

Družbeno odgovorno poslanstvo Arheološkega parka Marof

Anita Skubic*

Fakulteta za organizacijske študije v Novem mestu, Novi trg 8, 8000 Novo mesto, Slovenija
anita1.mali@gmail.com

Povzetek:

Raziskovalno vprašanje (RV): Novo mesto s svojo okolico je v slovenski in tuji arheološki strokovni in laični javnosti prepoznano po prazgodovinskih in zgodovinskih ostalinah, predvsem iz obdobja bronaste in železne dobe, ki segajo v celo tisočletje pred našim štetjem. V zadnjih letih je turizem obravnavan kot eden najbolj rastočih gospodarskih storitvenih dejavnosti po svetu. Turizem je civilizacijski dosežek sodobnega časa in eden temeljnih faktorjev ekonomskega razvoja, zato veliko držav poudarja razvoj turizma kot strateško razvojno usmeritev. Vprašanje, ki smo si ga zastavili pa je, ali bi z ustanovitvijo Arheološkega parka Marof uspeli zaščititi arheološke predmete pred propadom in jih prezentirati javnosti, s tem pa dokazati, da se vedemo družbeno odgovorno.

Namen: Namen članka je pregled domače in tuje strokovne literature o družbeni odgovornosti podjetij in predstavitev primera dobre prakse.

Metoda: Uporabili smo deskriptivno metodo raziskovanja, ki temelji na preučevanju teoretične vsebine in uporabe že obstoječe domače in tuje strokovne literature.

Rezultati: Ideja o Arheološkem parku Marof je predstavljena kot družbena odgovornost naroda (zaščita arheološke kulturne dediščine), družbena odgovornost organizacije (turistična ponudba), individualna družbena odgovornost (kakovostno preživljanje prostega časa), družbena odgovornost poklicnih skupin (arheološka in ostala strokovna javnost).

Organizacija: Muzeji so javne kulturne ustanove, ki se ukvarjajo z varovanjem premične kulturne dediščine. Dejavnost muzejev ni samo zbiranje, urejanje, popisovanje, raziskovanje in hranjenje te dediščine, ampak tudi predstavitev zbranega gradiva javnosti. Storitve predstavitve gradiva javnosti se običajno odvija preko stalnih in občasnih arheoloških razstav, tokrat pa bi gradivo prezentirali kar *in situ*, na mestu, kjer je bilo arheološko gradivo najdeno in izkopano – v Arheološkem parku Marof.

Družba: Obiskovalcem Arheološkega parka Marof bi ponudili izobraževalno-intelektualno, kulturno-razvedrilno in tudi socialno-emocionalno izkušnjo.

Originalnost: Izvirnost članka je v tem, da študij na to temo ni veliko, zato ta članek odpira še veliko možnosti nadaljnega raziskovanja in razmišljanja.

Omejitve/nadaljnje raziskovanje: V preglednem članku smo se omejili le na pregled strokovne literature. V prihodnosti bi pridobljene rezultate tega članka lahko primerjali z že izvedeno raziskavo na tem področju in rezultate primerjali med seboj.

Ključne besede: družbena odgovornost, muzej, arheološki park, kulturna dediščina

* Korespondenčni avtor.

1 Uvod

Odličnost je pri odjemalcih sprejeta posledica mojstrstva, zlasti inovativnosti ustvarjalcev izdelkov in storitev. Med pogoji zanj so vodstveni, organizacijski, lastninski in družbeno ekonomski temelji za uveljavljanje družbeno odgovornega ravnanja kot ne-tehnološke inovacije. Slednje vodi v odličnost kot pogoj za pot iz sedanje globalne družbeno ekonomske, okoljske in vrednotne krize. To dejstvo so spoznali v odločilnih mednarodnih organizacijah in organih, kot so OZN, ISO, EU ter razna združenja svetovno pomembnih podjetij. Tako je po desetletju truda mnogih strokovnjakov iz preko 90 držav in preko 40 drugih organizacij nastal svetovalni standard ISO 26000 o družbeni odgovornosti, objavljen novembra 2010 (Mulej, 2012).

