnega življenja zaposlenih. Kot takšen predstavlja eno izmed različnih možnosti družbeno odgovornega delovanja posameznega podjetja ali organizacije. Podjetja in organizacije se namreč v vedno večji meri zavedajo svoje družbene odgovornosti in vpliva ter informacij, ki jih s svojim poslovanjem sporočajo svojim zaposlenim ter širši javnosti. Zavedajo se, da za njihovo uspešnostjo ne stojijo le vodilni, pač pa tudi zaposleni, ki so ključni v določenem delovnem procesu. Za uspešen razvoj in rast sta bistvenega pomena njihovo zadovoljstvo in pripadnost, kar je tudi ključni cilj certifikata Družini prijazno podjetje (Ekvilib Inštitut, 2016c). Od leta 2007 se je v postopek certificiranja vključilo že več kot 240 slovenskih podjetij in organizacij, ki zaposlujejo okoli 80.000 zaposlenih (Hartman, Černigoj Sadar, Konavec, Kranjc Kušlan in Skorupan, 2015). Certifikat Družini prijazno podjetje je v slovenski prostor prinesel pozitivne spremembe, povečano razumevanje delodajalcev na področju usklajevanja zasebnega in poklicnega življenja ter postal prepoznaven sistem sistematičnega sodelovanja z zaposlenimi. Po navedbi Hartmanove (2015a) je bilo med leti 2011 in 2015 slovenskim podjetjem in organizacijam omogočeno sofinanciranje pridobitve osnovnega certifikata Družini prijazno podjetje iz Evropskega socialnega sklada, ki je sofinanciral strošek pridobitve osnovnega certifikata. S pomočjo tega mehanizma se je precej povečala tudi prepoznavnost samega certifikata. Družini prijazna podjetja (z najmanj desetimi zaposlenimi) se zavežejo, da bodo sprejela določen nabor ukrepov, ki bodo zaposlenim olajšali usklajevanje zasebnega in poklicnega življenja. Ukrepe, ki jih sprejmejo, morajo formalizirati z zapisom v podjetniške interne akte. Postopek spodbuja k izboljšanju trenutne situacije v podjetju na tem področju, je dolgoročno naravnano, saj se podjetja spremljajo najmanj 9 let, analiza delovnega okolja in procesa se naredi s pomočjo referenčne skupine podjetja, ki predstavlja vse tipične delovne procese in potrebe zaposlenih ter je primeren za katerokoli organizacijo, ne glede na velikost, naravo poslovanja ali organiziranost. Skozi postopek certificiranja organizacija določi in uresniči izbrane cilje ter ukrepe. Na podlagi notranje ocene dejanskega stanja se, s pomočjo zunanega svetovalca, v podjetju odločijo za načrt vpeljave ukrepov, katerih cilj je izboljšanje upravljanja delovnih procesov ter kakovosti delovnega okolja za boljše usklajevanje poklicnega in zasebnega življenja. Po pozitivni oceni izbranih ukrepov s strani revizorskega sveta podjetje pridobi osnovni certifikat Družini prijazno podjetje. Po treh letih se oceni, ali so bili zastavljeni ukrepi vpeljeni in cilji doseženi. Če so bili cilji doseženi, podjetje pridobi polni certifikat, ki ga ohrani s tem, da izbere nove ukrepe za naslednje triletno obdobje. Podjetja se morajo v času postopka držati projektnega plana implementacije izbranih ukrepov ter aktivnosti, ki so jih določila. Skozi celoten postopek njihovo delo na podlagi letnih poročil spremlja ocenjevalec/svetovalec. Katalog ukrepov za lažje usklajevanje poklicnega in družinskega življenja obsega 76 ukrepov, ki so razdeljeni na *osem področij* ukrepanja. V nadaljevanju povzemamo posamezne *primere ukrepov* oziroma dobre prakse za posamezno področje (Hartman, 2015b, 16–24). *Področje aktivnosti 1: Delovni čas (časovni konto – koriščenje presežka ur)*: Obalni dom upokojencev Koper – pripravili so skupen mesečni obrazec za plan dela. Zaposleni na oddelkih pred pričetkom meseca v mesečni plan vpišejo svoje želje glede koriščenja presežka, vodja pa se potruži, da zaposlenim omogoči koriščenje ur na izbrane termine. *Področje aktivnosti 2: Organizacija dela (tim za usklajevanje poklicnega in družinskega življenja)*: NLB, d. d. – vzpostavljen tim sestavlja 13 članov iz različnih organizacijskih enot tako, da je enakomerno zastopana celotna organizacija (teritorialno in hierarhično), med člani je tudi predstavnik sindikata. Skupina se srečuje četrtletno: obravnavajo tekoče zadeve, vprašanja in predloge zaposlenih, posvetujejo se glede načina izvajanja nekaterih ukrepov, srečanja so daljša, udeležba je običajno stoo odstotna, o srečanjih vodijo zapisnike. *Področje aktivnosti 3: Delovno mesto (izmenično delo od doma)*: Microsoft, d. o. o., in IBM Slovenija, d. o. o. – obe

podjetji imata dobro vzpostavljen sistem dela od doma. *Področje aktivnosti 4: Politika informiranja in komuniciranja (komuniciranje z zaposlenimi):* Vrtec Hansa Christiana Andersena – izdelan vodnik Družini prijazne politike v vrtcu opisuje vse aktivnosti, ki se neformalno že izvajajo v organizaciji, z namenom ozaveščanja zaposlenih, kako prijazna je organizacija že v danem trenutku, in sicer na podlagi pregleda dejanskega stanja v vrtcu na področju skrbi za zaposlene. Vodnik zajema tudi predstavitev ukrepov, ki jih je predlagala projektna skupina DPP z namenom dviga nivoja skrbi s strani organizacije za zaposlene, torej zajema tako formalne kot tudi neformalne ukrepe. *Področje aktivnosti 5: Veščine vodstva (izobraževanje vodij na področju usklajevanja dela in družine):* Nova KBM, d. d. – izobraževanja za vodje so bila izvedena v razširjeni obliki. Na njih je sodeloval psiholog, ki sicer izvaja ukrep Psihološko svetovanje in pomoč. *Področje aktivnosti 6: Razvoj kadrov (sodelovanje svojcev zaposlenih pri občasnih delih v podjetju):* BAYER, d. o. o. – pripravili so dan odprtih vrat za otroke zaposlenih, ki še študirajo, in jim najprej predstavili področja dela v podjetju, kjer so mladi tudi izrazili željo, kje bi želeli delati. Nato jim je HR-oddelek predstavil postopke iskanja zaposlitve, od priprave življenjepisa, portalov za iskalce zaposlitve in priprave na intervju. Zanimiva združitve pomoči mladim pri razvoju, iskanju zaposlitve in hkrati promocija podjetja. *Področje aktivnosti 7: Struktura plačila in nagrajevani dosežki (posojila in finančna pomoč):* DHL Ekspres (Slovenija), d. o. o. – Program »Upstairs« omogoča spodbujanje oziroma pomoč pri izobraževanju otrok staršev, ki imajo nizke dohodke na družinskega člana. Dodaten dohodek za izobraževanje otrok dobijo starši enkrat letno. *Področje aktivnosti 8: Storitve za družine (novoletno obdarovanje otrok):* Center za usposabljanje, delo in varstvo Dobrna – zaposleni so sami pripravili program in igrico za novoletno praznovanje otrok. Skupni cilj je zaposlene povezal, kar je vplivalo na izboljšanje vzdušja v organizaciji.

V Sloveniji je bilo največje število podeljenih certifikatov med leti 2011 in 2014 ter v letu 2007, kar sovпада z mehanizmi sofinanciranja pridobitve osnovnega certifikata, ki je bil vzpostavljen v teh letih. V generaciji 2016 pa so certifikat pridobila naslednja podjetja oz. organizacije: Socialno varstveni zavod Taber, Varstveno delovni center Nova Gorica, Komunalno podjetje Ptuj, d. d., PRIZMA PONIKVE, posebni socialno varstveni zavod, Zdravstveni dom Radeče ter PLIVA Ljubljana, d. o. o. Objavljen pa je že tudi Javni poziv za pridobitev omenjenega certifikata za leto 2017 (Certifikat DPP, 2016). Pri tem je treba omeniti, da Ekvilib Inštitut predstavlja tudi shemo za pridobitev priznanja za delovanje po smernicah »Družini prijazno podjetje« za mikro podjetja. Namen priznanja je mikro podjetjem podati orodja za lažje usklajevanje poklicnega in zasebnega življenja ter na podlagi izvedenih ukrepov podeliti priznanje, da vpeljujejo kulturo Družini prijaznega podjetja v svoje delovanje (prav tam, 2016).

V letu 2016 je Ekvilib Inštitut zaključil s pilotnim projektom, v katerega je bilo vključenih pet slovenskih podjetij in na podlagi katerega so razvili certifikat Družbena odgovorno podjetje in hkrati že tudi pozvali k vključitvi novih podjetij v postopek certificiranja. Gre za analitično-svetovalni postopek, razvit v sodelovanju s CSR Company International, ki temelji na družbeno odgovornem principu upravljanja podjetja/organizacije. Certifikat Družbena odgovorno podjetje predstavlja družbeno odgovoren princip upravljanja in je edini tovrstni certifikat v Sloveniji. Postopek pridobitve certifikata temelji na analizi vrzeli podjetja/organizacije s strani različnih deležnikov. Podjetjem pomaga pri razumevanju in vpeljavi družbene odgovornosti v poslovanje. S certifikatom želijo predstaviti podjetjem celovito in soodvisno razumevanje družbene odgovornosti, ki ni osredotočeno samo na odgovornost do naravnega okolja ali na dobrodelnost in sponzorstvo, kot se velikokrat pomanjkljivo razume ta koncepta, ampak zaobjema vse vidike poslovanja od poštenih poslovnih praks, kakovostnega organizacijskega upravljanja, ki ima družbeno odgovornost vpeljano tako v strategijo kot v poslovne procese podjetja, do seveda odgovornosti do zaposlenih, okolja in družbe. Certifikat tako celostno zaobjema vse vidike družbene odgovornosti podjetij, s tem da podjetjem pri vključitvi dopušča, da se odloči za posamezne vidike in jih pozneje nadgrajuje. Certifikat Družbena odgovorno podjetje je namenjen podjetjem in organizacijam, ne glede na velikost ali panogo poslovanja in temelji na

Standardu ISO 26000, GRI – Global Reporting iniciativi ter analizi vrzeli s pomočjo Orodja za analizo vrzeli družbene odgovornosti podjetij (izhaja iz orodja CSR Toolkit organizacije CSR Company International in je nadgrajen s strani Ekvilib Inštituta). Certifikat je sestavljen iz štirih vidikov, in sicer: organizacijsko upravljanje, odgovornost do zaposlenih, odgovornost do naravnega okolja ter vključenost v skupnost in razvoj. Podjetje, ki se vključi v pridobitev certifikata, izbere enega ali več vidikov, za katerega želi opraviti analizo vrzeli in pridobiti certifikat na tem vidiku, pri čemer je vidik organizacijskega upravljanja obvezen za vsa podjetja. Vsak vidik se s pomočjo vprašanj v orodju za analizo vrzeli analizira in glede na identificirane vrzeli podjetje pridobi certifikat DOP nivoja C (če dosega vsaj minimalno določene standarde); certifikat DOP nivoja B ali certifikat DOP nivoja A (če dosega najvišji standard) (Certifikat DOP, 2016). Prve certifikate podjetjem, ki so bili vključeni v pilotni projekt certificiranja, so prejeli Abbvie Biofarmacevtska družba, d. o. o. Biotehniški center Naklo, IBM Slovenija, d. o. o., Kostak, komunalno in gradbeno podjetje, d. d., in Saubermacher Komunalna, d. o. o. (prav tam, 2016).

4.2.2 Nagrade in priznanja na področju družbene odgovornosti podjetij

Po zgledu večine evropskih in številnih drugih držav Inštitut IRDO skupaj s Slovenskim društvom za odnose z javnostjo, v sodelovanju z drugimi strokovno-interesnimi organizacijami – partnerji projekta, vsako leto že od leta 2009 objavi razpis za podelitev Slovenske nagrade za družbeno odgovornost Horus. Poslanstvo nagrade Horus je spodbujati celovitost v razmišljanju, inovativnost v delovanju in odgovornost pri poslovanju slovenskih podjetij. Z nagrado želijo organizatorji krepiti zavedanje o pomenu družbene odgovornosti ter opozoriti na našo soodvisnost. Promovirati in nagraditi želijo primere dobre prakse slovenskih podjetij, organizacij in posameznikov v javnosti ter jih s svetovanjem pri oblikovanju družbeno odgovornih strategij spodbujati k bolj odgovornemu in učinkovitemu poslovanju. Za nagrado Horus se lahko potegujejo podjetja (mikro in s. p., majhna, srednje velika, velika in socialna podjetja) ter zavodi. Sodelujejo lahko vse pravne osebe, ki se zavedajo pomena družbene odgovornosti na različnih področjih svojega delovanja. V odnosu do okolja, do svojih zaposlenih, in drugih deležnikov organizacije ter pri razvoju izdelkov in storitev, in jo vključujejo v svoje strateško vodenje ter poslovanje (Horus, 2016a). Pri oblikovanju meril za izbor in ocenjevanje izhajajo iz definicije EU o družbeni odgovornosti, iz standarda ISO 26000, GRI – Global Reporting Initiative ter drugih dokumentov in iz primerov dobre prakse, ki so v Evropi že uveljavljeni (v Veliki Britaniji, na Irskem, v Latviji, v Avstriji in drugod). Proučili so različne modele in priporočila ter se odločili za koncept, ki povezuje in nadgrajuje certifikate, nagrade in priznanja za družbeno odgovorno delovanje na različnih parcialnih področjih poslovanja – pri odnosu do okolja (ekologija in trajnostna naravnost), pri odnosih do zaposlenih, do drugih partnerjev (déležnikov) – kupcev, dobaviteljev, lokalne skupnosti, nevladnih organizacij ipd., pri odnosu do razvoja izdelkov in storitev. Ključna elementa, ki povezujeta vsa ta področja, sta način vodenja organizacije, ki upošteva soodvisnost, in celosten pristop v delovanju, ki so ju prav tako vključili med merila za ocenjevanje. Večino elementov, ki jih opredeljuje standard za družbeno odgovornost ISO 26000, je nagrada Horus vključevala že ob svojem nastanku (leta 2009), torej pred sprejemom ISO 26000 (november 2010). V razpisu za nagrado za pravne osebe je vprašalnik prenovljen tako, da si bo z izpolnitvijo vprašanj podjetje ali zavod lahko pomagal analizirati svojo obstoječo in oblikovati prihodnjo strategijo družbene odgovornosti (Horus, 2016b). Arhiv nagrajenih podjetij, organizacij pri Inštitutu IRDO je že prerasel v knjižnico primerov slovenske dobre prakse na področju družbene odgovornosti in je nepogrešljiv in referenčen vir znanj in spoznanj s tega področja. Pomembno je, da se nagrada podeljuje na posameznih velikostnih segmentih, tako se lahko ustrezno svoji velikosti vključujejo tudi manjša podjetja, ki sicer običajno težko konkurirajo velikim podjetjem tudi na področju družbene

odgovornosti. V letu 2016 so bila za strateški pristop k družbeni odgovornosti nagrajena podjetja IDentiks kartični sistemi, d. o. o. (mikro podjetja), Saubermacher – Komunala Murska Sobota, d. o. o. (majhna podjetja), SNAGA, družba za ravnanje z odpadki in druge komunalne storitve, d. o. o. (srednje velika podjetja) in AJPES – Agencija Republike Slovenije za javnopravne evidence in storitve (zavodi in druge organizacije). Priznanje za projekt na področju družbene odgovornosti sta v letu 2016 prejeli podjetji Contall, d. o. o., med mikro podjetji za projekt »Fundacija Vrabček upanja«, namenjen invalidni mladini, in Lidl Slovenija, d. o. o. k. d., v kategoriji velikih podjetij za projekt »Trainee« kot edinstvene priložnosti za karijerne začetnike in projekt »Sponsorstvo z navdihom«, kjer gre za sponsorstvo Zveze športnikov invalidov Slovenije – Paraolimpijskega komiteja. Priznanje za objave v medijih o družbeni odgovornosti podjetij, ki se podeljuje v sodelovanju s podjetjem Press Clipping, d. o. o., (priznanje PRESS), pa je v letu 2016 prejelo Javno podjetje Komunala Brežice, d. o. o. Nagrada za družbeno odgovornost Horus se podeljuje tudi v kategoriji za fizične osebe, in sicer se je za posebno priznanje na predlog javnosti in soorganizatorjev projekta potegovalo več kandidatov v podkategorijah splošno, novinar/ka ter Slovenci v zamejstvu in po svetu, ki se podeljuje v sodelovanju z Uradom Vlade RS za Slovence v zamejstvu in po svetu.

