

**UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA UPRAVO**

Diplomsko delo

**DRUŽBENA ODGOVORNOST KOT DEL
POSLOVNE STRATEGIJE V IZBRANEM
PODJETJU**

Tina Strojinc

Ljubljana, september 2014

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA UPRAVO

DIPLOMSKO DELO

DRUŽBENA ODGOVORNOST KOT DEL POSLOVNE STRATEGIJE
V IZBRANEM PODJETJU

Kandidatka: Tina Strojinc
Vpisna številka: 04040065
Študijski program: univerzitetni študijski program Uprava prva stopnja

Mentor: izr. prof. dr. Primož Pevcin

Ljubljana, september 2014

IZJAVA O AVTORSTVU DIPLOMSKEGA DELA

Podpisana Tina Strojinc, študentka univerzitetnega študijskega programa Uprava prva stopnja, z vpisno številko 04040065, sem avtorica diplomskega dela z naslovom: »Družbena odgovornost kot del poslovne strategije v izbranem podjetju«.

S svojim podpisom zagotavljam, da:

- Je priloženo delo izključno rezultat mojega lastnega raziskovalnega dela,
- Sem poskrbela, da so dela in mnenja drugih avtorjev oz. avtoric, ki jih uporabljam v predloženem delu, navedena oz. citirana v skladu s fakultetnimi navodili,
- Sem poskrbela, da so vsa dela in mnenja drugih avtorjev oz. avtoric navedena v seznamu virov, ki je sestavni element predloženega dela in je zapisan v skladu s fakultetnimi navodili,
- Sem pridobila vsa dovoljenja za uporabo avtorskih del, ki so v celoti prenesena v predloženo delo, in sem to tudi jasno zapisala v predloženem delu,
- Se zavedam, da je plagiatorstvo – predstavljanje tujih del, bodisi v obliki citata, bodisi v obliki skoraj dobesednega parafraziranja, bodisi v grafični obliki, s katerimi so tuje misli oz. ideje predstavljene kot moje lastne – kaznivo po zakonu (Zakon o avtorski in sorodnih pravicah, Uradni list RS, št. 21/95), kršitev pa se sankcionira tudi z ukrepi po pravilih Univerze v Ljubljani in Fakultete za upravo,
- Se zavedam posledic, ki jih dokazano plagiatorstvo lahko predstavlja za predloženo delo in za moj status na Fakulteti za upravo,
- Je elektronska oblika identična s tiskano obliko diplomskega dela in soglašam z objavo dela v zbirki »Dela FU«.

Diplomsko delo je lektorirala: Nastja Cinzia Hrobat.

Ljubljana, september 2014

Podpis avtorice

POVZETEK

Družbeno odgovorno delovanje v podjetjih kaže na to, da se podjetje zaveda svoje vključenosti v okolje in družbo ter tako poskuša v svoji moči doseči, da se čimbolje vključi v okolje in družbo. Eno izmed sloveskih podjetij, kjer se ukvarjajo s trajnostnim razvojem, je tudi Zavarovalnica Triglav, d.d., ki je predstavljena v diplomskem delu. Pri njih vsakodnevno delujejo na področju družbene odgovornosti, ki je tudi vpeta v strateške cilje. V diplomskem delu sem se odločila, da primerjam aktivnosti podjetij na področju družbene odgovornosti. Ugotavljala sem ali podjetja delujejo podobno ali so si pri tem različna. Prišla sem do zaključka, da so si podjetja v nekaterih aktivnosti zelo podobna, pri drugih pa so si zelo različna. Tako nekatera podjetja preHITEVajo s svojimi aktivnostmi in dajejo drugim podjetjem spodbude za naprej. Pri primerjavi je bil merilo Standard ISO 26000. Je mednaroden in vsebuje smernice, kako naj bi podjetje ravnalo, da deluje čim bolj trajnostno.

Ključne besede: družbena odgovornost, podjetje, Zavarovalnica Triglav, strateški cilji, družbeno odgovorne aktivnosti, primerjava, standard ISO 26000

SUMMARY

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY AS PART OF BUSINESS STRATEGY AT THE TRIGLAV INSURANCE COMPANY

Corporate social responsibility in companies shows that the company is aware of its inclusion into environment and society and trying use their best endeavors to achieve, being well integrated into the environment and society. One of the Slovene companies that deal with sustainable development is also Triglav insurance company, which is presented in the thesis. Social responsibility is an every day process at Triglav, which is also involved in the strategic goals. In thesis I decided to compare the activities of companies in the field of social responsibility, to determine whether the companies operate similarly or if they differ. I found out that that in some activities they are very similar, while in others are complitly different. In comparison was the measure Standard ISO, which is international and provides guidance on how the company should be handled to act more sustainable.

Key words: corporate social responsibility, the company, the Triglav insurance company, strategic goals, socially responsible activities, comparison, the standard ISO 26000

KAZALO

IZJAVA O AVTORSTVU DIPLOMSKEGA DELA	iii
POVZETEK.....	v
SUMMARY	vi
KAZALO.....	vii
KAZALO PONAZORITEV	ix
KAZALO GRAFIKONOV	ix
KAZALO SLIK.....	ix
KAZALO TABEL	ix
1 UVOD	1
2 DRUŽBENA ODGOVORNOST PODJETIJ	3
2.1 OPREDELITEV DRUŽBENE ODGOVORNOSTI.....	3
2.2 VZROKI ZA POVEČEVANJE POMENA DRUŽBENE ODGOVORNOSTI	5
2.3 PODROČJA DRUŽBENE ODGOVORNOSTI	5
2.4 POSLOVNE KORISTI DRUŽBENE ODGOVORNOSTI	7
2.5 PROTISLOVNOST KONCEPTA DRUŽBENA ODGOVORNOST	7
2.6 POLOŽAJ DRUŽBENE ODGOVORNOSTI V SLOVENIJI IN V TUJINI	9
3 PREDSTAVITEV ZAVAROVALNICE TRIGLAV	11
3.1 ZGODOVINA ZAVAROVALNICE TRIGLAV	11
3.2 SKUPINE DELEŽNIKOV	13
4 MEDNARODNI STANDARD ISO 26000	14
5 PREDSTAVITEV DRUŽBENE ODGOVORNOSTI V ZAVAROVALNICI TRIGLAV, D.D.	18
5.1 DELOVNE PRAKSE OZIROMA SODELOVANJE Z ZAPOSLENIMI.....	21
5.1.1 Zagotavljanje zadovoljstva zaposlenih	22
5.2 ODGOVOREN ODNOS DO POTROŠNIKOV IN DOBAVITELJEV	23
5.3 ODGOVOREN ODNOS DO DRUŽBENEGA OKOLJA.....	24
5.3.1 Preventivne dejavnosti	24
5.3.2 Sponzorstva in donacije	25
5.4 ODGOVOREN ODNOS DO NARAVNEGA OKOLJA	28
5.4.1 Varstvo pred dejavniki narave.....	28
5.4.2 Skrb za okolje v delovnih procesih	28
5.4.3 Skrb za širše naravno okolje	29
5.5 PRAKSE POŠTENEGA RAVNANJA	29
6 PRIMERJAVA DRUŽBENO-ODGOVORNIH AKTIVNOSTI S SORODNIM PODJETJEM ...	31

6.1	ZAVAROVALNICA MARIBOR	31
6.1.1	Predstavitev Zavarovalnice Maribor	31
6.1.2	Delovne prakse oziroma sodelovanje z zaposlenimi.....	32
6.1.3	Komuniciranje s ciljnim javnostmi.....	32
6.1.4	Odgovoren odnos do družbenega okolja	34
6.1.5	Odgovoren odnos do naravnega okolja.....	34
6.2	ZAVAROVALNICA WIENER STÄTISCHE	34
6.2.1	Predstavitev Zavarovalnice Wiener Stätische	35
6.2.2	Zaposleni	36
6.2.3	Stranke.....	38
6.2.4	Odgovoren odnos do družbenega okolja	39
6.2.5	Okolje	40
6.2.6	Upravljanje organizacije	40
6.3	PRIMERJAVA AKTIVNOSTI MED IZBRANIMI ZAVAROVALNICAMI.....	41
6.3.1	Podobnosti glede družbeno odgovornih aktivnosti	41
6.3.2	Razlike glede družbeno odgovornih aktivnosti	43
7	ZAKLJUČEK	47
	LITERATURA IN VIRI.....	50

KAZALO PONAŽORITEV

KAZALO GRAFIKONOV

Grafikon 1: Obseg sredstev preventivne dejavnosti v letih 2011, 2012 in 2013	24
Grafikon 2: Struktura sponzorstev v letu 2013 po vsebini.....	26
Grafikon 3: Struktura donacij v letu 2013 po vsebini.....	26

KAZALO SLIK

Slika 1: ISO 26000 po svetu	16
-----------------------------------	----

KAZALO TABEL

Tabela 1: Strateški cilji do 2017.....	12
Tabela 2: Cilji in rezultati izvedenih ciljev v letu 2013	18
Tabela 3: Ključne usmeritve Strategije družbene odgovornosti in cilji za leto 2014	20
Tabela 4: Vrednost sponzorstev in donacij.....	25
Tabela 5: Podobnosti: Delovne prakse oz. sodelovanje z zaposlenimi.....	41
Tabela 6: Podobnosti: Odnos s potrošniki.....	41
Tabela 7: Podobnosti: Vključevanje v lokalno okolje in njegov razvoj.....	42
Tabela 8: Podobnosti: Naravno okolje	43
Tabela 9: Podobnosti: Organizacijsko upravljanje.....	43
Tabela 10: Razlike: Delovne prakse	43
Tabela 11: Razlike: Odnos s potrošniki.....	44
Tabela 12: Razlike: Vključevanje v lokalno okolje in njegov razvoj	44
Tabela 13: Razlike: Naravno okolje	45
Tabela 14: Razlike: Poštene prakse, človekove pravice	46

1 UVOD

Družbena odgovornost podjetij postaja v zadnjih desetletjih vse pomembnejša tema in izziv svetovnega in slovenskega gospodarstva. Dva izmed razlogov za razmah družbene odgovornosti sta pritisk medijev in globalizacija. Podjetja naj bi prvotno strmela k doseganju čim večjega dobička in k čim večji donosnosti poslovanja, saj s tem zadovoljujejo lastnike. Sedaj niso več tako izolirana kot včasih, saj so neločljivo povezana z okoljem in družbo, v katerem delujejo. To seveda ne pomeni, da morajo zaradi doseganja družbene odgovornosti opustiti donosnost kot svoj cilj. Doseganje strategij, ki vključujejo družbeno odgovorno ravnanje je namreč nepomembno, če podjetje ekonomsko ne more preživeti.