Otoška rastoča strategija univerzalne odličnosti in mojstrstva temelji na petih gradnikih in sicer:

- Vzgoja, izobraževanje in vseživljenjsko učenje, kjer se poudarja nenehno izobraževanje in vseživljenjsko učenje človeka, ki se začne že s starševsko vzgojo in nadaljuje v izobraževalnih ustanovah. Pomembno je, da se človek izobražuje in nadgrajuje svoje znanje skozi celotno življenjsko pot.
- Sproščanje človekovih ustvarjalnih potencialov, ki v človeku odkrijejo skrite potenciale za uveljavljanje dobrih del in ga spodbudijo k presežkom, da bi postal še boljši.
- Družbeno odgovorno sonaravno delovanje temelji na odgovornem človeškem ravnanju, kar se kaže na vseh ravneh delovanja.
- Usmerjenost v samopreseganje in dosežke pri sebi in v svojem okolju.
- Etičnost razmišljanja in delovanja za osebni, timski, podjetniški in družbeni razvoj.

Družbena odgovornost organizacij je v zadnjih letih postala osrednja tema v sodobnem delu svetovnega gospodarstva. Je eden ključnih dejavnikov uspešnosti in ugleda sodobne organizacije, saj mora ta delovati dolgoročno, sistematično in strateško (Jenko, 2008). Organizacije niso popolnoma neodvisne od okolja, saj delujejo v socialnem okviru in čutijo vpliv države in skupnosti, v kateri opravljajo svojo dejavnost.

V literaturi najdemo različne opredelitve družbene odgovornosti. Svetovni gospodarski svet za trajnostni razvoj (WBCSD, 1999) opredeljuje družbeno odgovornost organizacij kot nenehno zavezanost organizacije etičnemu vedenju, ekonomskemu razvoju, izboljševanju kakovosti življenja zaposlenih in njihovih družin, lokalne skupnosti in družbe na splošno. Omenja pet prednostnih področij: človekove pravice, pravice zaposlenih, varstvo okolja, vključevanje v skupnost in odnose z dobavitelji.

V skladu z zeleno knjigo (EK, 2011) večina opredelitev družbeno odgovornost organizacije opisuje kot koncept, po katerem organizacije družbene in okoljske pomisleke na prostovoljni podlagi vključujejo v svoje poslovanje in komunikacijo z zainteresiranimi deležniki.

Koerner (2004) družbeno odgovornost razume kot nekaj več od razlikovanja med interesi lastnikov in deležnikov. Trdi, da v družbeni odgovornosti vidi nov vedenjski vzorec organizacij kot odziv na spremenjeni in vse hitreje spreminjajoči se svet.

Potočan in Mulej (2007) družbeno odgovornost opredeljujeta kot odgovornost vseh subjektov poslovanja za oblikovanje in izvajanje akcij, ki so usmerjene v uresničevanje celote potreb in

interesov: okolja organizacije (naravnega, socialnega in družbenega) in organizacije (notranjih procesov).

Zadnik in Šmuc (2007) prikazujeta družbeno odgovornost kot celico. Jedro celice je odnos organizacije oz. managementa do zaposlenih, lastnikov in strank. Širši krog okoli jedra je odnos do lokalnega okolja, naravnega in družbenega, najširši krog pa predstavlja uveljavljanje v globalnem okolju. Vplivi odločitev se na globalni ravni prenašajo vse do zaposlenih in obratno, pobude posameznikov pa lahko prerastejo organizacijo in se razširijo do globalnega okolja.

2 Metoda

Pri pisanju preglednega članka smo uporabili deskriptivno metodo, ki temelji na preučevanju teoretične vsebine in uporabe že obstoječe literature. Pri pregledu strokovne literature ter strokovnih člankov, ki smo jih našli na bibliografskih mednarodnih in domačih bazah (Science Direct, Emerald Insight, Cobiss), smo v prvem delu članka raziskali temo, nato smo preučili, kaj so o tem pisali in ugotavljali drugi avtorji v svojih strokovnih člankih, na koncu pa navedli primer dobre prakse Arheološkega parka Marof v Novem mestu.

3 Pregled literature in rezultati

3.1 Družbeno odgovorno delovanje organizacije

Koncept družbeno odgovornega delovanja v podjetju temelji na predpostavki, da se družbeni vplivi na podjetje lahko razdelijo v 3 kategorije in sicer:

- 1. kategorija: Splošni družbeni učinki: podjetje nanje ne vpliva in tudi ni dolgoročnega družbenega vpliva na konkurenčnost podjetja.
- 2. kategorija: Družbeni učinki, ki predstavljajo dodano: podjetje s svojo dejavnostjo močno vpliva na družbene učinke.
- 3. kategorija: Družbene dimenzije, ki vplivajo na konkurenčnost: družbeni učinki v zunanem okolju, ki odločilno vplivajo na konkurenčnost podjetja na področjih, na katerih podjetje deluje.