Tudi evropske nagrade za družbeno odgovornost podjetij so že bile podeljene v Sloveniji. Mreža za družbeno odgovornost Slovenije (MDOS) v sodelovanju s partnerji podeljuje Evropsko nagrado družbeno odgovornih praks (angl. *Europen CSR Award Scheme*). Gre za promocijo družbene odgovornosti, tako znotraj podjetij in organizacij kot v širšem družbenem prostoru. Nagrada se podeljuje podjetjem v sodelovanju z najmanj enim nepodjetniškim deležnikom (partnerjem), kar predstavlja inovativen koncept na področju družbeno odgovornih nagrad, ki se navadno osredotočajo le na posamezna podjetja kot samostojne akterje. Leta 2013 je Evropska komisija z Evropsko nagrado družbeno odgovornih podjetniških praks prvič nagradila odlične družbeno odgovorne projekte. Podelili so jo v 29 evropskih državah. Poleg Mreže za družbeno odgovornost Slovenije, ki koordinira projekt nagrajevanja v Sloveniji, so partnerji projekta še CSR Europe, AmCham – Ameriška gospodarska zbornica v Sloveniji, CNVOS – mreža slovenskih nevladnih organizacij, Ekonomska fakulteta UL, Fakulteta za družbene vede UL, PRSS – Slovensko društvo za odnose z javnostmi, UNGC Slovenija in Združenje delodajalcev Slovenije. Prvo Evropsko nagrado družbeno odgovornih podjetniških praks v Sloveniji je v kategoriji velikih podjetij prejelo podjetje BTC, d. d., za projekt »BTC City in ženski smučarski skoki«, saj je podjetje kot dolgoletni pokrovitelj in podpornik Smučarsko-skakalnega kluba Ljubno BTC podprlo organizacijo tekme prvega svetovnega pokala v smučarskih skokih za ženske, v kategoriji majhnih oz. srednje velikih podjetij pa je nagrado prejelo podjetje Informa Echo, d. o. o., s projektom »Iniciativa Energija si«, ki je rezultat sinergijskega modela spodbujanja učinkovite rabe obnovljivih virov energije (MDOS, 2016d). Druga nagrada, prav tako pod pokroviteljstvom evropskega komisarja za okolje, pa je bila podeljena leta 2014. V kategoriji velikih podjetij je nagrado prejelo podjetje Si.mobil, d. d., za projekt »Žur z razlogom – Služba me ne išče«, ki prispeva k reševanju enega najbolj perečih družbeno-ekonomskih problemov v Sloveniji – zaposlovanju mladih. V kategoriji majhnih oz. srednje velikih podjetij pa je nagrado prejelo podjetje CareDesign, sistemi povezovanja, d. o. o., s projektom »Nacionalna točka za starejše MATija«, ki na enem mestu preko brezplačne telefonske številke omogoča dostop do informacij, pomoči in storitev, namenjenih starejšim. Posebno priznanje za najbolj inovativno in obetajočo prakso 2014 je prejelo podjetje Jazon, d. o. o., s projektom »Razvoj zelene socialne franšize eTRI«, katerega osnovno poslanstvo je ustvarjanje zelenih delovnih mest za ranljive skupine (MDOS, 2016e).

Zaradi vse manjše participacije mladih v različnih sferah družbe, nezadostnega ugleda prostovoljskega dela ter njenega splošnega nerazumevanja, se je Mladinski svet Slovenije (MSS) v letu 2002 odločil pripraviti projekt nacionalne razsežnosti – natečaj Prostovoljec leta. Namen natečaja je pokazati javnosti, da je to delo izjemno raznovrstno, koristno tako za prostovoljce kot družbo in predvsem,

da si zasluži ugled in pozornost. V letu 2008 je častno pokroviteljstvo prevzel takratni predsednik RS in ta tradicija se nadaljuje vse do danes. V letu 2016 je bil natečaj, v okviru katerega izberejo najboljše prostovoljke, prostovoljce, prostovoljski projekt, naj mladinskega voditelja oz. voditeljico in naj mladinski projekt za preteklo leto, razpisan že štirinajstič zapored. V natečaju lahko sodelujejo vse nevladne organizacije, javne institucije, neformalne skupine in posamezniki, ki so v svoje dejavnosti vključevali prostovoljstvo (MSS, 2016). Naziv Prostovoljec leta pa podeljuje tudi Slovensko društvo za odnose z javnostmi (PRSS), v okviru Sekcije za spodbujanje družbene odgovornosti. Naziv Prostovoljke/Prostovoljca leta prejme član oziroma članica PRSS, ki se s svojim prostovoljnim delom na področju odnosov z javnostmi v okviru delovanja društva in širše še posebej izkaže in s svojim delovanjem doprinese k razvoju stroke za odnose z javnostmi in komunikacijski management ter k uspešnemu delovanju in prepoznavnosti. Nagrado je društvo prvič podelilo leta 1998, od leta 2005 pa prejme nagrajenec možnost izobraževanja, ki ga podarja LSPR-CorpPA (PRSS, SSDO, 2016).

Če se osredotočimo zgolj na notranjo dimenzijo družbene odgovornosti, je treba med nagradami in priznanji omeniti tudi vseslovenski izbor najboljših zaposlovalcev v kategoriji malih, srednje velikih in velikih podjetij – Zlata nit. Gre za edinstven medijsko-raziskovalni projekt, ki poteka pod okriljem časnika Dnevnik in izbira ter nagraduje najboljše zaposlovalce leta. Nastal je na pobudo družbe medijskih vsebin Dnevnik, d. d., ob sodelovanju ekonomskih (Ekonomska fakulteta, UL) in kadrovskih strokovnjakov (Fakulteta za družbene vede, UL, ter Filozofska fakulteta, UL). Gre za prepoznavanje in promoviranje najboljših zaposlovalcev kot tudi za preverjanje kakovosti odnosa med organizacijo in zaposlenimi. S pomočjo najboljših praks na področju zaposlovanja želi vplivati na bolj dinamičen razvoj delovnih mest ter prispevati k večji konkurenčnosti slovenskega gospodarstva. Dnevnikov projekt Zlata nit podpirajo najvidnejši predstavniki poslovne javnosti, civilnih združenj in akademskega sveta. Častni pokrovitelj projekta Zlata nit je Ministrstvo za delo, družino in socialne zadeve RS. V letu 2015 je v anketi sodelovalo 6.135 zaposlenih. Na podlagi ocene uspešnosti poslovanja podjetja in ocene kakovosti med zaposlenimi in organizacijo, ki jo dajo zaposleni, komisija v vsaki velikostni skupini izbere sedem najboljših podjetij. S finalisti raziskovalna skupina opravi intervjuje o vodenju, razprava izbirne komisije pa prinese končno odločitev, katero podjetje si je v svoji kategoriji prislužilo naziv najboljši zaposlovalec leta. Za najboljša so bila v Zlati niti 2015 prepoznana podjetja TU-VAL, d. o. o. (malo podjetje), Cosylab, d. d. (srednje veliko podjetje) in Droga Kolinska, d. d., kot članica skupine Atlantic Grupa, d. d. (veliko podjetje). Po koncu zbiranja prijav podjetij za izbor Zlata nit pa se prične zbiranje prijav na razpis za Zlato prakso. V letu 2015 je potekala že četrtič, kot najboljša pa je bila izbrana praksa podjetja Bisnode, d. o. o., za sistematično odkrivanje in razvoj »sistem razvoja zavzetosti zaposlenih in Bisnode zavezo« (Dnevnik, 2016). Prav tako je podjetje Moje delo, d. o. o., ki je največji slovenski ponudnik kariernih produktov in storitev oglaševanja kadrovskih potreb, na osnovi opravljene raziskave Ugled delodajalca, v letu 2016 že petič podelilo nagrado najuglednejšega zaposlovalca leta (prvič leta 2007). V njihovi raziskavi sodeluje prav tako več tisoč kandidatov na trgu dela, ki po različnih kriterijih ocenjujejo ugled posameznih slovenskih podjetij. Ocenjuje se poznavanje podjetja med kandidati na trgu dela, upoštevanje podjetja kot potencialnega delodajalca ter stopnja izbornega delodajalca. Podjetje Krka, d. d., je naziv Najuglednejšega zaposlovalca prejela že četrtič (za leta 2007, 2009, 2011 in 2015). Med ugledne delodajalce leta 2015 so se uvrstili še Aerodrom Ljubljana, d. o. o., Akrapovič, d. d., Banka Slovenije, Bayer, d. o. o., Dars, d. d., Geoplin, d. o. o., IBM Slovenija, d. o. o., Kompas, d. d., Lek, d. d., Microsoft, d. o. o., Petrol, d. d., Pivovarna Union, d. d., Siemens, d. o. o., ter SKB banka, d. d. (Mojedelo.com, 2016).

Tudi Združenje Manager s podelitvami priznanj aktivno skrbi za promocijo uspešnih praks in promocijo dobrih zgledov. S priznanji širši javnosti predstavlja slovenska podjetja, ki jih vodijo uspešne managerke in managerji. Združenje letno podeljuje pet priznanj. To so: Manager leta, Mladi manager, Managerkam prijazno podjetje, Artemida in Priznanje za življenjsko delo na področju

managementa. Na tem mestu posebej izpostavljamo priznanje Managerkam prijazno podjetje, ki ga podeljuje Sekcija managerk pri Združenju Manager. V letih 1991 do 2002 je sekcija podeljevala priznanje Ženskam prijazno podjetje, nato pa se je preimenovalo v Managerkam prijazno podjetje. S podelitvijo priznanja želijo izpostaviti pomen in vlogo vodilnih in vodstvenih žensk, tako v podjetju kot v širši družbi. Za priznanje lahko kandidirajo vsa podjetja, ki po ZGD sodijo v srednje ali veliko podjetje in poslujejo na območju Republike Slovenije. Izjemoma se priznanje lahko dodeli tudi strokovni, znanstveni, izobraževalni ali podobni ustanovi, ki s svojimi dosežki prispeva k uveljavljanju žensk na vodilnih mestih. Priznanje za leto 2016 je prejelo podjetje OMV Slovenija, ki je trajnostno usmerjeno, sloni na znanju ter talentih svojih zaposlenih ter ima na vodstvenih položajih povsem uravnotežen odstotek managerk in managerjev (Združenje Manager, 2016a). Poleg tega Sekcija managerk skupaj s podjetjem Planet GV, d. o. o., podeljuje tudi priznanje managerkam za najvišje vodilno mesto. Gre za priznanje Artemida, katerega namen je prepoznavati vodilne managerke in njihovo vlogo v ustvarjanju dodane vrednosti v podjetju ali organizaciji. Artemida spodbuja ženske, da se odločijo za managerske izzive v gospodarstvu in javni upravi in stopijo na prvo, najodgovornejše mesto v organizaciji (Združenje Manager, 2016b), medtem ko Sekcija mladih managerjev skrbi za prepoznavnost mladih, uspešnih managerjev, čemur je namenjeno posebno priznanje Mladi manager. Namen podelitve priznanja je prepoznati mlade uspešne managerje, ki so dosegli pomembne poslovne uspehe s pomočjo odličnosti vodenja, ustreznih poslovnih praks, upravljanja informacij, kadrov in interesov deležnikov podjetja (Združenje Manager, 2016c).

Delno na področje družbene odgovornosti podjetij posegajo tudi Nagrade GZS za gospodarske in podjetniške dosežke kot priznanje tistim gospodarstvenikom, ki že vrsto let uspešno vodijo svoja podjetja. Gre za najstarejša in najprestižnejša tovrstna priznanja v Sloveniji, saj bodo v letu 2017 s strani Gospodarske zbornice Slovenije podeljena že devetinštiridesetič. Nagrado prejmejo vodilne osebe družb, ki so v preteklem letu dosegle izjemne rezultate in doprinesle k promociji odličnosti, konkurenčnosti, razvoju in širšim ter trajnejšim družbenim spremembam. Pri ocenjevanju se upošteva 61 merljivih kriterijev za ocenjevanje v treh skupinah, in sicer splošni in razvojni rezultati, rezultati poslovanja ter tržni rezultati. Ocenjujejo se sposobnost hitrega in učinkovitega prilagajanja spremenjenim pogojem poslovanja, dolgoročna jasna strategija, vlaganja v razvoj in inovacije ter odgovornost do družbenega okolja. V posameznem letu se podeli največ do tri nagrade za velike gospodarske družbe, tri nagrade za srednje gospodarske družbe, tri nagrade za male in mikro gospodarske družbe ter ena nagrada – priznanje za posebne dosežke samostojnih podjetnikov. Nagrado GZS je doslej prejelo 323 gospodarstvenikov in 24 gospodarstvenic. Za leto 2015 je bilo nagrajencev sedem, prihajajo pa iz petih slovenskih regij in petih dejavnosti. To so direktorice in direktorji podjetij Domel, d. o. o., GKN Driveline Slovenija, d. o. o., Postojnska jama, d. d., OMCO Feniks Slovenija, d. o. o., KOVIS proizvodna družba, d. o. o., HERMI, d. o. o. ter SAOP, d. o. o. (GZS, 2016).

