

# POROČANJE O DRUŽBENO ODGOVORNEM POSLOVANJU JE PREDNOST



Članska podjetja Združenja kovinske industrije, ki poslujejo na globalnem trgu, se že mnogo let srečujejo s konkurenčno prednostjo, ki jo velikim korporacijam prinaša trajnostno poslovanje.

Že prvi pogled na lestvice najbolj trajnostnih podjetij na svetu pokaže, da je ta sestavljena iz najbolj uspešnih gospodarskih družb, ki ustvarjajo največje dobičke. Med njimi so tako globalne korporacije kot tudi manjša podjetja, ki ponujajo tako storitve kot proizvode. Skupna jim je dolgoročna in celostna skrb za vire, ki izhajajo iz naravnega in družbenega okolja, ob trajni finančni vzdržnosti.

Nekatere od zahtev po varovanju okolja so zajete že v regulativi in z upoštevanjem teh omejitev se podjetja ognejo kaznim, odškodninam, stroškom tožb, motnjam v proizvodnji in prodaji zaradi izrednih inšpekcij in drugim tveganjem. Zaradi čedalje

večje osveščenosti kupcev, sprememb v vrednotah potrošnikov, premika od kakovosti in cene izdelkov in storitev kot glavnega merila potrošnikov k zaupanju in zvestobi blagovni znamki, čedalje večjega povpraševanja po etičnih izdelkih ter družbene in ekološke osveščenosti potrošnikov se spreminjajo tudi pričakovana ravnanja in vedenja podjetij. Če potrebe in pričakovanja naših ključnih deležnikov pravilno naslavljamo, pridobimo njihovo zvestobo in zaupanje, v nasprotnem primeru pa tvegamo padec ugleda ter izgubo tržnega deleža in poslovnih partnerjev.

Pričakovanja družbe se nenehno spreminjajo in tako se dviga tudi standard korporativnega vedenja, ki ga družba od podjetja sprva želi, nato pričakuje, sčasoma pa tudi zahteva. S trajnostno naravnanimi poslovnimi in proizvodnimi procesi si je veliko podjetij uspelo ustvariti prepoznavnost in s tem tudi konkurenčno prednost.

Raste razumevanje, da poslovanje podjetja vpliva na okolje, družbo in ekonomijo in je zato posebna odgovornost vsakega podjetja, da te vplive obvladuje.

Družbena odgovornost, skupaj z okoljsko in ekonomsko trajnimi aktivnostmi, mora zato tvoriti temelj poslovne strategije vsakega uspešnega podjetja ter se mora izvajati na sistematičen način, saj postaja trajnostno delovanje modus operandi, ki ga od podjetja pričakujejo tako zaposleni in dobavitelji kot tudi kupci in drugi deležniki.

Pričujoča publikacija podaja usmeritve in odgovore na vprašanja, kaj sploh je družbeno odgovorno poslovanje in kako naj podjetja zastavijo svoje aktivnosti, da bodo le-te kar najboljše naslavliale potrebe in pričakovanja njihovih ključnih deležnikov. V njej so strnjena tudi spoznanja, izkušnje in dobre prakse članskih podjetij, ki uspešno vključujejo trajnostno naravnane aktivnosti v svoje vsakodnevno poslovanje in se zavedajo, da je ključ vseh poslovnih procesov poznavanje, razumevanje, upoštevanje in upravljanje pričakovanj in potreb ključnih deležnikov.

**mag. Janja Neja Petkovšek, u.d.i.s**  
direktorica Združenja kovinske industrije  
podpredsednica sveta SRIP MATPRO

POROČANJE O DRUŽBENO ODGOVORNEM POSLOVANJU JE PREDNOST

Izdalo in založilo: GZS-Združenje kovinske industrije  
Dimičeva 13, 1504 Ljubljana

Vsebina: mag. Janja Petkovšek, Petra Flerin  
Oblikovanje: Katarina Kranjc  
Tisk: Birografika Bori d.o.o.  
Naklada: 200 izvodov  
Ljubljana, junij 2018

CIP - Kataložni zapis o publikaciji  
Narodna in univerzitetna knjižnica, Ljubljana

005.35

PETKOVŠEK, Janja  
Poročanje o družbeno odgovornem poslovanju je prednost / [vsebina Janja Petkovšek, Petra Flerin]. - Ljubljana : GZS - Združenje kovinske industrije, 2018

ISBN 978-961-6986-27-4  
1. Gl. stv. nasl. 2. Flerin, Petra  
295358464

POROČANJE O  
DRUŽBENO  
ODGOVORNEM  
POSLOVANJU JE **PREDNOST**

---

Eden izmed ciljev Strateškega razvojno-inovacijskega partnerstva Materiali kot končni produkti (SRIP MATPRO) je tudi spodbujanje družbeno odgovornih politik in prenos informacij, ki bodo podjetjem pri tem v pomoč. Temu je namenjen tudi priročnik »Poročanje o družbeno odgovornem poslovanju je prednost« avtorice mag. Janje Neje Petkovšek, prvi iz trilogije, ki bo pokrivala še okoljski in ekonomski vidik. Priročnik je namenjen nudenju strokovne podpore ter izmenjavi dobrih praks in informacij, povezanih z dejavnostmi na področju izvajanja družbeno odgovornih politik. Osredotočen je na štiri ciljne skupine: člane SRIP-a MATPRO, nosilce verig vrednosti, člane verig vrednosti ter člane obeh združenj v Svetu SRIP-a MATPRO, GZS-Združenja kovinskih materialov in nekovin in GZS-Združenja kovinske industrije.

V razvitem svetu družbeno odgovorno delovanje postaja vedno bolj pomembno. V Evropski uniji so bili temelji za promocijo družbene odgovornosti zastavljeni v Zeleni knjigi (Green Paper on Promoting a European Framework for CSR) iz leta 2001. V njej je opredeljena družbena odgovornost podjetij kot »...koncept, po katerem se podjetja prostovoljno odločijo, da bodo prispevala svoj delež k boljši družbi in čistejšemu okolju«. V današnjem času potrošniki, delničarji in finančne skupnosti, zaposleni, pogodbeni partnerji, vlada, širša družbena skupnost, nevladne organizacije in drugi deležniki zahtevajo, da so organizacije odgovorne za vplive na družbo in okolje in da o svojem ravnanju na tem področju tudi poročajo.

Koncept družbene odgovornosti je povezan z delovanjem podjetja kot celote (tj. vodstva in zaposlenih) tako navznoter kot navzven. Pri tem je potrebno upoštevati interese različnih deležnikov, ki so aktivno vključeni v dejavnosti in upravljanje podjetja, kot so zaposleni, kupci in dobavitelji ter okolja, v katerem deluje. V jedru koncepta leži prizadevanje za ustvarjanje blaginje ali skupnega dobrega in za etično delovanje, ki zadovoljuje potrebe trenutnih generacij, ne da bi bile pri tem ogrožene možnosti za zadovoljevanje potreb prihodnjih generacij, ter označuje premik k poslovanju v dobro celotnega podjetja in ne le lastnikov ali delničarjev. V svojem bistvu zajema prizadevanje za izvajanje politike, sprejemanje odločitev in zavzemanje za tiste dejavnosti, ki so v skladu s pričakovanji in vrednotami družbe. Z odgovornim in trajnostnim odnosom se večja zadovoljstvo in s tem tudi zvestoba zaposlenih, izboljšuje odnos z deležniki, krepi vloga podjetja v lokalni skupnosti, izboljšuje predvidevanje in upravljanje tveganj. Za podjetja to dolgoročno pomeni, da povečujejo svojo konkurenčno prednost in izboljšujejo svoj poslovni izid.

**Vesna Nahtigal**

krovna koordinatorica sveta SRIP MATPRO

## Naj bo družbena trajnost način življenja

---

Globalni trendi nakazujejo, da poslovni modeli podjetij, ki bazirajo na trajnosti, na trgu ustvarjajo vedno višjo dodano vrednost. Z uvajanjem trajnostnih poslovnih modelov si podjetja prizadevamo za doseganje odličnosti na področju pozitivnih družbenih, okoljskih in gospodarskih učinkov, preko njih pa tudi na večanje poslovne uspešnosti.

Kot smo zapisali v akcijski načrt SRIP MATPRO, se koncept družbene odgovornosti veže na delovanje podjetja kot celote. V jedru koncepta leži prizadevanje za ustvarjanje blaginje ali skupnega dobrega in za etično delovanje, ki zadovoljuje potrebe trenutnih generacij, ne da bi bili pri tem ogrožene možnosti za zadovoljevanje potreb prihodnjih generacij, ter označuje premik k poslovanju v dobro celotnega podjetja in ne le lastnikov in delničarjev. Z odgovornim in trajnostnim odnosom se večja zadovoljstvo in s tem tudi zvestoba zaposlenih, izboljšuje odnos z deležniki, krepi vloga podjetja v lokalni skupnosti, izboljšuje predvidevanje in upravljanje tveganj ter s tem na dolgi rok tudi večja konkurenčno prednost podjetja in izboljšuje njegov poslovni izid.

Družbena odgovornost je obveza, ki jo v skupini Talum predano izpolnujemo, saj se zavedamo, da organizacija ni ločena od prostora, v katerem deluje. V Talumu s trajnostnimi projekti uresničujemo svoje zaveze do varovanja okolja, skrbi za zaposlene ter za ožjo in širšo skupnost, v kateri delujemo, odgovornih poslovnih odnosov do partnerjev in do doseganja drugih vidikov

poslovne odličnosti. Sodimo med energijsko najbolj učinkovite proizvajalce aluminija na svetu, svojim sodelavcem pa skušamo zagotavljati najboljše možne pogoje za delo in razvoj. Poslovno odličnost dosegamo z negovanjem korektnih in transparentnih partnerskih odnosov z deležniki in razvojem izdelkov, ki tudi našim partnerjem omogočajo trajnostno delovanje. V Talumu so načela trajnostnega razvoja del strategije, verige vrednosti in procesov. Trajnost je ključni poudarek naše korporativne strategije.

Temelj trajnostnega poslovanje je torej odgovornost do vseh s katerimi smo v stiku tako podjetja kot tudi posamezniki. Odgovornost v Talumu sestavlja mozaik vrednot, ki nas povezujejo ter nam pomagajo razumeti različnost in presegati poslovne izzive sodobnega časa s sodelovanjem in poslušanjem za potrebe vseh generacij. Želim si, da bi čim več podjetij stopalo po tej poti.

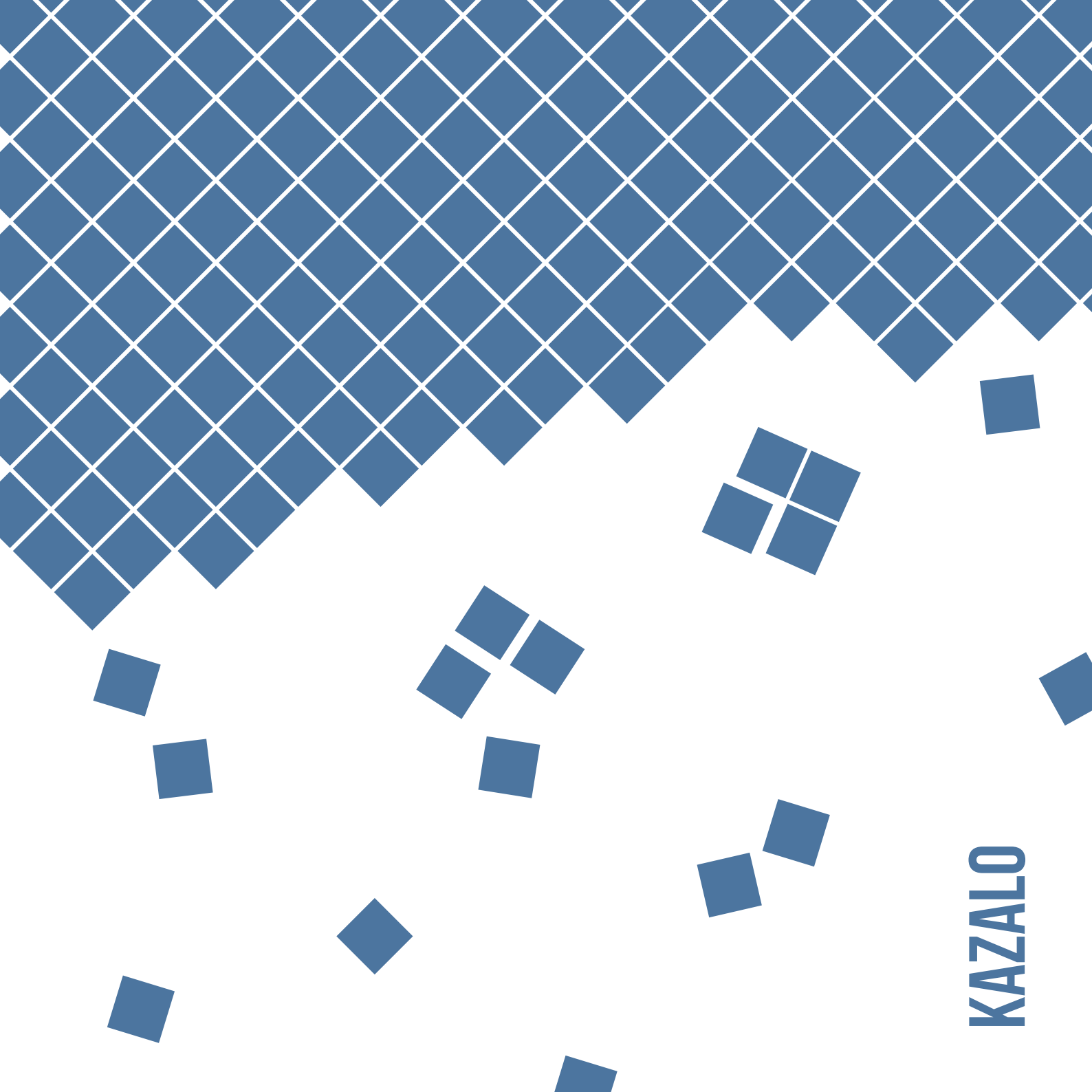
Priročniku Trajnost = prednost mag. Janje Neje Petkovšek želim uspešno pot med bralce. Prepričan sem, da nam bo koristen pripomoček na poti v družbeno trajnost.

**Marko Drobnič**

predsednik uprave Talum d. d.  
predsednik Sveta SRIP MATPRO



|                                                            |    |
|------------------------------------------------------------|----|
| 1. TRAJNOSTNO POSLOVANJE — DRUŽBENI VIDIK                  | 8  |
| 2. ZAKAJ JE DRUŽBENA TRAJNOST POMEMBNA ZA PODJETJE         | 11 |
| 3. KAKO TO POČNO VODILNA PODJETJA                          | 17 |
| 4. KAKO RAZVITI TRAJNOSTNI POSLOVNI MODEL                  | 20 |
| 5. DELEŽNIKI IN NJIHOV POMEN                               | 25 |
| 6. KAZALNIKI DRUŽBENE ODGOVORNOSTI                         | 30 |
| 7. TRAJNOSTNO POROČANJE                                    | 34 |
| 8. OBVEZNO NEFINANČNO POROČANJE V EVROPSKIH DRŽAVAH        | 40 |
| 9. STANDARDI IN PROTOKOLI ZA PRESOJO DRUŽBENE ODGOVORNOSTI | 72 |
| 10. DOBRE PRAKSE                                           | 81 |
| 11. VIRI                                                   | 93 |



**KAZALO**

## 1. TRAJNOSTNO POSLOVANJE – DRUŽBENI VIDIK

V preteklosti je veljalo, da je glavni cilj podjetij ustvarjanje dobička in da v svojem delovanju odgovarjajo predvsem lastnikom oziroma delničarjem. Dobiček danes še zdaleč ni več edino merilo uspešnosti podjetij, ki so čedalje bolj vpeta v družbeno in naravno okolje, v katerem delujejo. Če je še včeraj veljalo, da so poslovne odločitve pretežno podrejene finančnim interesom, je danes eno ključnih načel vodenja podjetij **trajnostno upravljanje**, ki upošteva interese najrazličnejših deležnikov in interesnih skupin kot tudi okoljsko in gospodarsko vlogo podjetij. S tem želijo podjetja vzpostaviti optimalno sodelovanje vseh ključnih deležnikov (tj. vseh posameznikov, skupine ljudi in organizacij, ki lahko vplivajo na podjetje ali so pod njegovim vplivom) ter zagotoviti harmonijo njihovih interesov pri sprejemanju upravljavskih odločitev na dolgi rok.

Podjetja s svojim delovanjem soustvarjajo družbeno realnost, v kateri delujejo. Zato postaja družbeno odgovorno ravnanje poleg ekonomske in okoljske trajnosti čedalje bolj pomemben temelj, na katerem podjetja razvijajo svojo družbeno vlogo kot ključni igralci v vzpostavljanju etične in socialno odgovorne družbe. Vpliv podjetja na družbo je odvisen od tega, kaj proizvaja ter kako kupuje in prodaja, tj. ali ustvarja s svojimi izdelki in storitvami vrednost ali škodo za okolje ter ali posluje na etičen in transparenten način. Zaradi čedalje večje **osveščenosti kupcev, sprememb v vrednotah potrošnikov, premika od kakovosti in cene izdelkov in storitev kot glavnega merila potrošnikov k zaupanju in zvestobi blagovni znamki,**

**čedalje večjega povpraševanja po etičnih izdelkih ter družbene in ekološke osveščenosti potrošnikov** se podjetja zavedajo, da je za njihov uspeh bistvenega pomena etično in trajnostno delovanje, uspešno in učinkovito vodstveno upravljanje ter sprejemanje ukrepov za socialno odgovoren odnos do vseh deležnikov podjetja ali na kratko **družbeno odgovorno poslovanje**. S tem bistveno prispevajo k celostnemu poslovnemu zdravju podjetja ter aktivno sooblikujejo družbeno in naravno okolje, v katerem delujejo.

Koncept družbene odgovornosti se veže na delovanje podjetja kot celote, tj. njegovega vodstva in zaposlenih, tako interno kot navzven, z upoštevanjem interesa različnih deležnikov, ki so aktivno vključeni v dejavnosti in upravljanje podjetja, kot so zaposleni, kupci in dobavitelji, kot tudi okolja, v katerem deluje. V jedru koncepta leži **prizadevanje za ustvarjanje blaginje ali skupnega dobrega ter za etično delovanje, ki zadovoljuje potrebe trenutnih generacij, ne da bi bile pri tem ogrožene možnosti za zadovoljevanje potreb prihodnjih generacij**. To označuje premik k poslovanju v dobro vseh deležnikov podjetja in ne le lastnikov oziroma delničarjev. V samem bistvu pomeni prizadevanje za izvajanje politik, sprejemanje odločitev in zavzemanje za tiste dejavnosti, ki so v skladu s pričakovanji in vrednotami družbe.

Čeprav številna slovenska podjetja že od nekdaj skrbijo za svoje zaposlene, sodelujejo s skupnostjo in okoljem ter pri svojem delovanju upoštevajo različne interesne skupine, se je pomen družbene odgovornosti kot

celostnega koncepta vključevanja interesov različnih deležnikov v strategijo delovanja podjetja pri nas dobro uveljavil šele v zadnjem času. Tako kot drugod po svetu se tudi pri nas družbeni odgovornosti bolj posvečajo podjetja z dobro uveljavljenimi blagovnimi znamkami. Vendar družbena odgovornost nikakor ni le domena velikih podjetij, saj se k družbeno odgovornem poslovanju in družbeni trajnosti čedalje bolj zavezujejo tudi majhna in srednje velika podjetja, ki glavne prednosti vidijo v krepitvi lojalnosti kupcev in izboljšanju odnosov z deležniki, glavno oviro pri izvajanju pa v pomanjkanju sredstev. Različne družbeno odgovorne aktivnosti po raziskavah sicer izvajata dve tretjini slovenskih podjetij, kar presega evropsko povprečje (49 %).

### Kaj je značilno za družbeno odgovornost?

Družbena odgovornost ni altruistično ravnanje niti promocijsko orodje za izboljšanje podobe podjetja, temveč način upravljanja, ki temelji na sodelovanju in preglednem poslovanju. Podjetja se čedalje bolj zavedajo **prednosti, ki jih prinaša družbeno odgovoren odnos do notranjih in zunanjih deležnikov – torej do zaposlenih, dobaviteljev, kupcev in nenazadnje tudi do lokalne in širše skupnosti.** Z vlaganjem v takšne odnose se večja zadovoljstvo in s tem tudi zvestoba zaposlenih, izboljšuje se odnos z deležniki, krepí se vloga podjetja v lokalni skupnosti, izboljšuje se predvidevanje in upravljanje tveganj ter s tem na dolgi rok tudi konkurenčna prednost in poslovni izid podjetja.

### Če strnemo, je za družbeno odgovornost značilna:

- odgovorna poslovna praksa,
- zavzemanje za prostovoljne pobude, ki presegajo pravne in pogodbene zahteve,

- vključevanje družbeno odgovornih aktivnosti v poslovni načrt in upravljanje podjetja,
- opredelitev trajnostnih ukrepov in aktivnosti za različne interesne skupine podjetja,
- usklajevanje finančnih, socialnih in okoljskih koristi za izboljšanje celovite konkurenčne pozicije podjetja.

Koncept družbene odgovornosti se izmika natančni opredelitvi, ker je odvisen od **časovnega in situacijskega konteksta**, v katerem se družbeno odgovorna aktivnost ali ukrep pojavlja. To, kar danes pojmuje kot družbeno odgovorno naravnost podjetja, bo sčasoma postalo norma in bo z institucionalizacijo prešlo v okvire običajne vsakdanje prakse. Pričakovanja družbe se nenehno spreminjajo in tako se **dviga tudi standard korporativnega vedenja**, ki ga družba od podjetja sprva sprejema, nato

V PRETEKLOSTI JE VELJALO, DA JE GLAVNI CILJ PODJETIJ USTVARJANJE DOBIČKA IN DA V SVOJEM DELOVANJU ODGOVARJAJO PREDVSEM LASTNIKOM OZIROMA DELNICAŘEM. DOBIČEK DANES ŠE ZDALEČ NI VEČ EDINO MERILO USPEŠNOSTI PODJETIJ, KI SO ČEDALJE BOLJ VPETA V DRUŽBENO IN NARAVNO OKOLJE, V KATEREM DELUJEJO.

pričakuje, sčasoma pa tudi zahteva. Časovni in situacijski kontekst vplivata tudi na korelacijo med družbeno odgovornostjo in dobičkonosnostjo podjetja. Ko se določeno družbeno odgovorno ravnanje institucionalizira, postane obvezno za vsa podjetja, kar vpliva tudi na gibanje stroškov za vsa podjetja. Po drugi strani pa z »nujnostjo« družbeno odgovorno ravnanje izgubi svojo trajnostno dimenzijo in postane običajno. Zato morajo podjetja, ki želijo biti zaznana kot družbeno odgovorna, svojo strategijo stalno prilagajati in iskati nove družbeno odgovorne pristope, kar je povezano z višjimi stroški. **Koncept družbene odgovornosti se torej nenehno razvija in predstavlja različen pojem različnim ljudem in organizacijam v različnem časovnem in situacijskem kontekstu.**

### **Poročanje o družbeni odgovornosti**

Bistveni del celostne strategije družbeno odgovornega razvoja tvori **obveščanje zaposlenih in vseh drugih interesnih skupin o odgovornosti podjetja do širšega družbenega okolja**, saj na ta način različni deležniki prejmejo ključne informacije o odgovornih praksah podjetja ter s tem tudi ključne informacije o njegovih izdelkih in storitvah, podjetje pa tako gradi dolgoročne pozitivne odnose z vsemi deležniki, od katerih je odvisen uspeh in obstoj celotnega korporativnega ekosistema.

Ključnega pomena za zagotavljanje razvidnosti delovanja podjetja je **trajnostno poročanje**. Tovrstno poročanje je orodje za verodostojno komunikacijo z vsemi deležniki podjetja, od vlagateljev in kupcev do drugih interesnih skupin, ter se čedalje bolj uveljavlja kot pričakovana dopolnitev finančnih poročil o uspešnosti podjetja. Zaradi pogostih primerov okoljske in družbene neodgovornosti podjetij ter različnih

finančnih škandalov kot posledica dolgotrajnih manipulacij z računovodskimi izkazi se je razvilo nezaupanje v računovodska poročila, ki tako ne zadovoljujejo več potreb in pričakovanj današnje družbe. Trajnostno poročanje je torej način za transparentno in razvidno razkrivanje tudi nefinančnih podatkov o poslovanju podjetja, ki pomaga graditi pozitivne odnose z različnimi deležniki in razkriva celovito podobo podjetja kot indikator njegovega razvoja.

Prosta izbira podjetij o načinu in kazalnikih nefinančnega poročanja pa prinaša strah pred pozitivno pristranskostjo tovrstnih poročil, ki lahko selektivno razkrivajo zgolj pozitivne vidike družbene odgovornosti podjetja, namenoma pa zanemarjajo slabe kazalnike ali tiste, pri katerih je podjetje v primerjavi s predhodnimi leti nazadovalo. Pregled nefinančnih poročil slovenskih podjetij kaže, da poleg tega pogosto ne opredeljujejo **tveganj in načrtovanih ukrepov za njihovo obvladovanje**, s čimer bi dosegli večjo transparentnost, okrepili zaupanje deležnikov in s tem povečali privlačnost za investitorje, ki jih zanima realna slika podjetja. Detekcija tveganj in njihovo obvladovanje namreč postajata čedalje bolj pomemben element nefinančnih poročil.

Zaradi potrebe po primerljivosti in transparentnosti poročil so se zato v zadnjih desetletjih oblikovali različni **standardi trajnostnega poročanja**, ki nadgrajujejo obstoječe modele poročanja o ekonomskih in okoljskih kazalnikih tudi z družbenim vidikom. Naraščajoče prizadevanje podjetij za družbeno odgovorno delovanje je spodbudilo tudi uvedbo novih **nagrad, certifikatov in natečajev** ter kazalnikov za merjenje družbeno odgovornih aktivnosti in ukrepov podjetij.

## 2. ZAKAJ JE DRUŽBENA TRAJNOST POMEMBNA ZA PODJETJE

---

Za družbeno odgovornost velja, da naj bi področje pogosto naletelo na nerazumevanje in neodobravanje pri vodstvu. Marsikatero vodstvo naj bi družbeno odgovorno udejstvovanje videlo kot potratu sredstev in časa ter ga razumelo kot tvegano poslovno potezo, saj bi prerazporeditev sredstev lahko ogrozila dobičkonosnost in s tem konkurenčni položaj podjetja. Še eno slabost naj bi videli v tem, da učinkov družbene trajnosti ni mogoče zanesljivo izmeriti in ovrednotiti.

Vendar številni primeri dokazujejo, da zagotavlja finančna uspešnost podjetja njegov obstoj le na kratek rok. Za doseganje dolgoročnih učinkov je potrebno strategijo podjetja oblikovati trajnostno, saj igrajo interesi deležnikov, ki poganjajo delovanje celotnega podjetja, pomembno vlogo pri uspešnosti podjetja, zato postaja zadovoljevanje potreb in interesov deležnikov imperativ, ne več samo izbira. Družbena odgovornost predstavlja dobro poslovno strategijo podjetja in je dober kazalec dolgoročne uspešnosti podjetja.

### **Glavni argumenti nasprotnikov izvajanja družbene odgovornosti so:**

-V skladu s tradicionalno korporativno doktrino je glavna naloga podjetja ustvarjanje in maksimiranje dobička. Podjetja so odgovorna izključno lastnikom oziroma delničarjem in vse poslovne odločitve so podrejene njihovemu interesu. V relaciji do zaposlenih je podjetje obvezano zadovoljevati le njihove materialne interese. Reševanje socialnih

problemov ni v domeni podjetja, saj je za to pristojen posameznik oziroma država.

- Vodstvo podjetij tudi ni usposobljeno za reševanje socialnih vprašanj, saj jim primanjkuje potrebnega znanja, zato bi se morale s temi vprašanji ukvarjati pristojne organizacije in institucije. Primarna naloga vodstva je upravljanje finančnega in strateškega delovanja podjetja.
- Z načrtovanjem in izvajanjem družbeno odgovornih ukrepov in aktivnosti podjetje zmanjša osredotočenost na primarno dejavnost podjetja, tj. ustvarjanje dobička.
- Na ta račun se oslabi konkurenčni položaj podjetja, kar predstavlja enega glavnih argumentov proti izvajanju družbene odgovornosti.
- Pojavlja se tudi argument, da imajo podjetja že tako veliko moč in da jim ni smiselno dodeljevati še dodatne družbene moči, ki jim jo prinese izvajanje tovrstnih aktivnosti.

**Vendar na drugi strani obstaja množica dokazanih protargumentov, ki tehtnico prevešajo v prid družbeni odgovornosti:**

- + Dobro je, da imajo podjetja pomembno vlogo v družbi, saj so podjetja tista, ki lahko najbolj učinkovito prepoznavajo potrebe širše družbe in tudi oblikujejo ustrezne rešitve z družbenimi pobudami, inovativnimi rešitvami skupnih izzivov in dobrimi odnosi s skupnostjo in oblastmi.
- + Proaktiven preventivni pristop k reševanju družbenih problemov je bolj učinkovit in cenejši kot kurativno delovanje in reagiranja na probleme šele takrat, ko se pojavijo.
- + Pričakovanja in vrednote potrošnikov se spreminjajo. Družba od podjetij danes pričakuje, da bodo ne le ustvarjala delovna mesta, temveč tudi aktivno prevzela vlogo spodbujevalcev dobrih družbenih praks, da bodo prevzela odgovornost za zaposlene, lokalne skupnosti in druge interesne skupine ter da bodo v svojem razvoju delovala etično in trajnostno, četudi na račun dobička. Raziskave kažejo, da so različni deležniki, kot so zaposleni, kupci in vlagatelji, pripravljeni nagraditi družbeno odgovorna podjetja s svojo zvestobo in jo nasprotno odreči tistim podjetjem, ki ne izpolnjujejo njihovih pričakovanj po družbeno odgovornem ravnanju. Velika večina kupcev je pripravljena zamenjati blagovno znamko, če deluje konkurenčna blagovna znamka primerljive kakovosti in cene v odnosu do družbe bolj odgovorno, ter bojkotirati nakup izdelka ali storitve podjetja, ki izkazuje družbeno neodgovorno držo. Zato je postala družbena odgovornost za podjetja pomemben faktor, ki ga morajo upoštevati, če želijo izpolniti

pričakovanja potrošnikov.