Vsako podjetje lahko družbene učinke razvrsti v te 3 kategorije, odvisno od tega, kako je kateri učinek za njegovo dejavnost pomemben. Končni rezultat tega pristopa je koncept družbene odgovornosti, ki je resnično prilagojen dejavnosti podjetja. Več kot je rezultatov (družbenih učinkov) v prvi in delno v drugi kategoriji, manj je podjetje vključeno v družbeno okolje in ne deluje strateško, ampak le operativno reagira na družbeno okolje (npr. kot donator). Več kot je družbenih učinkov v tretji in delno drugi kategoriji, bolj je podjetje vpeto v družbeno okolje, deluje strateško in proaktivno v tem okolju. Razvije se simbiotski odnos med njima. Poleg tega mora podjetje svojo organiziranost prilagoditi novi, bolj socialno usmerjeni filozofiji. Poudarek je na filantropiji in na vsebini bolj kot na imageu. Namesto izraza družbena odgovornost podjetja se vse bolj uveljavlja družbena integracija podjetja.

Poznamo več konceptov in modelov delovanja družbene odgovornosti organizacij

- Koncept trojnega izida nam govori o tem, da se organizacije poleg dobičkonosnosti usmerijo tudi k problemom družbe in varovanju okolja.
- Carrollovo piramido, ki vsebuje štiri elemente. Spodnji del piramide predstavljajo ekonomske odgovornosti, kot so dobičkonosnost, minimiranje stroškov, tu so predstavljeni tudi odnosi z delničarji, investitorji, lastniki, zaposlenimi. Naslednja stopnja so zakonske odgovornosti, kar pomeni spoštovanje zakonov in predpisov. Od organizacije se pričakuje tudi delovanje v skladu z etiko, da dela dobro, pravično in

pošteno. Zadnja raven piramide so filantropične odgovornosti, kar pomeni da organizacija s svojim prostovoljnim delom izboljšuje kakovost življenja v skupnosti.

- Tridelni model družbene odgovornosti organizacij zajema tri področja odgovornosti: ekonomsko, zakonsko in etično.
- Štirifazni model družbene odgovornosti organizacij, kjer prvo fazo predstavljajo lastniki in managerji, drugo zaposleni, tretjo partnerji v okolju in zadnjo fazo predstavlja širša družba.
- Model 3C-SR (*competitive advantage through social resources*; konkurenčna prednost prek družbenih virov) vsebuje tri sestavine: etično in socialno predanost organizacije, povezavo z vrednotami poslovnih partnerjev in dosledno vedenje (Bertoncelj et al., 2011, str. 108-118).

Področja družbeno odgovornega delovanja, ki vplivajo na učinkovitost in uspešnost organizacije

Organizacija lahko izboljša učinkovitost in uspešnost svojega delovanja, če pozna dejavnike, ki vplivajo nanjo. Teh dejavnikov je veliko, zato jih je smiselno razdeliti po področjih.

- Kakovost in varnost izdelkov
- Odnosi s potrošniki
- Odnosi z zaposlenimi
- Odnosi s konkurenco
- Odnosi z lokalno skupnostjo
- Dobrodelnost in skrb za ljudi
- Odgovornost do države
- Skrb za okolje
- Ekonomski vplivi.

Deležniki družbene odgovornosti

Deležniki (*stakeholders*; udeleženci, vplivneži, interesne skupine, zainteresirana javnost) so skupina ljudi, ki so v kakršnihkoli odnosih z organizacijo in za katere je njeno delovanje pomembno. Deležnike lahko opredelimo kot skupino ali posameznike, ki lahko vplivajo na cilje organizacije in obratno, da organizacija s svojimi dejavnostmi lahko vpliva na deležnike (Utting, 2000). Družbeno odgovornost organizacije glede deležnikov lahko ločimo na notranjo in zunanjo (Kozoderc, 2009). Notranja dimenzija se osredotoča na upravljanje človeških virov. Pri tem se posebna pozornost namenja vseživljenjskemu učenju, boljšemu pretoku informacij, enakemu plačilu, možnosti napredovanja. Sem prištevamo tudi vse zaposlene, lastnike in upravo. Zunanja razsežnost družbene odgovornosti pa se izkazuje v spletnju dobrih odnosov z zunanjimi deležniki. Dobri odnosi s temi subjekti vplivajo na zmanjšanje stroškov, večjo kakovost, varnost in zadovoljstvo državljanov z delom organizacij oz. upoštevanju njihovih ciljev.