Najvišje državno priznanje v okviru nacionalnega programa kakovosti Republike Slovenije za dosežke na področju kakovosti proizvodov in storitev ter kakovosti poslovanja kot rezultata razvoja znanja in inovativnosti pa je Priznanje Republike Slovenije za poslovno odličnost (PRSPo). Izhajajoč iz vse bolj jasno oblikovane nacionalne zavesti o kakovosti je Vlada RS predlagala Državnemu zboru Zakon o priznanju Republike Slovenije za poslovno odličnost. Po dveh pilotnih letih (1996 in 1997) je leta 1998 tudi Slovenija dobila nacionalno priznanje kot najvišje priznanje za dosežke na področju odličnosti poslovanja oziroma delovanja, ki je v osnovi (model poslovne odličnosti) enak EFQM nagradi za odličnost. Program priznanja Republike Slovenije za poslovno odličnost postavlja smernice in merila po vzoru evropske nagrade odličnosti – EFQM Excellence Award, ki so na razpolago organizacijam za vrednotenje svojih prizadevanj za izboljševanje kakovosti in odličnosti. Model nam v bistvu pove, da se zadovoljstvo odjemalcev, zadovoljstvo zaposlenih in vpliv na družbo dosežejo z izvajanjem strategij, upravljanjem sposobnosti zaposlenih in upravljanjem partnerstev in virov ter s procesi,

kar končno privede do odličnosti v rezultatih poslovanja. Namen priznanja je spodbujati slovenske gospodarske družbe, zavode in druge pravne osebe ter državne organe k uvajanju sistemov sodobnega, učinkovitega in celovitega doseganja kakovosti ter na ta način pomagati organizacijam in slovenskemu gospodarstvu pri doseganju globalne konkurenčnosti. Zakon o Priznanju RS za poslovno odličnost določa, da se priznanja vsako leto lahko podelijo organizacijam v zasebnem in javnem sektorju v kategorijah, ki jih določi Odbor za priznanja Republike Slovenije za poslovno odličnost, upoštevajoč kriterije in merila evropske nagrade za kakovost. Odbor skladno s Pravilnikom o delu Odbora za priznanje RS za poslovno odličnost (Ur. list RS št. 7/11) kategorije objavi v vsakoletnem javnem razpisu za zbiranje prijav za kandidaturo za PRSPO. V javnem razpisu so k prijavi vabljeni slovenska podjetja in javne institucije v naslednjih kategorijah: organizacije z več kot 250 zaposlenimi na področju zasebnega sektorja, organizacije z 250 ali manj zaposlenimi na področju zasebnega sektorja, organizacije z več kot 250 zaposlenimi na področju javnega sektorja ter organizacije z 250 in manj zaposlenimi na področju javnega sektorja. Nagrajenci za leto 2015 so Elektro Maribor, d. d. (v kategoriji organizacij z več kot 250 zaposlenimi na področju javnega sektorja) ter ŽALE, Javno podjetje, d. o. o. (v kategoriji organizacij z 250 in manj zaposlenimi na področju javnega sektorja) (MGRT, 2016).

Seveda obstajajo še številne druge nagrade in priznanja, usmerjena v posamezna področja, ki se nanašajo na družbeno odgovornost podjetij, vendar vseh zaradi omejitev poglavja ni mogoče vključiti. Obstoječi pregled pa zagotovo kaže na to, da je v Sloveniji velik poudarek na spodbujanju in promociji družbeno odgovornega poslovanja s strani različnih podpornih organizacij in veliko primerov družbeno odgovornih praks med podjetji ter organizacijami. Čeprav vse predstavljene nagrade in priznanja pa tudi certifikati spadajo na področje družbene odgovornosti, pa kot taki niso vedno predstavljeni v okolju. Prav tako imajo številne druge države, z namenom povečevanja zavedanja o družbeni odgovornosti in vse večjim uvajanjem tovrstnih praks v podjetjih, v večji meri uvedene nagrade za družbeno odgovornost na nacionalni ravni. Med evropskimi državami so to Nemčija, Latvija, Ciper in Avstrija. Avstrija pa podeljuje celo nagrado za najbolj negativno prakso na področju družbene odgovornosti, imenovano Sramota (*nem. Schandfleck*) (ICF GHK, 2013c), s katero želijo zmanjšati negativne prakse.

4.3 Pregled spoznanj o družbeni odgovornosti podjetij v Sloveniji

Podjetja lahko prispevajo k večji učinkovitosti in uspešnosti poslovanja z različnimi dejavniki, tudi z družbeno odgovornimi praksami. Družbeno odgovorno podjetništvo se izraža preko različnih praks, ki jih izvajajo podjetja, in so namenjene tako zaposlenim (notranjim deležnikom) kot zunanjim deležnikom. Med osnovne skupine področij družbene odgovornosti na ravni podjetij spadajo (Frederick, Davis in Post, 1988): odnosi z zaposlenimi, odjemalci, konkurenco in lokalno skupnostjo, kakovost ter varnost izdelkov in storitev, skrb za okolje in odgovornost do države. V svojo poslovno prakso podjetja družbeno odgovornost vključujejo na različne načine, z jasnimi cilji, strategijami in načrti ali ad-hoc akcijami. Ravni družbeno odgovornih praks so različne, paleta aktivnosti pa zelo široka. Ob zahtevni implementaciji družbeno odgovornih praks pa je zahtevno tudi merjenje učinkov tovrstnih dejavnosti. Merjenje učinkov družbeno odgovornega ravnanja podjetij je namreč na kratek rok velikokrat nesmiselno, saj se učinki kažejo šele na daljši rok, in še to velikokrat v nefinančnih učinkih (npr. izboljšani odnosi med zaposlenimi in poslovnimi partnerji, sprememba kulture podjetja). Ob tem mora podjetje družbeno odgovorno ravnati v okviru svojega osnovnega področja delovanja, saj lahko tako zaradi komplementarnosti ciljev (ekonomskih in družbenih) dosega konkurenčne prednosti (Jaklič, 2009; Kozoderc, 2009). Med najpomembnejše pozitivne ekonomske učinke družbeno odgovornega delovanja podjetja spadajo (Knez-Riedl, 2002) izboljšanje

ugleda, boljše možnosti za pridobivanje odjemalcev, partnerjev, kapitala, povečanje možnosti za vzpostavlanje stikov s politiko in drugimi deležniki v okolju podjetja, povečanje produktivnosti in kakovosti, povečanje prodaje, za zvestobo odjemalcev, izboljšanje obvladovanja tveganj, večjo lojalnost in stalnost zaposlenih. IRDO (2014c) je razvijal model merjenja družbenih učinkov med posebno skupino podjetij – socialnimi podjetji v Sloveniji, in ga tudi testiral med njimi. Ugotovili so, da socialna podjetja sploh nimajo konkretno postavljenih ciljev, zato učinkov ni možno meriti, v teh podjetjih tudi nimajo ustreznega znanja, časa in drugih resursov za merjenje učinkov, zato predlagajo razvoj storitev podpornega okolja v tej smeri.

Kot smo že poudarili, je udejanjanje družbeno odgovornih praks bolj tipično in izpostavljeno v velikih podjetjih, medtem ko le-te v MSP zaostajajo in niso v tolikšni meri izpostavljene. V *tabeli 2* prikazujemo primerjavo značilnosti družbene odgovornosti v velikih podjetjih in v MSP-jih, razlogov za njeno implementacijo, načinov in vrste implementacije. Iz tabele jasno izhaja, da velika podjetja veliko bolj načrtovano in ciljno usmerjeno izvajajo tovrstne aktivnosti kot MSP.

Tabela 2: Primerjava značilnosti družbeno odgovornih praks v velikih podjetjih in MSP

Družbeno odgovorne prakse v velikih podjetjih	Družbeno odgovorne prakse v MSP
<i>Odgovornost</i>	
Odgovornost širokemu krogu deležnikov	Odgovornost manjšemu številu deležnikov in drugačnim deležnikom
Odgovornost družbi na splošno	Odgovornost lokalni skupnosti
Pomembnost delničarjev	Pogosto nimajo delničarjev
<i>Razlogi</i>	
Zaščita ugleda in znamk	Zaščita poslovanja
Pritisk kupcev	Pritisk v dobavni verigi
Pritiski delničarjev	Pritiski zunanjih finančnih virov
Poslovna priložnost	Ni dokazov o poslovni priložnosti
<i>Implementacija</i>	
Temelji na korporativnih vrednotah	Temelji na načelih podjetnika
Formalno strateško planiranje družbene odgovornosti	Neformalno planiranje strategije za družbeno odgovornost
Poudarek na standardih	Poudarek na intuiciji in ad-hoc procesih
Angažiranost posebnih strokovnjakov za družbeno odgovornost	Ni angažiranih posebnih oseb, ki bi skrbele za družbeno odgovornost
Ublažitev tveganj	Izogibanje tveganjem
Obsežne kampanje o družbeni odgovornosti podjetja	Manjše akcije
Pozornost medijev za družbeno odgovorne aktivnosti	Aktivnosti niso prepoznane kot družbeno odgovorne

Vir: Jernejčič Dolinar, 2009.

Družbeno odgovorne prakse podjetij so tako v veliki meri proučevane prav med velikimi podjetji, tudi v Sloveniji. Razlogov za to je več, med njimi pa so načrtovano izvajanje tovrstnih aktivnosti, medijska angažiranost, zahteve po poročanju o družbeno odgovornem ravnanju in drugo. Klemenčič in Rejc Buhovac (2013), ki sta proučevali to skupino podjetij z vidika razkritij o družbeno odgovornem poslovanju v dveh časovnih obdobjih, ugotavljata, da so podjetja v letu 2011 bolj kakovostno poročala o svoji družbeni odgovornosti kot v letu 2003. Primerjava posameznih področij poročanja pa je pokazala, da se je najbolj izboljšalo poročanje o odnosu do zaposlenih, torej notranja dimenzija družbene odgovornosti. Avtorici še ugotavljata, da je

resnična zavzetost podjetij za družbeno odgovornost vprašljiva, saj je večina informacij opisnih in niso podprte z vrednostnimi podatki. Tudi nekaj drugih raziskav temelji na analizi poročil o družbeni odgovornosti in trajnostnem poslovanju (npr. Fink Babič in Biloslavo, 2012; Rode, 2013), ki pa jih pripravljajo predvsem velika podjetja, zato ne podajajo vpogleda v dogajanje v MSP na tem področju. Tovrstnih poročil lahko med velikimi podjetji pričakujemo še več v prihodnje, saj je Evropska komisija izdala Direktivo o razkritju nefinančnih informacij in informacij o raznolikosti nekaterih velikih podjetij in skupin, ki jo morajo države članice pričeti implementirati v letu 2016. Direktiva uvaja ukrepe za izboljšanje transparentnosti in družbene odgovornosti v podjetjih EU, ki imajo več kot 500 zaposlenih. Raziskava o korporativni družbeni odgovornosti med velikimi podjetji v državah Srednje Evrope v letu 2015 (Deloitte, 2016), med katerimi so bila tudi slovenska podjetja, je pokazala, da v Sloveniji kar 96 odstotkov anketirancev meni, da so njihova podjetja pripomogla k reševanju družbeno-okoljskih vprašanj, med vsemi v regiji pa je bilo takih podjetij 84 odstotkov. V regiji so anketiranci na ravni podjetja zaznali pozitivne spremembe predvsem med zaposlenimi. Kot največje koristi uvedbe družbeno odgovornih dejavnosti pa navajajo večje vključevanje zaposlenih (v Sloveniji 70 %, v regiji 65 %), izboljšanje ugleda (v Sloveniji 61 %, v regiji 55 %) in zavedanje pomena etičnega ravnanja pri delu (v Sloveniji 44 %, v regiji 46 %). Le 35 % anketiranih v Sloveniji pa meni, da se bo to področje še naprej razvijalo in da se bo število družbeno odgovornih podjetij povečalo.

Pilotna študija o razumevanju družbene odgovornosti v slovenskih organizacijah, ki jo je v letu 2011 izvedla Sekcija za spodbujanje družbene odgovornosti pri Slovenskem društvu za odnose z javnostmi je raziskovala poznavanje družbene odgovornosti, zavedanje organizacij o dodani vrednosti družbeno odgovornih aktivnosti in kako se organizacije lotevajo družbene odgovornosti (PRSS, 2016b). V njej je sodelovalo 67 slovenskih organizacij (podjetja, javna uprava, nevladne organizacije). Med rezultati študije gre izpostaviti, da organizacije v Sloveniji v veliki meri razumejo pomen pojma družbene odgovornosti in glavne razloge za izvajanje tovrstnih aktivnosti. Kljub temu pa je zaznati kar nekaj različnih pristopov k implementaciji družbene odgovornosti v organizacijah. Anketiranci so izrazili tudi namen, da se bodo v okviru družbeno odgovornega ravnanja najbolj osredotočili na zaposlene, 28 % anketiranih pa namerava sistemsko urediti družbeno odgovornost v organizaciji. Med največjimi ovirami pri uvajanju družbene odgovornosti so navedli pomanjkanje finančnih sredstev, premalo časa in zaposlenih, pa tudi motivacije.

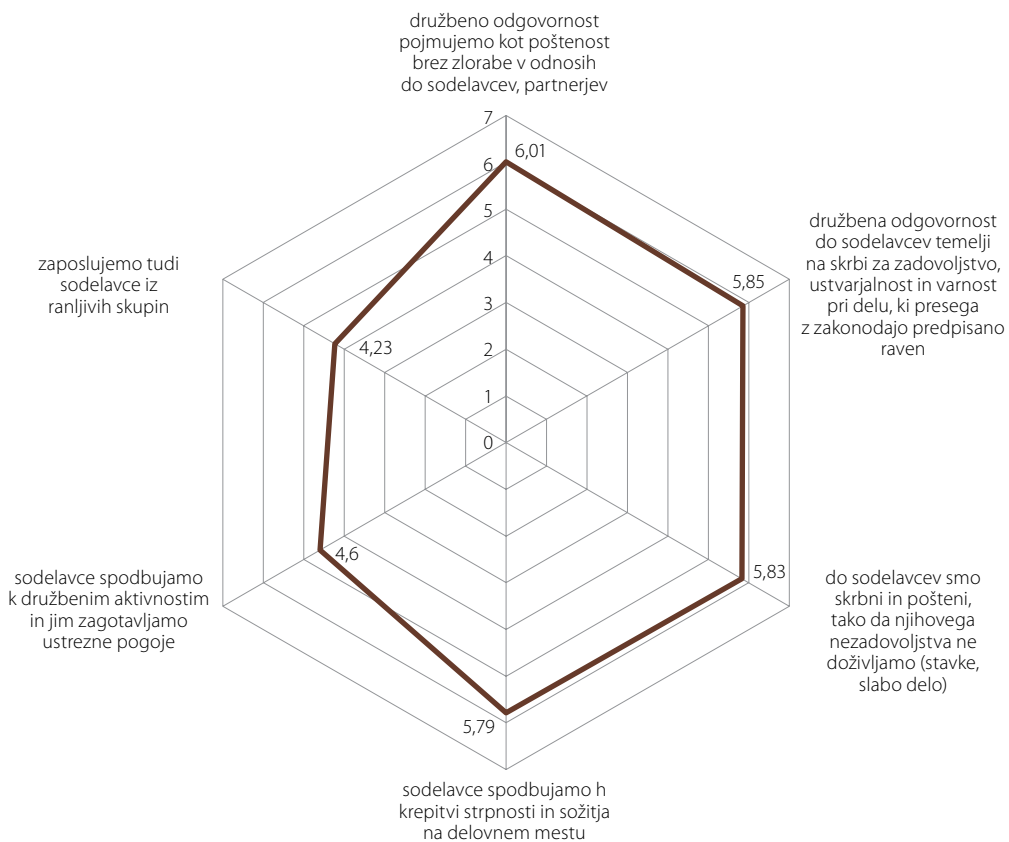
Študija o značilnostih družinskih podjetij v Sloveniji (Antončič, Antončič Auer in Juričič, 2015) je med drugim proučevala tudi značilnosti družbene odgovornosti, humanitarne in trajnostno-razvojne dejavnosti teh podjetij. Študija med drugim ugotavlja, da kar 83 odstotkov družinskih podjetij sodeluje v človekoljubnih ali dobrodelnih dejavnostih in podpira družbeno odgovorne dejavnosti znotraj in/ali zunaj podjetja. Njihova področja tovrstnih aktivnosti pa so (prav tam, 2015, 18-19): odpravljanje revščine (57 %), izobraževanje (47 %), umetnost in kultura (38 %), zdravje in medicina (28 %), pravice in vključenost žensk (5 %), biotska raznovrstnost in narava (3 %) in različne druge aktivnosti (15 %). Rezultati študije hkrati kažejo, da kar 29 % anketiranih podjetij ne izvaja nobenih ukrepov v smeri učinkovitejšega trajnostnega razvoja. Podobno ugotavljata Castejon in Lopez (2017) za Španijo, kjer so družinska MSP bolj družbeno odgovorna kot ne-družinska, še posebej do notranjih deležnikov, torej zaposlenih.