Družbena odgovornost v podjetju se mora začeti pri vrhu – v upravi in pri izvršnih direktorjih. Pomembno je, da podpirajo koncept in da se osebno angažirajo pri njegovem uvajanju. Redno morajo biti obveščeni o napredku. »V Sloveniji je zdaj pri uglednih in uspešnih podjetjih zaznati čedalje več zanimanja za družbeno odgovornost. Zavedajo se, da niso sami na trgu in da morajo delovati z zgledom, zato sledijo svetovnim trendom in družbeno odgovornost vedno bolj aktivno vključujejo v svoje poslovanje. Čedalje bolj se zavedajo tudi, da sta dobroteljskost in sponzorstvo le majhen del družbene odgovornosti in da so dobri poslovni odnosi med dobavitelji, kupci in podjetji ključni, prav tako varovanje okolja, dobri odnosi z zaposlenimi, ki so gonilo in glavni kapital podjetja, odnosi s skupnostjo ipd.« pravi direktorica Inštituta za razvoj družbene odgovornosti IRDO Anita Hrast (Pavlin, 2013).

Koncept družbene odgovornosti predpostavlja izpolnjevanje družbenih norm, okoljskih koristi in trajnostnega razvoja ter zagotavljanje družbene blaginje. Podjetju odločitev za družbeno odgovorno ravnanje dolgoročno prinaša večjo poslovno uspešnost, konkurenčnost in produktivnost ter nižje stroške poslovanja, kratkoročno pa izboljšanje ugleda podjetja in zvestobo kupcev (Frederick et al., 1988). Na drugi strani pa nasprotniki družbene odgovornosti trdijo, da gre le za modno muho in da je družbeno odgovorno ravnanje zgolj eno od orodij marketinga.

Eno izmed podjetij, ki se v Sloveniji ukvarja z doseganjem družbene odgovornosti, je Zavarovalnica Triglav, d.d., katero bom v diplomskem delu tudi podrobneje preučila. Leta 2012 se je uvrstila na visoko drugo mesto v izboru za Slovensko nagrado za družbeno odgovornost HORUS v kategoriji velikih podjetij. Zavarovalnica Triglav, d.d., je vodilna zavarovalnica v Sloveniji. Odlikujejo jo znanje, izkušnje, zaupanje in odličnost do strank, zaposlenih, delničarjev in drugih deležnikov. Družbeno odgovornost razumejo kot temelj trajnostnega razvoja, zato je vgrajena v strateške cilje in ukrepe. Skozi svoje aktivnosti se odzivajo na potrebe okolja, k udejstvovanju pa vključujejo tudi vse deležnike.

Zavarovalnica Triglav, d.d., družbeno odgovornost uveljavlja in udejanja kot celoto ekonomske, etične, filantropske in okoljske odgovornosti. Zavarovalnica Triglav, d.d., je v svoji več kot 110-letni tradiciji prepoznana kot tisto slovensko podjetje, ki odgovorno vlaga v lokalno okolje in hkrati tradicionalno podpira aktivnosti na področju športa. V zadnjem času prepoznava tudi nove stebre družbene odgovornosti: vzgoja in preventiva v prometu, skrb za zaposlene, korporativno prostovoljstvo, odgovorna partnerstva in skrb za trajnostni razvoj.

Problem, ki ga bom v diplomskem delu obravnavala, se nanaša na celoten koncept družbene odgovornosti v Zavarovalnici Triglav, d.d. Zanima me, ali je Zavarovalnica Triglav, d.d., pristopila k družbeni odgovornosti na pravi način in sicer v skladu z

Mednarodnim standardom ISO 26000. Slednjega sestavlja sedem vsebinskih področij družbeno odgovornega delovanja, to so organizacijsko upravljanje, človekove pravice, delovne prakse, okolje, poštene poslovne prakse, potrošniki ter vključevanje v skupnost in njen razvoj.

Namen diplomskega dela je predstaviti teoretična spoznanja koncepta družbene odgovornosti in pomen le-tega za podjetje ter dejanski vpliv družbene odgovornosti podjetja na okolje, prostor in druge deležnike. Skušala bom tudi predstaviti kakšen je dolgoročni pomen doseganja družbene odgovornosti na splošno v teoriji in v Zavarovalnici Triglav, d.d. Glavni cilj diplomskega dela je dokazati, da je podjetje Zavarovalnica Triglav, d.d., družbeno odgovorno podjetje, v katerem je družbena odgovornost vse bolj vtkana v njihov poslovni model. Cilj je dokazati tudi, da Zavarovalnica Triglav, d.d., ni družbeno odgovorna samo zaradi ugleda in konkurenčnosti, temveč se hoče predstaviti kot podjetje, ki hoče svoje storitve narediti bolj kakovostne in jih tako postaviti na višjo raven.

V diplomskem delu želim preveriti naslednje hipoteze:

H1: Zavarovalnica Triglav, d.d., resno obravnava družbeno odgovornost (oz. se zaveda pozitivnih učinkov le-te).

H2: Zavarovalnica Triglav, d.d., svojo družbeno odgovorno ravnanje ciljno usmerja.

H3: Zavarovalnica Triglav, d.d., vsako leto nameni več denarnih sredstev za določen tip aktivnosti družbene odgovornosti.

H4: Glavni namen družbeno odgovornega ravnanja v Zavarovalnici Triglav, d.d., ni povečanje prodaje.

H5: Družbeno odgovorne aktivnosti Zavarovalnice Triglav, d.d., so primerljive z drugimi podjetji, tako slovenskimi kot mednarodnimi.

Pri izdelavi diplomskega dela sem uporabila teoretično-deskriptivno metodo za korektno rabo, študijo in interpretacijo že napisane literature, ki zajema komparativno metodo (metoda primerjave), metodo deskripcije (metoda opisovanja), metodo kompilacije (metoda navedb drugih avtorjev) in analitično metodo (metoda razčlenjevanja).

Vsebina diplomskega dela je razdeljena na dva dela: prvega, povsem teoretičnega, in drugega, kjer se teorija prepleta s prakso. Prvi del diplomskega dela obsega prvo poglavje, ki je teoretične narave. Vključuje opredelitev družbene odgovornosti, vzroke za povečevanje njenega pomena, sledi predstavitev področij družbene odgovornosti, poslovne koristi in njena protislovnost. Sledi tudi predstavitev družbene odgovornosti v Sloveniji in v tujini. Drugi del diplomskega dela sestavljajo drugo, tretje, četrto in peto in šesto poglavje. V drugem poglavju sem predstavila Zavarovalnico Triglav, d.d., in njene deležnike. Sledi tretje poglavje, kjer sem opisala mednarodni standard ISO 26000.

Sledi četrto poglavje. V njem sem s pomočjo vsebinskih področjih standarda ISO 26000 predstavila temeljna področja družbene odgovornosti, ki se jih loteva Zavarovalnica Triglav, d.d. V petem poglavju sem izvedla primerjavo družbeno odgovornih aktivnosti še z dvema zavarovalnicama in sicer z eno slovensko in eno tujo. To sta Zavarovalnica Maribor in avstrijska Zavarovalnica Wiener Statische. V šestem poglavju je še zaključek, kjer sem navedla nekaj predlogov za izboljšanje družbene odgovornosti tudi v ostalih slovenskih podjetjih.

2 DRUŽBENA ODGOVORNOST PODJETIJ

V tem poglavju bom najprej opredelila družbeno odgovornost podjetij in nato predstavila vzroke za povečevanje njenega pomena. Sledila bo predstavitev področij družbene odgovornosti, nato bom predstavila poslovne koristi in njeno protislovnost. Sledi tudi predstavitev družbene odgovornosti v Sloveniji in v tujini.

2.1 OPREDELITEV DRUŽBENE ODGOVORNOSTI

Družbena odgovornost je v preteklih nekaj letih postala osrednja tema sodobnega razvitejšega dela svetovnega gospodarstva. Predstavlja enega ključnih dejavnikov uspešnosti in ugleda sodobne organizacije, saj mora le-ta delovati dolgoročno, sistematično in strateško (Jenko v: Meško, 2011, str. 4). Organizacije namreč niso popolnoma neodvisne od svojega okolja, saj delujejo v socialnem okviru in čutijo vpliv države in skupnosti, v kateri opravljajo svojo dejavnost (Meško, 2011, str. 4).

Vedno bolj se utrjuje zavedanje, da sta dobro in odgovorno poslovanje zelo povezana. Danes dati na trg kakovosten izdelek ne zadošča več, če njegova proizvodnja onesnažuje okolje. Za dobro ime podjetja ni dovolj, da le-ta uspešno posluje, podjetje mora tudi prisluhniti težavam skupnosti (Fras in dr., 2007, str.3).

V literaturi najdemo različne opredelitve družbene odgovornosti. Drevenšek (2006, str. 20) v svojem prispevku opredeli definicijo družbene odgovornosti, ki jo je leta 1999 objavil Svetovni gospodarski svet za trajnostni razvoj (World business council for sustainable development): »Družbena odgovornost pomeni nenehno zavezanost podjetja k etičnemu vedenju, ekonomskemu razvoju, izboljševanju kakovosti življenja zaposlenih, njihovih družin, lokalne skupnosti in družbe nasploh.« Omenja tudi pet prednostnih področij in sicer človekove pravice, pravice zaposlenih, varstvo okolja, vključevanje v skupnost in odnose z dobavitelji.

Evropska komisija je družbeno odgovornost podjetja v t.i. Zelenem dokumentu opredelila kot koncept, kjer se podjetja prostovoljno odločajo za skrb za družbene in okoljske probleme (Evropska komisija, 2001). Skratka, gre za načine, kako z intenzivnim ukvarjanjem z nekaterimi družbenimi in okoljskimi vidiki povečati ugled in uspešnost delovanja podjetja (Pevcin, 2011, str. 51).

V skladu z Zeleno knjigo (Evropska komisija v: Meško, 2011, str. 4) večina opredelitev družbeno odgovornost opisuje kot koncept, po katerem organizacije družbene in okoljske premisleke na prostovoljni ravni vključujejo v svoje poslovanje in komunikacijo z zainteresiranimi deležniki. Komisija priznava, da družbena odgovornost organizacij lahko odigra ključno vlogo v trajnostnem razvoju ter hkrati spodbuja evropsko inovativnost in konkurenčnost (Evropska komisija v: Meško, 2011, str. 4).

Oprelitev Evropske komisije tako pravi, da je družbena odgovornost podjetja koncept, s katerim se podjetja prostovoljno odločijo, da želijo prispevati k boljši družbi in čistejšemu okolju (Pevcin, 2011, str. 51).