- + Družbena odgovornost torej krepi zvestobo kupcev, ki na ta način postajajo ambasadorji družbeno odgovornih blagovnih znamk (pozitivna naravnost, promocija od ust do ust, pripravljenost plačati več za družbeno pravičen izdelek).
- + Čeprav je glavni namen družbene trajnosti razvijanje pozitivnih odnosov z deležniki in prispevanje k širši družbeni blaginji, prinaša družbeno odgovorno delovanje podjetjem tudi številne poslovne koristi. Več kot 120 študij o povezavi finančne in družbene uspešnosti podjetij večinoma kaže pozitivno korelacijo med obema kazalnikoma. To dokazuje, da družbena odgovornost povečuje konkurenčnost podjetij.
- + Družbeno odgovorna podjetja so poleg tega zmožna pridobiti in obdržati boljši kader, zaposleni pa so zaradi vključevanja njihovih interesov v delovanje podjetja bolj zadovoljni, predani in motivirani, kar povečuje njihovo produktivnost, kakovost izdelkov in storitev ter konkurenčnost podjetij.
- + Družbena odgovornost izboljšuje komunikacijo v podjetju in spodbuja skupne vrednote, kar krepi kulturo podjetja.
- + Podjetja lahko z družbeno odgovornim delovanjem zmanjšajo stroške (npr. v povezavi z zaposlenimi, preventivni ukrepi) ter povečajo prihodke (zvestoba kupcev, kakovost izdelkov in storitev), kar izboljšuje poslovni izid podjetja. Prav tako lahko vlaganje v dobre odnose z lokalno skupnostjo podjetju pomaga pridobivati davčne olajšave, minimiranje rokov upravnih postopkov, ...

- + Podjetje svoj konkurenčni položaj z družbeno odgovornostjo izboljšuje tudi tako, da se profilira in loči od konkurence, s čimer pridobiva nove kupce, utrjuje svojo blagovno znamko ter izboljšuje javno podobo, ugled in legitimnost podjetja.
- + Vlagatelji so pripravljeni vlagati več v družbeno odgovorna podjetja, saj družbeno odgovorno delovanje zvišuje dolgoročno vrednost podjetja, preventivno in proaktivno delovanje pa zmanjšuje stroške in tveganja podjetja, kar krepi zaupanje potencialnih in obstoječih investorjev ter odpira nove poslovne priložnosti.
- + Družbena odgovornost prispeva k močnejšim dobavnim verigam. Podjetja, ki v svojem delovanju in poslovanju niso družbeno odgovorna, tvegajo, da bodo dali dobavitelji prednost družbeno odgovornim konkurentom.
- + S povezovanjem interesov različnih deležnikov lahko podjetje najde tudi številne sinergije.



| DELEŽNIKI                                             | KORISTI                                                                                                                                                                                                                                                      | STROŠKI                                                                                                                                                                                   |
|-------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>DIREKTORJI</b><br><hr/> <b>LASTNIKI/DELNIČARJI</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- večja neodvisnost</li> <li>- pridobitev družbeno odgovornih vlagateljev</li> </ul>                                                                                                                                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- več sestankov</li> <li>- povečani stroški poročanja in zahtevane transparentnosti</li> </ul>                                                     |
| <b>MANAGERJI</b>                                      | <ul style="list-style-type: none"> <li>- boljši standardi upravljanja s človeškimi viri vodijo k večji motiviranosti</li> <li>- pridobivanje večjega zavedanja o etičnih tematikah skozi fokusne skupine, kar vodi k večjemu zaupanju v zaposlene</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- dvig stroškov za izobraževanje s področja etike in medosebnih odnosov</li> <li>- organizacija in izvedba fokusnih skupin in poročanje</li> </ul> |
| <b>ZAPOSLENI</b>                                      | <ul style="list-style-type: none"> <li>- večja produktivnost</li> <li>- izboljšanje internega komuniciranja</li> <li>- manj preprirov in stavk</li> <li>- pridobivanje motiviranega in predanega kadra</li> </ul>                                            | <ul style="list-style-type: none"> <li>- stroški izobraževanja s področja etike</li> </ul>                                                                                                |

|                                         |                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                    |
|-----------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>STRANKE/POTROŠNIKI</b>               | <ul style="list-style-type: none"> <li>- večja privlačnost za družbeno ozaveščene kupce</li> <li>- manj sporov in pritožb</li> <li>- povečan ugled</li> <li>- prepoznavnost in privlačnost blagovne znamke</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- več sestankov</li> <li>- povečani stroški poročanja in zahtevane transparentnosti</li> </ul>                                              |
| <b>DOBAVITELJI, POGODBENI PARTNERJI</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- višja kakovost vložkov</li> </ul>                                                                                                                                            | <ul style="list-style-type: none"> <li>- stroški vložkov lahko kratkoročno narastejo</li> </ul>                                                                                    |
| <b>LOKALNA SKUPNOST</b>                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>- dovzetnost za nove investicije</li> <li>- povečanje javnega ugleda</li> </ul>                                                                                                | <ul style="list-style-type: none"> <li>- nenehna interakcija s skupnostjo</li> <li>- priprava poročila o družbeni odgovornosti</li> <li>- stalno spremljanje aktivnosti</li> </ul> |
| <b>VLADA</b><br><hr/> <b>OKOLJE</b>     | <ul style="list-style-type: none"> <li>- večje zaupanje v podjetje</li> <li>- manj pravnih sporov</li> <li>- manj javnih sporov</li> <li>- večji ugled v javnosti</li> </ul>                                          | <ul style="list-style-type: none"> <li>- stroški prilagajanja novim predpisom</li> <li>- investicije v trajnostne programe</li> </ul>                                              |

Tabela 1: Koristi in stroški družbeno odgovorne politike za podjetja  
Vir: Merčun, T., 2007: Družbeno poročanje v Sloveniji. Magistrsko delo. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.

**KLJUČNEGA POMENA PRI VPELJAVI  
DRUŽBENE ODGOVORNOSTI V PODJETJE JE  
SYSTEMATIČNOST IN DOSLEDNOST TAKO V  
DELOVANJU KOT TUDI V POROČANJU.**

Zaključimo lahko, da se konkurenčnost in družbena odgovornost podjetij na dolgi rok ne izključujeta. Kratkoročno prinaša vpeljava družbene odgovorne politike določene dodatne stroške, ki pa se na dolgi rok podjetju povrnejo in pomenijo konkurenčno prednost, zato vse koristi, ki izhajajo iz družbeno odgovorne politike podjetja, prispevajo k dvigovanju konkurenčnosti podjetja – govorimo o t. i. odgovorni konkurenčnosti, ki spodbuja zdravo tekmovanje med podjetji, pri katerem imajo koristi vse strani (t. i. »win-win« odnos). Ključnega pomena pri vpeljavi družbene odgovornosti v podjetje je sistematičnost in doslednost tako v delovanju kot tudi v poročanju.

### 3. KAKO TO POČNO VODILNA PODJETJA

---

Raziskovalno podjetje Corporate Knights iz Toronta vsako leto opravi obširno raziskavo z namenom prepoznavanja najbolj trajnostnih podjetij na svetu glede na dvanajst kvantitativnih indikatorjev, ki se navezujejo tako na okoljske in ekonomske kot tudi družbene vidike poslovanja podjetja. Med drugim preučujejo, kako podjetja upravljajo z energijo in odpadki, kolikšen je njihov ogljični odtis, koliko izdatkov namenijo za inovacije, kako raznolik je njihov vodstveni kader, s katerimi dobavitelji sodelujejo in kakšna je fluktuacija zaposlenih.

#### Najvišja mesta znotraj predelovalnega sektorja so v letu 2018 zasedla naslednja podjetja:

**1. VALEO (Francija):** Francoski avtomobilski dobavitelj si je mesto na vrhu lestvice zaslužil s proizvodnjo inovativnih rešitev za zmanjševanje emisij. Delovanje podjetja temelji na etičnosti, transparentnosti, profesionalnosti in ekipnem delu, ki na prvo mesto postavlja načelo spoštovanja in vključevanja. Podjetje je že četrto leto zapored prejelo certifikat »Najboljši zaposlovalec« v 24 državah sveta. Njihova politika trajnostnega razvoja temelji na štirih stebrih: inovativne rešitve za mobilnost, okolje, zaposleni in družba. Več: <https://www.valeo.com/en/sustainability/>

**2. OUTOTEC (Finska):** Podjetje Outotec, ki razvija energetske učinkovite tehnologije in rešitve, se je uvrstilo na lestvico najbolj trajnostnih podjetij na svetu že šesto leto zapored. V svojih letnih

poročilih o nefinančnih kazalnikih, pripravljenih v skladu s smernicami GRI, dokazujejo pozitivne učinke avtomatizacije in digitalizacije na trajnostno uporabo naravnih virov. Njihovi glavni dosežki v letu 2017 na področju trajnosti so bili oblikovanje strategije skupaj z vsemi zaposlenimi, večja varnostna uspešnost, zvišanje indeksa vključenosti zaposlenih za znatnih 18 %, njihove stranke pa so s pomočjo njihovih inovativnih tehnologij uspele zmanjšati emisije CO<sub>2</sub> za 6.2 milijona ton. Več: <https://www.outotec.com/company/sustainability/>

**3. SIEMENS (Nemčija):** Nemški konglomerat Siemens AG, največje inženirsko podjetje v Evropi, se je v letu 2018 vnovič povzpел na vrh lestvice najbolj trajnostnih podjetij, saj je v vseh opazovanih kategorijah izkazal izjemne rezultate. Za kvantitativno vrednotenje družbenega učinka in prispevanja k ciljem trajnostnega razvoja Združenih narodov so razvili posebno metodologijo, s katero merijo pospeševanje gospodarske rasti, ustvarjanje delovnih mest in razvoj spretnosti, spodbujanje inovacij, ohranjanje okolja, izboljševanje kakovosti življenja in krepitev socialne vključenosti. Več: <https://www.siemens.com/global/en/home/company/sustainability.html>



Slika 1: Pregled trajnostnih ciljev podjetja Siemens

Vir: Siemens: What Matters to Society Globally? Dostopno na: [https://www.siemens.com/content/dam/internet/siemens-com/global/company/sustainability/business\\_to\\_society\\_global/pdf-reports/b2s-01-02-v3.pdf](https://www.siemens.com/content/dam/internet/siemens-com/global/company/sustainability/business_to_society_global/pdf-reports/b2s-01-02-v3.pdf)

#### 4. BAYERISCHEN MOTOREN WERKE (Nemčija):

Avtomobilski gigant BMW že dolgo velja za eno vodilnih podjetij na področju trajnostnega poslovanja in kot tako principe trajnostnega delovanja uveljavlja po svoji celotni verigi vrednosti. Trajnostnega razvoja ne vidi kot kratkoročne rešitve, pač pa kot dolgoročno strategijo podjetja. Eden njihovih temeljnih ciljev je, da znižajo emisije CO<sub>2</sub> svojih avtomobilov za 50 % do leta 2020 v primerjavi z 1995, dolgoročno pa želijo ustvariti avtomobile, ki bi bili v celoti brez emisij CO<sub>2</sub>. Več: <https://www.bmwgroup.com/en/responsibility/sustainability-at-the-bmw-group.html>

**5. PHILIPS (Nizozemska):** Philips je leta 2016 objavil ambiciozni petletni načrt trajnostnega razvoja, s katerim si je zastavil, da bo do leta 2020 70 % prihodkov zagotovili z zelenim in 15 % s krožnim gospodarstvom z ogljično nevtralno proizvodnjo, kjer bo 100 % električne energije pridobljene iz obnovljivih virov. Z uvrstitvijo na seznam najbolj trajnostnih podjetij na svetu so potrdili, da so predani doseganju zastavljenih ciljev, ki temeljijo na treh stebrih: ustvarjanje vrednosti za stranke s trajnostnimi rešitvami, voditi z zgledom v trajnostnem delovanju ter multiplicirati učinek s širjenjem trajnostnih praks po celotni verigi vrednosti. Več: <https://www.philips.com/a-w/about/sustainability.html>

**6. HONDA MOTOR Co (Japonska):** Honda trajnostno delovanje vključuje v vse vidike svojega poslovanja, od proizvodnje do logistike in prodaje. V svoji viziji za leto 2030 se usmerjajo v proizvodnjo električnih vozil in opredeljuje ukrepe, s katerimi bodo zagotovili naravi in družbi prijazne proizvode. Več: <http://world.honda.com/sustainability/>

**7. NOKIA (Finska):** Trajnostne aktivnosti podjetja Nokia se osredotočajo na štiri ključna področja: izboljšanje kakovosti življenja s pomočjo tehnologije, varovanje okolja, neoporečno poslovanje in spoštovanje do ljudi. Nokia vsako leto objavi trajnostno poročilo »People & Planet«, pripravljeno v skladu s smernicami GRI G4 in UN Global Compact, ki opredeljuje kratkoročne in dolgoročne cilje podjetja ter transparentno prikazuje napredek. Prizadevajo si za še večjo usklajenost trajnostnega delovanja svojih dobaviteljev in podizvajalcev ter ostajajo zavezani k doseganju ciljev trajnostnega razvoja Združenih narodov. Več: [https://www.nokia.com/en\\_int/about-us/sustainability](https://www.nokia.com/en_int/about-us/sustainability)

**8. DAIMLER (Nemčija):** Daimler je zavezan visokim etičnim standardom, ki jih uveljavlja tako znotraj celotnega konglomerata kot tudi pri svojih dobaviteljih in poslovnih partnerjih. Z inovativnimi rešitvami razvijajo okolju prijazna in varna vozila, s katerimi želijo zmanjšati obremenitve za okolje. Prizadevajo si za razvoj pravičnih delovnih mest in doseganje ciljev, opredeljenih v trajnostni strategiji, ki jo vključujejo v svoje letne poslovne načrte. Več: <https://www.daimler.com/sustainability/>

**9. COCA-COLA EUROPEAN PARTNERS** (Združeno kraljestvo): Coca-Cola si prizadeva za trajnostno delovanje na vsakem koraku: od oglaševanja do izdelovanja embalaž, od upravljanja kadrov do dobrodelnosti. Z najrazličnejšimi trajnostnimi aktivnostmi se posvečajo dolgoročnim interesom svojih deležnikov in s tem krepijo zaupanje javnosti. Več: <https://www.ccep.com/pages/action-on-sustainability>

**10. L'OREAL (Francija):** Kozmetična hiša L'Oreal je trajnostno delovanje vgradila v svojo strategijo razvoja in si zadala cilje do leta 2020, ki jih želi doseči z izboljšanjem celotne verige vrednosti, od raziskave in razvoja do komercializacije končnega proizvoda. Njihova misija je ne le zmanjšati vpliv na okolje, temveč osvestiti kupce o pomembnosti spoštovanja okolja in družbe. Več: <http://www.loreal.com/sustainability>

## 4. KAKO RAZVITI TRAJNOSTNI POSLOVNI MODEL

Načela družbene odgovornosti so tesno povezana z idejo trajnostnega razvoja, ki temelji na dolgoročni skrbi za deležnike podjetja z iskanjem priložnosti in obvladovanjem tveganj, ki izvirajo iz **ekonomskega, okoljskega in družbenega razvoja**.

Poslovni model določa strateško usmeritev delovanja podjetja. Trajnostni poslovni model upošteva vprašanja, povezana z okoljem, širšo družbo in dolgoročnim ekonomskim obstojem podjetja, ter usklajuje interese vseh deležnikov, ki vplivajo na podjetje ali so sami pod njegovim vplivom. Je pristop k zagotavljanju storitev ali izdelkov, ki omogočajo finančne koristi podjetju, obenem pa varujejo okolje ter omogočajo prednosti zaposlenim, lokalnemu okolju in širši družbi.

**Strukturnih razlogov za to, da poslovni modeli v svoji naravi niso trajnostni že sami po sebi, je več:**

- dobiček se običajno ustvarja z večanjem porabljenih izdelkov in storitev;
- pričakovanja vlagateljev so pogosto kratkoročna;
- nižja nakupna cena je privlačnejša za trg, kar je pogosto mogoče le na račun trajnostne zasnove in kakovosti izdelka;
- izboljšani izdelki in storitve za uporabnike nimajo nujno koristi tudi za podjetja.

Kljub temu se čedalje več podjetij zaveda, da postajajo trajnostni poslovni modeli čedalje bolj zaželeni in celo pričakovani, saj to od njih zahteva nacionalna in

mednarodna zakonodaja, ki se čedalje bolj obrača v smer uvajanja družbeno odgovornih politik, temu pa sledijo mednarodni sporazumi in konvencije kot tudi moralne in kulturne norme družbe in pričakovanja javnosti in medijev.

**Za vzpostavitev trajnostnega poslovnega modela je potrebno upoštevati več vidikov:**

### OKOLJSKI VIDIK

Če želi podjetje delovati trajnostno, mora spoštovati tako naravno kot tudi družbeno okolje, v katerem deluje, pri čemer igra okoljevarstvo ključno vlogo. Okoljska trajnost pomeni, da podjetje ustvarja dobiček, ne da bi pri tem škodovalo okolju. To je mogoče doseči s prilagoditvami proizvodnih sistemov ali same zasnove izdelkov. Okoljsko trajnostna podjetja si prizadevajo za zmanjšanje porabe energije, surovin, transporta in odpadkov. Energijo pridobivajo iz obnovljivih ali nizkoogljčnih virov ter razvijajo energetske učinkovite izdelke ob čim manjši porabi energije. Prizadevajo si za zmanjšanje porabe neobnovljivih surovin in že pri zasnovi izdelkov uporabljajo obnovljive materiale. Obenem skrbijo za to, da je dolžina transporta od dobavitelja do proizvajalca in do končnega kupca čim manjša. Temeljnega pomena pri vsem tem je, da imajo okoljsko trajnostna podjetja dobre odnose z vlagatelji, saj je za uvajanje okolju prijaznih tehnologij in sprememb, ki imajo v nekaterih primerih relativno dolge amortizacijske dobe, potrebno zaupanje in volja do sprememb, kar je mogoče le z družbeno odgovornim in etičnim delovanjem.



Tabela 2: Stebri okoljske trajnosti

## DRUŽBENI VIDIK

Družbeno trajnostni poslovni model spodbuja odgovorno potrošništvo, vključevanje zaposlenih, dolgoročno sodelovanje in negovanje odnosov z dobavitelji in kupci ter upoštevanje potreb kupcev, saj vsi prispevajo k trajnostni ekonomski rasti podjetja.

Družbena odgovornost ni univerzalna strategija, saj je odvisna od velikosti, geografske umeščenosti in dejavnosti podjetja, kulture podjetja ter številnih drugih dejavnikov. Razumevanje družbene

odgovornosti se zaradi različnih družbeno-ekonomskih in političnih sistemov, ki so osnovani na različnih kulturnih tradicijah, razlikuje tudi od države do države. Zato so se v Evropi razvili različni modeli družbene odgovornosti podjetij:

- **Anglosaški model družbene odgovornosti**, kot ga poznajo v Združenem kraljestvu in ZDA, izhaja iz vprašanja, ali družbena odgovornost prispeva k dobičkonosnosti in konkurenčnosti podjetja, ter se osredotoča na koristi za podjetje. Zagovarja

stališče, da je potrebno družbeno odgovornost meriti, da bi se zagotovila transparentnost podjetja v javnosti, avtonomijo pri sprejemanju družbeno odgovornih politik pa ima vodstvo podjetja.

- **Germanski model družbene odgovornosti** zaznamujejo zakonski okviri, ki so oblikovani na podlagi pričakovanja javnosti in socialnega dialoga. Družbeno odgovorne aktivnosti podjetja izhajajo iz širšega konsenza deležnikov, saj germanski model temelji na sistemu, kjer ima vsak akter v družbi svoj glas.
- **Latinski model družbene odgovornosti** je deloma podoben germanskemu. Za podjetja je pomembno predvsem to, da spoštujejo zakonska določila. Francija je denimo prva država, ki je poročanje o družbeno odgovornih aktivnostih podjetja predpisala z zakonom. Pravni sistem držav z latinskim modelom družbene odgovornosti je odraz splošnega interesa javnosti in zato igrajo formalno zapisane strukture v tem modelu pomembno vlogo.
- **Skandinavsko-nizozemski model družbene odgovornosti:** tu igrajo delniški trgi manjšo vlogo kot denimo v anglosaškem modelu. Poudarek je na izmenjavi mnenj, iskanju konsenza in vzajemnem prilagajanju mreže deležnikov, ki so vključeni v delovanje podjetja in ki so tradicionalno visoko okoljsko in družbeno angažirani.
- **Postsocialistični model družbene odgovornosti** je zares šele v nastajanju. Po eni strani se model sooča z razvojem socialne države, krepitevijo socialnega dialoga in vključevanjem civilne družbe v socialno-ekonomska vprašanja, po drugi strani pa z dvigom konkurenčnosti in dokončnem izhodu iz

tranzicijskega obdobja. V tem oziru torej še vedno išče pravo ravnotežje.

Najbolj znan model družbene odgovornosti predstavlja **štirislojna piramida družbene odgovornosti**, ki jo je že leta 1991 zasnoval Archie B. Carroll (gl. graf 1). Temelj družbene odgovornosti tvori ekonomska odgovornost, ki predstavlja osnovo vsem drugim ravnam družbene odgovornosti, kar pomeni, da podjetje posluje z dobičkom, da izvaja premišljene strateške odločitve ter da deluje visoko učinkovito in ohranja konkurenčno prednost. Sledi pravna odgovornost, ki je za podjetja zavezujoča in od njih zahteva spoštovanje zakonov. Dopolnilo zakonski odgovornosti je etična odgovornost, v skladu s katero podjetje sledi etičnemu kodeksu in poslovni etiki, ki ni predpisana z zakonom. V vrhu piramide pa je filantropska odgovornost, ki označuje prizadevanje podjetja za vključevanje v prostovoljne pobude in dobrodelnost. Če podjetje ni dobičkonosno, to vpliva na vse ostale deležnike, kot so zaposleni in lastniki. Izpolnjevanje pravnih zahtev je ključna odgovornost, ki jo podjetje nosi v relaciji do zakonodajalcev in lastnikov, vpliva pa tudi na zaposlene, kupce, odjemalce, okolje in druge deležnike. Etična odgovornost vpliva na vse deležnike, najpogosteje pa na kupce in zaposlene. Filantropske aktivnosti imajo najmočnejši učinek v širši skupnosti, posredno pa vplivajo tudi na zaposlene, saj filantropske aktivnosti podjetja vplivajo na moralo kolektiva.



Graf 1: Piramida družbene odgovornosti podjetij  
Vir: Mittnacht, V., Ruhli, E. & S. Sachs, 2005: A CSR Framework due to Multiculturalism: The Swiss Re Case.

Tabela 3 podrobneje opisuje značilnosti in podaja primere za ravni družbene odgovornosti:

| VRSTA ODGOVORNOSTI       | PRIČAKOVANJA DRUŽBE | PRIMERI                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|--------------------------|---------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| FILANTROPSKA ODGOVORNOST | ZAŽELENA            | <ul style="list-style-type: none"> <li>- SPONZORSTVO</li> <li>- DONATORSTVO</li> <li>- PROSTOVOLJNE AKTIVNOSTI</li> <li>- PROGRAMI ZA PODORO LOKALNI SKUPNOSTI</li> </ul>                                                                                                                |
| ETIČNA ODGOVORNOST       | PRIČAKOVANA         | <ul style="list-style-type: none"> <li>- IZOGIBANJE DVOMLJIVIM DEJAVNOSTIM</li> <li>- UPOŠTEVANJE ZAKONOV</li> <li>- IZPOLNJEVANJE ETIČNIH NAČEL V POSLOVNEM SVETU</li> </ul>                                                                                                            |
| PRAVNA ODGOVORNOST       | ZAHEVANA            | <ul style="list-style-type: none"> <li>- UPOŠTEVANJE ZAKONOV</li> <li>- OKOLJEVARSTVENI ZAKONI</li> <li>- ZAKONI O ZAŠČITI PORABNIKOV</li> <li>- TEHNIČNI PREDPISI</li> <li>- ZAKONI O ENAKOPRAVNOSTI SPOLOV NA DELOVNEM MESTU</li> <li>- IZPOLNJEVANJE POGODBENIH OBVEZNOSTI</li> </ul> |
| EKONOMSKA ODGOVORNOST    | ZAHEVANA            | <ul style="list-style-type: none"> <li>- DOBIČKONOSNOST</li> <li>- MAKSIMIZACIJA VREDNOSTI PRODAJE</li> <li>- MINIMIZACIJA STROŠKOV</li> <li>- PREMIŠLJENE STRATEŠKE ODLOČITVE</li> <li>- POVEČANJE VREDNOSTI PODJETJA</li> </ul>                                                        |

Tabela 3: Vrste in značilnosti družbene odgovornosti  
Vir: Carroll, A. B. & Buchholtz, A. K., 2000: Business and Society: Ethics and Stakeholders Management. Thomson/South-Western.

**DRUŽBENO ODGOVORNO RAVNANJE  
PODJETJA V ODNOSU DO VSEH NJEGOVIH  
DELEŽNIKOV JE KLJUČNA STRATEGIJA  
PODJETJA, KI TEMELJI NA DOLGOROČNI  
VIZIJI RAZVOJA.**

Družbeno odgovorno ravnanje podjetja v relaciji do vseh njegovih deležnikov je ključna strategija podjetja, ki temelji na dolgoročni viziji razvoja. Zato je za podjetje pomembno, da **družbeno odgovorne aktivnosti in ukrepe zasnuje dolgoročno in jih uvaja postopoma**. Odgovornost za uvajanje praviloma nosita nadzorni in upravni organ podjetja, pomembno vlogo pri izvajanju družbeno odgovornih aktivnosti pa igra vsak član podjetja. Nadzorni svet in upravni odbor zasnujeta strategijo ter načrtata dolgoročne in kratkoročne strateške cilje ter akcijski načrt, uprava podjetja pa te cilje v sodelovanju z zaposlenimi postopoma uresničuje in beleži napredek.

Za pripravo strategije je potreben določen čas. Odvisno od kompleksnosti vizije in strategije ter razpoložljive delovne ekipe traja priprava dokumentov običajno dva do tri mesece, opredelitev ciljev pa še nadaljnja dva do tri mesece. Za podjetje je v prvi vrsti pomembno, da ugotovi, **kateri deležniki imajo vpliv na poslovanje podjetja oziroma so pod njegovim vplivom in kakšen je ta vpliv**, saj je upoštevanje njihovih interesov ključno za dolgoročno uspešno poslovanje podjetja. V ta namen mora natančno opredeliti deležnike podjetja, ugotoviti njihove interese in pričakovanja ter na podlagi **analize vrzeli izdelati strategijo** za trajnostno vključitev varovanja njihovih interesov v delovanje in razvoj podjetja. Na ta način bo podjetje lažje gradilo pozitivne odnose z različnimi interesnimi skupinami, poleg tega pa bo tudi bolj učinkovito obvladovalo tveganja, krepilo ugled podjetja, bolje razumelo tržišče in odkrivalo nove priložnosti za nadaljnji razvoj.

Ključnega pomena je stalna komunikacija z deležniki o ciljih in prioritetah ter o strategiji in viziji izvajanja družbeno odgovornih aktivnosti in ukrepov. Na ta način podjetja gradijo pozitivne odnose s svojimi deležniki, jih vključujejo v načrtovanje družbeno odgovornih aktivnosti in ukrepov ter jim na transparenten način komunicirajo svojo vizijo in načela delovanja ter s tem soustvarjajo skupne vrednote.

## 5. DELEŽNIKI IN NJIHOV POMEN

---

V javnosti večkrat odmevajo primeri, ko različne interesne skupine zaradi nestrinjanja z določenimi potezami ali politikami podjetij sprožajo proteste, kampanje, tožbe ali celo bojkote. Čeprav gre za bolj skrajne primere vpliva deležnikov na poslovanje podjetja, ti dogodki kažejo, da se potrošniki, zaposleni in državljani čedalje bolj zavedajo ekonomskih, okoljskih in socialnih vplivov, ki jih imajo podjetja na lokalno in globalno družbo. Ob vse bolj odmevnih glasovih deležnikov, ki zahtevajo pravico, da jih podjetja obveščajo, sprašujejo in vključujejo v svoje odločitve, se podjetja vse bolj posvečajo razvoju odnosov in odgovornemu upravljanju z deležniki. S takimi dejanji podjetja tudi izražajo in razvijajo svojo družbeno odgovornost ter si zagotavljajo trajnost obstoja in uspeha.

### Kdo so deležniki

Deležniki so vsi posamezniki, skupine ljudi ali organizacije, ki vplivajo na podjetje ali so sami pod njegovim vplivom. V današnjem času, ko postaja trajnostno delovanje podjetij vse bolj pomembno, je pogled na deležnike širši in poleg tistih skupin, ki so v delovanje podjetja vpeti neposredno (zaposleni, lastniki), zajema tudi posredno vključene deležnike, kot so verige dobaviteljev, nevladne organizacije, družine zaposlenih, interesna združenja ter okolje, kjer podjetje deluje oziroma črpa vire in odstranjuje odpadke. Družbena odgovornost podjetij pomeni usklajevanje različnih interesov teh deležnikov s cilji in strateško vizijo podjetja.

Podjetja sodelujejo z deležniki in jih vključujejo v svoje delovanje v različni meri:

- **Priložnostno sodelovanje z deležniki:** je omejeno na vprašanja, ki so spodbudila določen konflikt s posameznimi deležniki.
- **Sistematični pristop:** podjetja za boljše razumevaje deležnikov in učinkovitejše upravljanje tveganj vzpostavijo stalen dialog.
- **Integrirano strateško sodelovanje:** podjetja usklajujejo socialna, okoljska in ekonomska vprašanja s strategijo podjetja z namenom razvoja optimalnih rešitev za vse vpletene in doseganja ciljev, ki jih sami ne bi mogli izpolniti.