V nadaljevanju podajamo nekatere ugotovitve o družbeni odgovornosti z vidika notranje in zunanje dimenzije.

4.3.1 Spoznanja o notranji dimenziji družbene odgovornosti

Notranja dimenzija družbene odgovornosti podjetij se izkazuje na področju odnosov z zaposlenimi kot razvoj zaposlenih, vseživljenjsko učenje, komuniciranje in pretok informacij, ravnovesje med delovnim in prostim časom, skrb za zdravje in varnost pri delu, ne-diskriminiranje in enake možnosti pri zaposlovanju, ustrezni sistem nagrajevanja in plač ter kot skrb za kulturno in rekreativno angažiranost zaposlenih (Peng, 2014), ki so ne le v skladu z zakonodajo, temveč jo presegajo. Potočnik (2016) je družbeno odgovornost podjetij do zaposlenih proučevala s šestimi vsebinami, ki jih prikazuje *slika 5*, na vzorcu 320 malih, srednje velikih in velikih podjetij (mikro podjetja so bila izključena).

Slika 5: Družbena odgovornost do zaposlenih



*Opomba: Respondenti so na vprašanja odgovarjali na 7-stopenjski lestvici strinjanja (1-sploh se ne strinjam do 7-povsem se strinjam). Vzorec: 320 respondentov iz malih, srednje velikih in velikih podjetij v Sloveniji.

Vir: Potočnik, 2016, str. 129.

Slika 5 prikazuje, da respondenti družbeno odgovornost najbolj pojmujejo kot poštenost brez zlorabe v odnosih do sodelavcev, poslovnih in drugih partnerjev, ki so nad z zakonom predpisanimi mejami. Najnižje pa so respondenti ocenili trditvi, da zaposlujejo ljudi iz ranljivih skupin (povprečje 4,23) in da sodelavce v podjetju spodbujajo k družbenim aktivnostim, za katere jim zagotavljajo tudi ustrezne pogoje, vendar še vedno nadpovprečno visoko. Nadpovprečno visoke odgovore na

družbeno odgovorno ravnanje do zaposlenih ugotavlja tudi raziskava, ki jo je izvedla Zore (2016) in temelji na rezultatih 321 podjetij iz izbranih dejavnosti z več kot petimi zaposlenimi (Zore, 2016, str. 135–136). Notranjo dimenzijo, družbeno odgovornega ravnanja do zaposlenih, prikazuje *tabela 3*. V največji meri podjetja izražajo ne-diskriminiranje zaposlenih zaradi starosti, spola ali etničnega porekla ter zagotavljanje varnih delovnih pogojev in čistega delovnega okolja. V najmanjši meri pa podjetja skušajo ustvarjati nova delovna mesta, hkrati pa se tudi v manjši meri posvetujejo z zaposlenimi pri sprejemanju odločitev v zvezi z njimi.

Tabela 3: Družbena odgovornost do zaposlenih

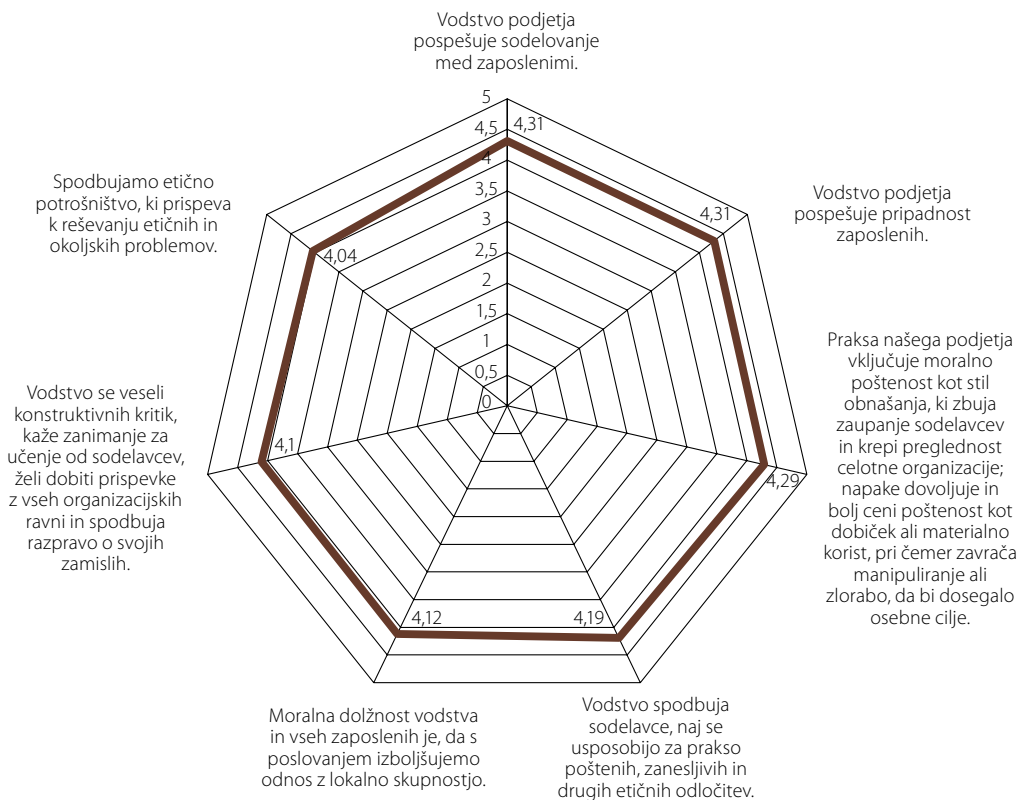
Družbena odgovornost do zaposlenih	Ocena
Ne diskriminiramo zaposlenih glede na njihovo starost, spol in etnično poreklo.	4,61
Zagotavljamo varne delovne pogoje in čisto delovno okolje.	4,52
Vodstvo našega podjetja podpira zaposlene pri njihovem izobraževanju.	4,20
Politike našega podjetja omogočajo varno in zdravo delovno okolje; izogibajo se zlorabi, grdemu in nečloveškemu obravnavanju sodelavcev.	4,20
Vodstvo našega podjetja spodbuja zaposlene pri razvijanju njihovih sposobnosti (kompetenc) in poklicne kariere.	4,07
Vodstvo našega podjetja upošteva potrebe in želje zaposlenih.	3,94
V našem podjetju skrbimo za zagotavljanje ravnovesja med poklicnim in zasebnim življenjem naših zaposlenih.	3,90
Pri odločitvah, povezanih z zaposlenimi, se z njimi posvetujemo.	3,82
Vodstvo podjetja se trudi ustvarjati zaposlitvene priložnosti.	3,75

Opomba: Anketiranci so na vprašanja odgovarjali na 5-stopenjski lestvici strinjanja s trditvami (1-sploh se ne strinjam, 5-popolnoma se strinjam). Vzorec: 321 podjetij z več kot 5 zaposlenimi iz izbranih dejavnosti (C – predelovalne dejavnosti, D – oskrba z električno energijo, plinom in paro, E – oskrba z vodo, ravnanje z odpadki; saniranje okolja, G – trgovina, H – promet in skladiščenje, in J – informacijske in komunikacijske dejavnosti).

Vir: Zore, 2016, str. 145–146.

Raziskava Zore (2016) je proučevala tudi družbeno odgovornost vodstva podjetja, rezultate pa prikazuje *slika 6*. Ugotovimo lahko, da so vse povprečne vrednosti odgovorov vodstva podjetij nad 4, kar pomeni, da vodstvo sebe ocenjuje kot nadpovprečno družbeno odgovorno. Žal raziskava ni zajela drugih skupin zaposlenih v podjetju, da bi dobili vpogled v morebitne razlike med mnenji posameznih skupin.

Slika 6: Družbena odgovornost vodstva podjetja



Opomba: Anketiranci so na vprašanja odgovarjali na 5-stopenjski lestvici strinjanja s trditvami (1-sploh se ne strinjam, 5-popolnoma se strinjam). Vzorec: 321 podjetij z več kot 5 zaposlenimi iz izbranih dejavnosti (C – predelovalne dejavnosti, D – oskrba z električno energijo, plinom in paro, E – oskrba z vodo, ravnanje z odpadki; saniranje okolja, G – trgovina, H – promet in skladiščenje, in J – informacijske in komunikacijske dejavnosti).

Vir: Zore, 2016, str. 147–148.

Zore (2016, str. 185) med drugim na področju notranje dimenzije družbene odgovornosti ugotavlja, da obstajajo značilne razlike v družbeni odgovornosti vodstva do zaposlenih in družbeni odgovornosti do odjemalcev glede na velikost podjetij. Podjetja z manj kot 10 zaposlenimi so bolj družbeno odgovorna do zaposlenih kot podjetja s 50 in več zaposlenimi. Razlogi bi lahko bili, da so odnosi v manjših podjetjih bolj neposredni, neformalna organizacijska hierarhija, lastništvo je bolj povezano z vodstvom in vodstvo je bolj vpeto v vsakodnevno operativno poslovanje podjetja. Razlog pa bi lahko bil tudi v tem, da v strukturi malih podjetij najdemo sorazmerno več družinskih podjetij, kjer je običajno več soodgovornosti in so vzpostavljeni tesnejši odnosi.

Vendar rezultati zgoraj omenjenih raziskav niso skladni z rezultati raziskave SURS, ki kaže vidik zaposlenih in njihovega doživljanja dela z vidika psihosocialnih tveganj na delovnem mestu (SURS, 2012). Ta raziskava namreč ugotavlja, da slovenski delavci v primerjavi s povprečjem v EU-27 poročajo, da več delajo (zlasti ženske), da so manj zadovoljni z delovnimi razmerami, da doživljajo večjo zaposlitveno negotovost, več prisotnosti na delovnem mestu kljub bolezni (prezentezemu) in manj izostankov z dela (absentezemu). Večina anketirancev v Sloveniji je poročala, da pri delu doživlja stres, več kot 40 odstotkov pa o splošni utrujenosti. Srečujejo pa se tudi z različnimi oblikami nasilja, ki jih prikazuje tabela 4.

Tabela 4: Oblike nasilja z vidika zaposlenih v Slovenji in EU

Oblika nasilja	Slovenija	EU
Fizično nasilje na delovnem mestu	1,5 %	1,9 %
Zastraševanje/nadlegovanje na delovnem mestu	4,8 %	4,1 %
Besedne žalitve na delovnem mestu	8,5 %	10,8 %
Grožnje in ponižujoče ravnanje na delovnem mestu	6,6 %	5,0 %
Diskriminacija (indeks)	6,8	6,2

Vir: SURS, 2012, str. 15.

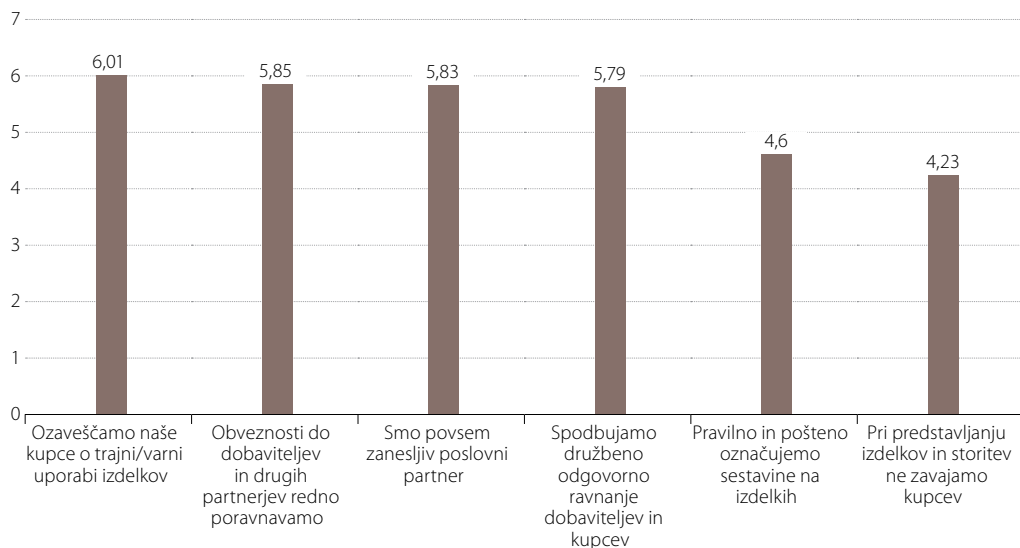
Kot izhaja iz *tabele 4*, je besednih žalitev v Sloveniji manj kot v EU, zato pa v Sloveniji poročajo o pogostejših grožnjah in ponižujočem ravnanju, manjše so razlike glede diskriminacije in zastraševanja oz. nadlegovanja. Podatki so potrdili visoko intenzivnost dela, saj so anketiranci večinoma poročali o slabih izkušnjah, povezanih s preveliko količino in slabo organizacijo dela, manj o doživljanju psihičnega nasilja, najmanj pa o fizičnem nasilju. Psihičnemu nasilju je bila izpostavljena desetina anketirancev, nekoliko več žensk kakor moških. Zdravstvene in psihične težave, o katerih je poročalo največ anketirancev, so bile: živčnost, spalne motnje in mišična napetost. Vendar pa je velika večina anketirancev o doživljanju tovrstnega nasilja poročala občasno, večkrat moški kot ženske in v najpogosteje v starostni skupini od 25 do 39 let. Raziskava (SURS, 2012) ugotavlja tudi, da bi v slovenskih podjetjih lahko izboljšali načine upravljanja človeških virov in si prizadevali za vzpostavljanje delavcu prijaznejšega in ustvarjalnejšega okolja, poskušali zmanjšati delovno obremenjenost z izboljšanjem delovnih razmer, ter posledično tudi izčrpanost in stres zaposlenih. Ker desetina anketirancev poroča o psihičnem nasilju in ker je ta izkušnja večinoma povezana s slabimi izkušnjami pri delu, s preveliko količino in preslabo organiziranostjo dela, bi se v podjetjih lahko odločili za prednostno obravnavo izboljšav na tem področju (prav tam, 2012). Tovrstni rezultati kažejo, da je priložnosti za dvig družbeno odgovornih praks veliko in da delojemalci, torej zaposleni, zaznavajo in ocenjujejo odnos delodajalcev z vidika družbeno odgovornega ravnanja slabše, kot ga ocenjujejo delodajalci.