Družbena odgovornost bi morala biti za podjetje primarna. Lahko bi jo opredelili kot način razmišljanja neke organizacije, pri čemer opisuje pot oziroma smer, po kateri podjetje 'pelje', da bi prostovoljno prispevalo k družbi več, kot od njih zahteva normativni in zakonodajni okvir (Pavlin, 2009, str. 24.). Friedman pa trdi, da obstaja samo ena družbena odgovornost podjetij in sicer ta, da porablja svoje resurse in opravlja dejavnosti, ki so namenjene povečevanju dobička, vse dokler upošteva pravila igre. To pomeni, da sodeluje v odprti in prosti konkurenci brez prevar in goljufij. Po njegovem mnenju je manager oseba, ki ima osebno družbeno odgovornost. Slednjo lahko čuti do družine, vesti, občutka solidarnosti, cerkve, društva, mesta in države. Kot oseba se lahko posveča katerikoli dejavnosti, ki mu je pri srcu, in pri tem porablja svoj denar, čas in energijo. Vendar pri tem početju deluje kot lastnik svojih resursov, ne kot agent, ki porablja denar zaposlenih ter zapravlja čas in energijo, ki naj bi ju posvetil podjetju. Če s svojim početjem zmanjšuje dobiček, porablja denar delničarjev, če povečuje ceno kupcem, porablja denar strank in če zmanjšuje plače, potem porablja denar zaposlenih. Tako delničarji in stranke kot tudi zaposleni bi lahko ločeno zapravljali denar za stvari, ki se jim zdijo pomembne. Če torej manager porablja denar deležnikov tako, kot ga sami sicer ne bi, na nek način uveljavlja davke. Friedman se tukaj sklicuje na že uveljavljeno prakso javnih financ in vlad, ki so zadolžene za pobiranje davkov in njihovo porabo. (Friedman, 1970).

Družbeno odgovorno podjetje je tisto, ki je odgovorno do vseh subjektov sovpivanja in ki je kakorkoli vpleteno v delovanje podjetja. To pa pomeni biti odgovoren do vseh, tako primarnih kot sekundarnih interesnih skupin podjetja. Družbena odgovornost managerjev in podjetja (ki ju uresničuje poslovna etika), torej odgovornost do vseh interesnih skupin, postaja čedalje pomembnejši element za ekonomski uspeh podjetja (Jaklič, 1999, str. 276).

Na podlagi Zelenega dokumenta (Evropska komisija, 2001), lahko v uvodu le-tega razberemo, da obstajajo štirje dejavniki, ki silijo podjetja, da ravnajo družbeno odgovorno. Ti dejavniki so naslednji (Evropska komisija, 2001):

- Zaskrbljenost in pričakovanja državljanov, potrošnikov, mnenjskih voditeljev in investorjev v kontekstu globalizacije in velikih družbenih sprememb,
- Socialna merila vse bolj vplivajo na investicijske odločitve vlaganj (tako posameznikov v vlogi potrošnikov, kot institucij v vlogi investorjev) ,
- Povečana zaskrbljenost zaradi škode v okolju, povzročene z gospodarsko dejavnostjo,
- Transparentnost poslovnih aktivnosti kot posledica medijev ter moderne informacijske in komunikacijske tehnologije.

2.2 VZROKI ZA POVEČEVANJE POMENA DRUŽBENE ODGOVORNOSTI

Zahteve potrošnikov, da se razkrijejo podatki o družbeni odgovornosti so vse bolj pogoste. Tako vse več podjetij ocenjuje svoje izdelke in storitve s pomočjo družbenih kriterijev, za razkrivanje podatkov pa izdelujejo poročila o družbeni odgovornosti itd. Na povečanje poročanja o družbeni odgovornosti vpliva vzrok, da so se v gospodarsko naprednem času porabniki začeli izogibati izdelkov, ki so narejeni na družbeno neodgovoren način.

Da družbena odgovornost podjetjem prinaša vrsto koristi, se zavedajo predvsem velika podjetja, ki se tudi pogosteje odločajo za takšen način poslovanja. Ekonomske koristi družbene odgovornosti so lahko (Knez-Riedl, 2002, str. 94-95):

- Ugodnejša podoba (image) in ugled podjetja, večja sposobnost pritegnitve kapitala, poslovnih partnerjev in kupcev, večja sposobnost vzpostavitve in vzdrževanja stikov z oblikovalci politike in drugimi relevantnimi ekonomskimi udeleženci,
- Večja prodaja in zvestoba kupcev v primeru proizvodov in storitev tistih podjetij, ki jih skupnost in okolje prepoznavata kot odgovorne,
- Prizadevanja podjetij, da bi razširila mrežo dobaviteljev ali izboljšala moralo zaposlenih, pogosto vodijo do višje produktivnosti in kakovosti, do poenostavitve in znižanja stroškov,
- Boljši nadzor in obvladovanje tveganj na različnih področjih: npr. na finančnem področju ali na področju odnosov s strankami,
- Stalnost zaposlenih oziroma manj odhodov zaposlenih znižuje stroške prekvalifikacij in usposabljanja zaposlenih.

Koncept družbeno odgovornega ravnanja podjetja je čedalje pomembnejši tudi zaradi številnih drugih razlogov, kot je vse večja moč posameznika, saj se ljudje čedalje bolj zavedajo svojih pravic. Na drugi strani se več vloga, pomen in rast multinacionalnih podjetij, ki so zaradi svoje moči pogosto pod drobnogledom številnih družbenih skupin (celo države), zaradi česar morajo biti ta podjetja implicitno odgovornejša pri svojem ravnanju. Zato so ravno velika multinacionalna podjetja najpogostejši zagovorniki in pospeševalci uresničevanja koncepta družbeno odgovornega ravnanja podjetij (Pevcin, 2011, str. 53-54).

2.3 PODROČJA DRUŽBENE ODGOVORNOSTI

Področij na katerih lahko podjetje izkazuje svojo družbeno odgovornost je mnogo. Tu je naštetih nekaj primerov (Kraševac, 2003, str. 3–5.):

- Družbena odgovornost do zaposlenih:
 - Odnos do žensk, etničnih skupin in invalidov pri zaposlovanju,
 - Nudenje možnosti za večjo vključenost moških in žensk v družino (npr. možnost prekinitve kariere, t.i. »career break scheme«),
 - Spodbujanje napredovanja žensk,

- Nudnje varstva otrok zaposlencev, organiziranje popoldanskih krožkov in klubov za šolajoče otroke zaposlencev,
 - Odnos podjetja do varstva pri delu in zdravja njihovih zaposlencev,
 - Odnos podjetja do zaposlencev pri prestrukturiranju (omogočenje do- in prekvalifikacije presežnih delavcev).
- Družbena odgovornost do kupcev oz. potrošnikov:
 - Izogibanje ustvarjanju in izkoriščanju monopolnega položaja,
 - Izogibanje nedovoljeni cenovni diskriminaciji,
 - Izogibanje uporabi zavajajočih cen (lažnih razprodajnih cen) ,
 - Spoštovanje predpisov in običajev na področju embaliranja in označevanja izdelkov,
 - Izogibanje oglaševanju, ki cilja na otroško populacijo,
 - Zagotavljanje vsaj solidne kakovosti izdelkov in storitev;
 - Zagotavljanje varnosti proizvodov;
 - Omogočanje pritožb in hitro reševanje reklamacij;
 - Nudnje poštenih jamstev, hitrega servisa in zmernih cen nadomestnih delov.
 - Družbena odgovornost po funkcijskih področjih:
 - V finančah: Odgovoren odnos podjetja do posojilodajalcev (vračanje posojil, ohranjanje finančnega vzvoda ...), izogibanje okoriščanju z notranjimi informacijami;
 - V računovodstvu: Izogibanje zavajajočemu prikazovanju računovodskih podatkov;
 - V nabavi: Izogibanje podkupovanju, etičnost pri nabavah (redna in poštena plačila dobaviteljem, izogibanje izkoriščanju moči podjetja nad dobavitelji).
 - Družbena odgovornost do konkurentov:
 - Spoštovanje patentnih zaščit;
 - Izogibanje uporabi dumpinga;
 - Izogibanje nelojalni in grabežljivi konkurenci.
 - Družbena odgovornost do lokalnih skupnosti, v katerih podjetje posluje:
 - Etično obnašanje podjetja do prebivalcev lokalnih skupnosti;
 - Pomoč podjetja pri razvoju lokalnih skupnosti;
 - Varovanje okolja lokalnih skupnosti;
 - Donacije in sponzorstva;
 - Tehnična pomoč lokalnim oblastem (finančni management, vodenje projektov).
 - Družbena odgovornost do držav oz. vlad, kjer podjetje posluje:
 - Etičnost podjetja pri prenosu mednarodnih profitov;
 - Redno plačevanje davkov;
 - Odgovornost podjetja pri odpuščanju zaposlencev itd.

Danes družbeno odgovornost podjetij sestavljajo tri ravni. Poleg klasične podjetniške filantropije še obnavljanje tveganj, ko podjetja poskušajo s sodelovanjem z nevladnimi organizacijami, preglednejšim poslovanjem in samoregulacijo ohraniti ugled in dobro ime,

in ustvarjanje poslovnih priložnosti, saj družbeno odgovorno ravnanje ustavja dodatno vrednost za podjetje, zaradi česar je to del konkurenčne prednosti podjetja (Pevcin, 2011, str. 55). Vsa našeta področja družbene odgovornosti so seveda le nekatera izmed možnih. Podjetje, ki se želi obnašati družbeno odgovorno, si mora izbrati nekaj področij družbene odgovornosti, na katerih bo delovalo.

2.4 POSLOVNE KORISTI DRUŽBENE ODGOVORNOSTI

V večini družb dobijo podjetja licenco za delovanje in pravico do svojega obstoja skozi kombinacijo družbenih in pravnih mehanizmov. Od podjetij se pričakuje, da bodo plačevala davke, spoštovala zakone in predpise, pravično ravnala s svojimi zaposlenimi, izpolnjevala sklenjene pogodbe, varovala naravno okolje, da bodo izpolnjevala svoje obligacije kot poslovni subjekti in del širšega družbenega okolja ter da bodo upoštevala druge standarde poslovanja. Organizacije, ki stalno dosegajo in presegajo omenjene standarde, so nagrajene z zadovoljstvom potrošnikov, predanostjo zaposlenih, lojalnostjo investitorjev in močnimi povezavami s skupnostjo, hkrati pa jim zaradi vsega omenjenega ostaja dovolj časa in energije, da se lahko še naprej posvečajo zadevam, ki so povezane s poslovanjem podjetja. Podjetja, ki ne uspejo izpolniti omenjenih dolžnosti oziroma odgovornosti, lahko doletijo kazni, tako formalne kot neformalne, kar lahko posledično njihovo pozornost odmakne od zadev, ki so ključne za posel (McAlister, 2005, str. 3). Poslovne koristi, ki jih prinaša družbeno odgovorno ravnanje, bi lahko izmerili skozi dobiček ali prodajo, vendar je te koristi težko definirati in izmeriti.