### Strategija razvoja sodelovanja z deležniki

Prvi korak pri razvoju strategije sodelovanja zajema opredelitev vseh ključnih deležnikov podjetja. Te običajno ločimo na posameznike in skupine, do katerih ima podjetje zakonsko in finančno odgovornost, na tiste, na katere podjetje vpliva s svojim delovanjem in ponudbo, kot tudi na posameznike in skupine, ki neposredno vplivajo na uspešnost podjetja (deležniki z vplivom in močjo odločanja).

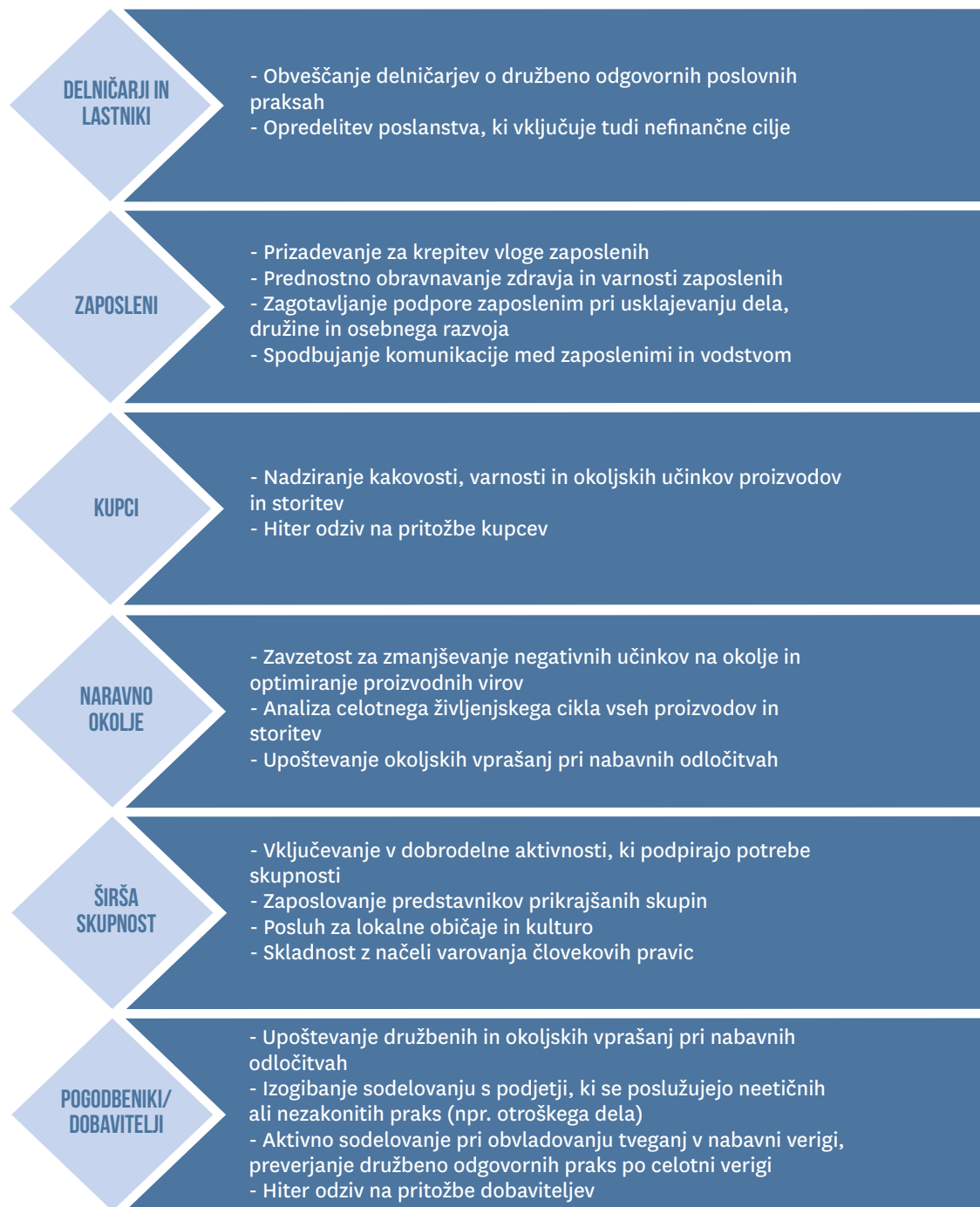
Pri vsakem posameznem deležniku je pomembno poznati cilje sodelovanja in vključevanja ter opredeliti, na kakšen način bo sodelovanje prispevalo k doseganju strateških ciljev podjetja. Prav tako je potrebno poznati prioritete in pričakovanja deležnikov ter določiti

najbolj primerno obliko sodelovanja za razvoj dolgotrajnih odnosov. Družbeno odgovorno sodelovanje in vključevanje je zahteven proces, ki pa prinaša številne prednosti, kot so izboljšanje ugleda podjetja, krepitev zaupanja in boljše razumevanje tržišča. Uspešno sodelovanje z deležniki ne le pomaga podjetju, da varuje in krepi svojo vlogo v vse bolj kompleksnem in spreminjajočem se poslovnem svetu, temveč prispeva tudi k sistemskim spremembam, ki vodijo v trajnostni razvoj.

Spodnja tabela prikazuje primere načinov družbeno odgovornega sodelovanja podjetij z različnimi skupinami deležnikov.

- Skupine deležnikov
- Primeri družbeno odgovornih aktivnosti podjetja

*Tabela 4: Skupine deležnikov in primeri družbeno odgovornih aktivnosti; Vir: Observatory of European SMEs 2002.*



## Interesne skupine podjetij

Vsako podjetje, ki želi izpolniti pričakovanja deležnikov po družbeno odgovornem ravnanju, mora tovrstne aktivnosti ustrezno prikazati in o njih obveščati različne interesne skupine. Načine poročanja o družbeni odgovornosti urejajo različni standardi, zakoni in mednarodni sporazumi. Če podjetje teh pravil ne upošteva in ne izpolnjuje pričakovanj družbe, si lahko s tem povzroči veliko škodo, ki lahko pomeni izgubo ugleda v javnosti.

Da bi lahko podjetja različnim deležnikom zagotavljala relevantne informacije, morajo poznati njihove potrebe in pričakovanja, kar lahko dosežejo le z ustrezno komunikacijo. Pri tem je ključnega pomena, da vzpostavijo dialog z deležniki. Povratne informacije je mogoče pridobivati na različne načine, na primer z anketami med zaposlenimi in med potrošniki ali s pomočjo delavnic z različnimi tematikami in srečanji s strokovnjaki.

V prizadevanju za trajnostni razvoj mora podjetje tesno sodelovati z različnimi interesnimi skupinami. Če podjetje ne sodeluje s svojimi partnerji pri oblikovanju skupne vizije o tem, kako zagotoviti trajnostno poslovanje podjetja, ki bo upoštevalo širok spekter interesov, ne bo zmoglo predvideti dejanskih družbenih in okoljskih posledic sprejetih odločitev. Trajnostno poslovanje podjetja tako temelji na odgovornosti do vseh njegovih interesnih skupin. Te skupine delimo na **interne oz. primarne interesne skupine ter eksterne oz. sekundarne interesne skupine**.

Med **primarne interesne skupine** podjetja sodijo **zaposleni v podjetju, lastniki, kupci, dobavitelji, konkurenti, prodajalci in posojilodajalci**. Vsaka

skupina zastopa svoje interese, s katerimi vpliva na delovanje podjetja, obenem pa je tudi sama pod njegovim vplivom.

### Primarne interesne skupine

Glavni interesi **zaposlenih** se nanašajo na stabilno zaposlitev, ki nudi primerno plačilo, obenem pa ustvarja in spodbuja varno in prijetno delovno okolje. Skrb za zaposlene se odraža v večjem zadovoljstvu zaposlenih ter posledično v večji učinkovitosti in kakovosti dela. Med najpomembnejšimi dejavniki za to interesno skupino so tako načrti podjetja glede nadaljnega zaposlovanja, načrt varnosti in zdravja pri delu ter razpoložljive priložnosti za osebni razvoj. Ena od pomembnejših interesnih skupin so tudi **upokojenci**, ki že prejemajo pokojnino na podlagi pretekle zaposlitve v podjetju, še vedno pa jih zanima trenutno poslovno stanje podjetja. Močan deležnik so tudi **sindikati** kot predstavniki zaposlenih, ki skupaj z njimi nastopajo v odnosu do podjetja, drugih družb, industrije in države. Seveda imajo lahko take interesne skupine tudi negativen vpliv na poslovanje podjetja, saj lahko škodujejo njegovemu ugledu s stavkami, vplivanjem na javno mnenje in drugimi aktivnostmi, zato je vzpostavitev odprtega in dolgoročnega dialoga z njimi še zlasti pomembna.

Naslednja interesna skupina, ki pomembno vpliva na poslovanje podjetja, so **vlagatelji in finančne institucije**, katerih interes je vezan na rast dobička in izplačilo dividend. V to interesno skupino sodijo različni deležniki, kot so delničarji, banke, ocenjevalne agencije in analitiki. Čeprav imajo te entitete različne zahteve in interese v relaciji do podjetja, je vsem skupna želja po seznanjenosti tudi z nefinančnim vidikom poslovanja podjetja, ki je ključnega pomena za njegovo dolgoročno uspešnost. Razlike v njihovih pričakovanjih so

večinoma odvisne od časovnega okvira, ki zaznamuje določene investicijske skupine: kratkoročnih vlagateljev načeloma ne zanimajo trajnostne aktivnosti podjetja, medtem ko dolgoročni strateški partnerji že kažejo povečano zanimanje za družbeno odgovorno ravnanje, s čimer lahko ocenijo prihodnje priložnosti, tveganja, zakonske obveznosti ter kakovost vodenja družbe.

Finančne institucije pri izdelavi ocene vrednosti podjetja upoštevajo tudi **nefinančne kazalnike uspešnosti** podjetja, na podlagi katerih opravijo oceno tveganja. Povedano drugače, finančne ustanove iščejo informacije tako o trenutnem kot tudi prihodnjem poslovanju podjetja ali družbe. Značilno za te kazalnike je, da se ne ukvarjajo z vsebino družbeno odgovornih aktivnosti podjetja, temveč jih zanima le učinek teh aktivnosti, ki lahko vplivajo na nadaljnje poslovanje podjetja. Zato podatki o odgovornosti družb, ki jih zahteva finančni sektor, vključujejo finančno stanje, na podlagi pridobljenih informacij celotno strategijo podjetja, morebitna tveganja, usklajenost z zakonodajo ter druge sorodne vidike, podatki pa morajo biti predstavljeni v obliki, ki omogoča primerjavo.

Naslednjo pomembno interesno skupino predstavljajo **kupci** in **dobavitelji**. Za prve sta pomembna predvsem cena in kakovost proizvoda, kar morajo podjetja upoštevati, če želijo z njimi vzpostaviti dolgotrajen odnos. Interes dobaviteljev se izraža skozi stalna naročila in pravočasna plačila, zanima pa jih tudi nadaljnji skupni razvoj proizvoda s podjetjem, ki mu dobavljajo. Dobavitelji lahko vplivajo na podjetje tako, da naročenega izdelka ne dobavijo, ga ne dobavijo pravočasno ali pa se obrnejo h konkurenci, ki tudi sama stremlje k dobičkonosnosti in pridobivanjem čim večjega deleža na trgu ter lahko z nižanjem cen vpliva na tržne razmere.

**Potrošnike** zanimajo predvsem kakovost, skladnost in varnost izdelka, vpliv izdelka na zdravje, zanesljivost in garancija, razvoj izdelka ter proces proizvodnje izdelka. Zanimanje potrošnikov za proces proizvodnje izdelka izhaja iz vprašanja o okoliščinah proizvodnje, tj. kako in na kakšen način je bil proizvod izdelan. O nakupu se zelo pogosto odločajo na podlagi preteklih izkušenj drugih uporabnikov.

Med primarne interesne skupine sodijo tudi **prodajalci izdelkov**. Te zanimajo kakovostni proizvodi, ki so proizvedeni pravočasno za primerno ceno, saj le tako lahko kupcu nudijo zanesljive proizvode, ki jim bodo kupci zaupali in jih cenili.

Še ena izmed ključnih interesnih skupin so **poslovni partnerji**. Ti vključujejo trenutne, potencialne ali združene (ang. joint venture) partnerje, dobavitelje in stranke. Te vrste deležnikov najbolj zanimata trenutno in bodoče poslovno sodelovanje, zato potrebujejo določene informacije, ki jim omogočajo vpogled v morebitna tveganja, ki bi v prihodnosti lahko znatno vplivala na nadaljnje poslovanje podjetja ali družbe. Ta tveganja so odvisna od načina organiziranosti in delovanja podjetja; skrbi za človekove pravice; skladnosti z zakonodajo ter izvajanja poštene poslovne prakse. Te informacije zadevajo tako podjetje kot ključne partnerje, ki tvorijo dobaviteljsko verigo. Pomemben del vprašanja odgovornosti podjetij je tudi razkrivanje podatkov o sistemih vodenja in upravljanja.

## Sekundarne interesne skupine

**Sekundarne interesne skupine podjetja** tvorijo **zunanjí deležniki**, ki imajo velik vpliv na poslovanje podjetja, kot so **lokalne skupnosti, družbeni aktivisti, mediji, poslovno-interesne skupine, domače in tuje vlade** ter **javnost**.

Interesi teh skupin se izražajo skozi zaposlovanje lokalnega prebivalstva ter zaščite in razvoja lokalnega okolja. Dejavnosti, kot so informiranje javnosti, spremljanje aktivnosti podjetij ter zagotavljanje informacij javnega interesa, se izražajo skozi interesno skupino **medijev**. **Družbeni aktivisti** pa spremljajo aktivnosti podjetij z namenom zaznavanja morebitnih nelegalnih in neetičnih aktivnosti in na podjetje lahko vplivajo z lobiranjem in oblikovanjem javnega mnenja.

Globalni družbeno-ekonomski razvoj je domena **tujih vlad**, ki na podjetja vplivajo z različnimi regulacijami, licencami in dovoljenji, medtem ko je interes **domače vlade** izražen skozi obdavčevanje. Svoj vpliv vlade širijo predvsem z uveljavljanjem dovoljenj in regulativ.

**Vlado in vladne organe** zanima, kako podjetje izvaja in prevzema odgovornost do družbenega okolja, na kakšen način izvaja iniciative, daje pobude in širi svoj vpliv na področju družbene angažiranosti ter ali redno plačuje davke in ostala finančna bremena.

Ena izmed najpomembnejših interesnih skupin je **javnost**, saj ta s svojim delovanjem ščiti družbene vrednote ter si prizadeva za napredek družbe, obenem pa lahko vpliva na ugled, ki ga podjetje uživa v družbi, in usmerja vladne ukrepe (spremembe regulativ, dovoljenj itd.).

**Družbeni aktivisti** v dialogu s podjetjem uporabljajo informacije, ki jih pridobivajo iz poročil družb. Njihov interes pokriva širok spekter področij družbene odgovornosti, kot so delovna praksa, človekove pravice, protikorupcijska vprašanja, ekonomski razvoj ter zaščita okolja. Predvsem jih zanimata poslovna praksa in zmogljivost podjetja v določenem okolju. Prav tako iščejo podatke o zakonski odgovornosti družbe in njeni implementaciji.

**Okoliško skupnost** najbolj zanima vprašanje ekonomskega razvoja okolja. To vključuje število novo ustvarjenih delovnih mest, višino prispevka v davčno blagajno ter druge sekundarne vplive na družbo. Okolica ima običajno pozitivno mnenje o družbi ali podjetju, ki ima urejeno področje človekovih pravic, še posebej na področju izobraževanja in mentorstva. Po drugi strani pa taisto okolico skrbi vprašanje vpliva družbe na lokalno kulturo. Ti vplivi so lahko posledica uvajanja novih izdelkov ali storitev ali pa so lahko posledica politike zaposlovanja podjetja.

INTERESI SEKUNDARNIH SKUPIN SE  
IZRAŽAJO SKOZI ZAPOSLOVANJE LOKALNEGA  
PREBIVALSTVA TER ZAŠČITE IN RAZVOJA  
LOKALNEGA OKOLJA.

## 6. KAZALNIKI DRUŽBENE ODGOVORNOSTI

### Kazalniki poročanja o družbeni odgovornosti podjetij

Kazalniki poročanja o družbeni odgovornosti niso točno določeni, zato tudi podjetja niso zavezana k poročanju in razkrivanju vseh kazalnikov. Empirične študije dokazujejo, da na raven razkritih podatkov vplivata velikost podjetja in njegova dejavnost, ki določata izpostavljenost podjetja v javnosti in s tem verjetnost regulacije okoljske politike ali odzive okolja na poslovanje podjetja. Indikatorje družbene odgovornosti delimo na štiri večje skupine, in sicer glede na dostopnost letnega poročila, ravnanje z okoljem, družbeno odgovornost in odnose z interesnimi skupinami.

#### Področja poročanja o družbeni odgovornosti

Kot že omenjeno, poznamo **štiri skupine kazalnikov** družbene odgovornosti:

- dostopnost letnega poročila,
- ravnanje z okoljem,
- odnosi z lokalno skupnostjo in
- odnosi z interesnimi skupinami.

Dostopnost **letnega poročila** je najbolj povezana z vprašanjem »enostavnosti dostopa«, in sicer ali je poročilo o poslovanju podjetja ali družbe enostavno dostopno bodisi na spletu ali na poslano prošnjo podjetju. V obeh primerih se podjetje odloči, ali (in komu) bo omogočilo dostop do letnega poročila.

Kazalniki **ravnanja z okoljem** so vezani na vprašanje,

ali ima podjetje službo za varovanje okolja oziroma interne »okoljske managerje«, ki so odgovorni za ravnanje z okoljem, in ali uporablja okoljske standarde, s katerimi navaja in se tudi sklicuje na mednarodne, nacionalne ali področne okoljske standarde. Pomembno vprašanje je tudi, ali podjetje skrbi za okolje v sami verigi dobaviteljev in ali širi svojo skrb za okolje in vpliv na dobavitelje s skrbnim izborom okoljsko bolj varnih in primernih materialov in storitev. Pri spremljanju aktivnosti, vezanih na ravnanje z okoljem, mora podjetje pripraviti poročilo o rabi energije in vode ter pripraviti kazalnike uspešnosti na področju ravnanja z okoljem, s katerimi meri uspešnost teh aktivnosti (učinkovita raba virov, emisije plinov, ravnanje z odpadki idr.).

Družbena odgovornost podjetja se nanaša tudi na odnose z lokalno skupnostjo, saj bi moralo podjetje svoji lokalni skupnosti poročati o sponzorstvih in donatorstvih, ki jih izvaja, ter jo trajnostno obveščati o tem, na kakšen način se vključuje v lokalne, nacionalne, kulturne in družbene projekte.

Naslednji zelo pomemben vidik poročanja o družbeni odgovornosti so odnosi z interesnimi skupinami, kot so **zaposleni, dobavitelji in kupci**.

Za analizo strukture zaposlenih lahko podjetje prikaže strukturo glede na spol, izobrazbo, zaposlitev za določen in nedoločen čas, pogodbene oblike sodelovanja itd. Pri poročanju je pomembno vprašanje, ali podjetje razkriva stopnjo absentizma, izgubljene

delovne dneve, stroške bolniških staležev, število poškodb pri delu itd., saj s tem lahko predstavi politiko varnosti in zdravja pri delu, ki jo izvaja.

Naslednji vidik, o katerem lahko poroča podjetje, je politika zaposlovanja, zadovoljstvo in izobraževanje zaposlenih ter ugodnosti, ki jih uživajo zaposleni. S poročanjem bi morale podjetje razkriti, ali meri stopnjo zadovoljstva zaposlenih ter posledično tudi rezultate teh anket in ali razkriva stroške in oblike izvedenega izobraževanja. Podjetje ali družba bi morala pri poročanju razkrivati še dodatne ugodnosti, ki jih uživajo zaposleni, denimo prispevke za prostovoljno pokojninsko zavarovanje, ugodnosti ob upokojitvi, športne dejavnosti, ki jih podpira, počitniške kapacitete, ki jih oddaja zaposlenim, itd. Povzamemo lahko, da so zaposleni pomembno področje poročanja o družbene odgovornosti podjetja.

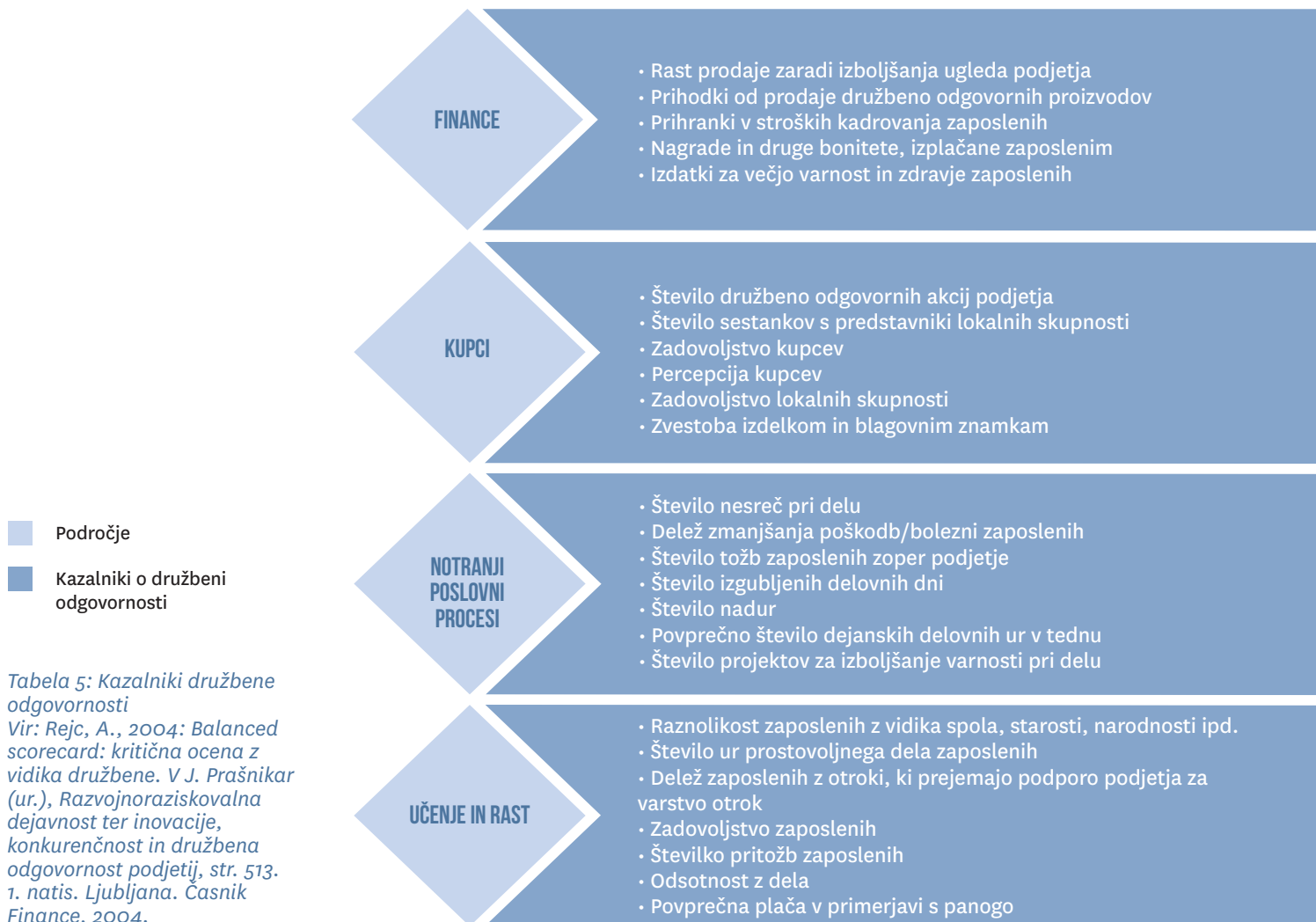
Zadnji dve vplivni skupini, ki sta tesno povezani s podjetjem, predstavljajo **dobavitelji** in **kupci**. **Dobavitelje** zanima predvsem politika odnosov podjetja z dobavitelji, saj je od tega odvisna njihova strategija dolgoročnega sodelovanja. V tej kategoriji lahko podjetje razkrije število svojih dobaviteljev in obseg njihovih dobav, nabavo blaga, načine izbiranja dobaviteljev itd.

Pri **kupcih** pa je slika nekoliko drugačna, saj jih zanima, ali podjetje v poročilu navaja uporabo določenih standardov kakovosti (mednarodni, nacionalni, področni). Pomembna informacija za kupce je tudi delež in strošek reklamacij, ki jih ima podjetje, saj s tem razkriva kakovost proizvodov, ki jih prodaja. Manj je reklamacij in stroškov z njimi, bolj so kupci zadovoljni, s čimer podjetje pomembno prispeva k lojalnosti svojih kupcev. Podjetje lahko tudi meri zadovoljstvo svojih kupcev z anketami in poroča o rezultatih, s čimer lahko prepriča stare in pritegne nove kupce, kar za samo podjetje pomeni širjenje obsega poslovanja ter s tem tudi večanje prihodka.

EMPIRIČNE ŠTUDIJE DOKAZUJEJO, DA NA RAVEN  
PODJETJA IN NJEGOVA DEJAVNOST, KI DOLOČATA  
IZPOSTAVLJENOST PODJETJA V JAVNOSTI IN S TEM  
VERJETNOST REGULACIJE OKOLJSKE POLITIKE ALI  
ODZIVE OKOLJA NA POSLOVANJE PODJETJA.

## Kazalniki o družbeni odgovornosti podjetja

Štiri področja kazalnikov, ki imajo vpliv na družbeno odgovornost podjetja, so **finančni kazalniki, kupci, notranji poslovni procesi ter učenje in rast**.



## Definicija trajnostnega poslovanje in trajnostne proizvodnje

Trajnostno poslovanje pomeni, da podjetje:

- namesto produktov, ki so proizvedeni na globalni ravni, uporablja tiste, ki so proizvedeni na lokalni ali regionalni ravni,
- prevzema odgovornost za vse učinke poslovanja, ki vplivajo na naravno okolje,
- se izogiba »eksotičnega« (nepreverjenega) vira kapitala, da bi se še naprej razvijalo in posledično raslo,
- razvija proizvodne procese, ki so spoštljivi do človeka, proizvaja izdelke, ki so dolgoročno vzdržljivi in so namenjeni dolgotrajni uporabi, s čimer njihova uporabnost oz. izraba ne bo vplivala na prihodnje generacije,
- skozi izobraževanje spreminja potrošniške navade kupcev.

**Trajnostna proizvodnja** je proizvodnja dobrin in storitev z uporabo procesov in sistemov, ki ne obremenjujejo okolja in skrbno porabljajo energijo in energente, proizvedene dobrine in storitve pa so ekonomsko učinkovite, varne in prijazne do zdravja zaposlenih, skupnosti in porabnikov ter so družbeno koristne.

TRAJNOSTNA PROIZVODNJA JE PROIZVODNJA  
DOBRIN IN STORITEV Z UPORABO PROCESOV IN  
SISTEMOV, KI NE OBREMENJUJEJO OKOLJA IN  
SKRBNNO PORABLJAJO ENERGIJO IN ENERGENTE...

## 7. TRAJNOSTNO POROČANJE

---

Interesne skupine izražajo čedalje večje zanimanje za aktivnosti in kulturo podjetij. Zanima jih, kaj je podjetje pozitivnega ali negativnega naredilo na področju svojih proizvodov ali storitev, kako vpliva na naravno in družbeno okolje ter kako upravlja in razvija sposobnosti svojih zaposlenih.

V razvitem svetu družbeno odgovorno delovanje postaja vse bolj pomembno. Organizacije tudi zaradi boljše podobe pri odjemalcih in drugih deležnikih vgrajujejo v svoje delovanje različne vidike družbene odgovornosti. V Evropski skupnosti so bili temelji za promocijo družbene odgovornosti postavljeni z Zeleno knjigo (Green Paper on Promoting a European Framework for CSR) iz leta 2001. V njej je opredeljena družbena odgovornost podjetij kot »...koncept, po katerem se podjetja prostovoljno odločijo, da bodo prispevala svoj delež k boljši družbi in čistejšemu okolju«. V današnjem času potrošniki, delničarji in finančne skupnosti, zaposleni, pogodbeni partnerji, vlada, širša družbena skupnost, nevladne organizacije, skratka različni deležniki, zahtevajo, da **organizacije odgovarjajo za družbene in okoljske vplive in da o svojem ravnanju na tem področju tudi poročajo**.

Poročanje o družbeno odgovornem poslovanju oziroma poročanje o trajnostnem razvoju zajema poročanje o ekonomskem položaju podjetja, ravnanju z okoljem in poročanje o odgovornosti do širšega družbenega okolja, kot so sponzorstva in donatorstva, vlaganje v izobraževanja zaposlenih itd. Gre za **proces komuniciranja in vzpostavljanje**

**dialoga o trajnostnem delovanju organizacije z njenimi različnimi deležniki**, ki so pod vplivom ali vplivajo na delovanje podjetja, kot so zaposleni, dobavitelji, porabniki, lokalna skupnost in drugi. S stalno komunikacijo o ciljih, prioritetah in postopkih ter o strategiji in viziji izvajanja družbeno odgovornih aktivnosti in ukrepov podjetja gradijo pozitivne odnose s svojimi deležniki, jih vključujejo v načrtovanje aktivnosti in ukrepe družbene odgovornosti ter jim na transparenten način komunicirajo svojo vizijo in načela delovanja ter s tem soustvarjajo skupne vrednote. Poleg tega z družbenim poročanjem podjetje tudi ocenjuje vplive, ki jih imajo njegove družbeno odgovorne aktivnosti na družbo, meri učinkovitost in uspešnost družbenih politik, ter opravlja analizo uporabljenih sredstev.

Poročanje o odgovornosti podjetja do širše družbe je koncept, ki se je v tujini že precej uveljavil. Tudi pri nas čedalje številnejša podjetja prepoznajo koristi obveščanja različnih deležnikov o prizadevanjih in uspešnosti podjetja na področju družbene trajnosti, za nekatera podjetja pa **poročanje o nefinančnih kazalnikih poslovanja podjetja z letom 2017 postaja zakonska obveza**.