4.3.2 Spoznanja o zunanji dimenziji družbene odgovornosti

Druga, *zunanja dimenzija* družbene odgovornosti podjetij obsega odnose s posameznimi deležniki v okolju podjetja, ki jih sestavljajo na primer odjemalci, konkurenti, lokalna skupnost, država. Na področju odnosov z odjemalci družbena odgovornost predstavlja zagotavljanje varnosti proizvodov, izogibanje cenovni diskriminaciji, zavajajočim cenam in oglaševanju za otroke, omogočanje ustreznih poprodajnih storitev in podobno (Jernejčič Dolinar, 2009). Podobno dobre prakse družbeno odgovornega ravnanja podjetja do konkurentov pomeni izogibanje dumpinškim cenam in neljalni konkurenci, ter spoštovanje patentne zaščite in blagovnih znamk. Družbeno odgovorni odnosi z lokalno skupnostjo so pomembni, saj je to osnovno okolje, ki sprejema neko podjetje medse. Podjetje, ki ima v tem okolju vzpostavljene dobre, pozitivne odnose, bo sprejeto in se bo v njem lahko razvijalo (Meško, Podbregar in Lobnikar, 2011), saj iz tega okolja pridobiva tako zaposlene kot tudi odjemalce. Pri skrbi za okolje z vidika družbene odgovornosti podjetje mora skrbeti za minimiziranje okoljskih vplivov izdelkov in storitev v celotnem življenjskem ciklu. Družbena odgovornost do države se izkazuje kot odgovorna praksa pri zmanjševanju števila zaposlenih, izpolnjevanju davčnih obveznosti in mednarodnem izkazovanju dobičkov (Jernejčič Dolinar, 2009). Kot najpomembnejšo zunanjo dimenzijo družbene odgovornosti so podjetja v pilotni študiji (PRSS, 2016b) navedla odnose

z odjemalci, nekoliko manj pa z zaposlenimi in okoljske vsebine. Tudi Potočnik (2016) ugotavlja, da je družbena odgovornost do odjemalcev in drugih poslovnih partnerjev visoko ocenjena (*slika 7*).

Slika 7: Družbena odgovornost do odjemalcev in drugih poslovnih partnerjev

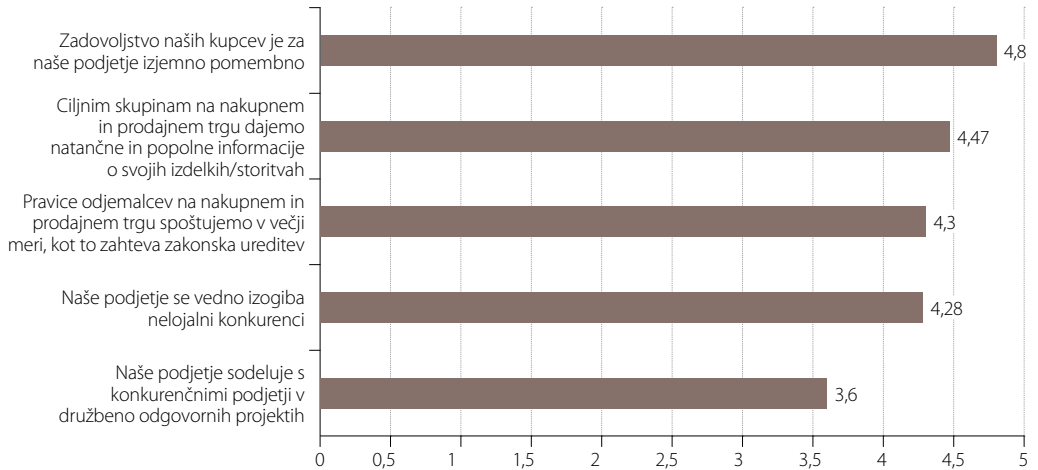


*Opomba: Respondenti so na vprašanja odgovarjali na 7-stopenjski lestvici strinjanja (1-sploš se ne strinjam do 7-povsem se strinjam). Vzorec: 320 respondentov iz malih, srednje velikih in velikih podjetij v Sloveniji.

Vir: Potočnik, 2016, str. 132.

Kot izhaja iz *slike 8*, podjetja pri odnosih z odjemalci in drugimi poslovnimi partnerji najbolj ozaveščajo kupce o trajni in varni uporabi svojih izdelkov ter redno poravnavajo svoje obveznosti do dobaviteljev in drugih partnerjev. Najmanj pa so se respondenti strinjali s tem, da ne zavajajo kupcev pri predstavitev svojih izdelkov ter da pravilno in pošteno označujejo sestavine na svojih izdelkih. Tudi Zore (2016) ugotavlja, da je družbena odgovornost do odjemalcev v povprečju najpomembnejša med zunanjimi deležniki, rezultate po posameznih vsebinah pa prikazuje *slika 12*. Za podjetja je v povprečju najpomembnejše zadovoljstvo kupcev. Najmanj pa podjetja sodelujejo s konkurenčnimi podjetji v družbeno odgovornih projektih.

Slika 8: Družbena odgovornost do odjemalcev



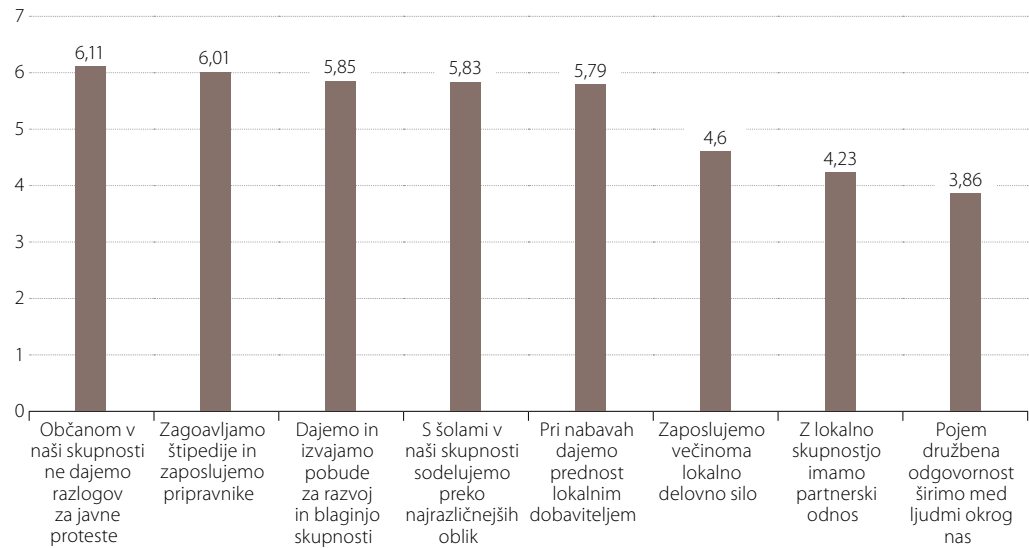
Opomba: Anketiranci so na vprašanja odgovarjali na 5-stopenjski lestvici strinjanja s trditvami (1-sploh se ne strinjam, 5-popolnoma se strinjam). Vzorec: 321 podjetij z več kot 5 zaposlenimi iz izbranih dejavnosti (C – predelovalne dejavnosti, D – oskrba z električno energijo, plinom in paro, E – oskrba z vodo, ravnanje z odpadki in odpadki; saniranje okolja, G – trgovina, H – promet in skladiščenje, in J – informacijske in komunikacijske dejavnosti).

Vir: Zore, 2016, str. 146.

Podrobnejša analiza po velikostnih razredih podjetij (Zore, 2016, str. 185) kaže, da so bolj družbeno odgovorna do odjemalcev podjetja, ki imajo med 10 in 49 zaposlenih, kot pa podjetja s 50 in več zaposlenimi. Hkrati pa podjetij z manj kot 10 zaposlenimi in več kot 250 zaposlenimi ne moremo razporediti niti med bolj niti med manj odgovorne. Takšen rezultat je lahko posledica premajhnega posvečanja časa odjemalcem v malih podjetjih, lahko pa tudi zato, ker predstavljajo predvsem trajne dobavitelje večjim podjetjem in so torej odvisna od velikih.

Druga skupina zunanjih deležnikov, ki je pomembna pri udejanjanju družbene odgovornosti, je lokalna skupnost. Slika 9 prikazuje rezultate osmih različnih možnosti družbeno odgovornega ravnanja do lokalnega okolja (Potočnik, 2016). Pri odnosih z lokalnim okoljem podjetja v največji meri družbeno odgovorno delujejo tako, da ne povzročajo razlogov za javne proteste, da zagotavljajo štipendije in zaposlujejo pripravnike ter da izvajajo različne aktivnosti za razvoj in blaginjo skupnosti. Na drugi strani najslabše ocenjujejo svoje širjenje družbene odgovornosti v okolju, partnerske odnose z lokalno skupnostjo in zaposlovanje lokalne delovne sile.

Slika 9: Družbena odgovornost podjetij do lokalnega okolja

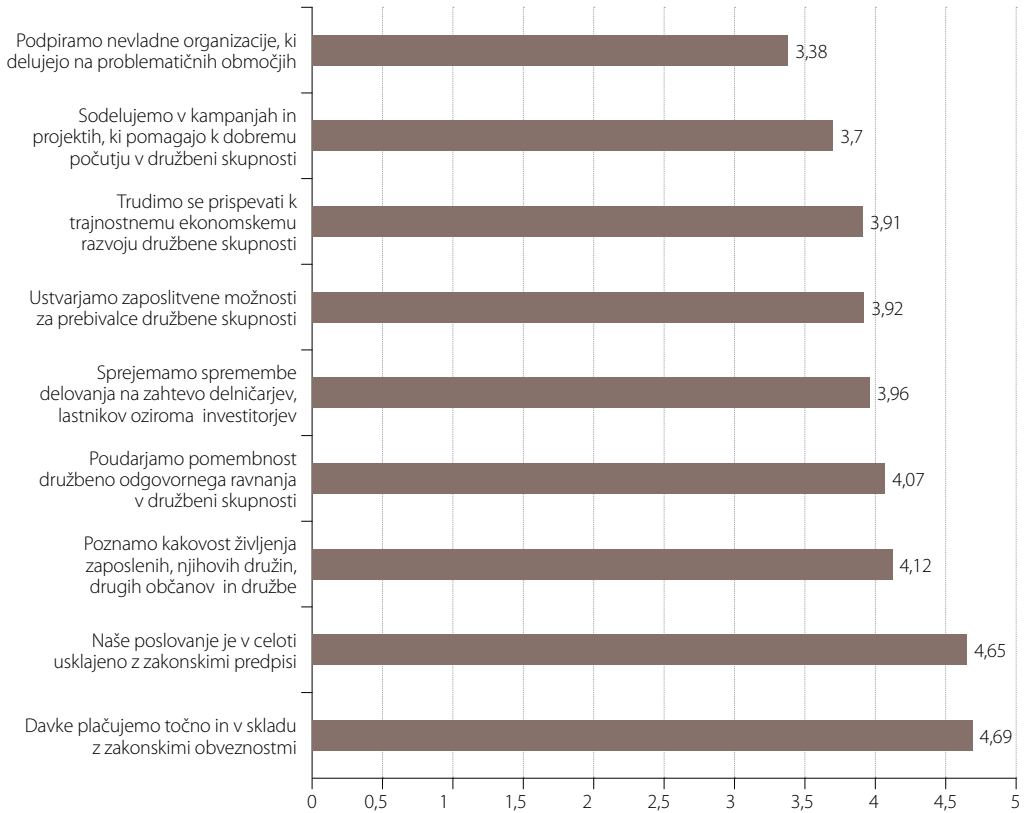


*Opomba: Respondenti so na vprašanja odgovarjali na 7-stopenski lestvici strinjanja (1-sploš se ne strinjam do 7-povsem se strinjam). Vzorec: 320 respondentov iz malih, srednje velikih in velikih podjetij v Sloveniji.

Vir: Potočnik, 2016, str. 131.

Zore (2016) pa med družbeno odgovornimi praksami do lokalne skupnosti ugotavlja (*slika 10*), da so se podjetja najbolj strinjala s trditvami, ki se nanašajo na izpolnjevanje zakonskih obveznosti (davčne, poslovne), kjer pa gre za zelo osnovno raven družbene odgovornosti, saj je izpolnjevanje zakonskih obveznosti za podjetja obligatorno. Kadar govorimo o višjih ravneh družbene odgovornosti, morajo biti aktivnosti povsem prostovoljne in načrtovane. Druge trditve anketirana podjetja v povprečju ocenjujejo slabše, kar pomeni, da v manjši meri podpirajo različne nevladne organizacije ali sodelujejo v projektih za razvoj družbene skupnosti.

Slika 10: Družbena odgovornost do lokalne skupnosti

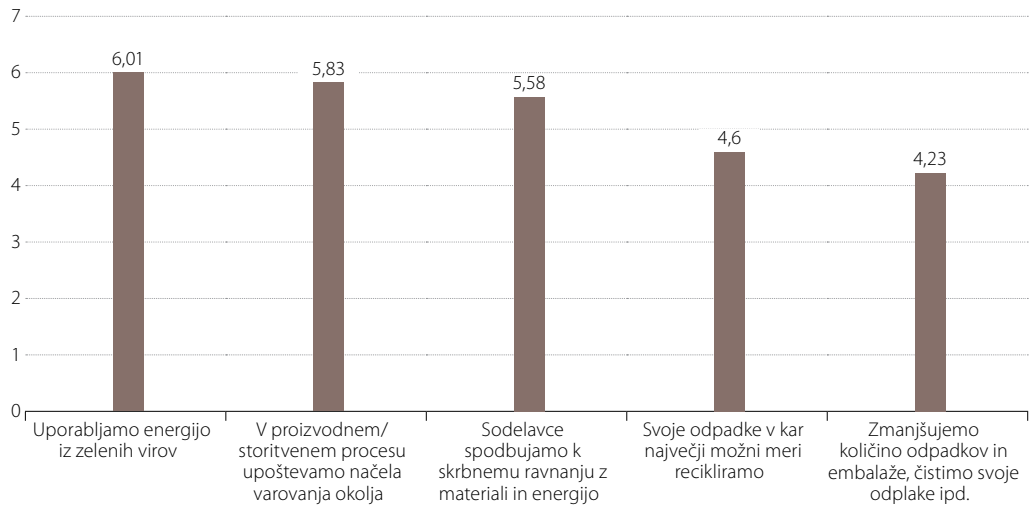


Opomba: Anketiranci so na vprašanja odgovarjali na 5-stopenjski lestvici strinjanja s trditvami (1-spolh se ne strinjam, 5-popolnoma se strinjam). Vzorec: 321 podjetij z več kot 5 zaposlenimi iz izbranih dejavnosti (C – predelovalne dejavnosti, D – oskrba z električno energijo, plinom in paro, E – oskrba z vodo, ravnanje z odpadki in odpadki; saniranje okolja, G – trgovina, H – promet in skladiščenje, in J – informacijske in komunikacijske dejavnosti).

Vir: Zore, 2016, str. 146–147.

Tretja zunanja dimenzija družbene odgovornosti je odgovornost do naravnega okolja. Potočnik (2016) ugotavlja, da na tem področju podjetja v največji meri uporabljajo energijo iz zelenih virov in v svojih procesih upoštevajo načela varovanja okolja, kar prikazuje *slika 11*. V najmanjši meri pa zmanjšujejo količine odpadkov, čistijo svoje odplake, in imajo tudi druge sisteme za zmanjševanje odpadkov in emisij.