Čeprav se McAlister (2005, str. 18) strinja, da se določeni pozitivni vidiki družbeno odgovorne poslovne prakse ne pojavijo neposredno na finančnih rezultatih, pa vendarle ne gre pozabiti, da imajo organizacije na dolgi rok neposredne koristi od družbeno odgovornih aktivnosti. Še več, veliko raziskav in primerov iz prakse demonstrira, da so podjetja, ki so uspešno implementirala programe družbene odgovornosti v svoje delovanje, bogato nagrajena.

Najpogosteje se kot »nagrade« družbeno odgovorne usmeritve podjetij omenjajo (McAlister, 2005, European Commission, 2001): izboljšani proces sprejemanja odločitev, povečana učinkovitost pri vsakodnevni operacijah, večja motiviranost zaposlenih, višja kakovost izdelkov/storitev, višja stopnja zadovoljstva in lojalnosti strank, izboljšani odnosi z lokalnimi skupnostmi, povečani ugled; zaradi inovacij in diferenciacije na trgu se podjetju odpirajo nove poslovne priložnosti itd. McAlister še dodaja (2005, str. 20), da lahko podjetje, ki uspešno integrira koncept družbene odgovornosti v celotno poslovno strategijo, zgradi sloves zaupanja, poštenosti in integritete ter razvije dragocene vire, ki »vzgajajo« nove dimenzije uspešnosti poslovanja, vidne tudi na finančnih rezultatih.

2.5 PROTISLOVNOST KONCEPTA DRUŽBENA ODGOVORNOST

Koncept družbene odgovornosti podjetij je že od nekdaj protisloven. Nanj nimajo enotnih pogledov niti njegovi najbolj zagreti zagovorniki, vodstva podjetij, ki ga skušajo v svoji

vsakodnevni poslovni praksi bolj ali manj uresničevati, niti javnosti, ki gojijo v odnosu do podjetij in njihove družbene odgovornosti različna pričakovanja (Konferenca kakovosti, 2005).

Smith (1990, str. 69–76) ponuja več ugovorov proti družbeni odgovornosti podjetij:

- Vloga podjetja je ustvarjanje dobička in povečevanje družbene blaginje z učinkovitim gospodarjenjem,
- Stroški družbene odgovornosti lahko oslabijo konkurenčno moč podjetja,
- Podjetje ni usposobljeno za ukvarjanje z družbenimi problem,
- Podjetje bi si na ta način pridobilo še večjo družbeno moč, ki bi rušila ustaljena razmerja moči v družbi,
- Družbeni problemi so stvar vlade, ki je pristojna za njihovo reševanje.

Nekatera, glede na definicije vsekakor družbeno odgovorna podjetja, v družbi tako včasih ne dobijo ustreznega priznanja (ali vsaj ne tolikšnega, kot ga podjetje pričakuje). Po drugi strani predstavniki različnih javnosti pogosto izražajo svojo zaskrbljenost v zvezi z določenimi, po njihovem mnenju spornimi oziroma družbeno neodgovornimi ravnanji podjetij, ki pa se vodstvom podjetij ne zdijo takšna. Težava je tudi v slabi (ali vsaj drugačni) merljivosti učinkov aktivnosti podjetij na področju družbene odgovornosti. Tako ostaja družbena odgovornost v nekaterih poslovnih krogih še vedno dojeta kot tvegana ali celo stroškovno neugodna ideja. Vendarle se večina vodstev v uspešnih sodobnih podjetjih vse močneje zaveda, da so poleg urejenega proizvodnega procesa in korektnih odnosov s poslovnimi partnerji, pomembni tudi odgovorni odnos do ožjega in širšega okolja ter odnosi z zaposlenimi, ki spodbujajo njihovo zaupanje v vodstvo podjetja in jih motivirajo za delo. Koncept družbene odgovornosti se torej veže na vedenje podjetja kot celote (njegovega vodstva in zaposlenih), torej vedenje navznoter in navzven, v ožji (lokalni) in širši (regionalni ali nacionalni), v nekaterih primerih celo globalni skupnosti (Konferenca kakovosti, 2005).

Dvomi in kritike koncepta družbene odgovornosti podjetij se v menedžerskih krogih pogosto nanašajo prav na ogrožanje konkurenčnosti podjetja zaradi odpovedovanja dobičku. Če se podjetje odloči za visoke naložbe v okolju prijaznejše proizvodne tehnologije za radodarno zagotavljanje številnih prednosti zaposlenim in za podpiranje razvoja lokalne skupnosti, lahko to bistveno podraži ceno njegovih izdelkov ali storitev v primerjavi s tekmeci. Ali in kako se podjetju to izplača? Vprašanje merljivosti učinkov družbene odgovornosti podjetij je še vedno ena najbolj problematičnih točk, a tudi na tem področju je v zadnjih desetih letih prišlo do pomembnih premikov, predvsem med finančnimi javnostmi (Konferenca kakovosti, 2005).

2.6 POLOŽAJ DRUŽBENE ODGOVORNOSTI V SLOVENIJI IN V TUJINI

V tem podpoglavju bom na kratko obravnavala položaj družbene odgovornosti v Sloveniji in v tujini. Družbena odgovornost je v tujini, predvsem v Združenih državah Amerike, bolj razvita kot pri nas. Sicer še vedno obstajajo pomanjkljivosti, a so vseeno korak pred nami, zato si jih slovenska podjetja lahko vzamejo za zgled. Prav tako so tudi številne članice Evropske unije zelo aktivne, saj iščejo nove načine spodbujanja in uveljavljanja družbene odgovornosti.

Število evropskih podjetij, ki razkriva podatke o svoji okoljski, socialni in upravljavski uspešnosti, je v zadnjih letih močno naraslo. Preglednost in razkritja informacij v poročilih o družbeni odgovornosti imajo poseben pomen v okviru sedanje gospodarske in finančne krize. Med septembrom 2009 in februarjem 2010 je Evropska komisija gostila vrsto delavnic o razkritjih okoljskih, socialnih in upravljavskih informacij za zainteresirane strani. Zbrali so se predstavniki različnih podjetij, investicijskih skladov, sindikatov, skupin za človekove pravice, vlade, medijev in potrošnikov ter delili svoje poglede na pomen razkritja družbenih informacij (Dolinar, 2010, str. 26-27).

Evropska zakonodaja v Direktivi 2003/51/EV določa, da morajo podjetja, v kolikor je to potrebno za razumevanje razvoja, uspešnosti in položaja podjetja, v analizo (v letnem poročilu) vključiti tako finančne kot tudi ključne nefinančne kazalce uspešnosti podjetja. Poleg tega morajo vključiti še informacije, ki se nanašajo na okoljske zadeve in na zaposlene (Dolinar, 2010, str. 26-27).

V Sloveniji se z najuspešnejšimi na področju družbene odgovornosti ne moremo kosati. Občasno nas še begajo predsodki, da gre za ostanke socializma, vendar je najrazličnejših iniciativ v zasebnem sektorju vse več. Narašča število podjetij, ki pri vključevanju načel družbene odgovornosti v svojo politiko najdejo tudi podjetniški smisel, vse več pa je tudi pritiskov nevladnih organizacij za spoštovanje tovrstnih načel. S povečano ozaveščenostjo prebivalcev se bo zagotovo povečal tudi pritisk na vlade, ki podpirajo koncept in spodbujajo posamezne akcije v različnih ministrstvih in službah. Intenzivnost vladnih politik je na različnih področjih različna. Zadnje čase se povečuje na področju trajnostnega razvoja, vendar je treba priznati, da je do zares učinkovite politike vlade na tem področju potreben še kakšen korak (Štoka Debevec, 2008).

Slovenija se že več let vključuje v akcije za družbeno odgovornost v Evropski uniji. Ukrepe za krepitev družbene odgovornosti zahteva od Slovenije tudi OECD (Organizacija za gospodarsko sodelovanje in razvoj). V Sloveniji je bilo v preteklih letih precej aktivnosti za razvoj družbene odgovornosti, predvsem v okviru civilne družbe. Razne strokovne organizacije in ustanove so začele v programe svojega dela vključevati ustrezne vsebine, strokovnjaki se dodatno izobražujejo, krepki se raziskovanje (več diplomskih, magistrskih in doktorskih tez). Kljub trudu na področju družbene odgovornosti, pa v Sloveniji še vedno zelo zaostajamo za EU (Dolinar, 2010).

Škoda je, da veliko podjetij v poslovnih poročilih ne razkriva informacij o vplivu podjetja na okolje, o porabi energije, delovanju podjetja s socialnega in širšega družbenega vidika, skrbi za zaposlene in sodelovanju s skupnostjo oziroma družbo. Nekatera podjetja sicer že poročajo tudi o zgoraj omenjenih podatkih, vendar si pogosto s tem želijo le povečati ugled v družbi, kar pa ni prvoten cilj uvedbe družbeno odgovornega ravnanja oziroma poročanja podjetij.

3 PREDSTAVITEV ZAVAROVALNICE TRIGLAV

V tem poglavju bom predstavila Zavarovalnico Triglav, d.d., njeno zgodovino, opisala bom delovanje družbe danes ter njeno organiziranost in deležnike.

3.1 ZGODOVINA ZAVAROVALNICE TRIGLAV IN ZAVAROVALNICA DANES

Zgodovina Zavarovalnice Triglav, d.d., je povzeta po Škufci (2003) in po vsebini spletne strani Zavarovalnice Triglav, d.d., (Triglav, 2014).

5. julija 1900 je bila ustanovljena Vzajemna zavarovalnica. V nekdanji avstro-ogrski monarhiji je poslovala predvsem na slovenskem prostoru in v nekaterih drugih avstrijskih deželah. Ob koncu prve svetovne vojne je svoje poslovanje razširila na področje, ki je bilo kasneje vključeno v Kraljevino Jugoslavijo. Konec druge svetovne vojne je prinesel novo politično ureditev, ki je na področju zavarovalništva vpeljala centralizacijo in državno lastništvo nad zavarovalnico. Vzajemna zavarovalnica se je takrat preimenovala v Zavarovalni zavod Slovenije, ki je smel posle sklepati le v privatnem sektorju.