Družbena odgovornost kot konkurenčna prednost

Uspešna in konkurenčna je tista organizacija, ki se zna prilagajati spremembam v okolju, zahtevam trga in družbe ter zna hkrati ohranjati in izboljševati svoj položaj v okolju. Organizacija, ki se vede odgovorno, pridobi večji ugled, potrošniki so pripravljeni plačati ustrezno cenovno premijo za izdelek ali storitev, če so družbeno odgovorna dejanja organizacije skladna z njihovimi pričakovanji. Družbeno odgovorno delovanje organizacije pozitivno vpliva na sedem področij in s tem podjetju prinese konkurenčno prednost pred drugimi:

- Graditev in ohranjanje pozitivnega ugleda organizacije
- Dostop do kapitala
- Obvladovanje tveganj v dialogu z deležniki
- Človeški kapital
- Nenehne inovacije in intelektualni kapital
- Nižanje stroškov poslovanja
- Pravica do obstoja in delovanja.

3.2 Raziskovalna odličnost in družbeno odgovorno ravnanje

Damjana Miklič Milek je na 24. forumu odličnosti in mojstrstva na Otočcu govorila o družbeno odgovornem ravnanju in raziskovalni odličnosti. Predstavila je primer URS – Univerzitetnega raziskovalnega središča Novo mesto. Raziskovalno odličnost lahko razumemo, kot odličnost vsakega posameznega raziskovalca, ki je vpet v raziskovalno okolje in proučuje znanost na svojem strokovnem področju. Raziskovalna odličnost posameznika je eno od področij družbeno odgovornega ravnanja, kjer posameznik s prepletom etičnih, moralnih vrednot in družbenih kriterijev presega izpolnjevanje v naprej določenih pričakovanj in ciljev na inovativnosti in vsestranski odgovornosti posameznika. Zato je ključno, da današnja družba uči, razvija in vzgaja posameznika ter postavlja širše etične in moralne vrednote in kriterije odgovornosti za trajnostni razvoj družbe. Z etičnimi merili in standardi se srečujemo od otroštva a moralni razvoj človeka se dogaja skozi celotno življenje in dozoreva skozi več faz razvoja.

Za doseg raziskovalne odličnosti je kot predpogoj pomembno zagotoviti kakovostno infrastrukturo. Avtorica članka je izpostavila model za upravljanje raziskovalne inštitucije, ki ga uporabljajo v laboratoriju Max Perutz, na Dunaju. Model govori, da je bistveno izbrati izjemne ljudi, jim prepustiti intelektualno svobodo, pokazati resničen interes za delo vsakega posameznika, mlajše sodelavce pohvaliti v javnosti, vključiti usposobljeno pomožno osebje, olajšati izmenjavo idej, da nimajo skrivnosti in je njihovo delo transparentno in pregledno, kar vodi v ustvarjanje ustvarjalnega delovnega okolja, v katerem sta etika in morala na izjemno visokem nivoju.

M. Milek je opisala primer URS, kjer je povzela, da se akademska ali raziskovalna odličnost razvije v regiji, ki to omogoča, ki je tehnološko razvita ima močno gospodarstvo in dosega poslovno odličnost, spodbuja in prepozna talente, je tolerantna do drugačnosti in posebnosti. Tehnologija, talent in toleranca so elementi, ki jih odgovorna družba mora izkazovati, gojiti in razvijati, če želi biti na zemljevidu gospodarske ustvarjalnosti. Ključnega pomena za doseganje raziskovalne odličnosti je, da si vsak posamezni raziskovalec in mi vsi kot odgovorna družba zastavljamo visoke cilje in postavljamo stroga merila kakovosti (M. Milek, 2012, str.113-130).

3.3 Zaščita arheološke kulturne dediščine kot del družbene odgovornosti

Moore et al. (2009) v svoji raziskavi »Partnerstva zavarovanih območij v turizmu: kaj jih dela bolj povezane« ugotavljajo, da partnerstva na več območjih veljajo za najpomembnejšo poslovno strategijo, za trajnostni razvoj zaščitene turističnih območij. Izpostavili so enajst najpomembnejših elementov za dobro sodelovanje. Ti so: komunikacija, vključenost, predanost, vodstvo, vloge, pristojnost, procesi, predpisi, sporazumi, sredstva in razumevanje. Tako sposobnost in učinkovitost organizacij, ki sodelujeta, vpliva na kakovost turistične izkušnje, zadovoljstvo obiskovalcev in varovanje naravnih virov, od katerih smo odvisni vsi (Wegner, Lee, & Weiler, 2010, str. 1643). V trajnostnih partnerstvih se moramo zavedati