Z letom 2017 je v Sloveniji s predlogom Zakona o spremembah in dopolnitvah Zakona o gospodarskih družbah-1J v veljavo stopilo obvezno razkrivanje nefinančnih, tj. družbenih in okoljskih podatkov, za **podjetja z več kot 500 zaposlenimi**, v skladu z **Direktivo EU glede razkritja nefinančnih informacij**

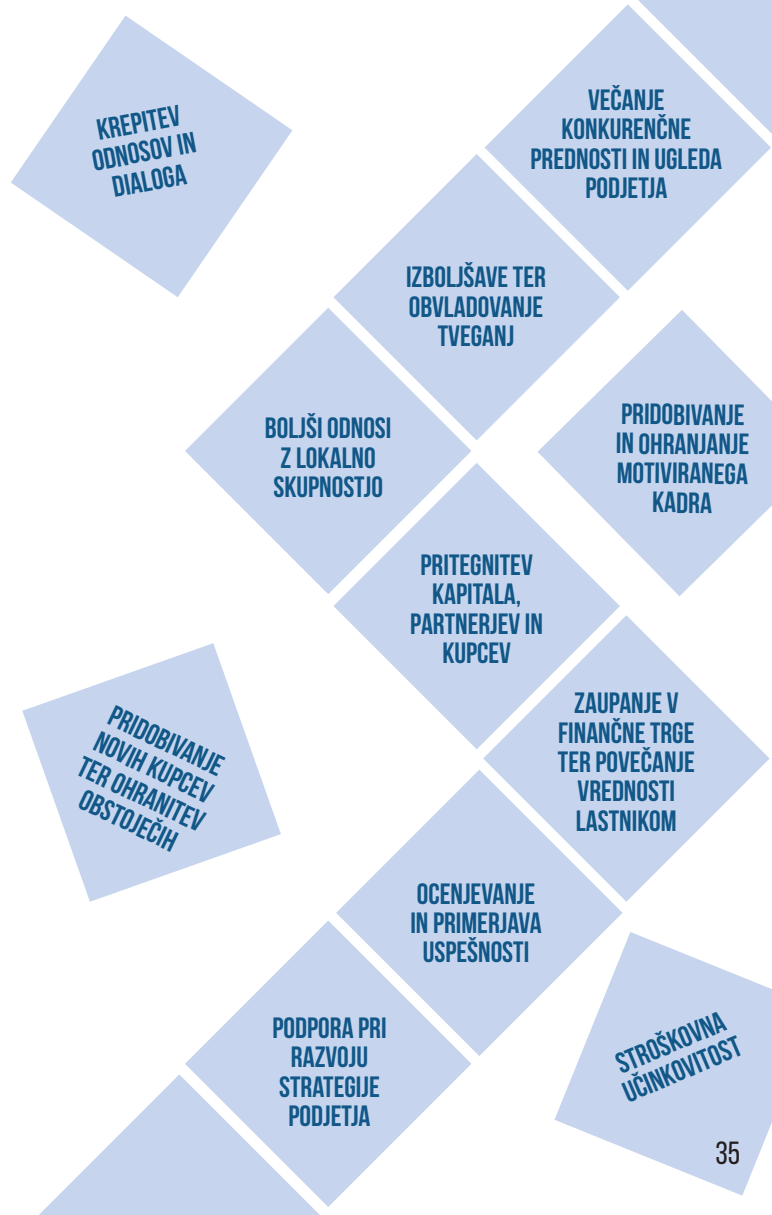
## in informacij o raznolikosti velikih podjetij in skupin iz leta 2014 (gl. 8. poglavje). Po mnenju

Evropske komisije je to temeljni korak za prehod k trajnostnemu globalnemu gospodarstvu, ki si bo poleg dobičkonosnosti prizadevalo tudi za upoštevanje in vključevanje okoljskih in širših socialnih vprašanj. Izjava o nefinančnem poslovanju mora biti priložena letnemu poslovnemu poročilu podjetja in zahteva razkritje poslovnih modelov, politike in podatkov o okoljskih, socialnih in kadrovskih zadevah, spoštovanju človekovih pravic ter o zadevah v zvezi z bojem proti korupciji. V poročilu so opredeljena prioriteta področja podjetja, njegovi deležniki ter ključni kazalniki, ki jih je treba po določeni metodologiji meriti, zbirati, analizirati in o njih poročati. Če danes to velja za velika podjetja, lahko pričakujemo, da bo sčasoma zakonodaja postala obvezna tudi za manjša podjetja, zato je smiselno, da podjetja že danes razmišljajo o načrtovanju in postopnem uvajanju družbeno odgovornih politik.

### Prednosti družbenega poročanja za podjetje so:

- Večanje ugleda podjetja
- Sistematična krepitev odnosov in dialoga z različnimi deležniki
- Povečanje konkurenčne prednosti
- Prikazana dodana vrednost izboljšav
- Obvladovanje tveganj – predvidevanje in odpravljanje težav, preventivno delovanje
- Lažje pridobivanje in ohranjanje motiviranega in predanega kadra
- Izboljšanje odnosov z lokalno skupnostjo
- Uspešno pridobivanje novih in zadržanje obstoječih kupcev
- Večja sposobnost pritegnitve kapitala, poslovnih partnerjev in kupcev

- Večje zaupanje finančnih trgov in povečanje vrednosti lastnikom
- Stroškovna učinkovitost
- Ocenjevanje in primerjava uspešnosti glede na pretekla obdobja in v relaciji do drugih organizacij
- Podpora pri razvoju kratkoročne in dolgoročne strategije podjetja



| PODROČJE                  | ZMANJŠEVANJE STROŠKOV                                                                                                                                                                                                                    | DODANA VREDNOST                                                                                                                                             |
|---------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| DOVOLJENJE ZA OBRATOVANJE | <ul style="list-style-type: none"> <li>- UGODNEJŠI ODNOSI Z VLADO</li> <li>- ZMANJŠANA AKTIVNOST DELEŽNIKOV</li> <li>- MANJŠE TVEGANJE TOŽB</li> </ul>                                                                                   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- POVEČANA PODPORA SKUPNOSTI ZA DELOVANJE PODJETJA »DOBRO IME«<br/>PODJETJA)</li> </ul>                              |
| UGLED KAPITALA            | <ul style="list-style-type: none"> <li>- ZMANJŠEVANJE NEGATIVNE AKTIVNOSTI POTROŠNIKOV (BOJKOTIRANJE IZDELKOV)</li> <li>- POZITIVNO MEDIJSKO POROČANJE »BREZPLAČNA REKLAMA«)</li> <li>- POZITIVNO OGLAŠEVANJE »OD UST DO UST«</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- POVEČANO PRIVABLJANJE STRANK</li> <li>- POVEČANO ZADRŽEVANJE POTROŠNIKOV</li> </ul>                                |
| ČLOVEŠKI VIRI             | <ul style="list-style-type: none"> <li>- POVEČANO ZADRŽANJE ZAPOSLENIH</li> <li>- KREPITEV KULTURE PODJETJA</li> <li>- IZBOLJŠANJE NOTRANJE KOMUNIKACIJE</li> </ul>                                                                      | <ul style="list-style-type: none"> <li>- OKREPLJENO ZAPOSLOVANJE</li> <li>- POVEČANA PRODUKTIVNOST</li> </ul>                                               |
| FINANCE                   |                                                                                                                                                                                                                                          | <ul style="list-style-type: none"> <li>- PODJETJA, KI SO NA ZUNAJ PREPOZNANA KOT DOBRI »SOCIALNI IZVAJALCI«, BOLJ PRIVLAČJO INVESTICIJSKE SKLADE</li> </ul> |

Tabela 6: Prednosti družbenega poročanja za podjetje

V številnih primerih podjetja igrajo pomembno v svojem okolju in so generatorji življenja v lokalni skupnosti. Zavezanost podjetij skupnosti in aktivnosti, povezane s tem, pa nekatera podjetja jemljejo kot samoumevna in tega ne prepoznavajo kot družbeno odgovorne aktivnosti, zato jih niti ne izpostavljajo oziroma njihovi promociji ne posvečajo pretirane pozornosti. To seveda ne prinese zelenih učinkov za podjetje, zato je potrebna **sistematična analiza aktivnosti podjetja ter strukturirano in trajnostno poročanje o izvajanih aktivnostih.**

## Sestava in značilnosti družbenih poročil

Družbeno trajnostno poročilo je lahko **sestavni del letnega poslovnega poročila** ali pa **samostojno poročilo o nefinančnem poslovanju podjetja** v tiskani ali elektronski obliki. Podjetja, ki so obvezana razkrivati nefinančne podatke in se odločijo za izdelavo samostojnega poročila, se morajo nanj sklicevati v letnem poročilu in ga morajo predložiti v roku šestih mesecev po dnevu bilance stanja. Prepričljivo družbeno trajnostno poročilo vsebuje izčrpne informacije o družbeno odgovornih aktivnostih podjetja in o izmerjenih dosežkih s primerjavo s preteklimi leti in kaže na vključenost družbeno odgovornih politik v samo strategijo in poslovni model podjetja. Shem na področju družbenega poročanja je veliko.

### 1. ORGANIZACIJSKI PROFIL

- Informacije, ki opredeljujejo domet poročila
- Število zaposlenih
- Število podružnic
- Države, v katerih je podjetje aktivno
- Glavne dejavnosti

### 2. PRISTOP K DRUŽBENI ODGOVORNOSTI

- Vpliv dejavnosti na družbo
- Obseg in status politike družbene odgovornosti v podjetju
- Kakšni so cilji?
- K čemu so podjetja zavezana?
- Sodelovanje in zavezanost vodstva
- Sistemi za izvajanje politike podjetja, vključno s poslovno etiko
- Rastoče izobraževanje in osveščanje
- Ključna vprašanja o družbeni odgovornosti podjetij in primerjalni podatki o napredku
- Odnos do okolja in politike trajnostnega razvoja
- Merjenje uspešnosti

### 3. ZAPOSLENI – POLITIKE IN UKREPI:

- Raznolikost / enake možnosti
- Usposabljanje
- Svoboda združevanja in kolektivnega pogajanja
- Plače
- Delovni čas
- Zanesljivost zaposlitve
- Pogodbeno delo
- Zdravje in varnost pri delu

### 4. SKUPNOSTI

- Pristop k vključevanju skupnosti
- Poraba sredstev za projekte v skupnosti
- Merila
- Partnerji

### 5. SKLADNOST

- Upoštevanje predpisov (npr. o nesrečah, enakih možnostih, usposabljanju ...)

### 6. POSLOVNA RAZMERJA

- Pristop k vključevanju poslovnih partnerjev v družbeno odgovornost
- Rezultati

### 7. SODELOVANJE ZAJINTERESIRANIH STRANI

- Sodelovanje z odbori v skupnostih, sestanki, raziskave, ključni partnerji

Poročilo mora biti urejeno tako, da uporabniku omogoča enostavno iskanje informacij. Za večjo preglednost podatkov je smiselno uporabiti različna vizualna orodja, kot so grafi, tabele in slikovni material, ki pa podatkov ne smejo prikazovati pristransko in morajo prikazovati tudi negativne trende, če ti obstajajo. Kot sredstvo za krepitev verodostojnosti

poročil se čedalje bolj uporabljajo tudi mednarodni standardi in smernice družbenega poročanja,

### Komunikacija z deležniki

Ko je letno nefinančno poročilo o družbeno odgovornih dejavnostih podjetja pripravljeno, je treba zagotoviti, da so z njim seznanjeni deležniki podjetja preko ustrezne distribucije. O načinu distribucije poročila se podjetje običajno odloči že v fazi opredelitve ključnih deležnikov, ko se ustvari seznam prejemnikov. Tipični prejemniki so zaposleni, kupci, dobavitelji, mediji, politiki, nevladne organizacije, upravitelji premoženja, vladni predstavniki, lokalna združenja, finančni analitiki in drugi deležniki podjetja. Glede na ciljno interesno skupino podjetje določi primerne distribucijske kanale, ki so lahko:

- letne skupščine delničarjev,
- sporočila za javnost,
- tiskovne konference,
- spletne strani,
- elektronska pošta,
- oglaševanje,
- mednarodne finančne ali gospodarske publikacije v obliki povzetka,
- sestanki z investitorji,
- ...

Vendar se je potrebno zavedati, da tovrstna poročila ciljne skupine družbeno odgovornih aktivnosti in ukrepov prebirajo redkeje, zato jih je treba o dosežkih obveščati preko drugih kanalov, saj je distribucija poročil le eno od možnih metod obveščanja o družbeno odgovorni dejavnosti podjetja. Vzpostaviti je treba torej komunikacijske načrte za neposredno obveščanje različnih deležnikov, na katere vplivajo aktivnosti

podjetja, kot so kupci, javnost, zaposleni, dobavitelji, država in lokalno okolje. **Družbena poročila namreč nimajo pomena, če ne informirajo deležnikov in vzpostavljajo dialoga z različnimi interesnimi skupinami.**

Tako podjetja različnim deležnikom komunicirajo različna področja svojega družbeno odgovornega delovanja, med katerimi so najpogostejša:

#### – Splošne vrednote in okvir etičnega delovanja

**podjetja:** Podjetje opredeli kulturo in sistem vrednost podjetja ter definira usmerjenost svojega družbenega delovanja in svoj odnos do notranjih in zunanjih deležnikov.

– **Okoljevarstvena politika:** Podjetje se opredeli do okoljevarstvenih vprašanj in opiše svojo okoljevarstveno politiko, ki vključuje upoštevanje vpliva na okolje pri naložbenih odločitvah, zeleno nabavo, zmanjšanje porabe energije in drugih virov, zmanjševanje odpadkov, izdelavo okolju prijaznih izdelkov in storitev itd.

– **Družbena odgovornost do strank:** Podjetje opredeli svoje etično stališče in odnos do strank ter vrednost, ki jo podjetje zagotavlja strankam skozi partnerski odnos, ki temelji na razumevanju in zadovoljevanju njihovih potreb.

– **Družbena odgovornost do zaposlenih:** Podjetje opredeli svoje aktivnosti in odnos na področju razvoja kadra, vlaganje v izobraževanje in spoštovanje zaščite manjšin, heterogenost zaposlenih in druge politike, vezane na trajnostni razvoj sodelovanja z zaposlenimi.

– **Družbena odgovornost do delničarjev/lastnikov:**

Zaveza k odkritemu in transparentnemu razkrivanju podatkov, zaveza k večanju vrednosti za lastnike/delnice z etičnim delovanjem ter razvojem kakovostnih in trajnostnih izdelkov in storitev.

– **Družbena odgovornost do konkurence:**

Nekatera podjetja komunicirajo tudi zavezo, da bo ne samo delovalo v skladu z zakoni, temveč tudi v skladu z etičnimi zahtevami držav, v katerih delujejo.

– **Družbena odgovornost do širše družbe:**

Podjetje opredeli svoj odnos do lokalne skupnosti (npr. podpora aktivnosti lokalnih društev), širše družbe (podpora nacionalnim interesom, kulturi, ob naravnih nesrečah, športu itd.) kot tudi do spoštovanja globalnih vrednot družbe (zagotavljanje človekovih pravic, izboljševanje kakovosti življenja itd.).

DRUŽBENA POROČILA NIMAJO POMENA,  
ČE NE INFORMIRAJO DELEŽNIKOV IN  
VZPOSTAVLJAJO DIALOGA Z RAZLIČNIMI  
INTERESNIMI SKUPINAMI.

## 8. OBVEZNO NEFINANČNO POROČANJE V EVROPSKIH DRŽAVAH

---

EU je leta 2014 sprejela direktivo o nefinančnem poročanju, v skladu s katero so velika podjetja zavezana k prikazu nefinančnih informacij o ekonomskih, okoljskih, družbenih in upravljaljskih učinkih ter rezultatov delovanja podjetja. Z direktivo želi EU dvigniti preglednost socialnih in okoljskih informacij, ki jih dajejo na voljo podjetja v vseh sektorjih, na primerljivo visoko raven v vseh državah članicah.

### ZNAČILNOSTI PODJETIJ, KI SO ZAVEZANA K NEFINANČNEMU POROČANJU

#### 1. Podjetje je zavezano k nefinančnemu poročanju, če:

v poslovnem letu v povprečju zaposluje več kot 500 oseb in  
njegova bilančna vsota presega 20 mio EUR ali  
njegovi čisti prihodki od prodaje presegajo 40 mio EUR

#### 2. Je subjekt javnega interesa, kar so:

podjetja, katerih prenosljivi vrednostni papirji so sprejeti v trgovanje na reguliranem trgu katere koli države članice,  
kreditne institucije,  
zavarovalnice in  
podjetja, ki jih države članice imenujejo za subjekte javnega interesa.

### ZNAČILNOSTI NEFINANČNEGA POROČILA

Poročilo mora vsebovati kratek opis poslovnega modela podjetja in nefinančne kazalnike uspešnosti, ki so pomembni za poslovanje podjetja.

#### V poročilu morajo biti prikazane informacije vsaj o:

okoljskih zadevah,  
socialnih zadevah in zaposlenih,  
spoštovanju človekovih pravic ter  
zadevah v zvezi z bojem proti korupciji in  
podkupovanju.

#### Za vsako od zgornjih točk morajo podjetja razkriti vsaj naslednje podatke:

opis poslovnega modela podjetja,  
opis politik podjetja glede navedenih zadev, med drugim v zvezi z izvajanjem postopkov skrbnega pregleda,  
rezultate teh politik,  
glavna tveganja v zvezi z navedenimi zadevami, ki so povezana z dejavnostmi podjetja, vključno z njegovimi poslovnimi odnosi, proizvodi ali storitvami, kadar je to ustrezno in sorazmerno, ki bi lahko povzročili resne škodljive učinke na teh področjih, ter načini, kako podjetje upravlja ta tveganja in  
ključne nefinančne kazalnike uspešnosti, ki so pomembni za posamezne dejavnosti.

#### Te informacije morajo biti predstavljene v: poslovnem poročilu ali

ločenem poročilu, objavljenem skupaj s poslovnim poročilom ali najkasneje 6 mesecev po dnevu bilance stanja na spleti strani podjetja, poslovno poročilo pa se mora nanj sklicevati.

**Družbe lahko te informacije zagotovijo na podlagi:**  
državnih, evropskih ali mednarodnih okvirov poročanja.

## ZAGOTAVLJANJE SKLADNOSTI

### NAČELA

#### NAČELO UPOŠTEVANJA IN UTEMELJITVE

Kadar podjetje ne izvaja politik v zvezi z eno ali več navedenimi zadevami, to v izjavi o nefinančnem poslovanju jasno in utemeljeno obrazloži.

#### NAČELO VARNEGA PRISTANA

V izjemnih primerih, ko bi glede na ustrezno utemeljeno mnenje članov upravnega, poslovnega in nadzornega organa, ki delujejo v okviru pristojnosti, ki jim jih podeljuje nacionalno pravo, in so skupno odgovorni za to mnenje, razkritje informacij o predvidenih dogodkih ali zadevah, ki so predmet tekočih pogajanj, resno škodovalo poslovnemu položaju podjetja, lahko države članice dovolijo, da se takšne informacije izpustijo, če to ne onemogoči poštenega in uravnoveženega razumevanja razvoja, uspešnosti in položaja podjetja ter učinka njegovih dejavnosti.

### SODELOVANJE REVIZORJA

#### NAČELO OBSTOJA IZJAVE

Države članice morajo zagotoviti, da zakoniti revizor ali revizijsko podjetje preveri, ali je bila izjava o nefinančnem poslovanju predložena.

#### NAČELO VSEBINE IZJAVE

Države članice lahko zahtevajo, da informacije, navedene v izjavi o nefinančnem poslovanju, preveri neodvisni izvajalec storitev dajanja zagotovil.

Države članice so direktivo o nefinančnem poročanju v svoje nacionalne zakonodajne okvire prenesle na različne načine:

## AVSTRIJA

### ♦ ZNAČILNOSTI PODJETJA

#### 1. Več kot 500 zaposlenih

#### 2. Čisti prihodki od prodaje več kot 40 mio EUR ali bilančna vsota več kot 20 mio EUR

#### 3. Subjekti javnega interesa:

- družbe, ki kotirajo na borzi,
- kreditne institucije,
- zavarovalnice ter
- družbe, ki delujejo na kapitalskih trgih.

### ♦ ZNAČILNOSTI NEFINANČNEGA POROČILA

#### Vključevati mora naslednje vidike:

- okoljska uspešnost,
- socialne zadeve in zaposleni,
- spoštovanje človekovih pravic ter
- zadeve v zvezi z bojem proti korupciji in podkupovanju.

#### Vsebovati mora:

- opis poslovnega modela podjetja,
- opis politik podjetja glede nefinančnih zadev in rezultate teh politik,
- glavna tveganja v zvezi z nefinančnimi zadevami in aktivnostmi podjetja ter
- nefinančne kazalnike uspešnosti, ki so relevantni za podjetje.

#### Te informacije morajo biti predstavljene v:

- poslovnem poročilu ali
- ločenem poročilu s sklicem na poslovno poročilo.

#### Družbe lahko te informacije zagotovijo na podlagi:

- državnih, evropskih ali mednarodnih okvirov poročanja.

### ♦ DODATNI VIDIKI

- Načelo upoštevanja in utemeljitve
- Načelo varnega pristana
- Izjava o raznolikosti: velja za vse velike subjekte javnega interesa
- Sodelovanje revizorja: obstoj izjave
- Kazni: določene v zakonodaji

### ♦ POVEZAVE

- Zakonodaja; [https://www.parlament.gv.at/PAKT/VHG/XXV/ME/ME\\_00257/fname\\_568007.pdf](https://www.parlament.gv.at/PAKT/VHG/XXV/ME/ME_00257/fname_568007.pdf)
- Pojasnilo; [https://www.parlament.gv.at/PAKT/VHG/XXV/ME/ME\\_00257/fname\\_568007.pdf](https://www.parlament.gv.at/PAKT/VHG/XXV/ME/ME_00257/fname_568007.pdf)

## BELGIJA

### ♦ ZNAČILNOSTI PODJETJA

#### 1. Več kot 500 zaposlenih

#### 2. Čisti prihodki od prodaje več kot 34 mio EUR ali bilančna vsota več kot 17 mio EUR

#### 3. Subjekti javnega interesa:

- družbe, ki kotirajo na borzi,
- kreditne institucije,
- zavarovalnice in pozavarovalnice ter
- organizacije za pravnavo.

### ♦ ZNAČILNOSTI NEFINANČNEGA POROČILA

#### Vključevati mora naslednje vidike:

- okoljska uspešnost,
- socialne zadeve in zaposleni,
- spoštovanje človekovih pravic ter
- zadeve v zvezi z bojem proti korupciji in podkupovanju.

#### Vsebovati mora:

- opis poslovnega modela podjetja,
- opis politik podjetja glede nefinančnih zadev in rezultate teh politik,
- glavna tveganja v zvezi z nefinančnimi zadevami in aktivnostmi podjetja ter
- nefinančne kazalnike uspešnosti, ki so relevantni za podjetje.

#### Te informacije morajo biti predstavljene v:

- poslovnem poročilu ali
- ločenem poročilu s sklicem na poslovno poročilo.

#### Družbe lahko te informacije zagotovijo na podlagi:

- državnih, evropskih ali mednarodnih okvirov poročanja.

### ♦ DODATNI VIDIKI

- Načelo upoštevanja in utemeljitve
- Načelo varnega pristana
- Izjava o raznolikosti: velja za vse velike subjekte javnega interesa, ki morajo opisati prizadevanja za zagotavljanje, da je tretjina upravnega odbora drugačnega spola kot preostali dve tretjini
- Sodelovanje revizorja: obstoj izjave
- Kazni: določene v korporacijski zakonodaji

### ♦ POVEZAVE

- Zakonodaja
- Sprejeto besedilo (v flamščini in francoščini); <https://www.dekamer.be/flwb/pdf/54/2564/54K2564006.pdf>
- Pojasnilo (dok. 54 2564/2016/2017); <http://www.lachambre.be/FLWB/PDF/54/2564/54K2564004.pdf>

## ♦ ZNAČILNOSTI PODJETJA

### 1. Več kot 500 zaposlenih

### 2. Čisti prihodki od prodaje več kot 76 mio BGN ali bilančna vsota več kot 38 mio BGN

### 3. Subjekti javnega interesa:

- družbe, ki kotirajo na borzi,
- kreditne institucije,
- zavarovalnice in pozavarovalnice,
- upravljalci pokojninskih skladov
- investicijske družbe
- nacionalne železnice (EAD)
- dobavitelji elektrike in plina ter
- komunalna podjetja (voda in kanalizacija).

## ♦ ZNAČILNOSTI NEFINANČNEGA POROČILA

### Vključevati mora naslednje vidike:

- okoljska uspešnost,
- socialne zadeve in zaposleni,
- spoštovanje človekovih pravic ter
- zadeve v zvezi z bojem proti korupciji in podkupovanju.

### Vsebovati mora:

- opis poslovnega modela podjetja,
- opis politik podjetja glede nefinančnih zadev in rezultate teh politik,
- glavna tveganja v zvezi z nefinančnimi zadevami in aktivnostmi podjetja ter
- nefinančne kazalnike uspešnosti, ki so relevantni za podjetje.

## Te informacije morajo biti predstavljene v:

- poslovnem poročilu ali
- ločenem poročilu, izdanem ob poslovnem poročilu ali
- ločenem poročilu, objavljenem na spletnem mestu do 30. junija naslednjega leta, s sklicem v poslovnem poročilu.

## Družbe lahko te informacije zagotovijo na podlagi:

- okvirov poročanja, ki jih opredeli minister za finance.

## ♦ DODATNI VIDIKI

- Načelo upoštevanja in utemeljitve
- Načelo varnega pristana
- Izjava o raznolikosti: vključuje versko pripadnost
- Sodelovanje revizorja: obstoj izjave
- Kazni: 500 do 3.000 BGN za odgovorno osebo; 2.000 do 5.000 za odgovorno pravno osebo

## ♦ POVEZAVE

- Zakonodaja; <http://dv.parliament.bg/DVWeb/showMaterialDV.jsp?idMat=99076>

## ♦ ZNAČILNOSTI PODJETJA

### 1. Več kot 500 zaposlenih

### 2. Čisti prihodki od prodaje več kot 40 mio EUR ali bilančna vsota več kot 20 mio EUR

### 3. Subjekti javnega interesa:

- družbe, ki kotirajo na borzi,
- kreditne institucije,
- zavarovalnice in pozavarovalnice.

## ♦ ZNAČILNOSTI NEFINANČNEGA POROČILA

### Vključevati mora naslednje vidike:

- okoljska uspešnost,
- socialne zadeve in zaposleni,
- spoštovanje človekovih pravic ter
- zadeve v zvezi z bojem proti korupciji in podkupovanju.

### Vsebovati mora:

- opis poslovnega modela podjetja,
- opis politik podjetja glede nefinančnih zadev in rezultate teh politik,
- glavna tveganja v zvezi z nefinančnimi zadevami in aktivnostmi podjetja ter
- nefinančne kazalnike uspešnosti, ki so relevantni za podjetje.

### Te informacije morajo biti predstavljene v:

- konsolidiranem poslovnem poročilu ali
- ločenem poročilu, izdanem ob poslovnem poročilu ali
- ločenem poročilu, objavljenem na spletnem mestu v 6 mesecih po zaključku bilančnega obdobja, s sklicem v poslovnem poročilu.

### Družbe lahko te informacije zagotovijo na podlagi:

- državnih, evropskih ali mednarodnih okvirov poročanja.

## ♦ DODATNI VIDIKI

- Načelo upoštevanja in utemeljitve
- Načelo varnega pristana
- Izjava o raznolikosti: velja za vsa velika, na borzi kotirajoča podjetja javnega interesa z najmanj 500 zaposlenimi
- Sodelovanje revizorja: obstoj izjave
- Kazni: opredeljene v zakonodaji o podjetjih

## ♦ POVEZAVE

- Zakonodaja; [http://www.mofgov.cy/mof/gpo/gpo.nsf/All/1/320B28F66161A6BBC225813300289029/\\$file/4603%202%206%202017%20PARARTHMA%2010%20MEROS%201.pdf](http://www.mofgov.cy/mof/gpo/gpo.nsf/All/1/320B28F66161A6BBC225813300289029/$file/4603%202%206%202017%20PARARTHMA%2010%20MEROS%201.pdf)

## ♦ ZNAČILNOSTI PODJETJA

### 1. Več kot 500 zaposlenih

### 2. Čisti prihodki od prodaje več kot 1 mrd CZK

### 3. Subjekti javnega interesa:

- družbe, ki kotirajo na borzi,
- kreditne institucije,
- zavarovalnice,
- pokojninski skladi,
- zdravstvene zavarovalnice.

## ♦ ZNAČILNOSTI NEFINANČNEGA POROČILA

### Vključevati mora naslednje vidike:

- okoljska uspešnost,
- socialne zadeve in zaposleni,
- spoštovanje človekovih pravic ter
- zadeve v zvezi z bojem proti korupciji in podkupovanju.

### Vsebovati mora:

- opis poslovnega modela podjetja,
- opis politik podjetja glede nefinančnih zadev in rezultate teh politik,
- glavna tveganja v zvezi z nefinančnimi zadevami in aktivnostmi podjetja ter
- nefinančne kazalnike uspešnosti, ki so relevantni za podjetje.

### Te informacije morajo biti predstavljene v:

- Letnem poročilu ali
- ločenem poročilu, izdanem ob letnem poročilu ali konsolidiranem poročilu ali
- ločenem poročilu, objavljenem na spletnem mestu v 6 mesecih po zaključku bilančnega obdobja, s sklicem v letnem ali konsolidiranem poročilu.

### Družbe lahko te informacije zagotovijo na podlagi:

- okvirov poročanja, ki jih opredeli minister za finance.

## ♦ DODATNI VIDIKI

- Načelo upoštevanja in utemeljitve
- Načelo varnega pristana
- Izjava o raznolikosti: vključuje versko pripadnost
- Sodelovanje revizorja: obstoj izjave
- Kazni: opredeljene v zakonodaji o računovodstvu

## ♦ POVEZAVE

- Zakonodaja; <https://www.sbirka.cz/>
- Podporni dokument (računovodska zakonodaja); <http://www.psp.cz/sqw/sbirka.sqw?r=1991&cz=563>

## ♦ ZNAČILNOSTI PODJETJA

### 1. Več kot 250 zaposlenih

### 2. Čisti prihodki od prodaje več kot 313 mio DKR ali bilančna vsota več kot 156 mio DKR

### 3. Podjetja računovodskega razreda D:

- družbe, ki kotirajo na borzi,
- družbe z omejeno odgovornostjo.