Šestdeseta leta so prinesla decentralizacijo, s tem pa tudi nastanek številnih novih manjših zavarovalnic. Spoznanje, da je za solidno izravnavo rizikov potrebna večja zavarovalnica, je kmalu pripeljalo do združitve manjših zavarovalnic z območja Slovenije in Hrvaške v Zavarovalnico Sava, ki je imela sedež v Ljubljani. Leta 1976 sta se Zavarovalnica Sava in Zavarovalnica Maribor združili in nastala je Zavarovalna skupnost Triglav, ki je bila do leta 1990 ena največjih zavarovalnic v nekdanji Jugoslaviji.

Leta 1990 se je Zavarovalna skupnost Triglav preoblikovala v delniško družbo. 12. decembra 1990 je bila ustanovljena Zavarovalnica Triglav, d.d., ki je kot zavarovalna delniška družba pričela poslovati 1. januarja 1991. Tako se je zavarovalna skupnost preoblikovala v gospodarski subjekt, katerega namen je bil izvajanje zavarovanja s ciljem ustvarjanja dobička. Tri območne enote Zavarovalne skupnosti Triglav so se osamosvojile in se oblikovale kot samostojne zavarovalnice (Adriatic, Zavarovalnica Maribor in Zavarovalnica Tilia), preostali del pa se je 28. decembra 1990 registriral kot Zavarovalnica Triglav, d.d.

Zavarovalnica Triglav, d.d., je danes vodilna slovenska klasična zavarovalnica s 36,4-odstotnim tržnim deležem. Zavarovalnica Triglav, d.d., skupaj s hčerinskimi družbami izvaja premoženjska, življenjska, prostovoljna dodatna pokojninska in zdravstvena zavarovanja. Zavarovalnica Triglav, d.d., ima mrežo hčerinskih družb in poslovalnic na osmih trgih. Za preprost in hiter dostop do storitev Zavarovalnice Triglav, d.d., v Sloveniji skrbi mreža območnih enot zavarovalnice po vsej Sloveniji, saj ima ta zgrajeno poslovno mrežo 12 območnih enot, 58 predstavništev s številnimi zastopništvimi ter več kot 680 zavarovalnih zastopnikov (Triglav, 2014a).

Poslanstvo Zavarovalnice Triglav, d.d., se glasi: »Ustvarjamo varnejšo prihodnost«. Zavarovalnico Triglav, d.d., povezujejo vrednote, ki jih vsakodnevno uresničujejo v medsebojnih odnosih in odnosih z okoljem (Triglav, 2014b):

- **Strokovnost** (visoka strokovna usposobljenost zaposlenih),
- **Varnost** (Z učinkovitim obvladovanjem tveganj zagotavljajo varnost poslovanja),
- **Enostavnost** (Vse kar delajo mora prinašati vrednost (koristnost),
- **Družbena odgovornost** (Trajnostni razvoj temelji na družbeni odgovornosti, s katero uresničujejo ekonomsko, zakonsko, etično in filantropsko odgovornost).

Novembra 2013 je bila sprejeta strategija Zavarovalnice Triglav, d.d., za obdobje 2013 – 2017. Ključne **strateške usmeritve do leta 2017** so (Triglav, 2014b):

- Donosnost poslovanja in povečevanje vrednosti Zavarovalnice Triglav, d.d.,
- Osredotočenost na stranko,
- Enostavnost in stroškovna učinkovitost poslovnih procesov ter zagotavljanje ustrezne kadrovske strukture,
- Doseganje ustrezne rasti in donosnosti na ključnih trgih ter učinkovito upravljanje družb v Zavarovalnici Triglav, d.d.

Strateški cilji Zavarovalnice Triglav, d.d., do leta 2017

V Zavarovalnici so se zavezali k uresnitvi strateških ciljev na štirih ravneh, ki so prikazane v tabeli spodaj.

Tabela 1: Strateški cilji do 2017

1. Raven zaposlenih, znanja in učenja:	2. Raven procesov in organiziranosti:
<ul style="list-style-type: none"> – Usmerjenost v zadovoljstvo strank in zaposlenih, – Spodbujanje ustvarjalnosti, učenja in notranjega prenosa znanja, – Vzpostavitev medgeneracijskega sodelovanja, – Prenovljena organizacijska kultura v skladu z reorganizacijo procesov, – Večanje deleža variabilnega dela nagrajevanja uspešnih posameznikom. 	<ul style="list-style-type: none"> – Enostavnost poslovnih procesov in stroškovna učinkovitost, – Razvita prodaja prek lastne prodajne mreže v hčerinskih družbah, – Učinkovito ciljno vodenje na vseh ravneh, – Inovativen in hiter razvoj produktov ter alternativnih prodajnih poti, – Vzpostavljen učinkovit sistem korporativnega upravljanja in ključnih internih kontrol.
3. Raven strank:	4. Finančna raven:
<ul style="list-style-type: none"> – Celovit pregled nad zavarovancem in nadgrajen, sodoben bonitetni sistem (Kartica zavarovanca), – Razviti učinkoviti programi zvestobe strank, – Rast števila aktivnih zavarovancev, – Ponudba celovitih zavarovalno-finančnih storitev prek sodobnih prodajnih poti. 	<ul style="list-style-type: none"> – Donosnost, – Optimizirana bilančna struktura glede na zahteve Solventnosti II in bonitetne ocene »A« po metodologiji S&P, – Učinkovit sistem upravljanja terjatev.

Vir: Zavarovalnica Triglav, d.d. (2014, str. 13)

3.2 SKUPINE DELEŽNIKOV

Ključne skupine deležnikov v Zavarovalnici Triglav, d.d., so delničarji, zavarovalci oziroma zavarovanci, državni organi, nadzorni organi, dobavitelji in upniki, zaposleni, analitiki, mediji in lokalne ter širše skupnosti. Sodelovanje z njimi poteka v smislu odprtega in odgovornega dialoga.

Skupine deležnikov ter strategije komuniciranja in sodelovanja z njimi so opredeljene tudi v Politiki upravljanja Zavarovalnice Triglav, d.d. (Triglav, 2014):

- **Delničarji** (Zavarovalnica Triglav, d.d., zagotavlja sistem upravljanja, ki spoštuje načelo enake obravnave delničarjev in omogoča odgovorno izvrševanje delničarskih pravic.),
- **Zavarovalci oziroma zavarovanci** (Zavarovalnica Triglav, d.d., na podlagi partnerskega odnosa izvaja in izpolnjuje vse dogovorjene obveznosti, ki izhajajo iz sklenjenih zavarovalnih pogodb.),
- **Državni organi** (Zavarovalnica Triglav, d.d., s svojim delovanjem skrbi, da so v vseh fazah poslovnega procesa upoštevani predpisi, priporočila in dobre prakse ter zahteve pristojnih organov.),
- **Nadzorni organi** (Zavarovalnica Triglav, d.d., si prizadeva za dobro sodelovanje z nadzornimi organi in k spoštovanju odločb nadzornih organov.),
- **Dobavitelji in upniki** (Zavarovalnica Triglav, d.d., na osnovi partnerskega odnosa izvaja in izpolnjuje dogovorjene obveznosti.),
- **Zaposleni** (Z zaposlenimi komunicirajo prek različnih orodij in tako skrbijo za pozitivno delovno klimo v družbi.),
- **Analitiki** (Javno objavljene poizvedbe analitikov, napovedi in priporočila so vzvod za oblikovanje večje privlačnosti delnice Zavarovalnice Triglav, d.d., kot naložbe, saj olajšajo delničarjevo odločitev za nakup ali prodajo delnic.),
- **Mediji** (Zavarovalnica Triglav, d.d., z mediji in njihovimi predstavniki vzpostavlja aktivne odnose. Zavedajo se pomembne vloge medijev, ki javnosti predstavljajo podobo Zavarovalnice Triglav, d.d., zato z mediji komunicirajo proaktivno, odgovorno in skladno s Komunikacijskim kodeksom Zavarovalnice Triglav, d.d.),
- **Lokalne in širše skupnosti** (Zavarovalnica Triglav, d.d., krepi svojo blagovno znamko in prepoznavnost v družbenem okolju s sponzorstvi in donacijami na področju kulture, izobraževanja, humanitarnih dejavnosti in na področju športa. Zavedajo se odgovornosti do okolja, v katerem poslujejo in aktivno vlagajo v njegov razvoj.).

4 MEDNARODNI STANDARD ISO 26000

V tem poglavju bom predstavila standard ISO 26000, ki je namenjen vsem organizacijam, ne glede na področje delovanja. Predstavila bom tudi sedem vsebinskih področij standarda, ki so ključna za doseganje družbeno odgovornega ravnanja in način vpeljave standarda v organizacijo.

ISO (Mednarodna organizacija za standardizacijo) je razvila mednarodni standard s smernicami za družbeno odgovornost, ki ni namenjen certificiranju, ampak prostovoljni odločitvi podjetij, da ga upoštevajo pri vsakodnevem delovanju. Standard je izšel 1. 11. 2010 (Ekvilib inštitut, 2014a). Standard ISO 26000 ni standard upravljanja sistemov in ni v uporabi kot standard certificiranja, kot sta npr. ISO 9001:2000 in ISO 14001:2004.

ISO 26000 je tako standard družbene odgovornosti, ki daje smernice družbeno odgovornega ravnanja tako velikim kot majhnim podjetjem in organizacijam, ne glede na njihovo področje ali kraj delovanja. Standard je široko zastavljen, dotika pa se področij, v katerih se lahko najdejo vse vrste podjetij in organizacij (Ekvilib Inštitut, 2014).

Standardiziranje družbene odgovornosti ima več prednosti. Pomaga podjetjem, ki imajo manj znanja glede družbene odgovornosti in imajo manj specializiranega kadra prispevati k trajnostnemu razvoju. Omogočena jim je večja transparentnost in primerljivost. Imajo možnost izbire poslovnih partnerjev in projektov. Zlasti z dvigom ravni poročanja, pa pride tudi do boljše komunikacije. Verodostojnejše je lahko tudi razvrščanje podjetij po kriteriju družbene odgovornosti, saj je z opiranjem na standarde takšno ocenjevanje bolj objektivno (Knez Riedl, 2007).

Časi, s katerimi se soočamo, niso ravno najboljši, zato je pomembno, da s svojim delovanjem in aktivnostmi dajemo upanje. Podjetja se lahko prostovoljno odločijo, da bodo spoštovala smernice standarda družbene odgovornosti ISO 26000, s pomočjo katerega bi poglobila svoja družbeno odgovorna ravnanja in bolj učinkovito vključila družbena, ekonomska in okoljska področja v organizacijske reforme, odločitve in aktivnosti. Družbena odgovornost ni končen cilj, saj nikoli ni popolnoma dosežen in se ne prestando izpopolnjuje (Ekvilib inštitut, 2014a).