pomena trajnostnega turizma. Tip (2009, str. 21) v svojem članku pojasnjuje, da že sami potniki, bolj kot kadarkoli prej, zahtevajo nižje okoljske in kulturne vplive, ter bolj smiselne interakcije z lokalnim prebivalstvom pri njihovih potovanjih. V turizmu je tako zelo pomembna kakovost ponujene izkušnje. Je vsota njenih delov. Pomembno je, kako so ti deli med seboj povezani, kako delujejo in kakšna je interakcija oziroma kakšni so odnosi med vpletenimi akterji (March & Wilkinson, 2008, str. 455). Zaradi demografskih sprememb, tu mislimo predvsem staranje prebivalstva, se v prihodnosti turizma napoveduje spremembe, tako na področju sestave produktov in posledično s tem povezanim ustvarjanjem partnerstev (Petermann, Revermann, & Scherz, 2006, str. 9). Strateška zaveznitva so postala skupne strategije trženja v turizmu. Te povezave imajo zelo različne oblike. Vendar pogosto nastanejo brez realističnih pričakovanj, ter jasnih operativnih postopkov, ki bi ocenili uspeh (Reid, Smith, & McCloskey, 2007, str. 581). To je potrebno spremeniti in postati bolj ciljno usmerjen, posebej pri ustvarjanju partnerstev. Pfueller, Lee in Laing (2011, str. 747) ugotavljajo, da je mogoče problem pri organizacijah v sami razporeditvi časa v podjetju, interesa in sposobnosti ljudi (Spitzer, 2012, str. 50-59).

Govorimo lahko tudi o trajnostnem razvoju, ki pomeni povečanje blaginje, odgovoren in uravnotežen dvig materialne, socialne in okoljske blaginje sedanje generacije, brez ogrožanja eksistenčnih možnosti za prihodnje rodove in ekosistem. Poznamo tri vidike trajnostnega razvoja vsake organizacije:

- Ekonomski vidik (trajnostna in dobičkonosna rast).
- Družbeno politični vidik (družbena odgovornost).
- Ekološki vidik (sonaravnost).

Sodobno in odgovorno udejanjanje gospodarskega razvoja pomeni trajno in družbeno odgovorno prilagajanje organizacij in sonaravnost njihovega delovanja. Zahteva nove pristope in načine razmišljanja, pa tudi spremembo vrednot na ravni organizacij (Bertoncelj et al., 2011, str. 15).

Upoštevanje delovanja podjetja na družbo naj bo, povzeto po Porter in Kramer (2006, str. 78-93), prioriteta vodstva. Kljub prizadevanjem so podjetja pri tem pogosto neuspešna in sicer ne samo zaradi nasprotujočega koncepta med pridobitno dejavnostjo podjetja in prioritetami širšega družbenega okolja, ampak tudi zaradi pogoste neprilagojenosti tega koncepta konkretnemu podjetju. S pravim pristopom lahko podjetja sprožijo velik družbeni napredek. Seveda pa pogosto podjetja ne začnejo z družbeno odgovornim ravnanjem sama od sebe, ampak jih k temu prisili pritisk lokalne javnosti, raznih organizacij – kot npr. Greenpeace, finančne restrikcije ali pozitivni poslovni učinki, ki se jih lahko prikaže kot upoštevanje etičnih, socialnih in okoljevarstvenih načel tudi v letnem poslovnem poročilu. Pomembno je, da to niso le kozmetične olupšave, ampak učinki, ki res nekaj prispevajo v družbenem okolju. Neprofitne organizacije najbolj pogosto širijo etične vrednote (npr. podpiranje dobrodelnosti), družbeni napredek (npr. ustanavljanje šol) in skrb za naravno okolje (npr. uporaba sicer dražje, a okolju prijazne embalaže). Problem, ki se lahko pojavi ob nasprotovanju družbenega okolja glede delovanja kakega podjetja, je, ali so boljši kratkoročno ugodni družbeni učinki ali strateške pridobitve, če to podjetje v tem okolju dalj časa deluje. Podjetje, ki npr. proizvaja ekološko primernejše izdelke, lahko s svojim zgledom in ugledom celo vzgaja porabnike.