### 4. Trenutno poročajo tudi družbe z manj kot 500 zaposlenimi, a le o človekovih pravicah, klimatskih in okoljskih zadevah. Od 2018 dalje vsa velika podjetja (razred C in D) poročajo o vseh vidikih.

## ♦ ZNAČILNOSTI NEFINANČNEGA POROČILA

### Vključevati mora naslednje vidike:

- okoljska uspešnost,
- socialne zadeve in zaposleni,
- spoštovanje človekovih pravic ter
- zadeve v zvezi z bojem proti korupciji in podkupovanju.

### Vsebovati mora:

- opis poslovnega modela podjetja,
- opis politik podjetja glede nefinančnih zadev in rezultate teh politik,
- glavna tveganja v zvezi z nefinančnimi zadevami in aktivnostmi podjetja ter
- nefinančne kazalnike uspešnosti, ki so relevantni za podjetje.

### Te informacije morajo biti predstavljene v:

- letnem ali poslovnem poročilu ali
- ločenem poročilu, objavljenem na spletnem mestu podjetja za dobo 5 let, s sklicem v poslovnem poročilu.

### Družbe lahko te informacije zagotovijo na podlagi:

- državnih, evropskih ali mednarodnih okvirov poročanja – s sklicevanjem na UNGC COP, PRI ali GRI okviri samoocene.

## ♦ DODATNI VIDIKI

- Načelo upoštevanja in utemeljitve
- Načelo varnega pristana: ne velja
- Izjava o raznolikosti: v enaki obliki kot nefinančne informacije
- Sodelovanje revizorja: obstoj izjave in pregled koherentnosti razkritij sta sestavna dela pregleda poslovnega poročila.
- Regulativni pregled: 10–20 % podjetij, ki kotirajo na borzi, vsako leto izberejo za polni pregled izjave. Pristop temelji na pomembnosti.
- Kazni: niso opredeljene

## ♦ POVEZAVE

- Zakonodaja; [http://www.ft.dk/Rlpdf/samling/20141/lovforslag/L117/20141\\_L117\\_som\\_fremsat.pdf](http://www.ft.dk/Rlpdf/samling/20141/lovforslag/L117/20141_L117_som_fremsat.pdf)
- Podporni dokument (BEK št. 558); <https://www.retsinformation.dk/Forms/R0710.aspx?id=180521>
- Izvedbeni dokument; <http://csrgov.dk/file/557863/implementation-of-eu-directive.pdf>

## ♦ ZNAČILNOSTI PODJETJA

### 1. Več kot 500 zaposlenih

### 2. Subjekti javnega interesa:

- družbe, ki kotirajo na borzi,
- kreditne institucije,
- zavarovalnice.

## ♦ ZNAČILNOSTI NEFINANČNEGA POROČILA

### Vključevati mora naslednje vidike:

- okoljska uspešnost,
- socialne zadeve in zaposleni,
- spoštovanje človekovih pravic ter
- zadeve v zvezi z bojem proti korupciji in podkupovanju.

### Vsebovati mora:

- opis poslovnega modela podjetja,
- opis politik podjetja glede nefinančnih zadev in rezultate teh politik,
- glavna tveganja v zvezi z nefinančnimi zadevami in aktivnostmi podjetja ter
- nefinančne kazalnike uspešnosti, ki so relevantni za podjetje.

## Te informacije morajo biti predstavljene v:

- poslovnem poročilu

## Družbe lahko te informacije zagotovijo na podlagi:

- državnih, evropskih ali mednarodnih okvirov poročanja.

## ♦ DODATNI VIDIKI

- Načelo upoštevanja in utemeljitve
- Načelo varnega pristana: ni opredeljeno
- Izjava o raznolikosti: je obvezni del poslovnega poročila
- Sodelovanje revizorja: obstoj izjave
- Kazni: niso opredeljene

## ♦ POVEZAVE

- Zakonodaja; <https://www.riigiteataja.ee/akt/130122015004>
- Podporni dokument (računovodska zakonodaja); <https://www.riigiteataja.ee/en/eli/530102013006/consolide>

## ♦ ZNAČILNOSTI PODJETJA

### 1. Več kot 500 zaposlenih

### 2. Čisti prihodki od prodaje več kot 40 mio EUR ali bilančna vsota več kot 20 mio EUR

### 3. Subjekti javnega interesa:

- družbe, ki kotirajo na borzi,
- kreditne institucije,
- zavarovalnice.

## ♦ ZNAČILNOSTI NEFINANČNEGA POROČILA

### Vključevati mora naslednje vidike:

- okoljska uspešnost,
- socialne zadeve in zaposleni,
- spoštovanje človekovih pravic ter
- zadeve v zvezi z bojem proti korupciji in podkupovanju.

### Vsebovati mora:

- opis poslovnega modela podjetja,
- opis politik podjetja glede nefinančnih zadev in rezultate teh politik,
- glavna tveganja v zvezi z nefinančnimi zadevami in aktivnostmi podjetja ter
- nefinančne kazalnike uspešnosti, ki so relevantni za podjetje.

### Te informacije morajo biti predstavljene v:

- letnem poročilu ali
- ločenem poročilu, izdanem ob letnem poročilu ali
- ločenem poročilu, objavljenem na spletnem mestu družbe v 6 mesecih po zaključku bilančnega obdobja, s sklicem v poslovnem poročilu.

### Družbe lahko te informacije zagotovijo na podlagi:

- državnih, evropskih ali mednarodnih okvirov poročanja.

## ♦ DODATNI VIDIKI

- Načelo upoštevanja in utemeljitve
- Načelo varnega pristana
- Izjava o raznolikosti
- Sodelovanje revizorja: obstoj izjave
- Kazni: opredeljene v zakonodaji o računovodstvu

## ♦ POVEZAVE

- Zakonodaja; [https://www.eduskunta.fi/FI/vaski/eduskunnanvastaus/Documents/EV\\_256+2016.pdf](https://www.eduskunta.fi/FI/vaski/eduskunnanvastaus/Documents/EV_256+2016.pdf)

## ♦ ZNAČILNOSTI PODJETJA

### 1. Več kot 500 zaposlenih

### 2. Čisti prihodki od prodaje več kot 40 mio EUR ali bilančna vsota več kot 20 mio EUR

### 2. Subjekti javnega interesa:

- družbe, ki kotirajo na borzi,
- kreditne institucije,
- zavarovalnice.

### 4. Sociétés anonymes in investicijski skladi, ki ne kotirajo na borzi, s čistim prihodkom več kot 100 mio EUR

## ♦ ZNAČILNOSTI NEFINANČNEGA POROČILA

### Vključevati mora naslednje vidike:

- okoljska uspešnost,
- socialne zadeve in zaposleni,
- spoštovanje človekovih pravic ter
- zadeve v zvezi z bojem proti korupciji in podkupovanju.

### Vsebovati mora:

- opis poslovnega modela podjetja,
- opis politik podjetja glede nefinančnih zadev in rezultate teh politik,
- glavna tveganja v zvezi z nefinančnimi zadevami in aktivnostmi podjetja ter
- nefinančne kazalnike uspešnosti, ki so relevantni za podjetje.

### Te informacije morajo biti predstavljene v:

- letnem poročilu, objavljenem na spletnem mestu v 8 mesecih po zaključku bilančnega obdobja, kjer mora biti na voljo 5 let.

### Družbe lahko te informacije zagotovijo na podlagi:

- državnih, evropskih ali mednarodnih okvirov poročanja.

## ♦ DODATNI VIDIKI

- Načelo upoštevanja in utemeljitve
- Načelo varnega pristana
- Izjava o raznolikosti
- Sodelovanje revizorja: obstoj izjave- za družbe z več kot 500 zaposlenimi in prometom preko 100 mio EUR ali bilančno vsoto preko 100 mio EUR
- Kazni: šele v primeru, ko zainteresirana stranka zaprosi za nefinančne informacije in jih ne prejme, lahko sodnik predpiše denarno kazen.

## ♦ POVEZAVE

- Zakonodaja (L.225-102-1); <https://www.legifrance.gouv.fr/affichCodeArticle.do?idArticle=LEGIRTI000022496405&cidTexte=LEGITEXT000005634379>
- Zakonodaja (R.225-104/105/105-1/105-2); [https://www.legifrance.gouv.fr/affichCode.do?sessionId=DE156D68A87D268DB3D7BBDBC4E33151.tpdila18v\\_2?idSectionTA=LEGISCTA000006161468&cidTexte=LEGITEXT000005634379&dateTexte=20170901](https://www.legifrance.gouv.fr/affichCode.do?sessionId=DE156D68A87D268DB3D7BBDBC4E33151.tpdila18v_2?idSectionTA=LEGISCTA000006161468&cidTexte=LEGITEXT000005634379&dateTexte=20170901)

## ♦ ZNAČILNOSTI PODJETJA

### 1. Več kot 500 zaposlenih

### 2. Subjekti javnega interesa:

- družbe, ki kotirajo na borzi,
- kreditne institucije,
- banke,
- velike družbe področja rudarstva,
- velike družbe v državni lasti z več kot 500 zaposlenimi.

**3. Družbe z več kot 10** zaposlenimi, čistimi prihodki več kot 700.000 EUR ali bilančno vsoto več kot 350.000 EUR morajo poročati o okoljski učinkovitosti in upravljanju lastnih človeških virov. (Natančno o tem v okrožnici med navedenimi povezavami)

## ♦ ZNAČILNOSTI NEFINANČNEGA POROČILA

### Vključevati mora naslednje vidike:

- okoljska uspešnost,
- zaposleni,
- spoštovanje človekovih pravic ter
- zadeve v zvezi z bojem proti korupciji in podkupovanju.

### Vsebovati mora:

- opis poslovnega modela podjetja,
- opis politik podjetja glede nefinančnih zadev in rezultate teh politik,
- opis politike skrbnega pregleda,
- glavna tveganja v zvezi z nefinančnimi zadevami

in aktivnostmi podjetja ter

- nefinančne kazalnike uspešnosti, ki so relevantni za podjetje.

### Te informacije morajo biti predstavljene v:

- letnem poročilu

### Družbe lahko te informacije zagotovijo na podlagi:

- državnih, evropskih ali mednarodnih okvirov poročanja.

## ♦ DODATNI VIDIKI

- Načelo upoštevanja in utemeljitve
- Načelo varnega pristana
- Izjava o raznolikosti
- Sodelovanje revizorja: obstoj izjave
- Kazni: neizpolnjevanju zahtev ali zamudam pri tem (9 mesecev po zaključku računovodskega leta) sledi takrat opredeljena denarna kazen

## ♦ POVEZAVE

- Zakonodaja; <https://www.minedu.gov.gr/publications/docs2016/125%CE%91.pdf>
- Okrožnica; <https://diavgeia.gov.gr/doc/%CE%A80%CE%A5%CE%A8465%CE%A7%CE%998-%CE%92%CE%9C4?inline=true>

## ♦ ZNAČILNOSTI PODJETJA

### 1. Več kot 500 zaposlenih

### 2. Čisti prihodki od prodaje več kot 30 mio HRK ali bilančna vsota več kot 15 mio HRK

### 3. Subjekti javnega interesa:

- družbe, ki kotirajo na borzi,
- kreditne institucije,
- zavarovalnice in pozavarovalnice,
- institucije za izdajo elektronskega denarja,
- liziške družbe,
- podjetja za vlaganja v prenosljive vrednostne papirje,
- alternativni investicijski skladi,
- pokojninske družbe,
- družbe za faktoring,
- centralne klirinške depotne družbe,
- upravljavci centralnega registra,
- upravljavci poravnalnih sistemov,
- upravljavci skladov za zaščito vlagateljev,
- strateško pomembna podjetja za Republiko Hrvaško.

## ♦ ZNAČILNOSTI NEFINANČNEGA POROČILA

### Vključevati mora naslednje vidike:

- okoljska uspešnost,
- socialne zadeve in zaposleni,
- spoštovanje človekovih pravic ter
- zadeve v zvezi z bojem proti korupciji in podkupovanju.

### Vsebovati mora:

- opis poslovnega modela podjetja,
- opis politik podjetja glede nefinančnih zadev in

rezultate teh politik,

- glavna tveganja v zvezi z nefinančnimi zadevami in aktivnostmi podjetja ter
- nefinančne kazalnike uspešnosti, ki so relevantni za podjetje.

### Te informacije morajo biti predstavljene v:

- konsolidiranem letnem poročilu ali
- ločenem poročilu, izdanem ob poslovnem poročilu ali
- ločenem poročilu, objavljenem na spletnem mestu podjetja v 6 mesecih po zaključku bilančnega obdobja, kjer mora biti na voljo najmanj 5 let.

### Družbe lahko te informacije zagotovijo na podlagi:

- državnih, evropskih ali mednarodnih okvirov poročanja.

## ♦ DODATNI VIDIKI

- Načelo upoštevanja in utemeljitve
- Načelo varnega pristana
- Izjava o raznolikosti: velja za vsa podjetja javnega interesa, ki kotirajo na borzi, z najmanj 250 zaposlenimi
- Sodelovanje revizorja: obstoj izjave
- Kazni: 10.000–100.000 HRK za nepredložitev poročila

## ♦ POVEZAVE

- Zakonodaja (L.225-102-1); [https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/full/2016\\_12\\_120\\_2612.html](https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/full/2016_12_120_2612.html)
- Podporni dokument (računovodska zakonodaja); [https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/full/2015\\_07\\_78\\_1493.html](https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/full/2015_07_78_1493.html)

## ♦ ZNAČILNOSTI PODJETJA

### 1. Več kot 500 zaposlenih

### 2. Čisti prihodki od prodaje več kot 40 mio EUR ali bilančna vsota več kot 20 mio EUR

### 3. Subjekti javnega interesa:

- družbe, ki kotirajo na borzi,
- kreditne institucije,
- zavarovalnice.

## ♦ ZNAČILNOSTI NEFINANČNEGA POROČILA

### Vključevati mora naslednje vidike:

- okoljska uspešnost,
- socialne zadeve in zaposleni,
- spoštovanje človekovih pravic ter
- zadeve v zvezi z bojem proti korupciji in podkupovanju.

### Vsebovati mora:

- opis poslovnega modela podjetja,
- opis politik podjetja glede nefinančnih zadev in rezultate teh politik,
- glavna tveganja v zvezi z nefinančnimi zadevami in aktivnostmi podjetja ter
- nefinančne kazalnike uspešnosti, ki so relevantni za podjetje.

### Te informacije morajo biti predstavljene v:

- poročilu direktorja ali
- ločenem poročilu, objavljenem na spletnem

mestu v 6 mesecih po zaključku bilančnega obdobja, s sklicem v poročilu direktorja.

### Družbe lahko te informacije zagotovijo na podlagi:

- državnih, evropskih ali mednarodnih okvirov poročanja.

## ♦ DODATNI VIDIKI

- Načelo upoštevanja in utemeljitve
- Načelo varnega pristana
- Izjava o raznolikosti: razen za velike družbe, ki izdajajo vrednostne papirje z izjemo delnic, ki so sprejeti v trgovanje na reguliranem trgu
- Sodelovanje revizorja: obstoj izjave
- Kazni: neupoštevanje izpolnjevanje obveznosti pomeni obsodbo kaznivega dejanja in odgovorna oseba je odgovorna po obsodbi po skrajšanem postopku z denarno kaznijo reda A in/ali z zaporno kaznijo do šest mesecev.

## ♦ POVEZAVE

- Zakonodaja; <https://dbei.gov.ie/en/Legislation/Legislation-Files/SI-No-360-of-2017.pdf>

## ♦ ZNAČILNOSTI PODJETJA

### 1. Več kot 500 zaposlenih

### 2. Čisti prihodki od prodaje več kot 40 mio EUR ali bilančna vsota več kot 20 mio EUR

### 2. Subjekti javnega interesa:

- družbe, ki kotirajo na borzi,
- banke,
- zavarovalnice in pozavarovalnice.

## ♦ ZNAČILNOSTI NEFINANČNEGA POROČILA

### Vključevati mora naslednje vidike:

- okoljska uspešnost,
- socialne zadeve in zaposleni,
- spoštovanje človekovih pravic ter
- zadeve v zvezi z bojem proti korupciji in podkupovanju.

### Vsebovati mora:

- opis poslovnega modela podjetja,
- opis politik podjetja glede nefinančnih zadev in rezultate teh politik,
- glavna tveganja v zvezi z nefinančnimi zadevami in aktivnostmi podjetja ter
- nefinančne kazalnike uspešnosti, ki so relevantni za podjetje.

### Te informacije morajo biti predstavljene v:

- poslovnem poročilu ali
- ločenem poročilu, potrjenem s strani upravnega organa; na voljo nadzornemu organu

in presojevalcu; upoštevajoč roke, veljavne za finančno poročanje; objavljeno v registru podjetij skupaj s poslovnim poročilom.

### Družbe lahko te informacije zagotovijo na podlagi:

- državnih, evropskih ali mednarodnih okvirov poročanja ali
- različnih metodologij poročanja, oblikovanih na podlagi enega ali več standardov poročanja.

## ♦ DODATNI VIDIKI

- Načelo upoštevanja in utemeljitve
- Načelo varnega pristana
- Izjava o raznolikosti
- Sodelovanje revizorja: obstoj in vsebina izjave
- Kazni: za izpustitev pomembnih informacij, nepredložitev poročila ali zamudo pri oddaji poročila se izreče denarna kazen v višini 20.000–150.000 EUR.

## ♦ POVEZAVE

- Zakonodaja (L.225-102-1); [http://www.gazzettaufficiale.it/atto/serie\\_generale/caricaDettaglioAtto/originario?atto.dataPubblicazioneGazzetta=2017-01-10&atto.codiceRedazionale=17G00002&elenco30giorni=true](http://www.gazzettaufficiale.it/atto/serie_generale/caricaDettaglioAtto/originario?atto.dataPubblicazioneGazzetta=2017-01-10&atto.codiceRedazionale=17G00002&elenco30giorni=true)

## ♦ ZNAČILNOSTI PODJETJA

### 1. Več kot 500 zaposlenih

### 2. Čisti prihodki od prodaje več kot 40 mio EUR ali bilančna vsota več kot 20 mio EUR

### 3. Subjekti javnega interesa:

- družbe, ki kotirajo na borzi,
- zavarovalnice in pozavarovalnice,
- finančne inštitucije.

## ♦ ZNAČILNOSTI NEFINANČNEGA POROČILA

### Vključevati mora naslednje vidike:

- okoljska uspešnost,
- socialne zadeve in zaposleni,
- spoštovanje človekovih pravic ter
- zadeve v zvezi z bojem proti korupciji in podkupovanju.

### Vsebovati mora:

- opis poslovnega modela podjetja,
- opis politik podjetja glede nefinančnih zadev in rezultate teh politik,
- glavna tveganja v zvezi z nefinančnimi zadevami in aktivnostmi podjetja ter
- nefinančne kazalnike uspešnosti, ki so relevantni za podjetje.
- obrazložitev zneskov, ki so navedeni v finančnem poročilu in so pomembni za družbeno odgovornost podjetja.

### Te informacije morajo biti predstavljene v:

- poslovnem poročilu ali

- ločenem poročilu, izdanem ob poslovnem poročilu ali
- v konsolidiranem poslovnem poročilu (pod pogojem, da podjetje izpolnjuje kriterije, določene v sklopu »Značilnosti podjetja«, najmanj dve zaporedni leti).

### Družbe lahko te informacije zagotovijo na podlagi:

- državnih, evropskih ali mednarodnih okvirov poročanja.

## ♦ DODATNI VIDIKI

- Načelo upoštevanja in utemeljitve
- Načelo varnega pristana
- Izjava o raznolikosti: razen za velike družbe, ki izdajajo vrednostne papirje z izjemo delnic, ki so sprejeti v trgovanje na reguliranem trgu
- Sodelovanje revizorja: obstoj izjave; vsebina izjave, kjer je izjava vključena v konsolidirano poslovno poročilo
- Kazni: do 10 % neto prihodka podjetja glede na preteklo poslovno leto oziroma 142.300 EUR (upošteva se večji znesek) za podjetje in/ali začasna prepoved v trajanju 3 let za odgovorno osebo v podjetju in/ali 1 mio EUR za odgovorno osebo v podjetju

## ♦ POVEZAVE

- Zakonodaja; <https://www.vestnesis.lv/op/2016/254.4>
- Podporni dokument (zakonodaja o finančnih trgih); <https://m.likumi.lv/doc.php?id=81995>

♦ **ZNAČILNOSTI PODJETJA****1. Več kot 500 zaposlenih****2. Čisti prihodki od prodaje več kot 30 mio HRK ali bilančna vsota več kot 15 mio HRK****3. Subjekti javnega interesa:**

- banke in centralne kreditne zadruge,
- kreditne zadruge, ki izpolnjuje finančne zahteve dve zaporedni leti,
- pokojninski skladi,
- velike delniške družbe in družbe z omejeno odgovornostjo, ki so v lastni države in/ali občine,
- družbe, ki kotirajo na borzi,
- zavarovalnice in pozavarovalnice,
- naložbena podjetja,
- centralne depotne družbe in borza vrednostnih papirjev v Vilni,
- borzoposredniške družbe,
- družbe za upravljanje.

♦ **ZNAČILNOSTI NEFINANČNEGA POROČILA****Vključevati mora naslednje vidike:**

- okoljska uspešnost,
- socialne zadeve in zaposleni,
- spoštovanje človekovih pravic ter
- zadeve v zvezi z bojem proti korupciji in podkupovanju.

**Vsebovati mora:**

- opis poslovnega modela podjetja,
- opis politik podjetja glede nefinančnih zadev in rezultate teh politik,
- glavna tveganja v zvezi z nefinančnimi zadevami in aktivnostmi podjetja ter

- nefinančne kazalnike uspešnosti, ki so relevantni za podjetje.
- obrazložitev zneskov, ki so navedeni v finančnem poročilu in so pomembni za družbeno odgovornost podjetja.

**Te informacije morajo biti predstavljene v:**

- letnem poročilu ali
- ločenem poročilu, objavljenem na spletnem mestu v roku 3 mesecev od zadnjega dne poslovnega leta, s sklicem v letnem poročilu.

**Družbe lahko te informacije zagotovijo na podlagi:**

- državnih, evropskih ali mednarodnih okvirov poročanja.

♦ **DODATNI VIDIKI**

- Načelo upoštevanja in utemeljitve
- Načelo varnega pristana
- Izjava o raznolikosti: velja za vsa podjetja javnega interesa, ki kotirajo na borzi, z najmanj 250 zaposlenimi
- Sodelovanje revizorja: obstoj izjave
- Kazni: opredeljene v Zakonu o finančni odgovornosti podjetij

♦ **POVEZAVE**

- Zakonodaja (L.225-102-1); <https://www.e-tar.lt/portal/lt/legalAct/a9859390c8dd11e69dec860c1f4a5372>
- Podporni dokument (zakonodaja o finančni odgovornosti podjetij); <https://www.e-tar.lt/portal/lt/legalAct/TAR.132DoD75309C>

## ♦ ZNAČILNOSTI PODJETJA

### 1. Več kot 500 zaposlenih

### 2. Čisti prihodki od prodaje več kot 40 mio EUR ali bilančna vsota več kot 20 mio EUR

### 3. Subjekti javnega interesa:

- družbe, ki kotirajo na borzi,
- zavarovalnice in pozavarovalnice,
- finančne inštitucije.

### 4. Zavarovalnice, ki dve zaporedni leti izpolnjujejo dva od naslednjih pogojev:

- število zaposlenih v povprečju presega 250,
- skupno število zaposlenih na datum bilance stanja presega 500,
- prihodki od prodaje presegajo 35 mio EUR,
- bilančna vsota presega 17,5 mio EUR,
- bruto obračunane premije presegajo 35 mio EUR.

## ♦ ZNAČILNOSTI NEFINANČNEGA POROČILA

### Vključevati mora naslednje vidike:

- okoljska uspešnost,
- socialne zadeve in zaposleni,
- spoštovanje človekovih pravic ter
- zadeve v zvezi z bojem proti korupciji in podkupovanju.

### Vsebovati mora:

- opis poslovnega modela podjetja,
- opis politik podjetja glede nefinančnih zadev in rezultate teh politik,

- glavna tveganja v zvezi z nefinančnimi zadevami in aktivnostmi podjetja ter
- nefinančne kazalnike uspešnosti, ki so relevantni za podjetje.

### Te informacije morajo biti predstavljene v:

- poslovnem poročilu ali
- ločenem poročilu, objavljenem skupaj s poslovnim poročilom ali v 6 mesecih po zaključku bilančnega obdobja na spletni strani podjetja s sklicem v poslovnem poročilu.

### Družbe lahko te informacije zagotovijo na podlagi:

- državnih, evropskih ali mednarodnih okvirov poročanja.

## ♦ DODATNI VIDIKI

- Načelo upoštevanja in utemeljitve
- Načelo varnega pristana
- Izjava o raznolikosti
- Sodelovanje revizorja: obstoj izjave
- Kazni: od 251 do 25.000 EUR za odgovorno osebo v podjetju

## ♦ POVEZAVE

- Zakonodaja; <http://legilux.public.lu/eli/etat/leg/loi/2016/07/23/n19/jo>
- Podporni dokument (trgovinska zakonodaja); [http://www.mj.public.lu/legislation/commerciale/registre\\_commerce\\_2016\\_09.pdf](http://www.mj.public.lu/legislation/commerciale/registre_commerce_2016_09.pdf)

## ♦ ZNAČILNOSTI PODJETJA

### 1. Več kot 500 zaposlenih

### 2. Čisti prihodki od prodaje več kot 12 mrd HUF ali bilančna vsota več kot 6 mrd HUF

### 3. Subjekti javnega interesa:

- družbe, ki kotirajo na borzi,
- kreditne institucije,
- zavarovalnice in pozavarovalnice,
- investicijske družbe,
- banke,
- glede na javni interes se lahko določijo tudi druge družbe.

## ♦ ZNAČILNOSTI NEFINANČNEGA POROČILA

### Vključevati mora naslednje vidike:

- okoljska uspešnost,
- socialne zadeve in zaposleni,
- spoštovanje človekovih pravic ter
- zadeve v zvezi z bojem proti korupciji in podkupovanju.

### Vsebovati mora:

- opis poslovnega modela podjetja,
- opis politik podjetja glede nefinančnih zadev in rezultate teh politik,
- glavna tveganja v zvezi z nefinančnimi zadevami in aktivnostmi podjetja ter
- nefinančne kazalnike uspešnosti, ki so relevantni za podjetje.

### Te informacije morajo biti predstavljene v:

- letnem poročilu ali
- konsolidiranem letnem poročilu.

### Družbe lahko te informacije zagotovijo na podlagi:

- državnih, evropskih ali mednarodnih okvirov poročanja.

## ♦ DODATNI VIDIKI

- Načelo upoštevanja in utemeljitve
- Načelo varnega pristana : ni opredeljeno
- Izjava o raznolikosti
- Sodelovanje revizorja: obstoj izjave
- Kazni: opredeljene v civilnem zakoniku

## ♦ POVEZAVE

- Zakonodaja (L.225-102-1); <http://www.kozlonyok.hu/nkonline/MKPDF/hiteles/MK16087.pdf>
- Podporni dokument (računovodska zakonodaja); [http://njt.hu/cgi\\_bin/njt\\_doc.cgi?docid=49554.256085](http://njt.hu/cgi_bin/njt_doc.cgi?docid=49554.256085)

## ♦ ZNAČILNOSTI PODJETJA

### 1. Več kot 500 zaposlenih

### 2. Čisti prihodki od prodaje več kot 40 mio EUR ali bilančna vsota več kot 20 mio EUR

### 3. Subjekti javnega interesa:

- družbe, ki kotirajo na borzi,
- kreditne institucije,
- zavarovalnice.

## ♦ ZNAČILNOSTI NEFINANČNEGA POROČILA

### Vključevati mora naslednje vidike:

- okoljska uspešnost,
- socialne zadeve in zaposleni,
- spoštovanje človekovih pravic ter
- zadeve v zvezi z bojem proti korupciji in podkupovanju.

### Vsebovati mora:

- opis poslovnega modela podjetja,
- opis politik podjetja glede nefinančnih zadev in rezultate teh politik,
- glavna tveganja v zvezi z nefinančnimi zadevami in aktivnostmi podjetja,
- nefinančne kazalnike uspešnosti, ki so relevantni za podjetje ter
- obrazložitev zneskov, ki so navedeni v finančnem poročilu in so pomembni za družbeno odgovornost podjetja.

### Te informacije morajo biti predstavljene v:

- poročilu posloводства ali
- konsolidiranem poročilu posloводства.

### Družbe lahko te informacije zagotovijo na podlagi:

- državnih, evropskih ali mednarodnih okvirov poročanja.

## ♦ DODATNI VIDIKI

- Načelo upoštevanja in utemeljitve
- Načelo varnega pristana
- Izjava o raznolikosti
- Sodelovanje revizorja: obstoj izjave
- Kazni: 1.164 EUR za odgovorno osebo v podjetju

## ♦ POVEZAVE

- Podjetniška zakonodaja; <http://www.justiceservices.gov.mt/DownloadDocument.aspx?app=lom&itemid=8853&l=1>
- Informacije v zvezi z izjavo o raznolikosti; *20161201\_Circular\_NonFinancialInfo\_FINAL*
- Računovodska zakonodaja; <http://www.justiceservices.gov.mt/DownloadDocument.aspx?app=lom&itemid=8769>
- Pravila kotiranja na borzi; *Full Listing Rules as amended on 1st December 2016*

## ♦ ZNAČILNOSTI PODJETJA

### 1. Več kot 500 zaposlenih

### 2. Čisti prihodki od prodaje več kot 40 mio EUR ali bilančna vsota več kot 20 mio EUR

### 3. Subjekti javnega interesa:

- kreditne institucije,
- zavarovalnice,
- družbe na kapitalskih trgih v pravni obliki kooperativ ali družb omejene odgovornosti.

## ♦ ZNAČILNOSTI NEFINANČNEGA POROČILA

### Vključevati mora naslednje vidike:

- okoljska uspešnost,
- socialne zadeve in zaposleni,
- spoštovanje človekovih pravic ter
- zadeve v zvezi z bojem proti korupciji in podkupovanju.