Slika 11: Družbena odgovornost podjetij do naravnega okolja

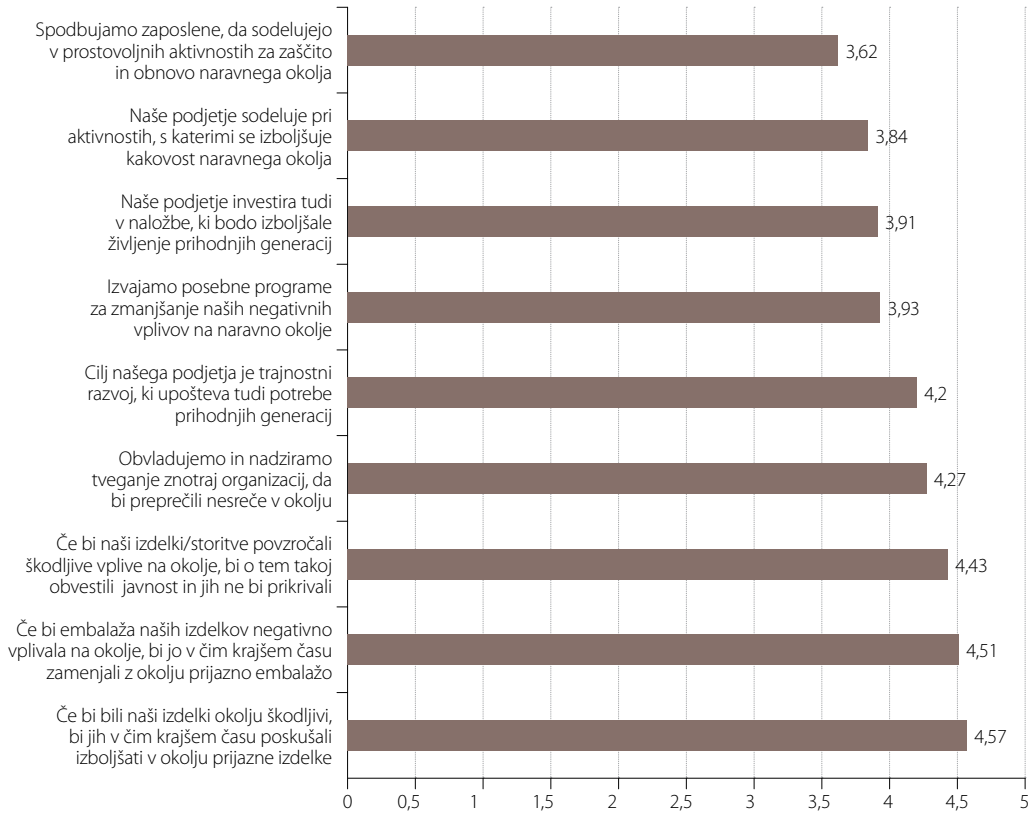


*Opomba: Respondenti so na vprašanja odgovarjali na 7-stopenjski lestvici strinjanja (1-splah se ne strinjam do 7-povsem se strinjam). Vzorec: 320 respondentov iz malih, srednje velikih in velikih podjetij v Sloveniji.

Vir: Potočnik, 2016, str. 130.

Tudi Zore (2016) je podobno ugotovila, da se družbena odgovornost do naravnega okolja v podjetjih najbolj izraža z različnimi okoljskimi aktivnostmi preprečevanja vplivov na okolje (*slika 12*). Podjetja največ družbeno odgovornih praks na tem področju namenjajo izdelkom in njihovi embalaži, ki morajo biti okolju čim bolj prijazni. Najmanj tovrstnih aktivnosti pa namenjajo izboljševanju kakovosti naravnega okolja in spodbujanju zaposlenih, da bi se na tem področju prostovoljno angažirali.

Slika 12: Družbena odgovornost do naravnega okolja



Opomba: Anketiranci so na vprašanja odgovarjali na 5-stopenjski lestvici strinjanja s trditvami (1-sploh se ne strinjam, 5-popolnoma se strinjam). Vzorec: 321 podjetij z več kot 5 zaposlenimi iz izbranih dejavnosti (C – predelovalne dejavnosti, D – oskrba z električno energijo, plinom in paro, E – oskrba z vodo, ravnanje z odpadki in odpadki; saniranje okolja, G – trgovina, H – promet in skladiščenje, in J – informacijske in komunikacijske dejavnosti).

Vir: Zore, 2016, str. 147.

Zore (2016, str. 185) je v svoji analizi ugotovila, da med malimi, srednje velikimi in velikimi podjetij ne obstajajo značilne razlike v družbeni odgovornosti do naravnega okolja in do lokalne skupnosti. Med razlogi za to navaja vse večjo ozaveščenost in skrb za naravno okolje, ne glede na velikost podjetja. Rezultati kažejo tudi, da podjetja razumejo, da so dobri odnosi z lokalno skupnostjo velikega pomena za doseganje dolgoročne koristi, da omogočajo lažje poslovanje in življenje podjetja. Bizjak (2016), ki je na vzorcu 161 MSP v Sloveniji proučevala družbeno odgovornost na področju varstva okolja, ugotavlja, da podjetja sicer implementirajo načela družbene odgovornosti, vendar predvsem na osnovi zakonodaje, delno pa tudi prostovoljno, in da obstaja povezava med pridobivanjem informacij o družbeni odgovornosti na področju varstva okolja in njihovim družbeno odgovornim ravnanjem ter poročanjem. Tudi Kaučič (2013) je ugotovila razlike med velikostnimi razredi podjetij pri družbeni odgovornosti. V strategijo je imelo družbeno odgovornost vpeto 60 % mikro podjetij, 62,7 % malih podjetij, 64,6 % srednje velikih in 63,2 % velikih podjetij. Ob tem so anketirana podjetja navedla, da se za družbeno odgovorne prakse odločajo zaradi zunanjih deležnikov, manj pa zaradi notranjih.

Kljub nadpovprečno pozitivnim rezultatom raziskav o družbeni odgovornosti podjetij Potočnik (2016) in Zore (2016), nekatere predhodne raziskave kažejo manj angažiranja na tem področju.

Rustja (2009) na osnovi študij primerov MSP v Sloveniji ugotavlja, da pobude za implementiranje družbeno odgovornih praks prihajajo iz notranjega okolja podjetja, predvsem od podjetnika, in da podporno okolje nima veliko vpliva. Dolinar (2013), ki je družbeno odgovornost proučevala med samostojnimi podjetniki (10 intervjujev), torej mikro podjetji, ugotavlja, da je tovrstno udejstvovanje odvisno predvsem od podjetnika, in da je na zelo nizki ravni. Med razlogi za to navaja predvsem vpetost podjetnika v vsakodnevno, operativno poslovanje, prevzemanje različnih vlog in odsotnost strateškega načrtovanja in komuniciranja tudi tovrstnih aktivnosti. Tudi nekatere druge raziskave (npr. Zacirkovnik, 2016) in nekatera zaključna dela na dodiplomskih in podiplomskih študijskih programih različnih fakultet po vsej Sloveniji ugotavljajo podobno, da je med MSP družbeno odgovorno ravnanje na relativno nizki ravni. Ker so bile vse te raziskave delane na različnih vzorcih, tudi povsem ne-reprezentativnih, je rezultate težko primerjati med seboj. Vseeno pa odkrivajo različne plasti družbene odgovornosti in še dodatno opozarjajo na potrebo resnega in temeljitega spremljanja tega področja, da bi se na osnovi tega lahko oblikovali potrebni ukrepi, tako znotraj podjetja kot na ravni celotne države.

Iz pregleda ugotovitev empiričnega raziskovanja lahko ugotovimo, da družbena odgovornost v Sloveniji je prisotna, vendar predvsem med velikimi podjetji, kjer je tudi največ dostopnih podatkov o tovrstnem angažiranju. Velika podjetja imajo namreč družbeno odgovorno ravnanje opredeljeno v svojih strategijah in ciljih, velikokrat tudi posebne zaposlene, ki se s tem področjem ukvarjajo. Posledično več sredstev kot MSP namenjajo ne le samim dejavnostim, temveč tudi njihovi promociji. Po drugi strani pa MSP tovrstne dejavnosti velikokrat izvajajo nenačrtovano, priložnostno, povezano z osebnimi usmeritvami podjetnika, hkrati tudi ne izvajajo promocije. Posledično se podjetja ne zavedajo učinkov teh dejavnosti, zato tudi ne vlagajo vanje posebnih virov. Sklenemo torej lahko, da se z manjšanjem velikosti podjetja na splošno napor v smeri družbene odgovornosti zmanjšuje.

Med pomanjkljivostmi proučevanja družbene odgovornosti podjetij je predvsem ta, da nimamo longitudinalnega proučevanja družbene odgovornosti, ki bi dalo ne le poglobljen vpogled v dogajanje na tem področju, temveč tudi informacije o spremembah v času. Ob tem še ugotavljamo, da veliko raziskav temelji na študijah primerov, kar ne daje celovitega vpogleda v dogajanje v populaciji podjetij.

5 Sklepna spoznanja in priporočila politiki

Družbena odgovornost predstavlja širok koncept, ki se lahko nanaša tako na posameznike kot tudi na podjetja, države in na globalno raven vzpostavljanja odgovornih odnosov z drugimi pri uresničevanju skupnih ciljev družbe. V poglavju smo proučevali kontekst družbene odgovornosti na ravni podjetij in na nacionalni ravni v Sloveniji, ki vključuje različne poslovne prakse, iniciative in ukrepe, s ciljem prispevanja k družbi in okolju, v katerem podjetja delujejo, ter podporo podjetjem za tovrstno angažiranje.

Strateški dokumenti Evropske unije zadnjih nekaj let kažejo, da je postala družbena odgovornost podjetij pomemben element v programih nacionalne in mednarodne politike, in da si EU aktivno prizadeva za uresničitev tega koncepta. Na osnovi aktivnih spodbud, razprav in drugih aktivnosti s tega področja, družbeno odgovorne aktivnosti v zadnjem obdobju vse bolj postajajo domena tudi malih in srednje velikih podjetij in ne več zgolj velikih podjetij ter korporacij, kar je pomembno predvsem zaradi velikega vpliva, ki ga imajo MSP na evropsko gospodarstvo, družbo in okolje. S sprejemanjem družbeno odgovornega ravnanja, evropska podjetja pomembno prispevajo k ciljem Strategije 2020, kot sta trajnostni razvoj in visoko konkurenčno socialno tržno gospodarstvo, prav tako pa ga lahko razumemo kot pomembno strateško orodje za povečevanje njihove konkurenčnosti. Ob tem Evropska unija nenehno skrbi tudi za usklajevanje evropskih in svetovnih pristopov družbene odgovornosti podjetij in delovanje v skladu z mednarodno priznanimi smernicami in načeli družbene odgovornosti podjetij. Prav tako se je v zadnjih letih na temo družbene odgovornosti podjetij veliko razpravljalo tudi v Sloveniji in številna podjetja ter organizacije so implementirale družbeno odgovorne prakse v svoje poslovanje s ciljem prispevanja k družbi. Kljub pomenu in vlogi koncepta družbene odgovornosti podjetij pa Slovenija ostaja ena redkih članic Evropske unije, ki nacionalne strategije uveljavljanja družbene odgovornosti na državni ravni še ni sprejela. Številne nevladne organizacije vidijo veliko pomanjkanje v tem, da področje družbene odgovornosti v Sloveniji ni sistemsko urejeno. Zato je bila s strani Inštituta IRDO prostovoljno pripravljena idejna zasnova za vzpostavitev Nacionalne strategije za razvoj družbene odgovornosti v Sloveniji, z vključeno pod-strategijo komuniciranja s tega področja. Organizacije, povezane z družbeno odgovornostjo, tako vlado pozivajo k njenemu sprejemu in prenovi nekaterih programov ministrstev ter k ustrezni dopolnitvi zakonodaje. Pri tem pa je treba poskrbeti tudi za ustrezne podporne načrte z implementacijo. Narasčajoče zanimanje za družbeno odgovornost podjetij je povzročilo uvajanje številnih aktivnosti na področju družbene odgovornosti v Sloveniji. Te temeljijo predvsem na spodbujanju družbeno odgovornega ravnanja preko promocij, ozaveščanja, podeljevanja certifikatov, nagrad in priznanj. Obstoječi pregled le-teh kaže na to, da je v Sloveniji sicer velik poudarek na spodbujanju in promociji družbeno odgovornega ravnanja, vendar pa predstavljeni certifikati, nagrade in priznanja niso vedno tako tudi predstavljeni v okolju, torej pod zavezanostjo družbeno odgovornemu ravnanju. So pa bili razviti kazalniki za merjenje družbene odgovornosti podjetij, izvedene številne raziskave na različnih ravneh proučevanja ter uvedena socialna in okoljska merila pri javnih naročilih. Ob vsem tem bi bilo treba ukrepe, povezane z družbeno odgovornim poslovanjem, v prihodnje vendarle razvijati na še višji ravni.

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, ne-diskriminacija zaposlenih, varnost na delovnem mestu in socialna varnost.

Najmanj pa kot tovrstne družbeno odgovorne prakse implementirajo zaposlovanje ranljivih skupin, ustvarjanje novih zaposlitev in soodločanje zaposlenih. Zunanja dimenzija družbeno odgovornega ravnanja podjetij se izkazuje v odnosih do odjemalcev in drugih poslovnih partnerjev, lokalnega in socialnega ter naravnega in drugega širšega okolja. V povprečju podjetja največ pozornosti namenjajo odnosom z odjemalci in drugimi partnerji, kjer jim je najpomembnejše njihovo zadovoljstvo, ozaveščenost in jasno informiranje. Med najmanj pomembnimi tovrstnimi praksami se je izkazalo sodelovanje s konkurenti, ter označevanje in marketing izdelkov. Med odnosi s socialnim in lokalnim okoljem podjetja najpogosteje navajajo izpolnjevanje davčnih in drugih zakonskih obveznosti, sodelovanje z lokalno skupnostjo (občino) in zagotavljanje štipendij. V najmanjši meri na tem področju ozaveščajo okolje o družbeni odgovornosti, podpirajo nevladne organizacije in sodelujejo v skupnih projektih in drugih iniciativah z lokalno skupnostjo. Med odgovornim ravnanjem do naravnega okolja pa je v največji meri prisotna skrb za neškodljivost izdelkov in njihove embalaže okolju. Vendar pa na osnovi pregleda raziskav ugotavljamo, da je družbeno odgovorno angažiranje povezano z velikostjo podjetij, zato je v mikro in malih podjetjih odvisno predvsem od podjetnikovega osebnega odnosa do tega področja. Ob tem ta podjetja družbeno odgovornega ravnanja niti ne prepoznavajo kot takega, zato se ga ne zavedajo, posledično pa ga tudi ne promovirajo ali merijo učinkov.