Ob pregledu literature lahko ugotovimo, da obstajajo številna področja, kjer morajo usklajeno delovati na eni strani podjetje in na drugi socialno okolje. Najpomembnejše je zavedanje, da podjetje in družbeno okolje eden drugega potrebujeta. Uspešno podjetje potrebuje zdravo družbo. Sem spada šolstvo, zdravstvo, manj nesreč pri delu, učinkovita raba vodnih in energetskih virov, izraba zemlje. Dobro vodenje, vladavina prava in človekove pravice so

osnova za učinkovitost in inovativnost. Če ni primerne transportne infrastrukture, podjetja ne morejo prevažati tovora in ljudi. Dobrodošli so lokalni dobavitelji in podporne storitve. Zelo pomembne so finančne institucije, ki spodbujajo investicije, vladni zakoni, ki ščitijo intelektualno lastnino, omogočajo transparentnost, zaščito pred korupcijo in omogočajo izdelavo kakovostnih proizvodov, ki jih testirajo razni inšpektorji in zveze potrošnikov.

4 Razprava

Najpomembnejši del novomeške preteklosti je prav gotovo arheološka dediščina Novega mesta. Novo mesto tudi na evropskem arheološkem zemljevidu zaseda in predstavlja enega najpomembnejših prazgodovinskih najdišč in središč v Evropi in kot največja mestna znamenitost priča in dokazuje, da je Novo mesto prav v tistem času imelo v vsej svoji dosedanji znani zgodovini tudi največji pomen in vlogo v celotnem evropskem prostoru. Prav zaradi tega in še večje prepoznavnosti mesta je občinski svet Mestne občine Novo mesto na pobudo Dolenjskega muzeja sprejel sklep, da se mesto poimenuje v mesto situl. S postavitvijo Arheološkega parka Marof, bi se povečalo število domačih in tujih turistov, kar bi občini Novo mesto prineslo še večji gospodarski razvoj in tudi ugodne neekonomske vplive, kamor prištevamo ugoden ekološki vpliv, vpliv na izobraževanje in kulturo ter zdravje obiskovalcev. Odprtje Arheološkega parka Marof lahko navedemo kot primer dobre prakse družbeno odgovorne kulturne ustanove Dolenjski muzej Novo mesto in Mestne občine Novo mesto, saj bi njegova postavitve vsaj delno zaščitila arheološko kulturno dediščino pred dokončnim propadom.

Novo mesto je eno najpomembnejših arheoloških najdišč iz časa starejše in mlajše železne dobe v Evropi. V času 1. tisočletja pr.n.št. je bilo Novo mesto mogočni center z utrjenim prazgodovinskim gradiščem na Marofu ter s številnimi gomilami in gomilnimi grobišči na območju sedanjega mesta (Portoval, Ragovo, Kandije, Ulica Majde Šilc, predvsem pa na širšem območju Marofa, na Mestnih njivah in na Kapiteljski njivi). Grobišče na Kapiteljski njivi je najobsežnejše in najštevilčnejše. Na tem mestu je stalo več kot štirideset zemljenih gomil z več kakor 900 skeletnimi grobovi iz časa starejše železne dobe ter več kot 700 žganih grobov iz mlajše železne dobe, ki so s svojimi tako lončenimi kakor kovinskimi, steklenimi in jantarnimi pridatki prinesli množico novih spoznanj in vedenj o življenju v železni dobi na Dolenjskem.

Arheološka grobišča sodijo med našo najpomembnejšo kulturno dediščino, saj z izbranim gradivom predstavljajo najvišje dosežke v umetnostni in obrtni proizvodnji tedanjega časa. Tako se je v 60. in 70. letih 20. stoletja izoblikovala spomeniško varstvena doktrina, ki je poskušala ohraniti čim več nedotaknjenih grobišč in če je le bilo mogoče se je bilo potrebno izogniti arheološkim izkopavanjem, ki so destruktivna metoda za preučevanje preteklosti. Spomeniško varstvena služba je poizkušala obvarovati arheološko dediščino nedotaknjeno. Na Kapiteljski njivi, kjer je stoletna poljska obdelava dodobra stanjšala sloj zemlje, ki je prekrival arheološke strukture smo iskali različne rešitve, med katerimi je bila tudi ideja, da celotno površino domnevnega grobišča (3 ha) prekrijejo s pol metra debelo plastjo zemlje. Ker pa je obstajala zahteva, da se tu poljedeljska obdelava nadaljuje, bi za to prekritje potrebovali rodovitno zemljo, ki pa je na vsej Dolenjski primanjkuje in zato ta ideja ni bila izvedljiva. Obstoj grobišča je ogrožalo vsakoletno oranje, zato so morali začeti s sistematičnim zavarovalnim arheološkim izkopavanjem.