V standardu ISO 26000 so opredeljeni pojmi in definicije povezane z družbeno odgovornostjo, zgodovinsko ozadje razvoja družbene odgovornosti ter njeni trendi in značilnosti, načela povezana z družbeno odgovornostjo, prepoznavanje deležnikov in povezovanje z njimi, opredelitev glavnih tem in vprašanj družbene odgovornosti, smernice o vključevanju družbeno odgovornega ravnanja v celotni organizaciji in komuniciranje o zavezah, delovanju in drugih informacijah, povezanih z družbeno odgovornostjo (Ekvilib inštitut, 2014a).

Namen standarda je:

- Pomagati organizacijam prispevati k trajnostnemu razvoju,

- Organizacijam dati smernice glede družbene odgovornosti,
- Pospeševati skupno razumevanje na področju družbene odgovornosti in dopolnjevati, ne zamenjati druge dokumente in pobude za družbeno odgovornost (Ekvilib inštitut, 2014a).

Partnerska organizacija CSR Company je Ekvilib Inštitutu, kot prvemu v Sloveniji, podelil certifikat eksperta na področju izobraževanja ISO 26000. Certifikat je potrjen s strani organizacije ISO in CSR Company, slednja je tudi partnerska organizacija Ekvilib Inštituta (Ekvilib inštitut, 2014a).

V standardu so opredeljena osnovna načela in njihovi opisi, ki naj bi jih podjetja spoštovala (Ekvilib inštitut, 2014a):

- Odgovornost,
- Transparentnost,
- Etično obnašanje,
- Spoštovanje interesov deležnikov,
- Spoštovanje zakonov,
- Spoštovanje mednarodnih norm obnašanja in
- Spoštovanje človekovih pravic

Načela niso predpisana, ampak zaželena. V podjetjih se lahko odločijo tudi za druga načela, saj ni pravilno in napačno izbranih načel. Pomembno je le, da podjetje z njihovim upoštevanjem opravlja dejavnosti dobro in pravilno (Ekvilib inštitut, 2014a).

V standardu so opredeljena temeljna vsebinska področja družbeno odgovornega delovanja, in sicer (Ekvilib inštitut, 2014a):

- Organizacijsko upravljanje,
- Človekove pravice,
- Delovne prakse oziroma sodelovanje z zaposlenimi,
- Naravno okolje,
- Poštene prakse,
- Odnos s potrošniki in
- Vključevanje v lokalno okolje in njegov razvoj.

Za vsak sklop vsebinskih področij je podan podroben opis, osnovna področja, kjer se pojavlja največ kršitev, ignorance ali nespoštovanja in predlogi za možne izboljšave. Izredno pomembno je, da podjetja ne pozabijo vključiti v svoje odločitve in dejavnosti vse deležnike, na katere imajo podjetja vpliv s svojim delovanjem in tudi deležnike, ki s svojimi dejavnostmi vplivajo na podjetje (Ekvilib Inštitut, 2014a).

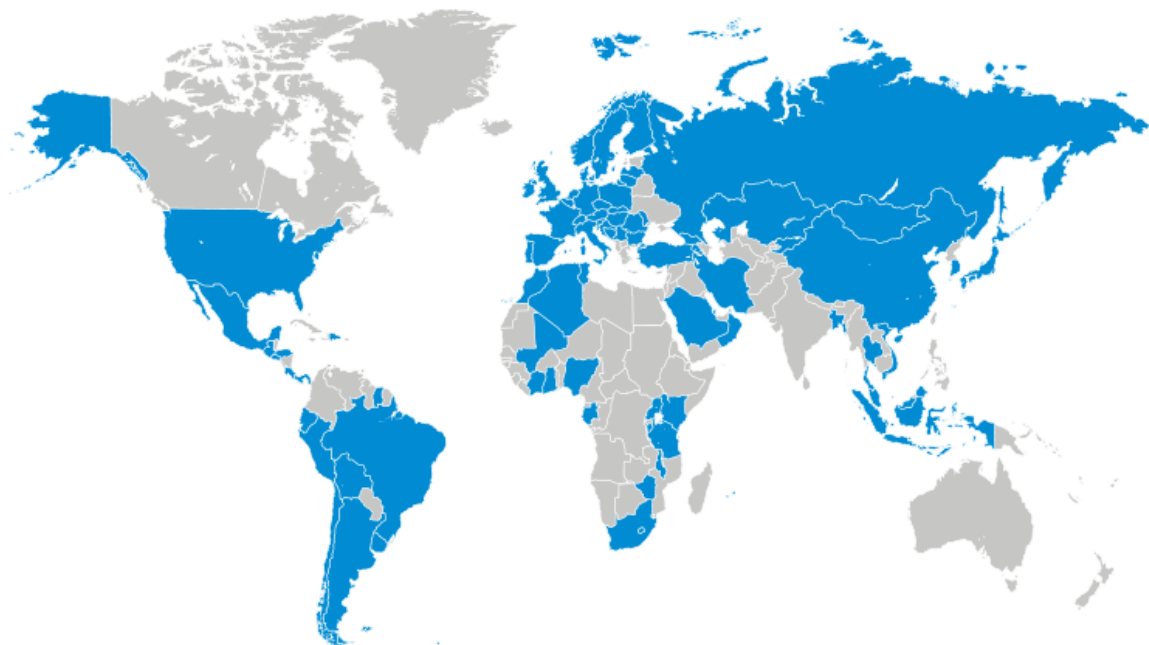
Smernice standarda morajo biti vpeljane v strategijo organizacije, saj ta s svojim delovanjem ali prihodnjimi aktivnostmi vpliva na vse okoli sebe. Upoštevanje smernic standarda ISO 26000 podjetjem in organizacijam prinaša različne koristi:

- Doseganje konkurenčne prednosti,
- Boljši ugled podjetja in blagovne znamke,
- Zadovoljne stranke,

- Zmožnost zadržanja dobrega kadra in
- Večji interes investitorjev, lastnikov, donatorjev, sponzorjev in finančnih inštitucij za vlaganje v podjetje ali organizacijo (ekvilib inštitut, 2014).

Leta 2012 je raziskava o uporabi standarda ISO 26000 pokazala, da je izmed 74 držav, ki so izpolnile vprašalnik, 59 odstotkov takšnih, ki so standard ISO 26000 v celoti sprejele kot nacionalni standard, 23 odstotkov držav se še odloča o njegovi vpeljavi, 17 odstotkov pa jih še ne razmišlja o njegovem sprejetju. Modro označene države na sliki 1 že imajo ISO 26000 kot nacionalni standard oziroma razmišljajo o njegovem sprejetju. (Sandberg in dr. v: Ekvilib inštitut, 2014).

Slika 1: ISO 26000 po svetu



Vir: Sandberg in dr. v: Ekvilib inštitut (2014, str. 2)

Zavestna implementacija družbene odgovornosti in trajnostnega poslovanja je dolgotrajen proces, ki ga je treba neprestano dopolnjevati in negovati. Vpeljevanje smernic ISO 26000, ki je verificiran s strani organizacije ISO in CSR Company lahko poteka na dva načina, in sicer:

- Z izobraževanjem internih nosilcev v organizaciji, ki bodo s pridobljenim strokovnim znanjem sami vpeljevali smernice standarda ISO 26000, ali
- Pod strokovnim vodstvom s strani Ekvilib Inštituta (Ekvilib Inštitut, 2014).

Ne glede na to, katero pot vpeljevanja smernic ISO 26000 si bo podjetje izbralo, sledi faza priprave poročila o vpeljavi smernic družbene odgovornosti po smernicah ISO 26000 ter

pregled vpeljanih smernic standarda ISO 26000 s strani neodvisne organizacije CSR Company. Po uspešni vpeljavi smernic ISO 26000 podjetje oziroma organizacija lahko prejme certifikat o uspešni uveljavi smernic družbene odgovornosti, verificiran s strani organizacije CSR Company (Ekvilib Inštitut, 2014).

5 PREDSTAVITEV DRUŽBENE ODGOVORNOSTI V ZAVAROVALNICI TRIGLAV, D.D.

V tem poglavju bom predstavila družbeno odgovornost Zavarovalnice Triglav, d.d., na različnih področjih, ki so predstavljena v podpoglavjih. Najprej bom opisala kako sta standard ISO 26000 in družbena odgovornost vpeta v poslovanje organizacije.

Družbena odgovornost predstavlja eno od štirih vrednot Zavarovalnice Triglav, d.d. in je sestavni del strategije do leta 2017. Udejanjajo jo na sedmih ključnih področjih, ki zajemajo bistvene skupine vplivov, o katerih tudi poročajo:

Upravljanje organizacije, prakse poštenega poslovanja, prakse zaposlovanja in dela, človekove pravice, odnos do potrošnikov in dobaviteljev, vključevanje v lokalno okolje in širšo skupnost ter njen razvoj, skrb za naravno okolje (Zavarovalnica Triglav, d.d., 2013).

Pri odločanju in delovanju upoštevajo vse prepoznane deležnike, njihove potrebe, pričakovanja in morebitne vplive nanje. Pri tem zasledujejo naslednje prednostne cilje (Zavarovalnica Triglav, d.d., marec 2013):

- Zagotoviti dobro obveščenost deležnikov in medsebojno razumevanje za zmanjševanje tveganj,
- Doseči večjo konkurenčnost na trgu,
- Doseči boljši ugled podjetja in blagovne znamke ter večje zaupanje javnosti,
- Povečati pripadnost, vključevanje in udeležbo ter izboljšati moralo zaposlenih (biti zaželen delodajalec),
- Zagotoviti racionalno ravnanje z viri,
- Imeti pozitiven pogled investorjev, lastnikov in finančnih ustanov,
- Imeti dober odnos z lokalnimi skupnostmi, zavarovanci, vlado, drugimi podjetji, mediji in dobavitelji.

Trajnostna naravnost Zavarovalnice Triglav, d.d., se kaže v njenem odgovornem delovanju na družbenem, ekonomskem in okoljskem področju. Ta usmeritev je vgrajena v strategijo poslovanja in jo postopoma širijo v poslovnih procesih. Prizadevajo si, da bi prešla v razmišljanje in ravnanje vsakega zaposlenega. (Zavarovalnica Triglav, d.d., 2013). Družbena odgovornost predstavlja eno od štirih vrednot Zavarovalnice Triglav, d.d., in je sestavni del strategije do leta 2017.