### Vsebovati mora:

- opis poslovnega modela podjetja,
- opis politik podjetja glede nefinančnih zadev in rezultate teh politik,
- glavna tveganja v zvezi z nefinančnimi zadevami in aktivnostmi podjetja ter
- nefinančne kazalnike uspešnosti, ki so relevantni za podjetje.

### Te informacije morajo biti predstavljene v:

- poslovnem poročilu ali
- ločenem nefinančnem poročilu, objavljenem v 4 mesecih po zaključku bilančnega obdobja.

### Družbe lahko te informacije zagotovijo na podlagi:

- državnih, evropskih ali mednarodnih okvirov poročanja.

## ♦ DODATNI VIDIKI

- Načelo upoštevanja in utemeljitve
- Načelo varnega pristana
- Izjava o raznolikosti velja tudi za velike kotirajoče delniške družbe
- Sodelovanje revizorja: ni obvezne verifikacije; če je poročilo verificirano s strani presojevalca ali neodvisne družbe, mora biti poročilo o auditu objavljeno
- Kazni: do najvišjega zneska: 10 mio EUR ali 5% letnega prometa podjetja ali dvakratnik dobička, pridobljenega zaradi kršitve ali dvakratnik vsote, prihranjene zaradi kršitve.

## ♦ POVEZAVE

- Zakonodaja (L.225-102-1); [https://www.bgb1.de/xaver/bgb1/start.xav?startbk=Bundesanzeiger\\_BGB&start=//\\*%5b@attr\\_id=%27bgb117s0802.pdf%27%5d#\\_\\_bgb1\\_\\_%2F%2F\\*%5B%40attr\\_id%3D%27bgb117s0802.pdf%27%5D\\_\\_1529248245661](https://www.bgb1.de/xaver/bgb1/start.xav?startbk=Bundesanzeiger_BGB&start=//*%5b@attr_id=%27bgb117s0802.pdf%27%5d#__bgb1__%2F%2F*%5B%40attr_id%3D%27bgb117s0802.pdf%27%5D__1529248245661)

## ♦ ZNAČILNOSTI PODJETJA

### 1. Več kot 500 zaposlenih

### 2. Čisti prihodki od prodaje več kot 40 mio EUR ali bilančna vsota več kot 20 mio EUR

### 3. Subjekti javnega interesa:

- družbe, ki kotirajo na borzi,
- centralne kreditne institucije,
- zavarovalnice,
- banke.

## ♦ ZNAČILNOSTI NEFINANČNEGA POROČILA

### Vključevati mora naslednje vidike:

- okoljska uspešnost,
- socialne zadeve in zaposleni,
- spoštovanje človekovih pravic ter
- zadeve v zvezi z bojem proti korupciji in podkupovanju.

### Vsebovati mora:

- opis poslovnega modela podjetja,
- opis politik podjetja glede nefinančnih zadev in rezultate teh politik,
- glavna tveganja v zvezi z nefinančnimi zadevami in aktivnostmi podjetja ter
- nefinančne kazalnike uspešnosti, ki so relevantni za podjetje.

### Te informacije morajo biti predstavljene v:

- letnem poslovnem poročilu.

## Družbe lahko te informacije zagotovijo na podlagi:

- državnih, evropskih ali mednarodnih okvirov poročanja.

## ♦ DODATNI VIDIKI

- Načelo upoštevanja in utemeljitve
- Načelo varnega pristana
- Izjava o raznolikosti: zadeva vse subjekte (ne le tistih, ki kotirajo na borzi) ter velja samo za nadzorni svet
- Sodelovanje revizorja: obstoj izjave
- Kazni: niso podane

## ♦ POVEZAVE

- Zakonodaj (nefinančne informacije)
- Zakonodaj (informacije v zvezi z izjavo o raznolikosti)

## ♦ ZNAČILNOSTI PODJETJA

### 1. Več kot 500 zaposlenih

### 2. Čisti prihodki od prodaje več kot 170 mio PLN ali bilančna vsota več kot 85 mio PLN

### 3. Subjekti javnega interesa:

- družbe, ki kotirajo na borzi,
- zavarovalnice,
- banke,
- naložbena podjetja,
- pokojninski skladi,
- nacionalne plačilne institucije,
- institucije za izdajo elektronskega denarja,
- subjekti, ki čakajo na sprejem v enega izmed EOG reguliranih trgov.

## ♦ ZNAČILNOSTI NEFINANČNEGA POROČILA

### Vključevati mora naslednje vidike:

- okoljska uspešnost,
- socialne zadeve in zaposleni,
- spoštovanje človekovih pravic ter
- zadeve v zvezi z bojem proti korupciji in podkupovanju.

### Vsebovati mora:

- opis poslovnega modela podjetja,
- opis politik podjetja glede nefinančnih zadev in rezultate teh politik,
- glavna tveganja v zvezi z nefinančnimi zadevami in aktivnostmi podjetja ter
- nefinančne kazalnike uspešnosti, ki so relevantni za podjetje.

## Te informacije morajo biti predstavljene v:

- poslovnem poročilu ali
- ločenem poročilu, objavljenem skupaj s poslovnim poročilom ali na spletni strani podjetja v 6 mesecih po zaključku bilančnega obdobja, s sklicem v poslovnem poročilu.

## Družbe lahko te informacije zagotovijo na podlagi:

- državnih, evropskih ali mednarodnih okvirov poročanja.
- mešane metodologije poročanja, sestavljene iz enega ali več standardov poročanja.

## ♦ DODATNI VIDIKI

- Načelo upoštevanja in utemeljitve
- Načelo varnega pristana
- Izjava o raznolikosti:
- Sodelovanje revizorja: obstoj izjave
- Kazni: določene v računovodski zakonodaji

## ♦ POVEZAVE

- Zakonodaja; [http://www.mf.gov.pl/c/document\\_library/get\\_file?uuid=8a389a1a-7bf8-429a-ao5f-a5a2dd8712a5&groupId=764034](http://www.mf.gov.pl/c/document_library/get_file?uuid=8a389a1a-7bf8-429a-ao5f-a5a2dd8712a5&groupId=764034)

## ♦ ZNAČILNOSTI PODJETJA

### 1. Več kot 500 zaposlenih

### 2. Subjekti javnega interesa:

- družbe, ki kotirajo na borzi,
- kreditne institucije,
- naložbena podjetja in kolektivna naložbena podjetja,
- družbe za tvegani kapital, družbe za investicijo tveganega kapitala in skladi tveganega kapita,
- alternativni investicijski skladi,
- podjetja za listinjenje kreditov,
- zavarovalnice in pozavarovalnice,
- holdingi,
- pokojninski skladi,
- javna podjetja, katerih čisti prihodki od prodaje presegajo 50 mio EUR ali čista sredstva presegajo 300 mio EUR.

## ♦ ZNAČILNOSTI NEFINANČNEGA POROČILA

### Vključevati mora naslednje vidike:

- okoljska uspešnost,
- socialne zadeve in zaposleni,
- spoštovanje človekovih pravic ter
- zadeve v zvezi z bojem proti korupciji in podkupovanju.

### Vsebovati mora:

- opis poslovnega modela podjetja,
- opis politik podjetja glede nefinančnih zadev in rezultate teh politik,
- glavna tveganja v zvezi z nefinančnimi zadevami

in aktivnostmi podjetja ter

- nefinančne kazalnike uspešnosti, ki so relevantni za podjetje.

### Te informacije morajo biti predstavljene v:

- poslovnem poročilu ali
- ločenem poročilu, objavljenem skupaj s poslovnim poročilom ali na spletni strani podjetja v 6 mesecih po zaključku bilančnega obdobja, s sklicem v poslovnem poročilu.

### Družbe lahko te informacije zagotovijo na podlagi:

- državnih, evropskih ali mednarodnih okvirov poročanja.

## ♦ DODATNI VIDIKI

- Načelo upoštevanja in utemeljitve
- Načelo varnega pristana
- Izjava o raznolikosti
- Sodelovanje revizorja: obstoj izjave
- Kazni: 50 do 1.500 EUR in velja za odgovorno osebo v podjetju

## ♦ POVEZAVE

- Zakonodaj (nefinančne informacije); <https://dre.pt/web/guest/home/-/dre/107773645/details/maximized>

## ♦ ZNAČILNOSTI PODJETJA

### 1. Več kot 500 zaposlenih

### 2. Subjekti javnega interesa:

- družbe, ki kotirajo na borzi,
- kreditne institucije,
- zavarovalnice in pozavarovalnice,
- nebančne finančne institucije,
- plačilne institucije ter institucije za izdajo elektronskega denarja,
- zasebni pokojninski skladi,
- družbe za finančne naložbe,
- podjetja, ki so v lasti države,
- družbe s polnim ali večinskim deležem državnega kapitala,
- samoupravna javna podjetja.

## ♦ ZNAČILNOSTI NEFINANČNEGA POROČILA

**Vključevati mora naslednje vidike (ki so natančneje določeni v 6. in 7. členu 492. odstavka zakonodaje):**

- okoljska uspešnost,
- socialne zadeve in zaposleni,
- spoštovanje človekovih pravic ter
- zadeve v zvezi z bojem proti korupciji in podkupovanju.

### **Vsebovati mora:**

- opis poslovnega modela podjetja,
- opis politik podjetja glede nefinančnih zadev in rezultate teh politik,
- glavna tveganja v zvezi z nefinančnimi zadevami in aktivnostmi podjetja ter

- nefinančne kazalnike uspešnosti, ki so relevantni za podjetje.

### **Te informacije morajo biti predstavljene v:**

- upravnem poročilu ali
- ločenem poročilu, objavljenem skupaj z upravnim poročilom ali na spletni strani podjetja v 6 mesecih po zaključku bilančnega obdobja, s sklicem v poročilu posloводства.

### **Družbe lahko te informacije zagotovijo na podlagi:**

- državnih, evropskih ali mednarodnih okvirov poročanja.
- mešane metodologije poročanja, sestavljene iz enega ali več standardov poročanja.

## ♦ DODATNI VIDIKI

- Načelo upoštevanja in utemeljitve
- Načelo varnega pristana
- Izjava o raznolikosti
- Sodelovanje revizorja: obstoj izjave
- Kazni: določene v nacionalni računovodski zakonodaji (št. 82/1991)

## ♦ POVEZAVE

- Zakonodaja; <http://www.monitoruljuridic.ro/act/ordin-nr-1-938-din-17-august-2016-privind-modificarea-i-completarea-unor-reglement-ri-contabile-emitent-ministerul-finan-elor-publice-181377.html>

## ♦ ZNAČILNOSTI PODJETJA

### 1. Več kot 500 zaposlenih

### 2. Čisti prihodki od prodaje več kot 40 mio EUR ali bilančna vsota več kot 20 mio EUR

### 3. Subjekti javnega interesa:

- družbe, ki kotirajo na borzi,
- zavarovalnice in pozavarovalnice ter podružnice,
- banke, podružnice ter izvozno-uvozna banka Slovaške republike,
- zdravstvene zavarovalnice,
- družbe za upravljanje premoženja in podružnice,
- družbe za upravljanje pokojninskih skladov in dodatno pokojninsko zavarovanje,
- borze,
- Železnice Slovaške republike,
- subjekti, ki pripravljajo konsolidirane finančne izjave osrednje uprave,
- samostojne upravne enote,
- občine in mesta, ki izpolnjujejo naslednja pogoja:
  - skupni znesek sredstev presega 100 mio EUR glede na konsolidirane računovodske izkaze javnega pravnega subjekta ter
  - število prebivalcev presega 50.000.

## ♦ ZNAČILNOSTI NEFINANČNEGA POROČILA

### Vključevati mora naslednje vidike:

- okoljska uspešnost,
- socialne zadeve in zaposleni,
- spoštovanje človekovih pravic ter
- zadeve v zvezi z bojem proti korupciji in podkupovanju.

### Vsebovati mora:

- opis poslovnega modela podjetja,
- opis politik podjetja glede nefinančnih zadev in rezultate teh politik,
- glavna tveganja v zvezi z nefinančnimi zadevami in aktivnostmi podjetja ter
- nefinančne kazalnike uspešnosti, ki so relevantni za podjetje.

### Te informacije morajo biti predstavljene v:

- letnem poročilu.

### Družbe lahko te informacije zagotovijo na podlagi:

- državnih, evropskih ali mednarodnih okvirov poročanja.

## ♦ DODATNI VIDIKI

- Načelo upoštevanja in utemeljitve
- Načelo varnega pristana
- Izjava o raznolikosti
- Sodelovanje revizorja: obstoj izjave
- Kazni: določene v državni računovodski zakonodaji

## ♦ POVEZAVE

- Zakonodaj (nefinančne informacije); [https://www.financnasprava.sk/\\_img/pfseditDokumenty\\_PFS/Profesionalna\\_zona/Dane/Novinky\\_z\\_legislative/2015/priame\\_dane/2015.07.30 Informacia\\_novela\\_uctovnictvo.pdf](https://www.financnasprava.sk/_img/pfseditDokumenty_PFS/Profesionalna_zona/Dane/Novinky_z_legislative/2015/priame_dane/2015.07.30 Informacia_novela_uctovnictvo.pdf)
- Podporni dokument (računovodska zakonodaja); [https://www.financnasprava.sk/\\_img/pfsedit/Dokumenty\\_PFS/Legislative/SR/2016/2016.01.13\\_uctovnictvo.pdf](https://www.financnasprava.sk/_img/pfsedit/Dokumenty_PFS/Legislative/SR/2016/2016.01.13_uctovnictvo.pdf)

## ♦ ZNAČILNOSTI PODJETJA

### 1. Več kot 500 zaposlenih

### 2. Čisti prihodki od prodaje več kot 40 mio EUR ali bilančna vsota več kot 20 mio EUR

### 3. Subjekti javnega interesa:

- družbe, ki kotirajo na borzi,
- kreditne institucije,
- zavarovalnice.

## ♦ ZNAČILNOSTI NEFINANČNEGA POROČILA

### Vključevati mora naslednje vidike:

- okoljska uspešnost,
- socialne zadeve in zaposleni,
- spoštovanje človekovih pravic ter
- zadeve v zvezi z bojem proti korupciji in podkupovanju.

### Vsebovati mora:

- opis poslovnega modela podjetja,
- opis politik podjetja glede nefinančnih zadev in rezultate teh politik,
- glavna tveganja v zvezi z nefinančnimi zadevami in aktivnostmi podjetja,
- nefinančne kazalnike uspešnosti, ki so relevantni za podjetje ter
- obrazložitev zneskov, ki so navedeni v finančnem poročilu in so pomembni za družbeno odgovornost podjetja.

### Te informacije morajo biti predstavljene v:

- poslovnem poročilu ali
- konsolidiranem poslovnem poročilu ali

- ločenem poročilu, objavljenem skupaj s poslovnim poročilom ali na spletni strani podjetja v 6 mesecih po zaključku bilančnega obdobja, s sklicem v poslovnem poročilu.

### Družbe lahko te informacije zagotovijo na podlagi:

- državnih, evropskih ali mednarodnih okvirov poročanja.

## ♦ DODATNI VIDIKI

- Načelo upoštevanja in utemeljitve
- Načelo varnega pristana
- Izjava o raznolikosti: velja za velika in srednje velika podjetja in mora biti vključena v letno poročilo
- Sodelovanje revizorja: obstoj izjave
- Kazni: določene v Zakonu o gospodarskih družbah

## ♦ POVEZAVE

- Zakonodaja; <https://www.uradni-list.si/glasilo-uradni-list-rs/vsebina/2017-01-0730?sop=2017-01-0730><https://www.uradni-list.si/glasilo-uradni-list-rs/vsebina/2017-01-0730?sop=2017-01-0730>
- Podporni dokument (Zakon o gospodarskih družbah); <http://www.pisrs.si/Pis.web/pregledPredpisa?id=ZAKO4291>

## ♦ ZNAČILNOSTI PODJETJA

### 1. Več kot 500 zaposlenih

### 2. Čisti prihodki od prodaje več kot 40 mio EUR ali bilančna vsota več kot 20 mio EUR

### 3. Subjekti javnega interesa:

- družbe, ki kotirajo na borzi,
- kreditne institucije,
- zavarovalnice,
- plačilne institucije ter institucije za izdajo elektronskega denarja,
- pokojninski skladi, ki imajo na zadnji dan poslovnega leta dve leti zapored vsaj 10.000 članov,
- naložbene službe in kolektivne naložbene institucije, ki imajo najmanj 5.000 članov oziroma 5.000 delničarji.

### 4. Subjekti, ki imajo na zadnji dan poslovnega leta dve leti zapored več kot 2 mrd EUR čistih prihodkov in več kot 4.000 zaposlenih.

## ♦ ZNAČILNOSTI NEFINANČNEGA POROČILA

### Vključevati mora naslednje vidike:

- okoljska uspešnost,
- socialne zadeve in zaposleni,
- spoštovanje človekovih pravic ter
- zadeve v zvezi z bojem proti korupciji in podkupovanju.

### Vsebovati mora:

- opis poslovnega modela podjetja,
- opis politik podjetja glede nefinančnih zadev in

rezultate teh politik,

- glavna tveganja v zvezi z nefinančnimi zadevami in aktivnostmi podjetja,
- nefinančne kazalnike uspešnosti, ki so relevantni za podjetje ter
- obrazložitev zneskov, ki so navedeni v finančnem poročilu in so pomembni za družbeno odgovornost podjetja.

### Te informacije morajo biti predstavljene v:

- ločenem poročilu, ki je objavljeno skupaj s poslovnim poročilom ali
- konsolidiranem poslovnem poročilu (pod pogojem, da podjetje izpolnjuje kriterije, določene v sklopu »Značilnosti podjetja«, najmanj dve zaporedni leti).

### Družbe lahko te informacije zagotovijo na podlagi:

- državnih, evropskih ali mednarodnih okvirov poročanja, še posebej pa na podlagi naslednjih dokumentov: EMAS, UNGC, UNGP, OCDE, ISO 26000, GRI ter izjave ILO.

## ♦ DODATNI VIDIKI

- Načelo upoštevanja in utemeljitve
- Načelo varnega pristana
- Izjava o raznolikosti
- Sodelovanje revizorja: obstoj izjave
- Kazni: niso podrobneje določene

## ♦ POVEZAVE

- Osnutek zakonodaje; <http://www.icac.meh.es/documentos/contabilidad/APL%20Informaci%C3%B3n%20no%20financiera.pdf>

## ♦ ZNAČILNOSTI PODJETJA

### 1. Več kot 250 zaposlenih

### 2. Čisti prihodki od prodaje več kot 350 mio SEK ali bilančna vsota več kot 175 mio SEK

### 3. Subjekti javnega interesa:

- K poročanju so zavezana vsa tista podjetja, ki izpolnjujejo vsaj dva pogoja glede prihodka, sredstev ali števila zaposlenih, kar ni omejeno na subjekte javnega interesa.

## ♦ ZNAČILNOSTI NEFINANČNEGA POROČILA

### Vključevati mora naslednje vidike:

- okoljska uspešnost,
- socialne zadeve in zaposleni,
- spoštovanje človekovih pravic ter
- zadeve v zvezi z bojem proti korupciji in podkupovanju.

### Vsebovati mora:

- opis poslovnega modela podjetja,
- opis politik podjetja glede nefinančnih zadev in rezultate teh politik,
- glavna tveganja v zvezi z nefinančnimi zadevami in aktivnostmi podjetja,
- nefinančne kazalnike uspešnosti, ki so relevantni za podjetje ter
- obrazložitev zneskov, ki so navedeni v finančnem poročilu in so pomembni za družbeno odgovornost podjetja.

### Te informacije morajo biti predstavljene v:

- letnem poročilu ali

- ločenem trajnostnem poročilu, ki je objavljeno skupaj z letnim poročilom.

### Družbe lahko te informacije zagotovijo na podlagi:

- državnih, evropskih ali mednarodnih okvirov poročanja.

## ♦ DODATNI VIDIKI

- Načelo upoštevanja in utemeljitve
- Načelo varnega pristana
- Izjava o raznolikosti
- Sodelovanje revizorja: obstoj izjave
- Kazni: določene v zakonodaji o letnem poročanju

## ♦ POVEZAVE

- Zakonodaja; <https://data.riksdagen.se/fil/E967FoFC-7DE9-46A1-BCC8-41B7F9CF984D>
- Podporni dokument (Zakon o letnem poročanju); [https://www.riksdagen.se/sv/dokument-lagar/dokument/svensk-forfattningssamling/arsredovisningslag-19951554\\_sfs-1995-1554](https://www.riksdagen.se/sv/dokument-lagar/dokument/svensk-forfattningssamling/arsredovisningslag-19951554_sfs-1995-1554)
- Podporni dokument (Zakon o gospodarskih združenjih); [https://www.riksdagen.se/sv/dokument-lagar/dokument/svensk-forfattningssamling/lag-1987667-om-ekonomiska-foreningar\\_sfs-1987-667](https://www.riksdagen.se/sv/dokument-lagar/dokument/svensk-forfattningssamling/lag-1987667-om-ekonomiska-foreningar_sfs-1987-667)
- Podporni dokument (Zakon o gospodarskih družbah); [https://www.riksdagen.se/sv/dokument-lagar/dokument/svensk-forfattningssamling/aktiebolagslag-2005551\\_sfs-2005-551](https://www.riksdagen.se/sv/dokument-lagar/dokument/svensk-forfattningssamling/aktiebolagslag-2005551_sfs-2005-551)

## ♦ ZNAČILNOSTI PODJETJA

### 1. Več kot 500 zaposlenih

### 2. Subjekti javnega interesa:

- družbe, ki kotirajo na borzi,
- kreditne institucije,
- zavarovalnice.

## ♦ ZNAČILNOSTI NEFINANČNEGA POROČILA

### Vključevati mora naslednje vidike:

- okoljska uspešnost,
- socialne zadeve in zaposleni,
- spoštovanje človekovih pravic ter
- zadeve v zvezi z bojem proti korupciji in podkupovanju.

### Vsebovati mora:

- opis poslovnega modela podjetja,
- opis politik podjetja glede nefinančnih zadev in rezultate teh politik,
- glavna tveganja v zvezi z nefinančnimi zadevami in aktivnostmi podjetja ter
- nefinančne kazalnike uspešnosti, ki so relevantni za podjetje.

### Te informacije morajo biti predstavljene v:

- strateškem poročilu.

### Družbe lahko te informacije zagotovijo na podlagi:

- državnih, evropskih ali mednarodnih okvirov poročanja,

## ♦ DODATNI VIDIKI

- Načelo upoštevanja in utemeljitve
- Načelo varnega pristana
- Izjava o raznolikosti
- Sodelovanje revizorja: obstoj izjave
- Kazni: določene za vsak primer posebej in veljajo za odgovorne osebe

## ♦ POVEZAVE

- Zakonodaja; [http://www.legislation.gov.uk/uksi/2016/1245/pdfs/uksi\\_20161245\\_en.pdf](http://www.legislation.gov.uk/uksi/2016/1245/pdfs/uksi_20161245_en.pdf)
- Podporni dokument (zakonodaja o gospodarskih družbah); <https://www.legislation.gov.uk/ukpga/2006/46/contents>

## ♦ ZNAČILNOSTI PODJETJA

### 1. Več kot 250 zaposlenih

### 2. Čisti prihodki od prodaje več kot 6 mrd ISK ali bilančna vsota več kot 3 mrd ISK

### 3. Subjekti javnega interesa:

- družbe, ki kotirajo na borzi,
- kreditne institucije,
- zavarovalnice ter
- pokojninski skladi.

## ♦ ZNAČILNOSTI NEFINANČNEGA POROČILA

### Vključevati mora naslednje vidike:

- okoljska uspešnost,
- socialne zadeve in zaposleni,
- spoštovanje človekovih pravic ter
- zadeve v zvezi z bojem proti korupciji in podkupovanju.

### Vsebovati mora:

- opis poslovnega modela podjetja,
- opis politik podjetja glede nefinančnih zadev in rezultate teh politik,
- glavna tveganja v zvezi z nefinančnimi zadevami in aktivnostmi podjetja,
- nefinančne kazalnike uspešnosti, ki so relevantni za podjetje ter

### Te informacije morajo biti predstavljene v:

- prilogi k zbirnemu poročilu uprave.

### Družbe lahko te informacije zagotovijo na podlagi:

- državnih, evropskih ali mednarodnih okvirov poročanja.

## ♦ DODATNI VIDIKI

- Načelo upoštevanja in utemeljitve
- Načelo varnega pristana
- Izjava o raznolikosti : velja za vse velike subjekte javnega interesa
- Sodelovanje revizorja: obstoj in vsebina izjave
- Kazni: vsakogar, ki namerno ali iz skrajne malomarnosti krši določbe veljavne zakonodaje, se kaznuje z globo ali zaporno kaznijo do šest let, če ni predvidena višja kazen po drugih zakonih.

## ♦ POVEZAVE

- Zakonodaja; <http://www.althingi.is/altext/stjt/2016.073.html>
- Podporni dokument; <https://www.government.is/>

## ♦ ZNAČILNOSTI PODJETJA

### 1. Več kot 500 zaposlenih

### 2. Čisti prihodki od prodaje več kot 40 mio EUR ali bilančna vsota več kot 20 mio EUR

### 3. Subjekti javnega interesa:

- družbe, ki kotirajo na borzi,
- banke in druge kreditne institucije,
- zavarovalnice.

## ♦ ZNAČILNOSTI NEFINANČNEGA POROČILA

### Vključevati mora naslednje vidike:

- okoljska uspešnost,
- socialne zadeve in zaposleni,
- spoštovanje človekovih pravic ter
- zadeve v zvezi z bojem proti korupciji in podkupovanju.

### Vsebovati mora:

- opis poslovnega modela podjetja,
- opis politik podjetja glede nefinančnih zadev in rezultate teh politik,
- glavna tveganja v zvezi z nefinančnimi zadevami in aktivnostmi podjetja ter
- nefinančne kazalnike uspešnosti, ki so relevantni za podjetje.

### Te informacije morajo biti predstavljene v:

- poslovnem poročilu.

### Družbe lahko te informacije zagotovijo na podlagi:

- državnih, evropskih ali mednarodnih okvirov poročanja,

## ♦ DODATNI VIDIKI

- Načelo upoštevanja in utemeljitve : ni določeno
  - Načelo varnega pristana : ni določeno
  - Izjava o raznolikosti
  - Sodelovanje revizorja: obstoj izjave
  - Kazni: za prepozno predložitev poročila se organizacijo kaznuje z globo v višini 53.300 NOK. Kazen se poravnava po obrokih, in sicer v višini:
    - 1.025 NOK/teden prvih osem tednov;
    - 2.050 NOK/teden naslednjih deset tednov;
    - 3.075 NOK/teden zadnjih osem tednov.
- Za navajanje netočnih informacij je zagrožena zaporna kazen za odgovorno osebo do dveh let.

## ♦ POVEZAVE

- Zakonodaja; [tps://www.sands.no/media/258396/eu-reform-of-corporate-social-responsibility.pdf](https://www.sands.no/media/258396/eu-reform-of-corporate-social-responsibility.pdf)
- Podporni dokument (računovodska zakonodaja); [https://lovdata.no/dokument/NL/lov/1998-07-17-56/KAPITTEL\\_3](https://lovdata.no/dokument/NL/lov/1998-07-17-56/KAPITTEL_3)

## 9. STANDARDI IN PROTOKOLI ZA PRESOJO DRUŽBENE ODGOVORNOSTI

Standardi družbene odgovornosti so bili oblikovani kot pomoč podjetjem pri doseganju zastavljenih strateških ciljev. Njihova vključitev v strategijo podjetja dokazuje raven družbene osveščenosti podjetja in utruje blagovno znamko.

Na področju družbene odgovornosti obstaja več standardov, ki jih oblikujejo predvsem nekatere organizacije, pa tudi ustanove, podjetja vlade. Standardi so različni: od procesnih do predstavitvenih standardov, od prostovoljnih do predpisanih standardov, od standardov, ki rešujejo posamezne probleme, do tistih, ki rešujejo večstranske težave, skratka prikazujejo uporabnost celotnega spektra področij družbene odgovornosti.

V Sloveniji so najbolj pogosti standardi ISO 9001:2000 (za sisteme vodenja kakovosti), ISO 14001:2004 (za sistem ravnanja z okoljem) in OHSAS 18001:1999 (za sistem vodenja varnosti in zdravja pri delu), pojavlja pa se tudi vse več zanimanja za **standarde upravljanja in poročanja o družbeni odgovornosti**. V nadaljevanju so predstavljeni ključni med njimi:

- ISO 26000
- OHSAS 18001
- SA 8000
- AA 1000
- IQNET SR 10
- GRI
- UN GLOBAL COMPACT

Ključnega pomena za trajnostni razvoj podjetij je **poročanje**. Tovrstno poročanje je orodje za verodostojno komunikacijo z vsemi deležniki podjetja, od investorjev in kupcev do drugih interesnih skupin. Vendar prosta izbira podjetij o načinu in kazalnikih poročanja prinaša strah pred pozitivno pristranskostjo poročil, ki lahko selektivno vsebujejo in razkrivajo zgolj pozitivne vidike družbene odgovornosti podjetja, namenoma pa zanemarjajo slabe kazalnike ali tiste, pri katerih je podjetje v primerjavi s predhodnimi leti nazadovalo.

Bistvenega pomena za transparentno in verodostojno poročanje je zato **poročanje v skladu z razvitimi standardi družbene odgovornosti**, ki zagotavlja celovito in izčrpno razkrivanje kazalnikov poslovanja podjetja.

Razvijanja standardov, kodeksov in smernic za družbeno poročanje so se lotile številne svetovne organizacije, ki s tem spodbujajo razvijanje dobre prakse in so ključen element trajnostnega razvoja. Standardi omogočajo primerljivost, transparentnost, verodostojnost in objektivnost razkritih informacij, poleg tega pa omogočajo razvoj družbeno odgovornih politik tudi tistim podjetjem, ki s tega področja nimajo toliko znanja ali izkušenj, predvsem malim in srednje velikim podjetjem.