Med predlogi za razvoj področja družbene odgovornosti zato podajamo naslednje:

- Ker Slovenija na področju družbene odgovornosti nima vzpostavljene nacionalne strategije, predlagamo, da jo vzpostavi po zgledu nekaterih drugih evropskih držav. Snovalcem podjetniške politike predlagamo, da na področju družbene odgovornosti povečajo podporo in izvajajo več akcijskih ukrepov, pri tem pa lahko uporabijo izsledke raziskav in predloge modelov za razvoj tega področja.
- Organizacije podpornega okolja na področju družbene odgovornosti sicer sodelujejo med seboj, vendar bi morale biti sodelovanje bolj celovito, njihovi ukrepi, podpora in akcije pa bolj usklajene.
- Na področju informiranja, izobraževanja in promocije družbene odgovornosti ugotavljamo, da je tovrstna ponudba dobra, vendar preveč splošna. Torej ponudba ni namenjena posameznim ciljnim skupinam, zato predlagamo organizacijam podpornega okolja in drugim ponudnikom, da storitve prilagodijo za specifične ciljne skupine (npr. velikostnim razredom podjetij, posameznim dejavnostim).
- 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.
- Ugotavljamo, da imamo v Sloveniji veliko nagrad in priznanj, ki segajo na področje družbene odgovornosti, vendar pa jih okolje ne povezuje s tem konceptom, saj tako večinoma niso promovirani. Zato predlagamo, da bi na nacionalni ravni pod skupnim okvirom promovirali in nagrajevali družbeno odgovorne prakse.
- Na področju raziskav o družbeno odgovornem poslovanju podjetij, o njihovem angažiranju ter učinkih na tem področju v Sloveniji primanjkuje zanesljivih podatkov, predvsem v MSP. Zato predlagamo vzpostavitev longitudinalnega proučevanja družbene odgovornosti, ki bo osredotočeno predvsem na MSP. Tovrstni podatki šele nato namreč predstavljajo osnovo za celovite ukrepe, ki lahko doprinesejo k razvoju družbene odgovornosti.
- Ugotavljamo, da je družbena odgovornost med MSP slabše poznan koncept, zato bi morale biti posebne aktivnosti namenjene promociji in izobraževanju o njem. S tem bi se dvignilo zavedanje pomena družbeno odgovornega ravnanja, posledično pa bi se več podjetij tudi angažiralo na tem področju in svoje aktivnosti tudi promoviralo.

Družbena odgovornost podjetij je torej koncept, ki temelji predvsem na prostovoljnih aktivnostih podjetij, kar pomeni, da podjetja ne le izpolnjujejo svoje zakonske obveznosti do notranjih in zunanjih deležnikov podjetja, temveč zanje izvajajo dodatne ukrepe, ki so nad predpisanimi. S tega vidika je vloga podpornega okolja v Sloveniji predvsem ta, da družbeno odgovorno ravnanje podjetij spodbuja in podpira v obliki ukrepov, iniciativ in finančnih spodbud. 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. Spodbujanje družbeno odgovornega ravnanja ne more biti le stvar javne pobude, zato je eden izmed pomembnih vidikov vključevanje družbeno odgovornih in etičnih vsebin v izobraževalni sistem ter s tem sooblikovanje odgovornih prihodnjih generacij in trajnostnega razvoja.

Literatura in viri

1. Ansoff, I.H. (1977). Strategy formulation as a Learning Process. *International Studies of Management and Organisation*, 7, str. 58-77.
2. Antončič, B., Antončič Auer, J. in Juričič, D. (2015). *Družinsko podjetništvo: značilnosti v Sloveniji*. Ljubljana: EY 2015.
3. Bizjak, N. (2016). *Družbena odgovornost in trajnostni razvoj malih in srednje velikih podjetij v Sloveniji* (Magistrska naloga). Fakulteta za management UP, Koper.
4. Bowen, H.R. (1953). *Social Responsibilities of the Businessman*. New York: Harper and Row.
5. Bowen, H.R. (2013). *Social Responsibilities of the Businessman*. Iowa: University of Iowa Press.
6. Brandon, P. in Lombardi, P. (2005). *Evaluating Sustainable Development*. Oxford: Blackwell.
7. Bronchain, P. (2003). *Towards a Sustainable Corporate Social Responsibility*. European Foundation for the Improvement of Living Conditions. Luxemburg: Office for Official Publications of the European Communities. Pridobljeno s http://www.empleo.gob.es/es/sec_trabajo/autonomos/economia-soc/RespoSocEmpresas/documentos_rse/contenidos/Towardsasustainablecorporatesocialresponsibility.pdf
8. Carroll A.B. (2008). A History of Corporate Social Responsibility: Concepts and Practices. V A. Crane, A. McWilliams, D. Matten, J. Moon in D. Siegel (ur.), *The Oxford Handbook of Corporate Social Responsibility* (str. 19-46). Oxford: Oxford University Press.
9. Carroll, A.B. (1991). The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders. *Business Horizons*, July-August, str. 39-48.
10. Carroll, A.B., in Buchholtz, A.K. (2003). *Business & Society: Ethics and Stakeholder Management*. Cincinnati: South-Western College.
11. Castejón, P.J.M. in López, B.A. (2017). Corporate Social Responsibility in Family SMEs: A Comparative Study. *European Journal of Family Business*, 6, str. 21-31.
12. Certifikat DPP. (2016). *Certifikat Družini prijazno podjetje*. Pridobljeno s <http://www.certifikatdpp.si/aktualno/javni-poziv-za-pridobitev-certifikata-druzini-prijazno-podjetje-za-leto-2017/>
13. Certifikat DOP. (2016). *Certifikat Družbeno odgovorno podjetje*. Pridobljeno s <http://ekvilib.org/sl/produkti-drubeno-odgovornega-upravljanja-s-lovekimi-viri/certifikat-dru%C5%BEbeno-odgovorno-podjetje>
14. Cooper, P. in Vargas, C. (2004). *Implementing Sustainable Development*. Lanham: Rowman and Littlefield.
15. CPU. (2016). *Center za poslovno usposabljanje, Gospodarska zbornica Slovenije*. Pridobljeno s <http://www.cpu.si/>
16. CSR Europe. (2016a). *The European Business Network, About us*. Pridobljeno s <http://www.csreurope.org/about-us>
17. CSR Europe. (2016b). *The European Business Network, History*. Pridobljeno s <http://www.csreurope.org/history>
18. Deaconu, A., Radu, C. in Puia, R. (2011). Education – Multiplier of the Effects Caused by the Initiatives of Corporate Social Responsibility. *Management & Marketing*, 6(1), str. 113.
19. Deloitte (2016). *Anketa o korporativni družbeni odgovornosti*. Pridobljeno s https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/si/Documents/about-deloitte/si-CSR%20Survey_GFA_SPLET.pdf

20. Deresky, H. (2003). *International Management* (4th ed.). Upper Saddle River: Prentice Hall.
21. Dnevnik. (2016). Tekmovanje Zlata nit. Pridobljeno s <https://www.dnevnik.si/zlatanit>
22. Dolinar, Š. (2013). *Družbena odgovornost in samostojni podjetniki* (Diplomsko delo). Fakulteta za družbene vede UL, Ljubljana.
23. Eberstadt, N. (1973). What History Tells us about Corporate Responsibilities. *Business and Society Review/Innovation*, autumn, str. 76–81.
24. Ekvilib Inštitut. (2016a). *Družbena odgovornost*. Pridobljeno s <http://ekvilib.org/drubena-odgovornost>
25. Ekvilib Inštitut. (2016b). *Standard ISO 26000*. Pridobljeno s <http://ekvilib.org/sl/produkti-drubeno-odgovornega-upravljanja-s-lovekimi-viri/mednarodni-standard-drubene-odgovornosti-iso-26000>
26. Ekvilib Inštitut. (2016c). *Certifikat Družini prijazno podjetje*. Pridobljeno s <http://ekvilib.org/sl/produkti-drubeno-odgovornega-upravljanja-s-lovekimi-viri/certifikat-druini-prijazno-podjetje>
27. EU. (2015). *Tips and Tricks for Advisors: Corporate Social Responsibility for Small and Medium-Sized Enterprises*. Pridobljeno s <http://ec.europa.eu/DocsRoom/documents/10368/attachments/1/translations/en/renditions/native>
28. European Alliance for CSR. (2016). *Business Europe, About us*. Pridobljeno s <https://www.buinessurope.eu/european-alliance-csr>
29. Evropska komisija. (2001). *Green Paper: Promoting a European Framework for Corporate Social Responsibility*, COM(2001) 366. Pridobljeno s <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2001:0366:FIN:en:PDF>
30. Evropska komisija. (2002). *Communication from the Commission Concerning Corporate Social Responsibility: A Business Contribution to Sustainable Development*, COM(2002) 347. Pridobljeno s http://trade.ec.europa.eu/doclib/docs/2006/february/tradoc_127374.pdf
31. Evropska komisija. (2006). *Communication from the Commission to the European Parliament, the Council and the European Economic and Social Committee Implementing the Partnership for Growth and Jobs: Making Europe a Pole of Excellence on Corporate Social Responsibility*, COM(2006) 136. Pridobljeno s <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2006:0136:FIN:en:PDF>
32. Evropska komisija. (2010). *Europe 2020: A European Strategy for Smart, Sustainable and Inclusive Growth*. Pridobljeno s <http://ec.europa.eu/eu2020/pdf/COMPLET%20EN%20BARROSO%20%20%20007%20-%20Europe%202020%20-%20EN%20version.pdf>
33. Evropska komisija. (2011). *Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions: A Renewed EU Strategy 2011-14 for Corporate Social Responsibility*, COM(2011) 681. Pridobljeno s [http://www.europarl.europa.eu/meetdocs/2009_2014/documents/com/com_com\(2011\)0681_/com_com\(2011\)0681_en.pdf](http://www.europarl.europa.eu/meetdocs/2009_2014/documents/com/com_com(2011)0681_/com_com(2011)0681_en.pdf)
34. Evropska komisija. (2014). *Corporate Social Responsibility, National Public Policies in the European Union; Compendium 2014* (Williamson, N., Stampe-Knipfel, A. in Weber, T.). Luxemburg: Publications Office of the European Union. Pridobljeno s ec.europa.eu/social/BlobServlet?docId=12899&langId=en
35. Evropska komisija. (2016a). Corporate Social Responsibility (CSR) in the EU. Pridobljeno s: <http://ec.europa.eu/social/main.jsp?catId=331&langId=sl>.
36. Evropska komisija. (2016b). *Growth, industry; Corporate Social Responsibility*. Pridobljeno s https://ec.europa.eu/growth/industry/corporate-social-responsibility_sl

37. Evropska komisija. (2016c). *Non-financial Reporting*. Pridobljeno s http://ec.europa.eu/finance/company-reporting/non-financial_reporting/index_en.htm
38. Evropski ekonomsko-socialni odbor. (2015). *Socialna in družbena odgovornost podjetij; Informativno poročilo strokovne skupine za zunanje odnose o socialni in družbeni odgovornosti podjetij kot spodbudi v okviru partnerskih sporazumov EU (trgovina, naložbe in sodelovanje/razvoj)*. Bruselj, 17. september 2015.
39. Evropski parlament. (2013). *Corporate Social Responsibility: Accountable, Transparent and Responsible Business Behaviour and Sustainable Growth, 2012/2098(INI)*. Pridobljeno s <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//TEXT+REPORT+A7-2013-0017+0+DOC+XML+V0//EN>
40. Fink Babič, S. in Biloslavo, R. (2012). Trajnostno poročanje podjetij: priložnosti in izzivi. *Organizacija*, 45(1), str. 14-26.
41. Frederick, C.W., Davis, K. in Post, E.J. (1988). *Business and Society: Corporate Strategy, Public Policy, Ethics*. 6th edition. New York: McGraw-Hill Publishing Company.
42. Freeman, E.R. in Liedtka, J. (1991). Corporate Social Responsibility: A Critical Approach. *Business Horizons*, 34(4), July-August, str. 92-99.
43. Golob, U. in Podnar, K. (2006). *Evropsko« razumevanje družbene odgovornosti podjetja. Delavska participacija*. Pridobljeno s www.delavska-participacija.com/clanki/ID030103.doc
44. GZS. (2013). *Konferenca Okolje, družbena odgovornost, razvoj*. Pridobljeno s https://www.gzs.si/skupne_naloge/varstvo_okolja/Novice/ArticleId/44833/arhiv--konferenca-okolje--druzbeno-odgovornost--razvoj--5-2-2013
45. GZS. (2015). *5. Problemska konferenca – Družbena odgovornost komunal skozi prizmo Vesne Vuk Godina, Iva Boscarola, Mihaela J. Tomana in drugih*. Pridobljeno s https://www.gzs.si/zbornica_komunalnega_gospodarstva/Novice/articleid/49315/5-problemska-konferenca-druzbeno-odgovornost-komunal-skozi-prizmo-vesne-vuk-godina-iva-boscarola-mihaela-j-tomana-in-drugih
46. GZS. (2016). *Nagrada Gospodarske zbornice Slovenije*. Pridobljeno s <https://nagrada.gzs.si/>
47. Hartman, P. (2015a). Družini prijazno podjetje – iz teorije v prakso. V: P. Hartman et al. (ur.), *Usklajevanje zasebnega in poklicnega življenja v praksi: izkušnje z izvajanjem projekta Certifikat Družini prijazno podjetje v Sloveniji* (str. 12-14). Ljubljana: Ekvilib Inštitut. Pridobljeno s <http://www.certifikatdpp.si/wp-content/uploads/2015/08/EKVILIB-Institut-lzkusnje-z-izvajanjem-projekta-certifikat-druzini-prijazno-podjetje-v-SLO-A4-2015-Low.pdf>
48. Hartman, P. (2015b). Ukrepi in primeri dobrih praks pri njihovi implementaciji. V: P. Hartman et al. (ur.), *Usklajevanje zasebnega in poklicnega življenja v praksi: izkušnje z izvajanjem projekta Certifikat Družini prijazno podjetje v Sloveniji* (str. 15-24). Ljubljana: Ekvilib Inštitut. Pridobljeno s <http://www.certifikatdpp.si/wp-content/uploads/2015/08/EKVILIB-Institut-lzkusnje-z-izvajanjem-projekta-certifikat-druzini-prijazno-podjetje-v-SLO-A4-2015-Low.pdf>
49. Hartman, P., Černigoj Sadar, N., Konavec, N., Kranjc Kušlan, A. in Skorupan, M. (2015). *Usklajevanje zasebnega in poklicnega življenja v praksi: izkušnje z izvajanjem projekta Certifikat Družini prijazno podjetje v Sloveniji*. Ljubljana: Ekvilib Inštitut. Pridobljeno s <http://www.certifikatdpp.si/wp-content/uploads/2015/08/EKVILIB-Institut-lzkusnje-z-izvajanjem-projekta-certifikat-druzini-prijazno-podjetje-v-SLO-A4-2015-Low.pdf>
50. Hay, R. in Gray, E. (1974). Social Responsibilities of Business Managers. *Academy of Management Journal*, 17(1), str. 135-143.