V spodnji tabeli so prikazani cilji in rezultati izvedenih ciljev v letu 2013, ki so si jih zadali pri Zavarovalnici Triglav, d.d., v okviru Ključnih usmeritev Strategije družbene odgovornosti v Revidiranem letnem poročilu za poslovno leto, ki se je zaključilo 31. decembra 2013.

Tabela 2: Cilji in rezultati izvedenih ciljev v letu 2013

CILJI 2013	STATUS	REZULTAT 2013
– Ohranitev stabilne bonitetne ocene.	Dosežen	– Zavarovalnica Triglav je ohranila stabilno bonitetno oceno »A«.
– Priprava in implementacija kodeksa poslovanja za Zavarovalnico.	Delno dosežen	– Izvedene so bile delavnice z zaposlenimi v Triglavu. Pripravljen je osnutek kodeksa poslovanja za Zavarovalnico.
– Izobraževanje in promocija	Dosežen	– Na vseh območnih enotah Zavarovalnice

<p>zdravja v okviru projekta Triglav.smo kot prispevek k zdravim pogojem dela.</p> <ul style="list-style-type: none"> – Članstvo vsaj 10 odstotkov zaposlenih v Športnem društvu Triglav. – Vzpostavitev intraneta v Zavarovalnici Triglav, d.d. 	<p>Dosežen</p> <p>Ni dosežen</p>	<p>Triglav so bile izvedene preventivne meritve holesterola, krvnega tlaka in telesne teže (udeleženi 760 zaposlenih).</p> <ul style="list-style-type: none"> – V Športnem društvu Triglav je 538 članov ali skoraj 23 odstotkov zaposlenih. – Projekt je začasno ustavljen zaradi drugih prioritetenih aktivnosti.
<ul style="list-style-type: none"> – Izvajanje ukrepov za ničelno stopnjo tolerance do diskriminacije, nadlegovanja oz. šikaniranja na delovnem mestu. 	<p>Dosežen</p>	<ul style="list-style-type: none"> – Zaupnica za varovanje dostojanstva na delovnem mestu je na voljo zaposlenim za hitro in aktivno reševanje morebitnih situacij ali občutkov netolerance, diskriminacije ali šikaniranja.
<ul style="list-style-type: none"> – Izboljšave dostopnosti za invalidne osebe na vsaj pet odstotkov prodajnih mest. – Uporaba merila družbeno odgovornega ravnanja v procesu izbora dobaviteljev. 	<p>Dosežen</p> <p>Dosežen</p>	<ul style="list-style-type: none"> – Izvedli so analizo in izboljšave prodajnih mest in spletnega mesta z vidika dostopnosti storitev za gibalno ovirane, naglušne in slabovidne. – Vprašalnik o družbeno odgovornem ravnanju se uporablja v procesu izbora dobaviteljev.
<ul style="list-style-type: none"> – Izvedba vsaj 10 preventivnih akcij za najmlajše z maskoto Kuža Pazi v projektu Otroci Triglava – varni na cesti. – Vsaj 10 odstotkov zaposlenih vključenih v prostovoljno delo in aktivnosti. – Omogočiti ogled poletov v Planici vsaj 3.000 otrokom. – Namestitvev ekoloških otokov za ločeno zbiranje odpadkov na vseh poslovnih mestih, kjer je možen odvoz ločenih frakcij. – Opremiti vsaj 20 novih planinskih postojank z razgradljivimi vrečkami. – Zmanjšanje porabe energentov na Območni enoti Ljubljana za vsaj pet odstotkov. 	<p>Dosežen</p> <p>Dosežen</p> <p>Dosežen</p> <p>Dosežen</p> <p>Dosežen</p> <p>Ni dosežen</p>	<ul style="list-style-type: none"> – Kuža Pazi je na začetku septembra obiskal 55 osnovnih šol po Sloveniji. – S prostovoljnim delom so obnavljali in postavljali otroška igrišča. Z božičnim prostovoljstvom so zbrali hrano in kozmetične pripomočke za otroke 150 družin. – Omogočili so ogled poletov v Planici več kot 3.300 otrokom. – Ekološki otoki so nameščeni na vseh sedežih območnih enot in predstavništvih, kjer komunalna podjetja omogočajo ločen odvoz odpadkov. – Z razgradljivimi vrečkami so opremili 20 novih planinskih postojank. Na voljo so v skoraj 60 gorskih domovih in planinskih postojankah v Sloveniji. – Konvektorje za ogrevanje in hlajenje so zamenjali julija le na eni poslovni stavbi (OE Ljubljana). Poraba električne energije je nižja za tri odstotke.

<ul style="list-style-type: none"> – Priprava in začetek vgradnje vsaj petih ukrepov za zmanjšanje emisij toplogrednih plinov. 	Dosežen	<ul style="list-style-type: none"> – Vsi zaposleni na Zavarovalnici Triglav imajo svojo skodelico za kavo, v kavnem avtomatu je na voljo tipka »brez lončka«. Tri območne enote so dodatno opremljene s službenimi kolesi za zaposlene. Za sestanke v stavbi Centrale je pitna voda v vrčih. Uporaba elektronskega naročanja materiala in storitev.
<ul style="list-style-type: none"> – Implementacija vsaj enega ekološkega zavarovalnega produkta. 	Ni dosežen	<ul style="list-style-type: none"> – V pripravi je analiza pogojev in učinkov ekološkega zavarovalnega produkta.

Vir: Zavarovalnica Triglav, d.d. (2014, str. 93-94)

Čisto na začetku tabele je kot cilj navedena tudi ohranitev stabilne bonitetne ocene. Omenim naj, da je bonitetna ocena eden izmed pomembnih strateških ciljev zavarovalnice. Tako visoka ocena spodbuja še konkurenčnejše trženje zavarovanj in pozavarovanj na vseh ciljnih trgih, dostop do širšega kroga vlagateljev na finančnem trgu, relativno nižje stroške financiranja, dobro ime in večjo kredibilnost. Naj še dodam, da je bonitetna ocena mnenje bonitetne agencije o finančni moči in kreditni sposobnosti zavarovalnice z vidika njene sposobnosti poplačati svoje obveznosti do zavarovancev in drugih deležnikov (Triglav, 2014f).

Tabela 3: Ključne usmeritve Strategije družbene odgovornosti in cilji za leto 2014

USMERITEV		CILJI 2014
Upravljanje organizacije	<ul style="list-style-type: none"> – Bonitetna ocena poslovanja. 	<ul style="list-style-type: none"> – Ohranitev stabilne bonitetne ocene.
Praksa poštenega poslovanja	<ul style="list-style-type: none"> – Izvajanje deklaracije o poštemem poslovanju. – Povečati obseg dela na primerih sumov prevar, zaznanih s pomočjo ključnih kazalnikov prevar. 	<ul style="list-style-type: none"> – Priprava kodeksa poslovanja za Triglav in implementacija. – Povečati število obdelanih primerov, zaznanih s ključnimi kazalniki prevar za vsaj 100 %.
Prakse zaposlovanja in dela	<ul style="list-style-type: none"> – S preventivnim ravnanjem prispevati k zdravim pogojem dela – Izobraževanje zaposlenih. 	<ul style="list-style-type: none"> – Nadaljevati izobraževanje in komuniciranje promocije zdravja v okviru projekta Triglav.smo. – Širša dostopnost znanja z izvajanjem spletnih izobraževanj.
Človekove pravice	<ul style="list-style-type: none"> – Ničelna stopnja tolerance do diskriminacije, nadlegovanja oz. šikaniranja na delovnem mestu. 	<ul style="list-style-type: none"> – Nadaljevanje izvajanja ukrepov za ničelno stopnjo tolerance do diskriminacije, nadlegovanja oz. šikaniranja na delovnem mestu.
Odgovoren odnos do potrošnikov in dobaviteljev	<ul style="list-style-type: none"> – Izobraževanje o zavarovalništvu. – Dostopnost storitev za invalidne osebe. 	<ul style="list-style-type: none"> – Izvedba aktivnosti v sklopu akcije izobraževanja o zavarovalništvu. – Oznaka dostopnosti prodajnih mest za različne vrste invalidnosti in implementacija vsaj enega

		ukrepa za izboljšanje dostopnosti zavarovalniških storitev.
Vključevanje v skupnost in njen razvoj (lokalno okolje)	<ul style="list-style-type: none"> – Preventivni programi za varnost v prometu. – Izvedba 3. Triglav teka. – Spodbujanje preventivnega ravnanja. 	<ul style="list-style-type: none"> – Izvedba vsaj 10 preventivnih akcij za najmlajše z maskoto Kuža Pazi v projektu Otroci Triglava – varni na cesti. – Izvedba Triglav teka z več kot 1.000 aktivnimi udeleženci. – Izdelava aplikacije za opozarjanje na nevarne točke v domu.
Zmanjševanje škodljivih vplivov na naravno okolje	<ul style="list-style-type: none"> – Ravnanje z odpadki. – Zmanjševanje emisij toplogrednih plinov. 	<ul style="list-style-type: none"> – Izvedba osveščevalne akcije med zaposlenimi za pravilno ločeno odlaganje odpadkov. – Izvedba osveščanja zaposlenih za racionalno rabo energije. – Izvedba pilotskega projekta centralnega tiskanja dokumentov.

Vir: Zavarovalnica Triglav, d.d. (2014, str. 95)

Na Tabeli 3 so prikazane ključne usmeritve Strategije družbene odgovornosti in cilji za leto 2014. Usmeritve se ujemajo z vsebinskimi področji družbeno odgovornega ravnanja po standardu ISO 26000, ki smo ga že spoznali v eden izmed prejšnjih poglavjih. Po teh področjih bom tudi poskušala predstaviti aktivnosti družbeno odgovornega ravnanja v Zavarovalnici Triglav, d.d., v podpoglavjih.

5.1 DELOVNE PRAKSE OZIROMA SODELOVANJE Z ZAPOSLENIMI

Pri Zavarovalnici Triglav v ospredje postavljajo uresničevanje poklicnih in osebnih ciljev zaposlenih. Skozi mednarodno usmerjenost in večkulturnost jim ponujajo možnosti kariernega in osebnega razvoja. Zaposlene spodbujajo, da izkoristijo svoje potenciale v delovnem okolju, kjer se prenašajo in delijo znanje in izkušnje. Vrlini, ki ju še posebej cenijo, sta motiviranost in visoka strokovna usposobljenost (Zavarovalnica Triglav, d.d., 2013).