Da je to bila »srečna okoliščina« lahko danes z gotovostjo trdimo, saj so bile arheološke najdbe v zemlji že doslej zelo poškodovane in bi njihova »nedotaknjenost« v nekaj desetletjih povzročala popolni razkroj in razpad vseh kovinskih arheoloških predmetov v zemlji.

Povedano drugače, arheološki predmeti so bili ob poljedeljski obdelavi, z uporabo gnojil in škropiv izpostavljeni kemikalijam, ki jih je dež izpiral iz orne zemlje v grobne jame in so zelo uničujoče delovali na arheološke predmete. Če k temu prištejemo še kisel dež, ki so ga s kemijskimi analizami ugotovili restavratorji ter še zimsko zmrzal je bodočnost arheoloških predmetov v zemlji Kapiteljske njive popolnoma negotova. Kemijske analize najdenih predmetov kažejo da se bodo kovinski predmeti v zemlji Kapiteljske njive ohranili le še nekaj desetletij potem pa jim sledi popoln razkroj in uničenje. Zato je izkop teh predmetov, njihova zaščita in konservacija nujna in le dovolj hitra intervencija lahko te predmete reši pred popolnim uničenjem. Glede na njihovo izpovedno vrednost pa njihovega uničenja ne smemo dopustiti. To so primarni razlogi, ki pogojujejo, da bi Arheološki park postavili ravno na Marofu in zaščitili, kar se zaščititi še da.

Turk I. (2010, str 39-40) opisuje kot pomemben element odličnosti organizacije ravno odnos in razmerje organizacije do naravnega okolja in pravi, da bi morala vsaka organizacija v svojih poslovnih procesih graditi okoljevarstvene ukrepe, določiti politiko do okolja in zagotoviti, da ustreza naravi in obsegu dejavnosti, proizvodov ali storitev in njihovim vplivom na okolje, da vključuje zavezanost k nenehnemu izboljševanju tehnologije v prid okolju in preprečevanju onesnaževanja, da vključuje zavezanost k izpolnjevanju zahtev in predpisov o okolju ter zahtev v katere je organizacija privolila, da je dokumentirana in se izvaja, da je predstavljena vsem zaposlenim in širši javnosti. Poslovna politika, ki upošteva zahteve okolja, bi morala opredeljevati namene in cilje glede varstva okolja, ki se nanašajo na preprečevanje in omejevanje nastajanja škodljivih vplivov dejavnosti, kakor tudi na njeno poznejše odpravljanje, zaviranje in blažitev posledic. Oblikovati mora strategije in taktike glede varstva okolja. Odličnost organizacije se kaže v celovitem uresničevanju pričakovanj v zvezi z okoljem.

5 Zaključek

V nas ostaja težnja po poznavanju preteklosti, po vedenju, kdo smo in od kod prihajamo. Zgodovina, poznavanje in raziskovanje preteklosti nam lahko na zanimiv način pojasni odgovor na marsikatero vprašanje. Arheologija se je v preteklosti izkazala kot močno orodje za definiranje teritorija, za krepitev povezave med prebivalstvom in njihovim ozemljem. Beseda *oikos*, ki je v antični Grčiji označevala gospodinjstvo in dom, je etimološka osnova za dva sodobna izraza; ekonomijo in ekologijo. Ta beseda bi lahko tudi v današnjem času simbolizirala medsebojno odvisnost in tesno povezanost gospodarskega razvoja z naravnim in kulturnim okoljem.

Partnerski model vodenja turizma je sestavljen iz treh subjektov, ki se med seboj prepletajo. Na začetku je potreben interes civilne družbe, ki vzpodbudi javni interes, ta pa prinese podjetniški interes. Osnovna vloga družbeno odgovornega vodenja novomeške občine pri pospeševanju turizma je zagotavljanje ugodnih pogojev za razvoj turizma, zagotavljanje javnega interesa pri razvoju lokalne turistične ponudbe glede na načela trajnostnega razvoja, uresničevanje strateške razvojne turistične politike na lokalni ravni ter zaščita naravnih kulturnih arheoloških spomenikov. Družbeno odgovorno delovanje občine za skrb in ohranitev arheološke kulturne dediščine preraste v družbeno odgovornost naroda.