Poročila o nefinančnih vidikih poslovanja podjetja podajajo informacije o ekonomskih, okoljskih,

družbenih in upravljaljskih učinkih in rezultatih delovanja organizacije. Podjetja bi morala poročati o svojem trajnostnem delovanju, saj s tem omogočijo deležnikom, da dobijo zadostne informacije o družbeno odgovornem ravnanju podjetja, na podlagi katerih lažje oblikujejo svoje odločitve, po drugi strani pa podjetja sama vidijo, kam jih družbeno odgovorno ravnanje vodi. Tovrstna poročila morajo biti zato bogata tako po vsebini kot tudi po eksplisitno izmerjenih dosežkih.

## **MEDNARODNI STANDARD DRUŽBENE ODGOVORNOSTI ISO 26000:2010**

Standard ISO 26000 je eden najpomembnejših standardov za presojanje družbeno odgovornega poslovanja podjetij. Standard, ki je v veljavi od leta 2010, je razvila Mednarodna organizacija za standardizacijo ISO na podlagi večletnega sodelovanja s široko mednarodno mrežo deležnikov, od vladnih in nevladnih organizacij do predstavnikov industrije in potrošnikov. Standard podaja smernice in ne zahtev, zato ni namenjen certificiranju, temveč spodbuja prostovoljno zavezanost družbeni odgovornosti. Namenjen je tako majhnim kot tudi velikim podjetjem in organizacijam, pri tem pa se ne omejuje na njihovo področje delovanja, zato je aplikativen za vse vrste podjetij. Združljiv in dopolnjuječ je z deklaracijami in konvencijami Združenih narodov in njihovih članic ter Mednarodno organizacijo dela (ILO) kot tudi drugimi veljavnimi uredbami na področju družbene odgovornosti.

### **Standard ISO 26000 opredeljuje naslednja področja družbene odgovornosti:**

- organizacijsko upravljanje,
- človekove pravice,

- delovne prakse,
- naravno okolje,
- poštene poslovne prakse,
- porabniki ter
- vključevanje v skupnost in njen razvoj.

### **Po standardu so osnovna načela, ki naj bi jih podjetja spoštovala:**

- odgovornost,
- transparentnost,
- etično ravnanje,
- spoštovanje interesov deležnikov,
- spoštovanje vladavine prava,
- spoštovanje mednarodnih norm delovanja in
- spoštovanje človekovih pravic.

Podjetje lahko z upoštevanjem smernic standarda ISO 26000 in njihovo vključitvijo v svojo strategijo doseže različne koristi, ko so večja konkurenčna prednost, boljši ugled podjetja in blagovne znamke, večje zadovoljstvo strank, ohranjanje dobrega kadra ter večji interes investitorjev, lastnikov, donatorjev, sponzorjev in finančnih inštitucij za vlaganje v podjetje. Standard zagotavlja celosten pregled nad delovanjem podjetja in povečuje dolgoročno stabilnost poslovanja preko nenehnega in celovitega upravljanja tveganj.

## SISTEM VODENJA VARNOSTI IN ZDRAVJA PRI DELU OHSAS 18001

Sistem vodenja varnosti in zdravja pri delu OHSAS 18001 (ang. Occupational Health and Safety Assessment Series) je mednarodni standard, ki je bil razvit z namenom zagotavljanja strukturiranega procesa za preprečevanje in kar največjo možno omejitev poškodb in bolezni, ki lahko izhajajo iz delovnega procesa. Standard opredeljuje zahteve v zvezi s sistemi vodenja varnosti in zdravja pri delu, da bi organizacije lažje obvladovale varnostna tveganja in povečale učinkovitost svojega delovanja.

Sistem OHSAS 18001 temelji predvsem na preventivnem delovanju z nadgradnjo zakonskih zahtev in je primeren za vsa podjetja in organizacije vseh panog, velikosti in tipov. Vključuje zahteve glede splošnega vodenja varnosti, na primer ocenjevanje tveganja, usposabljanje, varovanje pred hrupom, ognjem in nevarnimi snovmi, higieno ipd. S pomočjo standarda podjetja oblikujejo načine in cilje zagotavljanja varnosti in zdravja pri delu, nadzorujejo in upravljajo procese v podjetju in iz njih izhajajoča predvidljiva kot tudi nepredvidljiva tveganja, uvajajo nenehne izboljšave in zagotavljajo skladnost z zakonodajo.

### Koristi, ki izhajajo iz pridobitve certifikata OHSAS 18001, vključujejo:

- izboljšanje varnostne kulture in delovnih pogojev v organizaciji,
- večjo učinkovitost in manjšo izgubo proizvodnega časa,
- povečanje ugleda z izpolnjevanjem zahtev varnosti in zdravja pri delu,
- na primeren način vzpostavljeno in dokazano

zaščito zaposlenih, delovnih prostorov in lastnine.

Podjetja se za vpeljavo sistema OHSAS 18001 odločijo iz zakonodajnih, etičnih in ekonomskih razlogov, poglavitni razlog pa je seveda zagotavljanje in ohranjanje varnosti, zdravja in zadovoljstva zaposlenih s celovitim pristopom k upravljanju zdravstvenih in varnostnih tveganj.

## SA 8000

Organizacija Social Accountability International (SAI) je leta 1997 izdala prvi standard družbene odgovornosti, standard Social Accountability 8000 ali krajše SA 8000. Razvit je bil v širokem sodelovanju različnih deležnikov in organizacij za človekove pravice ter predstavnikov podjetij in vladnih organizacij z namenom zagotavljanja spoštovanja človekovih pravic in preverjanja delovnih pogojev. Temelji na standardih ISO 9001 (Mednarodni standard za vodenje kakovosti) in ISO 14001 (Mednarodni standard za ravnanje z okoljem), konvencijah Mednarodne organizacije dela, Splošni deklaraciji o človekovih pravicah in Konvenciji Združenih narodov o pravicah otroka.

Standard SA 8000 postavlja devet osnovnih skupin zahtev, ki jih mora izpolnjevati organizacija, ki se odloči za sprejetje tega standarda. Vsebinske zahteve SA8000 obravnavajo naslednja področja:

**1. delo otrok:** podjetje ne sme zaposlovati otrok in oseb, mlajših od 15 let;

**2. prisilno delo:** podjetje ne sme omogočati ali podpirati prisilnega dela;

**3. zdravje in varnost pri delu:** podjetje mora zagotavljati varno in zdravo delovno okolje v skladu z nacionalno zakonodajo ter imeti vzpostavljene sisteme za obvladovanje zdravstvenih in varnostnih tveganj;

**4. svobodo združevanja in pravico do kolektivnih pogajanj:** podjetje mora spoštovati pravico zaposlenih do združevanja in jim priznavati pravico do kolektivnih pogajanj;

**5. diskriminacija:** podjetje ne sme izvajati kakršnihkoli diskriminatornih politik zaposlovanja, plačevanja, nagrajevanja, možnosti usposabljanja, napredovanja zaposlenih in drugo na podlagi verske ali etnične pripadnosti, spola, spolne usmerjenosti, zdravstvenega stanja ipd. ter ne sme dovoljevati nestrpnega vedenja;

**6. disciplinske ukrepe:** podjetje mora poskrbeti, da so zaposleni seznanjeni s svojimi pravicami in obveznostmi ter določbami o disciplinskih ukrepih v primeru blažjih in hujših kršitev;

**7. delovni čas:** podjetje mora spoštovati nacionalno zakonodajo o delovnem času in nadurno delo nagrajevati z višjo postavko, kot je določena z zakonom;

**8. plačila:** podjetje ne sme omogočati prekarnih oblik dela in mora zaposlene plačevati v skladu z nacionalnimi predpisi vsaj v takšni višini, da jim plača omogoča pokritje njihovih osnovnih življenjskih potreb;

**9. sistem vodenja:** podjetje mora imeti vzpostavljen sistem načrtovanja, izvajanja, vodenja in poročanja o družbeno odgovornih aktivnostih in politikah podjetja.

Podjetja lahko s procesom presojanja pridobijo certifikat, ki potrjuje njihovo skladnost z zahtevami

standarda. Certifikat je veljaven tri leta, nato pa mora podjetje, ki želi obnoviti veljavnost certifikata, ponovno opraviti certifikacijsko presojo. Neodvisno presojanje za podelitev certifikata lahko izvajajo le organizacije, ki so akreditirane pri SAI, s čimer se zagotavlja, da izpolnjujejo vse zahteve akreditacijskih postopkov in so pod stalnim nadzorom SAI. Certifikat je prepoznan kot standard izkazovanja visoke zavezanosti k družbeno odgovornemu poslovanju in spoštovanju človekovih pravic.

## AA1000

Standard in okvir poročanja družbeno odgovornega računovodstva AA1000 je procesni standard, ki služi kot pomoč podjetjem in drugim organizacijam pri opredeljevanju ciljev, merjenju njihovega doseganja ter presojanju in poročanju družbene odgovornosti podjetja. Primeren je za podjetja kakršne koli velikosti in oblike.

Serijsko standardov AA1000 je razvila neodvisna neprofitna organizacija AccountAbility leta 1999 z namenom, da zagotovi ustrezno kvaliteto pri računovodstvu, reviziji in poročanju o družbeni odgovornosti. Je standard za ocenjevanje ter krepitev verodostojnosti in kakovosti trajnostnega poročanja o organizaciji, njenih procesih odgovornosti, sistemih in sposobnostih. Primarno je namenjen zunanjim revizijskim organom, ki zagotavljajo poročila ali socialne račune, ponuja pa tudi smernice glede ključnih elementov poročanja.

Deležnike vključuje v vsako fazo procesa, kar predstavlja ključni dejavnik poročanja. Predvideva postopek notranje in zunanje presoje, namenjen pa je podjetjem vseh velikosti in sektorjev kot tudi drugim

gospodarskim subjektom.

Podjetja standard AA1000 lahko uporabijo na dva načina, in sicer lahko začnejo postopoma poročati o družbeni odgovornosti ali pa standard povežejo oziroma nadgradijo z drugimi standardi.

### **AA1000 je razčlenjen na 12 procesov:**

- Odločitev za standarde in upravljanje
- Opredelitev udeležencev
- Opredelitev in preglednost vrednot
- Opredelitev problemov
- Določitev procesnega področja
- Opredelitev indikatorjev
- Zbiranje informacij
- Analiza informacij, določitev ciljev in razvoj načrta izboljšav
- Priprava poročila
- Revidiranje poročila
- Komunikacija in sprejemanje povratnih informacij
- Vzpostavitev sistema

### **IQNET SR 10**

Standard IQNet SR 10 je orodje, katerega uporaba lahko prispeva k temu, da bo delovanje organizacij bolj uravnoteženo in usmerjeno v trajnostni razvoj. IQNet SR 10 je razvilo mednarodno združenje certifikacijskih organov IQNet z namenom, da na podlagi temeljnih načel standarda ISO 26000, ki ni namenjen certificiranju, zagotovi model certificiranja družbene odgovornosti z dopolnitvijo zahteve za sisteme vodenja, ki omogočajo certificiranje standarda.

Standard temelji na načelih družbene odgovornosti, ki

so podani v ISO 26000, kot so pristožnost, preglednost, etično ravnanje, spoštovanje interesov deležnikov in spoštovanje vladavine prava kot tudi spoštovanje mednarodnih norm delovanja in spoštovanje človekovih pravic. Standard je oblikovan tako, da so zahteve združljive z drugimi pogosto uporabljenimi standardi, kot so ISO 14001, OHSAS 18001 in drugimi.

### **STANDARDI GRI – GLOBAL REPORTING INITIATIVE**

Standardi GRI, ki so prvi mednarodni standardi za trajnostno poročanje, predstavljajo v svetu najbolj uporabljen okvir poročanja o družbeni odgovornosti. Standarde je razvila neprofitna organizacija Global reporting Initiative (GRI) z namenom zagotavljanja boljše preglednosti nefinančnega poslovanja gospodarskih subjektov in razširitev uporabe globalno uporabnih smernic za trajnostno poročanje. Standardi GRI se med drugim navezujejo na deset načel Globalnega dogovora Združenih narodov (predstavljena v nadaljevanju) in smernice OECD za večnacionalne družbe.

Standardi GRI podjetjem omogočajo, da v trajnostno poročilo sistematično zajemajo svoje družbeno odgovorne dejavnosti, po drugi strani pa jih spodbuja k merjenju različnih učinkov, kar v daljšem obdobju poročanja daje vpogled tako podjetju kot deležnikom, kam jih družbeno odgovorno ravnanje vodi. Standardi GRI se fokusirajo na okoljske, družbene in ekonomske učinke in rezultate poslovanja gospodarskih subjektov ter omogočajo tako poročanje o letnih aktivnostih podjetja kot tudi primerjalno poročanje o napredku. Pomembna prednost za podjetja je ta, da si lahko modularno izberejo tiste kazalnike, ki se skladajo z

njihovimi lastnimi usmeritvami in cilji trajnostnega razvoja.

### Glavne prednosti standardov GRI so:

- primerni so za poročanje vseh vrst organizacij ne glede na njihovo velikost, lokacijo ali lastniško strukturo;
- poročila, pripravljena po standardih GRI, so mednarodno priznana in primerljiva, saj na jasen, transparenten in merljiv način podajajo informacije svojim deležnikom in širši javnosti;
- družbeno odgovornost obravnavajo celovito, saj upoštevajo tako ekonomski in okoljski kot tudi socialni vidik ter upravljanje podjetja;
- so pomembno orodje za vključevanje trajnostne komponente in družbene odgovornosti v strategijo poslovanja in vodenja organizacije.

Čeprav se GRI uvršča med najboljše prakse na področju trajnostnega poročanja, v osnovi vendarle ne gre za kodeks, niti za managerski sistem (kot je npr. model uravnoteženih kazalnikov – angl. *balanced scorecard*), ne za metodologijo priprave poročila, temveč za sklop dokumentov, ki temeljijo na načelih o načinu in obsegu poročanja, načinu primerjave podatkov itd.

## UN GLOBAL COMPACT

Globalni dogovor Združenih narodov so smernice mednarodne mreže UN Global Compact, ki je nastala na pobudo Združenih narodov. Mreža združuje podjetja, organizacije in druge gospodarske subjekte, ki se zavezujejo k spoštovanju trajnostnih in družbeno odgovornih politik. Delovanje mreže temelji na prepričanju, da lahko odgovorne poslovne prakse

zgradijo in utrdijo zaupanje in družbeni kapital ter prispevajo tako k širšemu družbenemu razvoju kot razvoju trgov, ki sledijo načelom trajnostnega razvoja. Smernice podajajo deset univerzalnih načel, ki zajemajo področja človekovih pravic, dela, varstva okolja in boja proti korupciji. Global Compact zavezancem k iniciativi predpisuje pripravo letnega poročila, s pomočjo katerega informirajo ključne deležnike o uvajanju desetih univerzalnih načel Global Compact, ki se navezujejo na človekove pravice, standarde dela, varstvo okolja in boj proti korupciji:

### ČLOVEKOVE PRAVICE

- 1. načelo:** Gospodarstvo mora podpirati in spoštovati varovanje mednarodno proglašanih človekovih pravic.
- 2. načelo:** Zagotoviti mora, da ni udeleženo v zlorabljanju človekovih pravic.

### DELAJSKI STANDARDI

- 3. načelo:** Gospodarstvo mora vzdrževati svobodo združevanja in učinkovito priznavati pravico do kolektivnega pogajanja.
- 4. načelo:** Odpraviti mora vse oblike nasilnega in prisilnega dela.
- 5. načelo:** Prepričati mora otroško delo.
- 6. načelo:** Odpraviti mora diskriminacijo na področju zaposlitve in poklica.

### VARSTVO OKOLJA

- 7. načelo:** Gospodarstvo bi moralo podpirati preventivni pristop do okoljske problematike.
- 8. načelo:** Vzpodbujati mora promocijo večje okoljske odgovornosti.
- 9. načelo:** Vzpodbujati mora razvoj in razširjanje okolju prijaznih tehnologij.

## BOJ PROTI KORUPCIJI

**10. načelo:** Delovati proti vsem oblikam korupcije, vključno z izsiljevanjem in podkupovanjem. Slovenska veja Globalnega dogovora Združenih narodov je bila ustanovljena 24. maja 2007 in se imenuje Slovensko društvo Združenih narodov za trajnostni razvoj. Gre za združenje podjetij in nevladnih organizacij, ki so predane univerzalnim načelom Združenih narodov.

## CERTIFIKATI IN NAGRADE

### CERTIFIKAT DRUŽINI PRIJAZNO PODJETJE

Certifikat Družini prijazno podjetje (DPP) 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. Njegovi začetki segajo v leto 2004 v okvir pobude Equal. Od leta 2007 pa do danes se je v postopek certificiranja vključilo preko 260 slovenskih podjetij in organizacij, ki zaposlujejo okoli 80.000 zaposlenih.

Namen certifikata je podjetjem podati orodja za lažje, bolj učinkovito in bolj pregledno upravljanje s človeškimi viri z namenom usklajevanja poklicnega in zasebnega življenja. S pridobitvijo certifikata podjetja izrazijo svojo zavezo k družbeni odgovornosti in prizadevanje za ustvarjanje spodbudnega delovnega okolja, v katerem lahko zaposleni uspešno uresničujejo tako svoje poklicne kot tudi zasebne ambicije.

S postopkom certificiranja si podjetja zastavijo izbrane cilje na področju lažjega usklajevanja zasebnega in

poklicnega življenja zaposlenih, ki jih uresničujejo skozi oblikovane ukrepe za obdobje treh let in jih formalizirajo z vključitvijo v interne akte. Po potrditvi zastavljenih ukrepov podjetje pridobi osnovni certifikat Družini prijazno podjetje, ki se lahko po treh letih z oceno uspešnosti zastavljenih ciljev in ukrepov nadgradi s polnim certifikatom. Podjetje si nato zastavi nove cilje za obdobje nadaljnjih treh let. Podjetja se morajo v času postopka držati projektnega načrta izvedbe izbranih ukrepov in aktivnosti, ki so jih določila. Skozi celoten postopek njihovo delo na podlagi letnih poročil spremlja ocenjevalec.

Pridobitev certifikata ima tako kratkoročne kot tudi dolgoročne učinke v podjetju, ki jih lahko opazimo na različnih nivojih.

#### Družini prijazni ukrepi izboljšujejo:

- izkoristek vlaganja v kadre,
- pridobivanje najboljših kadrov,
- zadrževanje najboljših kadrov,
- pripadnost zaposlenih podjetju,
- krivuljo učenja in produktivnost,
- organizacijsko in kulturno sodelovanje med zaposlenimi in vodstvom.

#### Družini prijazni ukrepi zmanjšujejo:

- fluktuacijo kadrov,
- bolniške odsotnosti,
- odsotnost zaradi nege otrok,
- število nesreč, povezanih z delom,
- strošek na enoto,
- stres, mobing, izgorelost.

Certifikat je namenjen podjetjem, javnim ustanovam ter nevladnim organizacijam in združenjem z najmanj desetimi zaposlenimi, ki so registrirana in imajo sedež v Republiki Sloveniji.

## CERTIFIKAT DRUŽBENO ODGOVORNO PODJETJE

Certifikat Družbeno odgovorno podjetje (DOP) predstavlja družbeno odgovoren princip upravljanja in je edini tovrstni certifikat v Sloveniji. S certifikatom podjetja izkažejo svojo zavezanost k poslovanju, ki temelji na poštenih poslovnih praksah, kakovostnemu in etičnemu upravljanju ter odgovornosti do zaposlenih, okolja in družbe za doseganje maksimalnih koristi za vse vključene deležnike.

Certifikat temelji na standardih ISO 26000 in GRI. Pridobitev certifikata je analitično-svetovalni postopek, ki temelji na družbeno odgovornem principu upravljanja. Postopek pridobitve certifikata izhaja iz analize vrzeli podjetja z vidika različnih deležnikov. Certifikat je sestavljen iz štirih tematskih sklopov, in sicer organizacijskega upravljanja, odgovornosti do zaposlenih, odgovornosti do naravnega okolja ter vključenosti 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 področju, pri čemer je vidik organizacijskega upravljanja obvezen za vsa podjetja.

Vsak vidik se s pomočjo vprašanj v orodju za analizo vrzeli DOP analizira s treh strani: s strani podjetja, deležnikov tega podjetja ter s strani ustreznega inštituta. Na podlagi ocen se določi velikost vrzeli posameznih vprašanj oziroma aktivnosti. Glede na rezultate in podane kriterije za zapiranje 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. Če se podjetje odloči za ohranitev



certifikata, je veljavnost tega tri leta. Podjetje mora odločitev o ohranitvi certifikata sprejeti najkasneje v roku 6 mesecev od pridobitve certifikata. Veljavnost certifikata je eno leto, če se podjetje ne odloči za nadaljnji postopek za ohranitev certifikata.

V letu 2016 je bilo podeljenih prvih pet certifikatov za družbeno odgovornost podjetij, ki so družbeno odgovornost vgradili v svoje poslovne strategije. Certifikat Družbeno odgovorno podjetje je namenjen podjetjem in organizacijam ne glede na velikost ali panogo poslovanja, in sicer tako tistim, ki že delujejo družbeno odgovorno in želijo svoje poslovanje nadgraditi in potrditi v obliki certifikata, kot tudi tistim, ki načela družbene odgovornosti šele vpeljujejo in jim lahko postopek pri tem pomaga.

POSŁANSTVO NAGRADÉ HORUS JE  
SPODBUJATI CELOVITOST V RAZMIŠŁJANJU,  
INOVATIVNOST V DEŁOVANJU IN  
ODGOVORNOST PRI POSŁOVANJU  
SŁOVENSKIH PODJETIJ.

## NAGRADA ZA DRUŽBENO ODGOVORNOST HORUS

Slovenska nagrada za družbeno odgovornost Horus se podeljuje vsako leto že vse od leta 2009. Poslanstvo nagrade Horus je spodbujati celovitost v razmišljanju, inovativnost v delovanju in odgovornost pri poslovanju slovenskih podjetij. Namen nagrade je krepiti zavedanje o pomenu družbene odgovornosti in opozoriti na to, da je za vsako dejanje najprej odgovoren posameznik, ki deluje v organizaciji in izven nje. Promovirati želi primere dobre prakse v javnosti in s tem spodbujati podjetja k bolj odgovornemu in učinkovitemu poslovanju. Cilj je osveščati širše javnosti o pomenu družbene odgovornosti, promovirati podjetja, ki družbeno odgovorno poslujejo na dolgi rok, izobraževati o najnovejših praksah slovenskih in tujih podjetij s področja družbene odgovornosti ter nagrado podeljevati najbolj družbeno odgovornim podjetjem v Sloveniji.

Za nagrado Horus se lahko potegujejo podjetja vseh velikosti in panog ter zavodi. Sodelujejo lahko vse pravne osebe, ki se zavedajo pomena družbene odgovornosti na različnih področjih svojega delovanja, tj. 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.

## 10. DOBRE PRAKSE

---

### 1. Kadrovska politika

**Predelovalno podjetje** živilske panoge želi izboljšati motivacijo zaposlenih, okrepiti njihovo predanost ter spodbuditi njihov osebni in strokovni razvoj. **Ključni deležniki** pri tem so njihovi zaposleni.

Da bi dosegli zadane cilje, so v podjetju uvedli naslednje **ukrepe in aktivnosti** za zagotavljanje družbene odgovornosti in trajnost:

- okrepili so aktivnosti za zagotavljanje varnega delovnega okolja za zaposlene podjetja,
- organizirali so različne izobraževalne programe, kot je prva pomoč na delovnem mestu, ter ponudili na voljo različne promocijske letake,
- tedensko nudijo brezplačne medicinske preiskave ali konzultacije, ki jih izvaja zdravnik medicine dela, ter redne preglede krvi,
- zaposlenim omogočajo najem posojil z ugodnimi plačilnimi pogoji,
- posebno pozornost namenjajo družini, zdravju in finančni stabilnosti svojih zaposlenih z omogočanjem finančne pomoči,
- zagotavljajo dobro zdravstveno oskrbo za svoje zaposlene ter njihove družine in sorodnike,
- za božič in veliko noč svoje zaposlene obdarujejo s paketi najnovejših proizvodov podjetja, pecivom, sezonsko hrano, pijačo in darili,
- celo leto nudijo brezplačna povabila na gledališke predstave, filmske premiere in otroške prireditve,
- vsaka dva meseca ponudijo vsem svojim

zaposlenim brezplačne izdelke iz lastnega portfelja proizvodov, ki jih zaposleni sami izberejo.

**Rezultati**, ki so plod družbeno odgovornega odnosa podjetja do svojih kadrov, se kažejo v tem, da so njihovi strokovnjaki izredno zavezani podjetju in da se podoba same organizacije trajno izboljšuje. Takšna praksa je prenosljiva na podjetja različnih velikosti in panog.

### 2. Trajnost in rast

**Svetovalno podjetje** svojim strankam ponuja rešitve na področju okoljskih inovativnih sistemov in trajnostnih poslovnih praks.

**Cilj** podjetja je zagotoviti organizacijsko vzdržnost z ekonomskega, okoljskega in družbenega vidika.

**Ključni deležniki** so zaposleni, kupci, dobavitelji, partnerji in družba.

**Ukrepi in aktivnosti**, s katerimi zagotavljajo družbeno odgovornost in trajnost podjetja, temeljijo na naslednjih dejavnostih:

- uvedli so kodeks ravnanja, kakovostni in okoljski certifikat v skladu s standardom ISO 9001 in ISO 14001,
- posedujejo certifikat na področju zmanjševanja emisij CO<sub>2</sub>,
- razvijajo številna partnerstva z drugimi

## 1. Kadrovska politika

**Predelovalno podjetje** živilske panoge želi izboljšati motivacijo zaposlenih, okrepiti njihovo predanost ter spodbuditi njihov osebni in strokovni razvoj. **Ključni deležniki** pri tem so njihovi zaposleni.

Da bi dosegli zadane cilje, so v podjetju uvedli naslednje **ukrepe in aktivnosti** za zagotavljanje družbene odgovornosti in trajnost:

- okrepili so aktivnosti za zagotavljanje varnega delovnega okolja za zaposlene podjetja,
- organizirali so različne izobraževalne programe, kot je prva pomoč na delovnem mestu, ter ponudili na voljo različne promocijske letake,
- tedensko nudijo brezplačne medicinske preiskave ali konzultacije, ki jih izvaja zdravnik medicine dela, ter redne preglede krvi,
- zaposlenim omogočajo najem posojil z ugodnimi plačilnimi pogoji,
- posebno pozornost namenjajo družini, zdravju in finančni stabilnosti svojih zaposlenih z omogočanjem finančne pomoči,
- zagotavljajo dobro zdravstveno oskrbo za svoje zaposlene ter njihove družine in sorodnike,
- za božič in veliko noč svoje zaposlene obdarujejo s paketi najnovejših proizvodov podjetja, pecivom, sezonsko hrano, pijačo in darili,
- celo leto nudijo brezplačna povabila na gledališke predstave, filmske premiere in otroške prireditve,
- vsaka dva meseca ponudijo vsem svojim zaposlenim brezplačne izdelke iz lastnega portfelja proizvodov, ki jih zaposleni sami izberejo.

**Rezultati**, ki so plod družbeno odgovornega odnosa podjetja do svojih kadrov, se kažejo v tem, da so njihovi strokovnjaki izredno zavezani podjetju in da se podoba

same organizacije trajno izboljšuje. Takšna praksa je prenosljiva na podjetja različnih velikosti in panog.

## 2. Trajnost in rast

**Svetovalno podjetje** svojim strankam ponuja rešitve na področju okoljskih inovativnih sistemov in trajnostnih poslovnih praks.

**Cilj** podjetja je zagotoviti organizacijsko vzdržnost z ekonomskega, okoljskega in družbenega vidika.

**Ključni deležniki** so zaposleni, kupci, dobavitelji, partnerji in družba.

**Ukrepi in aktivnosti**, s katerimi zagotavljajo družbeno odgovornost in trajnost podjetja, temeljijo na naslednjih dejavnikih:

- uvedli so kodeks ravnanja, kakovostni in okoljski certifikat v skladu s standardom ISO 9001 in ISO 14001,
- posedujejo certifikat na področju zmanjševanja emisij CO<sub>2</sub>,
- razvijajo številna partnerstva z drugimi organizacijami kot način zagotavljanja vzdržnosti poslovanja,
- pripravljajo poročila o trajnosti in trajnostnem razvoju v skladu standardi poročanja GRI.

**Končni rezultat**, ki prikazuje uspešnost podjetja, je rast celotne organizacije, kar se v nadaljevanju kaže skozi sponzorske dejavnosti, donacije ter dodatno zaposlovanje, med drugim tudi invalidnih oseb (ugled podjetja).

### 3. Zelena nabava in naročanje

**Proizvodno podjetje** izvaja vrsto storitev in produktov, ki lahko vplivajo na okolje. To je tudi primarni razlog, zakaj mora nadzorovati svoje dobavne verige ter od svojih dobaviteljev zahtevati skladnost z okoljskimi merili, z zakonodajo in zahtevami, ki zmanjšujejo okoljske vplive nabavljenih proizvodov oziroma storitev, zato se intenzivno ukvarja z zeleno nabavo in naročanjem. **Glavni cilj** podjetja je določiti smernice in ukrepe, ki omogočajo lažjo trajnostno in odgovorno upravljanje nabave in potrošnje v podjetju. Tudi tukaj so ključni deležniki zaposleni, dobavitelji, kupci in širša družba.

**Indikatorji**, s katerimi podjetje meri uspešnost skladnosti z zakonodajnimi določili, so število okoljskih meril, ki zavezujejo dobavitelje, število dobaviteljev družbe, ki so skladni z zahtevanimi okoljskimi merili, ter skladnost s cilji in razmerji, ki jih določa politika zelene nabave in naročanja.

Podjetje je predstavilo naslednje korake razvoja in uvajanja dobrih praks:

- vzpostavitev delovne ekipe,
- opredelitev okoljskih meril, obveznih za dobavitelje, in politiko zelene nabave in naročanja (npr. pri nakupu papirja se zahteva 100-odstotno recikliran papir),
- širjenje politike na vse ključne deležnike in dobavitelje,
- določitev ciljev in indikatorjev (npr. reciklirati je potrebno 85 odstotkov papirja).

**Orodja**, ki so v pomoč podjetju pri izvajanju zelenih naročil, so različni priročniki za trajnostno nabavo za majhna in srednje velika podjetja in vodniki zelene

nabave in naročanja, podjetje pa se lahko vključi tudi v mednarodne mreže zelenega naročanja in nabave.