51. Hi4CSR. (2016). *Projekt Harmonization and Implementation of Corporate Social Responsibility EU Directives, Hi4CSR*. Pridobljeno s <http://hi4csr.com/en/about-project/>
52. Hopkins M. (2003). *The Planetary Bargain – CSR Matters*. London: Earthscan.
53. Horus. (2016a). *O nagradi Horus*. Pridobljeno s <http://horus.si/o-nagradi-horus.html>
54. Horus. (2016b). *Razpis za Slovensko nagrado za družbeno odgovornost Horus 2016*. Pridobljeno s <http://horus.si/razpis.html>
55. ICF GHK. (2013a). *Post event report - Peer Review on Corporate Social Responsibility – London (UK), 18 June 2013*. Pridobljeno s <http://ec.europa.eu/social/BlobServlet?docId=11471&langId=en>
56. ICF GHK. (2013b). *Post event report - Peer Review on Corporate Social Responsibility – Stockholm (Sweden), 25 September 2013*. Pridobljeno s <http://ec.europa.eu/social/BlobServlet?docId=11475&langId=en>
57. ICF GHK. (2013c). *Post event report - Peer Review on Corporate Social Responsibility – Copenhagen (Denmark), 10 December 2013*. Pridobljeno s <http://ec.europa.eu/social/BlobServlet?docId=11472&langId=en>
58. IRDO. (2014a). *Predstavitev partnerstva za družbeno odgovornost Slovenije. 9. IRDO mednarodna konferenca Družbena odgovornost in izzivi časa 2014: »Zdravje - osebna in/ali družbena odgovornost?«, Maribor, Slovenija, 6. in 7. marec 2014*. Pridobljeno s <http://www.irdo.si/skupni-cd/cdji/cd-irdo-2014/referati/plenarna-2-dan-partnerstvo.pdf>
59. IRDO. (2014b). *Predstavitev inštituta IRDO*. Pridobljeno s <http://www.irdo.si/skupni-cd/cdji/cd-irdo-2014/referati/plenarna-2-dan-partnerstvo.pdf>
60. IRDO. (2014c). *Študija in model merjenja družbenih učinkov socialnih podjetij v Sloveniji*. Pridobljeno s http://www.mddsz.gov.si/fileadmin/mddsz.gov.si/pageuploads/dokumenti___pdf/word/zaposlovanje/Studija.docx
61. IRDO. (2016). *O inštitutu*. Pridobljeno s <http://www.irdo.si/institut.html>
62. Irwin, D. (2002). *Encouraging Responsible Business*. London: Small Business Service.
63. ISO. (2016). *International Organization for Standardization*. Pridobljeno s <http://www.iso.org/iso/home.html>
64. Jaklič, M. (1996). *Družbeno odgovorno poslovanje in poslovna etika*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
65. Jaklič, M. (2009). *Poslovno okolje in gospodarski razvoj*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
66. Jambreč, A. (2012). *Zgodovinski pregled družbene odgovornosti (Raziskovalna naloga)*. Maribor: Inštitut za razvoj družbene odgovornosti IRDO. Pridobljeno s <http://www.irdo.si/skupni-cd/cdji/cd-irdo-2013/referati/b-jambreč.pdf>
67. Jančič, Z. (2002). *Nova družbena odgovornost podjetij. Industrijska demokracija, 12/2002*.
68. Jernejčič Dolinar, B. (2009). *Družbena odgovornost podjetij. Zbornik 6. študentske konference Fakultete za management Koper*, str. 307-312. Pridobljeno s <http://www.fm-kp.si/zalozba/ISBN/978-961-266-033-8/prispevki/Jernejcic%20Dolinar%20Barbara.pdf>
69. Kaučič, E. (2013). *Družbena odgovornost kot razsežnost strategije mednarodnega trženja slovenskih srednje velikih podjetij (Magistrska naloga)*. Ekonomsko-poslovna fakulteta UM, Maribor.
70. Klemenčič, M. in Rejc Buhovac, A. (2013). *Analiza informacij o družbeno odgovornem poslovanju v letnih poročilih slovenskih podjetij. Izzivi managementu, 5(1), str. 24-34*.
71. Knez-Riedl, J. (2002). *Družbena odgovornost malih in srednjevelikih podjetij. Slovenski podjetniški observatorij 2002*, str. 91-112. Maribor: Ekonomsko-poslovna fakulteta, Inštitut za podjetništvo in management malih podjetij.

72. Knez-Riedl, J. (2006). *Družbena odgovornost podjetja in evropski strateški dokumenti. Prispevek v okviru projekta 2005-2007, Štajerska gospodarska zbornica*. Pridobljeno s https://stajerskagz.si/Projekti/Pretekli_projekti/DOP/Gradiva_na_temo_DOP/Prispevki_pripravljeni_v_okviru_projekta/Druzbena_odgovornost_podjetja_in_evropski_strateski_dokumenti/
73. Knez-Riedl, J., Mulej, M. in Dyck, R.G. (2006). Corporate Social Responsibility from the Viewpoint of Systems Thinking. *Kybernetes*, 35(3/4), str. 441–460.
74. Kozoderc, D. (2009). *Trajnovativnost: novi izzivi za družbeno odgovornost podjetij*. Ljubljana: Socialna akademija – zavod za izobraževanje, raziskovanje in kulturo.
75. Marsden, C. (2001). *The Role of Public Authorities in Corporate Social Responsibility*. Pridobljeno s <http://www.alter.be/socialresponsibility/people/marchri/en/displayPerson>
76. McAlister, D. T., Ferrell, O. C., in Ferrell, L. (2003). *Business and Society: A strategic Approach to Corporate Citizenship*. Boston: Houghton Mifflin Company.
77. MDOS. (2016a). *O mreži*. Pridobljeno s <http://mdos.si/si/o-mrezi.html>
78. MDOS. (2016b). *Dejavnost*. Pridobljeno s <http://mdos.si/si/dejavnost.html>
79. MDOS. (2016c). *Konferenca*. Pridobljeno s <http://mdos.si/si/konferenca.html>
80. MDOS. (2016d). *Evropska nagrada družbeno odgovornih podjetniških praks*. Pridobljeno s http://mdos.si/si/arhiv_eunagrada.html
81. MDOS. (2016e). *Razpis za 2. nagrado družbeno odgovornih podjetniških praks za partnerstva, inovacije in spremembe 2014*. Pridobljeno s <http://mdos.si/si/eudopnagrada.html>
82. Meško, M., Podbregar, I. in Lobnikar, B. (2011). *Družbena odgovornost organizacije : visokošolski učbenik z recenzijo*. Ljubljana : Zavod za varnostne strategije pri Univerzi v Mariboru
83. MGRT. (2016). *Priznanje Republike Slovenije za poslovno odličnost*. Pridobljeno s http://www.mirs.gov.si/si/delovna_podrocja/poslovna_odlicnost_prspo/
84. Mojedelo.com. (2016). *Ugled delodajalca*. Pridobljeno s <http://ugledni.mojedelo.com/>
85. MSS. (2016). *Prostovoljec leta*. Pridobljeno s <http://mss.si/projekti/prostovoljec-leta/>
86. Mulej, M. in Hrast, A. (2008). Izobilje brez družbene odgovornosti=globalna revščina? V: A. Hrast, M. Mulej (ur.), *Zbornik prispevkov 3. Mednarodne konference Družbena odgovornost in izzivi časa* (str.8-10). Maribor: IRDO.
87. Nelson, J. (2003). *Economic Multipliers: Revisiting the Core Responsibility and Contribution of Business to Development*. London: International Business Leaders Forum.
88. OZS. 2009. *Delavnica: Družbena in okoljska odgovornost podjetij: Vidiki in primeri odgovornega ravnanja podjetij*. Pridobljeno s <http://www.ooz-ms.si/?ID=18306&IDpm=-1>
89. Peng, L.M. (2014). Internal Corporate Social Responsibility: An Overview. *Australian Journal of Basic and Applied Sciences*, 8(16), str. 18-29.
90. Potočan, V. in Mulej, M. (2007). Družbena odgovornost trajnostnega podjetja. *Organizacija*, 40(5), str. 129-133.
91. Potočnik, A. (2016). *Viabilna regija - rezultat inoviranja z dialektično teorijo sistemov in kibernetiko poslovnih sistemov* (Doktorska disertacija). Ekonomsko-poslovna fakulteta UM, Maribor.
92. PRSS, SSDO. (2016) *Sekcija za spodbujanje družbene odgovornosti*. Pridobljeno s <http://www.piar.si/sekcije-drustva/sekcija-za-spodbujanje-druzbene-odgovornosti/>

93. PRSS. (2016a). *Slovensko društvo za odnose z javnostmi*. Pridobljeno s <http://www.piar.si/>
94. PRSS. 2016b. *Raziskava - razumevanje družbene odgovornosti*. Pridobljeno s <http://www.piar.si/sekcije-drustva/sekcija-za-spodbujanje-druzbene-odgovornosti/raziskava-razumevanje-druzbene-odgovornosti/>
95. Rečnik, M. (2010). *School for corporate social responsibility – an education tool for stimulating CSR in everyday work*. Pridobljeno s <http://www.irdo.si/skupni-cd/cdji/cd-irdo-2010/images/3-8-4-recnik.pdf>
96. Rhenman, E. (1973). *Organization Theory for Long-Range Planning*. New York: Wiley.
97. Rode, I. (2013). *Pregled trajnostnega poročanja viziranih slovenskih podjetij*, Ekvilib Inštitut. Pridobljeno s http://ekvilib.org/images/stories/trajnostno_poslovanje_DOP/Analiza%20letnih%20porocil%20izbranih%20podjetij%202012.pdf
98. Rustja, N. (2009). *Družbena odgovornost kot konkurenčna prednost malih in srednje velikih podjetij v Sloveniji* (Magistrska naloga). Ekonomska fakulteta UL, Ljubljana.
99. SURS. (2012). *Poročilo o psihosocialnih tveganjih na delovnem mestu v Sloveniji*. Pridobljeno s http://www.stat.si/StatWeb/doc/sosvet/Sosvet_03/Sos03_s1844-2013.pdf
100. ŠGZ. (2016a). *Dogodki ŠGZ*. Pridobljeno s https://stajerskagz.si/Aktualno/Dogodki_SGZ/2122
101. ŠGZ. (2016b). *Projekt Družbena odgovornost podjetij*. Pridobljeno s https://stajerskagz.si/Projekti/Prekli_projekti/DOP/
102. Štebih, M. in Tomiņšek, M. (2008). *Družbena odgovornost - priložnost za slovenska podjetja*. Pridobljeno s <http://www.gzdbk.si/media/pdf/sekcije/viri/sGRZ.pdf>
103. Tilston, N. (2004). *CSR Doesn't Matter-Business Profits Do. The Changing Role of Business in Society - Shortlisted Essays from the Ashridge Best MBA Essay Award 2004*. London: ACCA, str. 7-15.
104. Tomažević, N. (2011). *Družbena odgovornost in odličnost javne uprave*. Ljubljana: Fakulteta za upravo.
105. UNGC Slovenija. (2016). *Slovensko društvo ZN za trajnostni razvoj*. Pridobljeno s <http://www.ungc-slovenia.si/slo/o/slovenija.html>
106. Waddock, S. (2004). *Parallel Universes: Academics and the progress of Corporate Citezenship. Business and Society Review, 109*, str. 5-42.
107. Wills, B. (2009). *Green Intentions Creating a Green Value Stream to Compete and Win*. New York: CRC Press Taylor and Francis Group.
108. Zacirkovnik, B. (2016). *Družbena odgovornost slovenskih podjetij: primer iz izbrane regije* (Magistrska naloga). Fakulteta za management UP, Koper.
109. Združenje Manager. (2016b). *Priznanje Artemida*. Pridobljeno s <http://www.zdruzenje-manager.si/priznanja/artemida>
110. Združenje Manager. (2016c). *Priznanje Mladi manager*. Pridobljeno s <http://www.zdruzenje-manager.si/priznanja/mladi-manager>
111. Združenje Manger. (2016a). *Priznanje Managerkam prijazno podjetje*. Pridobljeno s <http://www.zdruzenje-manager.si/priznanja/managerkam-prijazno-podjetje>
112. Zore, M. (2016). *Krepitev inovativnosti podjetij v Sloveniji z razvojem družbene odgovornosti* (Doktorska disertacija). Ekonomska-poslovna fakulteta UM, Maribor.

Avtorji



Dijana Močnik

Dr. Dijana Močnik je redna profesorica na Fakulteti za elektrotehniko, računalništvo in informatiko (FERI) Univerze v Mariboru, kjer poučuje predmete: Management in ekonomija za inženirje, Ekonomija in management, Ekonomija medijev, Podjetništvo, Konkurenčnost in uspešno poslovanje in Management in trženje storitev. Doktorirala je leta 1998 na Ekonomsko-poslovni fakulteti Univerze v Mariboru. Pred začetkom akademske kariere leta 1993 je bila 8 let zaposlena v gospodarstvu, najprej eno leto v proizvodnem podjetju na področju raziskave trga in analize poslovanja, zatem 6 let v razvojno-raziskovalnem podjetju, kjer je delala na različnih raziskovalno-razvojnih projektih, ter bila eno leto ocenjevalka podjetij v revizijskem podjetju. Na Ekonomsko-poslovni fakulteti je bila zaposlena 8 let, najprej kot asistentka, nato kot višja predavateljica in docentka. Od leta 2001 je zaposlena na FERI. Napisala je pet učbenikov: *Poslovno odločanje – študijsko gradivo* (odločanje s pomočjo regresijske analize), *Management malih podjetij*, *Ekonomija medijev*, *Strateški management in Management in trženje storitev*.



Katja Crnogaj

Dr. Katja Crnogaj je docentka za področje podjetništva na Ekonomsko-poslovni fakulteti Univerze v Mariboru ter predstojnica študijske usmeritve Podjetništvo na bolonjskem univerzitetnem študijskem programu. Sodeluje v pedagoškem procesu dodiplomskih in podiplomskih študijskih programov, kot raziskovalka Inštituta za podjetništvo in management malih podjetij pa pri številnih domačih in mednarodnih raziskovalnih projektih. Je članica raziskovalnega tima Global Entrepreneurship Monitor in Slovenski podjetniški observatorij ter članica komisije za področje ekonomije v projektu Mladi za napredek Maribora. Aktivno sodeluje v raziskovalnem programu »Podjetništvo za inovativno družbo«. V doktorski disertaciji je proučevala vpliv izbranih institucionalnih in individualnih dejavnikov na podjetniško aktivnost ter njihovo povezavo z gospodarskim in družbenim napredkom. Raziskovalno se ukvarja tudi s podjetniškimi merami, mednarodnim podjetništvom, podjetniškim povezovanjem, hitro rastočimi podjetji, podpornimi politikami za podjetništvo ter drugimi področji podjetništva in ekonomike poslovanja, rezultat česar so različne objave v znanstvenih in strokovnih revijah ter monografijah.



Barbara Bradač Hojnik

Dr. Barbara Bradač Hojnik je izredna profesorica za podjetništvo na Ekonomsko-poslovni fakulteti Univerze v Mariboru. Aktivno sodeluje v pedagoškem procesu dodiplomskih in podiplomskih študijskih programov Katedre za podjetništvo in ekonomiko poslovanja. Vključena je bila v program Mladi raziskovalci Javne agencije za raziskovalno dejavnost RS. Kot članica raziskovalne skupine Inštituta za podjetništvo in management malih podjetij sodeluje v več domačih in mednarodnih raziskovalnih projektih. Je članica raziskovalnih timov Slovenski podjetniški observatorij in Globalni podjetniški monitor Slovenija, vključena pa je tudi v longitudinalni raziskovalni program Podjetništvo za inovativno družbo. Sodelovala je na več mednarodnih znanstvenih konferencah in je avtorica več znanstvenih in strokovnih člankov z raziskovalnih področij zunanjega izvajanja, podpornega okolja za podjetništvo ter korporacijskega, okoljskega in trajnostnega podjetništva. Je predstojnica magistrske študijske usmeritve Podjetništvo in inoviranje na Ekonomsko-poslovni fakulteti, članica fakultetne komisije za znanstveno-raziskovalne zadeve in članica vladne projektne skupine izobraževalnih inštitucij na področju socialne ekonomije.



REPUBLIKA SLOVENIJA
MINISTRSTVO ZA GOSPODARSKI
RAZVOJ IN TEHNOLOGIJO

Inštitut za podjetništvo
in management
malih podjetij

SPiRiT SLOVENIJA I FEEL SLOVENIA
JAVNA AGENCIJA



JAVNA AGENCIJA ZA RAZISKOVALNO DEJAVNOST
REPUBLIKE SLOVENIJE



9 789612 860127