Z uresnitvijo projekta Arheološkega parka Marof bi Novo mesto, njegovi prebivalci in turisti dobili urejen mestni park, ki bi hkrati trajno ohranil in v celoti dostojno prezentiral prelepi zeleni in arheološko bogati predel mesta, kjer bi sedanji in bodoči prebivalci s svojo

tradicionalno ustvarjalnostjo na vseh področjih lahko nadaljevali tradicijo svojih prednikov, ki so pred več kot 2500 leti kot svojevrstni umetniki predvsem s svojo situlsko umetnostjo trajno zaznamovali ta prostor in ga neločljivo povezali z evropsko zgodovino (govorimo o družbeni odgovornosti organizacije). Ureditev parkovnih površin bi Novemu mestu prinesla boljše pogoje za preživljanje prostega časa – govorimo o individualni družbeni odgovornosti, družbena odgovornost poklicnih skupin pa se kaže pri izobraževalni vlogi parka, saj bi ga obiskovali tako osnovnošolci, dijaki in študentje arheologije.

Reference

1. Bertonec, A. et al. (2011). *Trajnostni razvoj organizacije*; Ekonomski, družbeno politični in ekološki vidiki. Ljubljana: GV Založba.
2. Bukovec, B. (2012, str. 5, 113-130). 24. *Forum odličnosti in mojstrstva*. Novo mesto: Fakulteta za organizacijske študije.
3. Kozoderc, D. (2009). *Trajnovativnost; Novi izzivi družbene odgovornosti podjetij*. Ljubljana: Salve.
4. Porter, E. M. in Kramer, R. M. (2006, str. 78-93). *Strategy and Society. The link between competitive advantage and corporate social responsibility*. Harvard Business Review.
5. Potočan, V., Mulej, M. (2007). *Družbena odgovornost trajnostnega podjetja*. Kranj: Organizacija.
6. Spitzer A. (2012, str. 50-59). *Ustvarjanje odgovornih partnerstev v turizmu*. Novo mesto: Revija za univerzalno odličnost (RUO - letnik 1, številka 2).
7. Toth, G. (2008). *The Truly Responsible Enterprise; Resnično odgovorno podjetje*. Ljubljana: GV Založba.
8. Turk, I. (2010). *O osebnosti in poslovni odličnosti*. Ljubljana: Ekonomska knjižnica, Zveza ekonomistov Solenije.
9. Zadnik, T., Šmuc, S. (2007). *2. mednarodna konferenca Družbena odgovornost in izzivi časa*. Pridobljeno na: <http://irido.si/>

Anita Skubic je diplomirala na Ekonomsko poslovni fakulteti v Mariboru, smer Marketing. Sedaj je študentka magistrskega programa Management kakovosti na Fakulteti za organizacijske študije Novo mesto.

Abstract:

Research Question (RQ): Novo mesto with its surroundings is known to Slovenian and foreign professional and lay public for its prehistoric and historic remains, mainly from Bronze and Iron Age, from times as far as 1000 B.C. In the recent years tourism is considered to be one of the most growing economic service activities in the world. Tourism is a civilizational achievement of the modern era and one of the essential factors of economic development, therefore many countries emphasize the development of tourism as a strategic developmental direction. The question I proposed is whether the establishment of the archaeological park Marof would lead to a successful preservation of the archaeological findings and their presentation to the public hence proving socially responsible behaviour.

Purpose: The purpose of this article is to give an overview of home and foreign scientific literature dealing with social responsibility of companies and to present a good practice example.

Method: I used a descriptive research method, which is based on the studies of theoretical content and the use of pre-existing home and foreign scientific literature.

Results: The idea of the archaeological park Marof is presented as a social responsibility of the nation (the preservation of the archaeological cultural heritage), the social responsibility of the organization (offer for tourists), individual social responsibility (quality spent free time), social responsibility of the professionals involved (archaeologists and other professionals).

Organization: Museums are public cultural institutions concerned with the preservation of the mobile cultural heritage. The main activities of museum do not only involve collecting, sorting, listing, researching and preserving of this heritage but also presenting the collected material to the public. This presentation normally takes place through permanent and special archaeological exhibitions. In this case however the material would be presented in situ on the spot where it was first found and excavated – in archaeological park Marof.

Society: Educational, culturally entertaining and social emotional experiences would be offered to the visitors of the archaeological park Marof.

Originality: The originality of this article stems from the lack of studies on this particular topic. Consequently this article leads to an opening of many possibilities for further research and thinking.

Limitations/Future Research: In this review article I limited myself to an overview of scientific literature. In the future I could compare the gathered results with research that has already been done in this research area.

Keywords: social responsibility, museum, archaeological park, cultural heritage