### 4. Trajnostna nabava

**Majhno družinsko podjetje**, ki se ukvarja s proizvodnjo piva, želi zagotoviti trajnost podjetja ter zmanjšati vplive svojih dejavnosti na okolje. Tudi v tem podjetju so ključni deležniki zaposleni, kupci, dobavitelji in širša družba.

**Poslanstvo** podjetja, ki so ga zajeli v sloganu »Povezanost z naravo«, temelji na nadziranju oskrbovalne verige z namenom zagotavljanja trajnosti procesov. Sestavine, ki se uporabljajo pri proizvodnji piva, so pridelane organsko in lokalno, za izvajanje proizvodnih procesov pa uporabljajo sončno energijo. Vse njihove steklenice je mogoče reciklirati.

Njihovi dobavitelji ne uporabljajo pesticidov, podjetje pa svoje produkte prodaja po ceni, ki je za 10 % višja od cen na trgu. Ključnega pomena pri vseh proizvodnih procesih je varovanje zdravja in varnosti zaposlenih v podjetju.

**Rezultati** takega poslovanja se kažejo v zmanjšanju emisij CO<sub>2</sub> za 18 % v zadnjih petih letih kot tudi zvišanju deleža energije, pridobljene iz obnovljivih virov, na 50 %. Praksa, ki jo izvaja to podjetje, je v celoti prenosljiva na podjetja različnih velikosti iz različnih industrijskih panog.

### 5. Odgovorno upravljanje – etični kodeks

**Družba** ponuja celovite storitve svetovanja preko

različnih podjetij v skupini, kot so strateško načrtovanje, primerjalne analize, revizije, investicijski projekti, kakovost in okolje, izobraževanje ipd.

**Cilj** podjetja je zagotoviti organizacijsko vzdržnost z ekonomskega, okoljskega in družbenega vidika.

**KLjučni deležniki** so zaposleni, kupci, dobavitelji, partnerji in družba.

Podjetje je vzpostavilo **kodeks etike in poslovnega vedenja**, ki določa različne prakse družbene odgovornosti glede:

- ugovora vesti: podjetje si pridržuje pravico, da zavrne sodelovanje s podjetji, katerih delovanje izkazuje nezakonite prakse,
- okolja: spodbuja spoštovanje okolja, recikliranje odpadkov ter ponovno uporabo surovin in materialov za vsakodnevno uporabo,
- spoštovanja zasebnosti,
- socialnih ukrepov: spodbuja ter pooblašča sodelavce za sodelovanje na konferencah in seminarjih brez dodatnih plačil,
- aktivnega vključevanja: sodeluje z invalidnimi osebami in k temu spodbuja tudi svoje stranke ter si prizadeva za njihovo vključevanje v delo,
- družbe: vodstvo prevzema odgovornost, ki presega gospodarske rezultate; način, kako je podjetje integrirano v družbo ter kako opravlja svoje dejavnosti, pa je povezan z dobrimi administrativnimi praksami,
- oseb: človeški viri so največja vrednost podjetja, zato je podjetje zavezano k transparentnosti, zagotavlja osebno in strokovno rast ter si prizadeva za zadovoljstvo vseh svojih zaposlenih.

Podjetje pripravlja ciljana poročila o trajnosti, ki jih

komunicira izbranim skupinam deležnikov.

**Rezultati družbe** se kažejo v visoki stopnji zadovoljstva strank in zaposlenih, visokem številu opravljenih ur prostovoljnega dela ter zanemarljivi stopnji nesreč pri delu. Praksa, ki jo izvaja to podjetje, je v celoti prenosljiva na podjetja različnih velikosti iz različnih industrijskih panog.

## 6. Merjenje percepcije dobaviteljev

**Podjetje** je opravilo raziskavo z namenom merjenja percepcije dobaviteljev, saj imajo ti ključno vlogo pri zadovoljstvu strank, zato se v podjetju zavedajo, da si morajo prizadevati za njihovo popolno integracijo ter morajo zadostiti njihovim potrebam in pričakovanjem. Merjenje zadovoljstva je proces, ki mora potekati na sistematičen način, za pridobivanje vseh informacij, ki so potrebne za izboljšave.

**Glavni cilj** je bil opredeliti stopnjo zadovoljstva dobaviteljev, izboljšati nabavni proces, okrepiti odnos z dobavitelji in nameniti ustrezno pozornost potrebam, ki jih dobavitelji izpostavljajo v poslovnem odnosu s podjetjem.

**KLjučni deležniki** v tem procesu so bili dobavitelji podjetja.

**Glavno orodje za izvedbo raziskave je bil obrazec za merjenje percepcije dobaviteljev, indikatorji pa so bili:**

- odstotek dobaviteljev, ki je sodeloval v raziskavi,
- število zbranih predlogov izboljšav,
- število izvedenih predlogov izboljšav,
- raven splošnega zadovoljstva.

Podjetje je izvedlo naslednje korake in uvedlo naslednje **dobre prakse:**

- vzpostavitev delovne ekipe,
- načrtovanje raziskave z identifikacijo spremenljivk, kot so dobavitelj, produkt ali storitev, ki jo zagotavlja, itd., s čimer so zbrali več informacij, potrebnih za statistično analizo, ter s ključnimi vprašanji in predlogi za izboljšave,
- posredovanje raziskave ključnim dobaviteljem s pomočjo orodij, ki zagotavljajo zaupnost in anonimnost, ter določitev roka za izpolnjevanje,
- statistična analiza rezultatov in oblikovanje sklepov ugotovitev,
- priprava poročila o percepciji dobaviteljev.

Z vsemi temi aktivnostmi je podjetje opredelilo in določilo prioritete ter pripravilo in izvedlo priporočene ukrepe za izboljšave.

## 7 .Poslanstvo, vizije in vrednote

**Proizvodno podjetje** si je pri pripravi strategije podjetja zastavilo vprašanje, kaj sta njihovo poslanstvo in vizija ter katere vrednote so tiste, ki bi jih morali deliti vsi zaposleni v podjetju. Da bi določili poslanstvo podjetja, so opredelili, kaj podjetje dela in zakaj podjetje obstaja. Pri določanju vizije kot prihodnje slike podjetja so iskali odgovor na vprašanje, kakšno mora biti podjetje, v katerem želijo delati. Vrednote so opredelili kot način, kako podjetje deluje in kako ravna s svojimi deležniki, torej kot sklop pravil in načel ravnanja, ki je tesno povezan s poslanstvom in vizijo podjetja.

**Cilj** podjetja je bil vzpostaviti organizacijsko kulturo, oblikovati smernice za strategijo podjetja ter uskladiti interese zaposlenih s skupnimi cilji podjetja. Pri tem so bili **ključni deležniki** zaposleni, dobavitelji, kupci in družba.

**Indikatorji** za prikaz aktualnega stanja v podjetju glede vprašanj poslanstva, vizije in vrednot so bili:

- število zaposlenih, ki so sodelovali pri opredelitvi poslanstva, vizije in vrednot, bodisi s podajanjem predlogov ali s sodelovanjem v ekipi,
- število zbranih predlogov,
- število zaposlenih, katerih interesi so usklajeni s poslanstvom, vizijo in vrednotami podjetja,
- ključni deležniki, ki so bili obveščeni o poslanstvu, viziji in vrednotah podjetja.

**Orodje**, ki ga je podjetje pri tem uporabilo, je bil vprašalnik za opredelitev poslanstva, vizije in vrednot podjetja.

Podjetje je tako sprejelo naslednja **priporočila in**

**ukrepe** za nadaljnje korake razvoja ter implementiralo dobro prakso tako, da je:

- vzpostavilo delovno ekipo, ki so jo sestavljali menedžerji in zaposleni, ki zastopajo celotno podjetje,
- oblikovalo predlog poslanstva, vizije in vrednot podjetja ter vprašalnik za zbiranje predlogov izboljšav poslanstva, vizije in vrednot podjetja, ki ga je posredovala vsem zaposlenim ter določila rok za izpolnitev vprašalnika,
- zbralo in analiziralo predloge zaposlenih,
- upoštevalo predloge sprememb v poslanstvu, viziji in vrednotah podjetja,
- opredelilo končni dokument poslanstva, vizije in vrednot podjetja.

Na podlagi tega dokumenta je podjetje izboljšalo svoj pristop k širjenju poslanstva, vizije in vrednot podjetja med vse zaposlene in ključne deležnike.

## 8. Merjenje organizacijske klime v podjetju

**Srednje veliko podjetje** izvaja merjenje zadovoljstva zaposlenih v delovnem okolju, s čimer želi pridobiti informacije oziroma usmeritve za izboljšave. Zadovoljevanje potreb in pričakovanj zaposlenih je zelo pomembno za vsako podjetje, če le-to želi ustvariti občutek pripadnosti podjetju, izboljšati delovno klimo ter povečati produktivnost.

**Cilj** tega postopka je prepoznati stopnjo zadovoljstva zaposlenih kot ključnih deležnikov ter opredeliti možne ukrepe za izboljšave na področju dela in človeških virov.

**Orodje**, s katerim je podjetje izvedlo meritve, je bil primarno anketni obrazec, ki je bil sestavljen s pomočjo predhodno pregledane literature in skrbno izbranih smernic za implementacijo v malih in srednje velikih podjetjih. Glavni **indikatorji**, ki jih podjetje uporablja za merjenje zadovoljstva, temeljijo na stopnji zadovoljstva zaposlenih, kakšen je odstotek oseb, ki sodelujejo v raziskavi, na pridobljenem številu identificiranih ukrepov izboljšav ter na številu izvedenih ukrepov izboljšav.

Po izvedenih meritvah so bili predlagani naslednji **koraki razvoja in dobre prakse**:

- vzpostavitev delovne ekipe,
- načrtovanje raziskave: sprva so določili spremenljivke, kot so spol, starost, delovno mesto, oddelek, delovna doba itd., s čimer so želeli zbrati čim več informacij, potrebnih za statistično analizo; v nadaljevanju so tematsko razvrstili vprašanja glede dela, plače, zdravja in varnosti, usposabljanja itd., na koncu pa še glede potencialnih predlogov za izboljšave,
- posredovanje ankete vsem zaposlenim v podjetju s pomočjo orodij, ki zagotavljajo zaupnost in anonimnost, ter določitev roka za izpolnitev anket,
- statistična analiza rezultatov in sklepnih ugotovitev,
- priprava poročila o ukrepih glede delovnega okolja,
- prepoznavanje in določanje prioritet ter uvajanje iz tega izhajajočih ukrepov za izboljšave.

## 9. Program nagrajevanja

**Veliko svetovalno podjetje** svojim strankam zagotavlja rešitve glede prepoznavanja, nagrajevanja in

diferenciacije njihovih strokovnjakov v konkurenčnem smislu in glede na dejanski prispevek k organizaciji in njenim strateškim ciljem. Podjetje ima certifikate, kot so ISO 27001 (IT certifikat), ISO 9001 (kakovost), družini prijazno podjetje in druge. Prepoznano je bilo tudi kot eno izmed podjetij, ki zagotavljajo najboljše pogoje za delo, saj nudi dobro delovno okolje, izboljšuje svoje storitve, zmanjšuje stroške dela ter privablja talente.

**Glavni cilji** in vodilo podjetja so izboljšati motivacijo zaposlenih, okrepiti pripadnost zaposlenih do podjetja ter spodbuditi osebni in strokovni razvoj zaposlenih, saj so tudi v tem podjetju zaposleni v podjetju njihovi ključni deležniki.

Pristop podjetja k izpolnjevanju zastavljenih ciljev se izvaja skozi odprt program nadomestil, ki pokriva vse potrebe zaposlenih, upošteva pa tri osnovna področja plačilne politike: ekonomsko nadomestilo, priznavanje opravljenega dela ter čustveno nadomestilo. Iz teh treh delov izhaja sveženj 50 ukrepov, ki so na voljo zaposlenim: fleksibilno časovno razporejanje delovnih obveznosti, izobraževanje, razvoj kariere v podjetju, delo na daljavo, odprto komunikacijsko okolje itd.

**Rezultati** se kažejo v tem, da so njihovi strokovnjaki bolj zavezani podjetju, obenem pa se izboljšuje sama podoba organizacije. Taka praksa je v celoti prenosljiva na podjetja različnih velikosti in panog.

## 10. Kodeks ravnanja

**Srednje veliko podjetje** je razvilo in implementiralo svoj kodeks ravnanja, v okviru katerega je opredelilo načela primerne vedenja različnih deležnikov podjetja z namenom izboljšanja podobe podjetja.

**Ključni deležniki** so zaposleni, dobavitelji in kupci podjetja.

**Glavni indikator**, ki prikazujejo uspešnost vpeljave kodeksa, temelji na številu zaposlenih, ki spoštujejo oziroma upoštevajo kodeks ravnanja.

Da je podjetje lahko uvedlo dobro prakso, je opravilo naslednje **korake razvoja**:

- vzpostavitev delovne ekipe,
- preučitev gradiv in dobrih praks z namenom analiziranja različnih metodologij za razvoj kodeksa ravnanja,
- priprava kodeksa ravnanja, pri čemer so upoštevali tudi poslanstvo, vizijo in vrednote podjetja,
- pregled in odobritev kodeksa ravnanja,
- vsi zaposleni so se s podpisom zavezali, da bodo spoštovali načela, ki so opredeljena v kodeksu,
- nadaljnje razširjanje kodeksa ravnanja s pomočjo internih komunikacijskih orodij (spletna stran, blog, socialna omrežja itd.).

Orodja, ki jih je podjetje uporabilo, so obstoječi kodeksi ravnanja kot podlaga za razvoj kodeksa ravnanja podjetja, navodila za razvoj etičnega kodeksa za podjetja ter publikacije in priročniki za razvoj kodeksa poslovne etike.

## 11. Dialog s ključnimi deležniki

**Večje podjetje** je želelo preučiti zahteve svojih ključnih deležnikov ter skozi konstruktiven dialog prisluhniti njihovim potrebam, saj razumejo, da so ključni deležniki kot ljudje ali skupine ljudi (npr. zaposleni, kupci, dobavitelji itd.), ki jih na kakršen koli način zadevajo dejavnosti organizacije, tisti, ki so najpomembnejši za podjetje. Zavedajo se, da ima vsak ključni deležnik kot posameznik ali skupina različna mnenja in pričakovanja. Želeli so opredeliti, kateri deležniki so za njihovo podjetje najpomembnejši, pri čemer so izhajali iz dveh skupin:

- **neposredni ključni deležniki** so najbolj vplivni deležniki, med katere spadajo delničarji in zaposleni;
- **posredni ključni deležniki** so tiste organizacije in posamezniki, na katere podjetje tako ali drugače vpliva. V to skupino je mogoče vključiti stranke, dobavitelje, nevladne organizacije, lokalne skupnosti, javne uprave, finančne analitike itd.

**Cilj** podjetja je bil identificirati ključne deležnike in opredeliti metode za zadovoljevanje njihovih potreb in pričakovanj.

**Orodja**, ki jih je uporabilo podjetje, so bila izbor in priprava materialov, povzetih iz metodologije za identifikacijo ključnih deležnikov, primer t. i. načrta dialoga, ki je opisan v publikaciji o družbeni odgovornosti malih in srednje velikih podjetij, ter priročnik za menedžment, ki podaja priporočila za dialog s ključnimi deležniki.

**Indikatorja uspeha** sta bila število identificiranih ključnih deležnikov ter število potreb in pričakovanj, opredeljenih za vsakega ključnega deležnika kot

posameznika ali skupino.

Na podlagi tega je podjetje opravilo naslednje **korake**

**razvoja** in uvedlo naslednje **dobre prakse**:

- vzpostavitev delovne ekipe,
- opredelitev različnih posameznikov in skupin (notranjih in zunanjih), ki lahko vplivajo ali so pod vplivom podjetja, na podlagi tehnike »brainstorminga«,
- vzpostavitev metodologije za opredelitev potreb in pričakovanj ključnih deležnikov, razvoj načrta dialoga,
- izvedba načrta dialoga – komunikacijske strategije.

## 12. Okoljski program

**Cilj velikega podjetja**, ki izvaja storitve čiščenja, je zmanjšanje vplivov dejavnosti podjetja na okolje. Pri tem so ključni deležniki kupci in širša družba.

Podjetje pri svojem delu uporablja trajnostne postopke in trajnostno opreme ter sistem “Envirostar green” za čiščenje tal. Pri postopku uporablja okolju prijazne materiale, kot so nelepljivi (non-stick) premazi za lažje čiščenje, ki zmanjšujejo potrebo po uporabi močnejših kemičnih izdelkov.

Zgradba družbe uporablja sončne kolektorje oziroma solarno energijo za ogrevanje, tlakovanje v zgradbi je ekološko (eko-tlakovanje), zgradba pa ima tudi tako imenovane biocone za rastline in kačje pastirje. Za čiščenje čistilnih naprav podjetje uporablja deževnico. Rezultati takšnega delovanja se kažejo v zmanjšanju odpadkov in manjši porabi energije, praksa, ki jo izvaja podjetje, pa je v celoti prenosljiva na podjetja različnih velikosti iz različnih sektorjev.

## 13. Merjenje zadovoljstva kupcev

**Podjetje**, ki je usmerjeno k svojim strankam (kar pomeni, da izdelke ali storitve, ki jih nudijo, nenehno prilagajajo potrebam in pričakovanjem kupcev, da bi upravičili njihovo zvestobo), je merilo zadovoljstvo svojih odjemalcev. Merjenje zadovoljstva je proces, ki mora potekati na sistematičen način, za pridobivanje vseh informacij, ki so potrebne za izboljšave.

**Cilj** podjetja je bil opredeliti stopnjo zadovoljstva svojih strank, izboljšati storitve in izdelke, ki jih podjetje nudi strankam, ter posvetiti pozornost potrebam, ki jih kupci izpostavljajo v okviru poslovnega odnosa s podjetjem. **Ključni deležniki** v tem postopku so bili kupci podjetja.

**Orodja**, ki jih je podjetje uporabilo za svojo raziskavo, so bili model raziskave zadovoljstva kupcev, vodnik za merjenje zadovoljstva kupcev ter vodnik za merjenje zadovoljstva z opravljenimi storitvami.

**Indikatorji**, s katerimi so merili uspešnost raziskave, so bili naslednji:

- odstotek kupcev, ki so sodelovali v raziskavi,
- število zbranih predlogov izboljšav,
- število uresničenih predlogov izboljšav,
- raven splošnega zadovoljstva.

Po podrobni analizi je podjetje opravilo naslednje **korake**:

- vzpostavitev delovne ekipe,
- načrtovanje raziskave: sprva so opredelili spremenljivke, kot so spol, starost, delovno mesto, oddelek, delovna doba itd., da bi zbrali čim več informacij, potrebnih za statistično analizo; sledila so ciljana vprašanja za predloge izboljšav,

- segmentiranje kupcev po spremenljivkah, npr. pogostost nakupa, obseg nakupa ipd.,
- posredovanje ankete opredeljenim segmentom kupcev s pomočjo orodij, ki so na voljo, ter določitev roka za izpolnjevanje,
- statistična obdelava in analiza rezultatov ter oblikovanje sklepov ugotovitev,
- priprava končnega poročila o zadovoljstvu kupcev.

Z vsemi naštetimi aktivnostmi je podjetje lahko prepoznalo in določilo prioritete ter pripravilo in izvedlo priporočene ukrepe za izboljšave.

## 14. Vpliv trajnostnega razvoja na krepitev konkurenčnosti – primer velikega proizvodnega podjetja

Veliko proizvodno podjetje deluje v smeri **trajnostnega razvoja** že vrsto let, saj sta trajnostni razvoj in korporativna družbena odgovornost del njihove podjetniške kulture. Zato je njihova predanost trajnostnemu razvoju in odgovornemu načinu poslovanja zajeta tudi v njihovih korporativnih vrednotah. Z lastnimi blagovnimi znamkami in tehnologijami, in tudi kot zaposlovalec, delujejo s ciljem zadovoljevanja potreb svojih deležnikov brez ogrožanja razvojnih priložnosti prihodnjih generacij. Ta načela veljajo za vse njihove aktivnosti v celotni vrednostni verigi – od surovin, proizvodnje in logistike do uporabe in odstranjevanja njihovih izdelkov.

**Odgovorno ravnanje** skozi celotno vrednostno verigo je za družbo pri poslovanju in ustvarjanju dobička odločilni dejavnik. To temeljno vodilo je trdno zasidrano v zgodovini podjetja in v njihovi filozofiji, ki se odraža v njihovem delovanju in ravnanju, kar

je močno pripomoglo k izgradnji slovesa podjetja in utrjevanju vodilnega položaja na domačih in svetovnih trgih. Njihov **cilj je spodbujati spremembe v smeri trajnostnega razvoja**, v tesnem sodelovanju s svojimi strankami iz industrije, trgovci in potrošniki.

**Izzive** s področja trajnostnega razvoja je podjetje združilo v pet osrednjih področij: **energija in podnebje, voda in odpadna voda, materiali in odpad, zdravje in varnost ter družbeni napredek**. V središču vseh aktivnosti pa sta njihova vizija in vrednote. S svojimi poslovnimi aktivnostmi in svojimi izdelki želijo prispevati k vsakemu izmed teh petih osrednjih področij, zato družba razvija nove, pametnejše izdelke, ki v sebi združujejo učinkovitost in odgovornost do ljudi in okolja. Kot del njihove zaveze **vsí novi izdelki prispevajo k trajnostnemu razvoju** vsaj na enem izmed petih zgoraj naštetih področij. Z namenom, da bi različnim javnostim pomagali razumeti in ceniti dodano vrednost teh inovacij, podjetje tesno sodeluje s svojimi kupci in potrošniki.

Prepričani so, da **trajnostno poslovanje** dolgoročno prispeva k višji vrednosti podjetja. Vsak od njihovih zaposlenih nosi svoj del odgovornosti znotraj svojega področja vpliva in vsak sodelavec bistveno prispeva k doseganju treh strateških prioritete:

- »trajnostni razvoj/korporativna družbena odgovornost in poslovni potencial«,
- »trajnostni razvoj/korporativna družbena odgovornost in naši potrošniki«,
- »trajnostni razvoj/korporativna družbena odgovornost in naša globalna ekipa«.

**Podjetje, ki deluje trajnostno** in svoje dejavnosti izvaja na podlagi dolgotrajne sposobnosti za razvoj in prihodnosti, **ravna družbeno odgovorno**. Sem sodi

tudi potreba po uskladitvi gospodarskih, ekoloških in družbenih ciljev. V skladu z vrednotami podjetja so tako zavezani k trajnostnemu in družbeno odgovornemu gospodarjenju. Pri tem je za družbo odločilnega pomena način, na katerega dosegajo prihodek in dobiček, pa tudi to, da je mogoče zaznati odgovorno ravnanje pri vseh dejavnostih in vzdolž celotne verige vrednosti.

**Ravnati odgovorno** v okviru celotne vrednostne verige – od raziskav in razvoja do proizvodnje in logistike blagovnih znamk in tehnologij – je osrednjega pomena za način, kako družba vodi svoje poslovanje. **Zahteve trajnostnega razvoja in korporativne družbene odgovornosti** so v tem podjetju v aktivnosti raziskav in razvoja vključene že od samega začetka. **Fokus** je na novih konceptih izdelka, ki ob sočasnem zagotavljanju dodane vrednosti za kupca in potrošnika združujejo odlično učinkovitost in izboljšano okoljsko združljivost.

Vsakodnevno se milijone kupcev in potrošnikov po vsem svetu odloči za znamke in tehnologije s kakovostjo in odgovornostjo. **Izdelki podjetja** imajo zato velik potencial, da **prispevajo k družbenim izzivom**, kot so varovanje podnebja, varčevanje z viri in higiena. Samo po sebi se razume, da vsak novi izdelek prispeva k trajnostnemu razvoju. Zaradi tega se podjetje osredotoča na raziskave in razvoj inovativnih in inteligentnih rešitev, ki nudijo odločilno dodano vrednost: povezujejo prvovrstno zmogljivost z odgovornostjo do ljudi in okolja.

Poleg tega se podjetje močno, če ne najbolj opira na visoko usposobljene, fleksibilne in **visoko motivirane zaposlene**, katerih izkušnje, nadarjenost in strokovno znanje odražajo raznolikost njihovih trgov in kupcev. Nenehno si prizadevajo za razvoj zaposlenih ter njihovo

osebno uspešnost povezujejo z uspehom podjetja. To jim uspeva s pomočjo ciljno usmerjenega vodenja, nagrajevanja glede na uspešnost, rednega ocenjevanja uspešnosti in nenehnega izobraževanja.

**Korporativna kultura** in pozitivno delovno okolje, skupaj z motiviranimi zaposlenimi, so odločilnega pomena za njihov korporativni uspeh. Zavedajo se, da morajo spoštovati dostojanstvo posameznika in pravico do zasebnosti vseh njihovih zaposlenih ter da morajo spoštovati tudi načela enakosti in pravičnosti. Obe načeli sta kot bistveni pravili vedenja vključeni v kodeks ravnanja v podjetju. **Najvišjo prioriteto pa v podjetju zasedata zdravje in varnost vseh zaposlenih**. Nenehno si prizadevajo za izboljšanje zdravja in varnosti pri delu, posebni programi pa pomagajo ohranjati zdravje in dolgoročno delovno sposobnost zaposlenih. **Družbeno udejstvovanje** ima v korporativni kulturi pomembno vlogo, ki jo podjetje že tradicionalno spremlja skozi zgodovino in je čvrsto zasidrano v njihovih korporativnih vrednotah.

Odraža se v vsakodnevni aktivnostih. Podjetje tako združuje aktivnosti podjetja kot **korporativnega odgovornega državljana**, ki presegajo neposredne poslovne interese. Poseben poudarek namenjajo spodbujanju dolgoročnega partnerstva podjetja in njegovih blagovnih znamk z družbenimi ustanovami. To temelji na prepričanju, da rešitve, ki so plod partnerskega odnosa, zagotavljajo dolgotrajne koristi vsem udeležencem.



## 11. VIRI

---

Business in the Community. Dostopno na: [www.bitc.org.uk/resources](http://www.bitc.org.uk/resources)

Certifikat Družini prijazno podjetje. <http://www.certifikatdpp.si/>

CSR Europe in GRI, 2017: Member State Implementation of Directive 2014/95/EU. A comprehensive overview of how Member States are implementing the EU Directive on Non-financial and Diversity Information. Dostopno na: [https://www.csreurope.org/sites/default/files/uploads/CSR%20Europe\\_GRI%20NFR%20publication\\_O.pdf](https://www.csreurope.org/sites/default/files/uploads/CSR%20Europe_GRI%20NFR%20publication_O.pdf)

Čanji, Vanesa, 15. marca 2016: Za velika podjetja obvezno razkrivanje okoljskih in družbenih podatkov – EOL 107. Zelena Slovenija. Dostopno na: <http://www.zelenaslovenija.si/revija-eol-/arhiv-stevilk-eol/arhiv/3632-za-velika-podjetja-obvezno-razkrivanje-okoljskih-in-druzbenih-podatkov-eol-107>

Čanji, Vesna, februar 2017: Za trajnostno poročilo bo nujna ekipa. Glas Gospodarstva. Dostopno na: <https://www.gzs.si/Portals/SN-informacije-Pomoc/Vsebine/GG/2017-februar/Poro%C4%8Devalski%20nasvet.pdf>

Carroll, A. B. & Shabana, K. M., 2010: The Business Case for Corporate Social Responsibility: A Review of Concepts, Research and Practice. *International Journal of Management Reviews*, 12(1), 85–105.

Corporate Knights, 2018: 2018 Global 100 Results. Dostopno na: <http://www.corporateknights.com/reports/global-100/2018-global-100-results-15166618/>

Dolinar, Kaja, 2010: Družbeno odgovorno podjetje in družbeno poročanje. Diplomsko delo. Ljubljana: Ekonomska fakulteta UL.

European Commission, 2002: European SMEs and Social and Environmental Responsibility. Observatory of European SMEs 2002(4).

Globalni UNGC. <http://www.ungc-slovenia.si/slo/o/global.html>

Golob, U. & Podnar, K, b.l.: »Evropsko« razumevanje družbene odgovornosti podjetja. Dostopno na: <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:hmO7wmFwErUJ:www.delavska-participacija.com/priloge/IDo6o825.doc+&cd=1&hl=en&ct=clnk&gl=si>

Gostiša, M., b.l.: Nova družbena odgovornost podjetij – nova merila poslovne uspešnosti – nova paradigma opravljanja menedžerske in nadzorne funkcije v podjetjih. Delavska participacija. Dostopno na: [www.delavska-participacija.com/priloge/IDo21202.doc](http://www.delavska-participacija.com/priloge/IDo21202.doc)

Holme, R. and Watts, P., 2000: Corporate Social Responsibility: Making Good Business Sense. World

Business Council for Sustainable Development: Geneva.

Inštitut Ekvilib. <http://ekvilib.org/>

Inštitut za razvoj družbene odgovornosti – IRDO: <http://www.irdo.si/images/150-2016-irdo-zbornik-web.pdf>

International Organization for Standardisation: [www.iso.org](http://www.iso.org)

Nagrada HORUS. <http://www.horus.si/o-nagradi-horus.html>

Projekt DESUR, 2014: Družbena odgovornost podjetij: Dobre prakse in priporočila. Dostopno na: [www.desur.eu/wp-content/force-download.php?file=uploads/2014/07/Guia-DESUR-V4-SLO.pdf](http://www.desur.eu/wp-content/force-download.php?file=uploads/2014/07/Guia-DESUR-V4-SLO.pdf)

Rus, M., 2007: Ključni izzivi pri uvajanju družbene odgovornosti: Kaj? Kdo? Zakaj? Kako? Kdaj? Kaj ne? V Mednarodna konferenca Družbena odgovornost in izzivi časa z naslovom Vloga managerjev pri razvoju družbene odgovornosti v pridobitnih in nepridobitnih dejavnostih. Maribor: IRDO – Inštitut za razvoj družbene odgovornosti.

UN Global Compact. <https://www.unglobalcompact.org/what-is-gc/mission/principles>





Združenje kovinske industrije

Dimičeva 13, 1504 Ljubljana

T: 01 5898 308, 01 5898 000

E: [zkovi@gzs.si](mailto:zkovi@gzs.si)

[www.gzs.si/zdruzenje\\_kovinske\\_industrije](http://www.gzs.si/zdruzenje_kovinske_industrije)