Ključne strateške smernice pri delu z zaposlenimi so (Zavarovalnica Triglav, d.d., 2014):

- Obseg in sestavo zaposlenih so prilagajali zahtevam po prenovi in optimizaciji poslovnih procesov. Poseben poudarek so namenili razvoju in zadržanju ključnih in perspektivnih kadrov,
- Spodbujali so fleksibilnost zaposlovanja v Zavarovalnici Triglav, d.d, in delovali za poenotenje procesov upravljanja s človeškimi viri za usklajevanje organizacijske kulture v Zavarovalnici,
- Zaposlovali so najboljše razpoložljive kadre. Naredili so prve korake za vzpostavitev lastnega ocenjevalnega centra za selekcijo pri zaposlovanju,
- Pristopili so k vzpostavitvi sistema medgeneracijskega sodelovanja in strategije ravnanja s starejšimi zaposlenimi,
- Uspešno so promovirali in spodbudili inovativne predloge zaposlenih,

- Širili so kulturo ustvarjalnosti in sodelovanja (delavnice, team buildingi, projekti Triglav.smo, Družini prijazno podjetje in promocija zdravja) ter izpopolnjevali sistem nagrajevanja in nedenarnega motiviranja,
- Izvedli so redno merjenje organizacijske klime in sprejeli ustrezne ukrepe.

5.1.1 Zagotavljanje zadovoljstva zaposlenih

V okviru dolgoročnega projekta Sozvočje življenja in dela: Triglav.smo, zastavljenega v letu 2011, so izpeljali več dogodkov in akcij z različnimi vsebinami. S tem želijo dosegati dobro počutje zaposlenih na delovnem mestu, ohranjanje njihovega zdravja ter povečevanje njihovega zadovoljstva, pripadnosti in ustvarjalnosti. V letu 2013 so zaposlenim predstavljali tehnike sproščanja za zmanjševanje stresa. Preventivnih meritev dejavnikov tveganja (meritve sladkorja, maščob ipd.), se je udeležila kar tretjina zaposlenih. Po vseh območnih enotah so izpeljali tudi predavanja o zdravem življenjskem slogu (Zavarovalnica Triglav, d.d., 2014).

Nadaljevali so s predavanji o ohranjanju zdravja in delovnih zmožnosti, spodbujali so udeležbo na športnih dogodkih in izpeljali posebne jutranje dogodke za zaposlene v pozdrav letnim časom. Organizirali so eko tržnice, razstave, potopisna predavanja in enotno obdarovanje otrok zaposlenih ob koncu leta (Zavarovalnica Triglav, d.d., 2013). Zavarovalnica Triglav, d.d., nudi tudi dodatne ugodnosti za zaposlene. Ob spodbujanju skrbi za zdravje zaposlenim zagotavljajo zdravo delovno okolje in pogoje za varno delo. Omogočajo jim redne in po potrebi tudi izredne zdravniške preglede. Sodelavcem, ki so postali invalidi v času zaposlitve v Zavarovalnici Triglav, d.d., ali imajo druge zdravstvene težave, skušajo olajšati delo in omogočiti dobro počutje s prilagoditvami delovnega procesa njihovi delovni zmožnosti (Zavarovalnica Triglav, d.d., 2013).

Zaposlenim omogočajo tudi ugodnosti pri zavarovanjih (Zavarovalnica Triglav, d.d., 2014):

- Vsem plačujejo premijo kolektivnega nezgodnega zavarovanja,
- Pod ugodnimi pogoji lahko dodatno nezgodno zavarujejo sebe in svoje družinske člane,
- Na službenih poteh so dodatno nezgodno zavarovani,
- Po enem letu zaposlitve se lahko vključijo v prostovoljno dodatno pokojninsko zavarovanje in prostovoljno pokojninsko zavarovanje.

Vsi zaposleni imajo možnost letovanja v počitniških objektih v Sloveniji in na Hrvaškem, delavci invalidi pa jih lahko koristijo brezplačno. Občasno omogočajo zaposlenim tudi nakup oblačil, avtomobilov, avtomobilskih pnevmatik in podobnega po ugodnejših cenah (Zavarovalnica Triglav, d.d., 2013).

Zavarovalnica Triglav, d.d., je od konca 2012 imetnica osnovnega certifikata »Družini prijazno podjetje«. S tem se je prostovoljno zavezala k naboru ukrepov za lažje usklajevanje poklicnega in družinskega življenja. Kako jih zaposleni doživljajo v vsakdanjem poklicnem življenju, redno spremljajo v okviru letnega merjenja organizacijske klime. Med ukrepe so uvrstili intenzivnejše izobraževanje vodij za

usklajevanje poklicnega in družinskega življenja zaposlenih, kar bodo nadgradili s standardi vodenja. V začetku leta 2014 so omogočili gibljiv delovni čas s kasnejšim prihodom na delo in otroški časovni bonus (uvajanje otrok v vrtec po prihodu s porodniškega dopusta), za starše pa tudi dodaten prost dan ob vstopu otrok v šolo. Sodelujejo tudi pri vključevanju sodelavcev po daljši odsotnosti (vrnitev s porodniškega ali daljšega bolniškega dopusta) (Zavarovalnica Triglav, d.d., 2014).

5.2 ODGOVOREN ODNOS DO POTROŠNIKOV IN DOBAVITELJEV

Odgovoren odnos do potrošnikov je ključen. Pri Zavarovalnici Triglav, d.d., stremijo k dolgoročnemu odnosu z zavarovanci, ki temelji na njihovem zaupanju in zadovoljstvu. Že v fazi razvoja zavarovanj postavljajo v ospredje preglednost, razumljivost in dostopnost zavarovalniških storitev, hkrati pa upoštevajo potrebe zavarovancev in mednarodne trende. Poseben pomen dajejo storitvam, ki jih zavarovalnica nudi svojim strankam, ko nastopi škodni oziroma zavarovalni primer. Pri tem sledijo načelu korektnega in hitrega reševanja. V ta namen so vpeljali mobilno aplikacijo prek Apple App Store in Android Market, s katero lahko uporabniki avtomobilsko škodo prijavijo kar s kraja dogodka, kjerkoli in kadarkoli. Po močnih neurjih so v Ljubljani in Bovcu prvič postavili mobilne cenilne enote (MCE) za hiter ogled in cenitev zlasti avtomobilskih škod. Razvili so tudi novo mobilno aplikacijo Triglav Toča za ažurno opozarjanje pred nevarnostjo toče, v okviru projekta Očistimo gore in planine pa mobilno aplikacijo Gorski vodnik, s katero lahko planinci v primeru nezgode javijo svoje koordinate za reševanje (Zavarovalnica Triglav, d.d., 2013).

Preko spletne poslovalnice i.triglav omogočajo zavarovancem, da vsak trenutek na pregleden način spremljajo in v določenem obsegu tudi upravljajo vsa svoja življenjska, premoženjska, avtomobilska in zdravstvena zavarovanja. Popolnoma prenovljeno spletno mesto triglav.si na prijazen in enostaven način omogoča seznanitev s ponudbo, varno sklepanje zavarovanj, hitro prijavo škode in urejanje polic ter svetovalnico. Z njim so omogočili enakovreden dostop do ponudbe tudi nekaterim zavarovancem, ki se težje gibljejo (Zavarovalnica Triglav, d.d., 2013).

Prav tako kot odgovoren odnos do potrošnikov je pomemben tudi odgovoren odnos do dobaviteljev. Nabavni procesi v Zavarovalnici Triglav, d.d., potekajo centralizirano, s čimer zagotavljajo večjo stroškovno učinkovitost, izboljšujejo pogajalska izhodišča, enotno izvajanje in transparentnost postopkov (povzeto po Zavarovalnica Triglav, d.d., 2014).

Pri izbiri dobaviteljev imajo pri Zavarovalnici Triglav, d.d., izoblikovana natančna merila za njihovo enakopravnost in preglednost postopkov izbire. V postopku izbora dobavitelja upoštevajo pet obveznih kriterijev za izbor: ceno, družbeno odgovornost, povprečno višino premije v zadnjih treh letih, škodni rezultat in kapitalsko povezanost, če se na razpis prijavijo z njihovo družbo kapitalsko povezana podjetja. Upoštevajo tudi kriterije, kot so reference in dosedanje izkušnje (povzeto po Zavarovalnica Triglav, d.d., 2014).

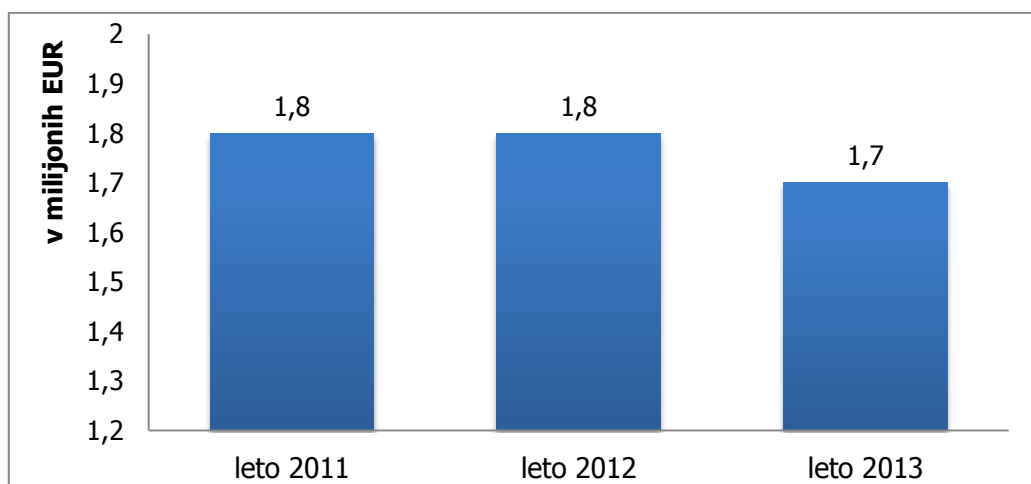
5.3 ODGOVOREN ODNOS DO DRUŽBENEGA OKOLJA

Pri Zavarovalnici Triglav, d.d., se družbena odgovornost odraža s sodelovanjem in vključevanjem v lokalno okolje in širšo skupnost. V tem poglavju bom predstavila preventivne dejavnosti, sponzorstva in donacije, ki se jih uspešno in dolgoletno lotevajo pri Zavarovalnici Triglav, d.d.

5.3.1 Preventivne dejavnosti

Pri preventivnih dejavnostih sta temeljna cilja tovrstnega delovanja široko družbeno osveščanje ter zmanjšanje nevarnosti in potencialnih nezgod.

Grafikon 1: Obseg sredstev preventivne dejavnosti v letih 2011, 2012 in 2013



Vir: Zavarovalnica Triglav, d.d. (2014, str. 133)

Višino sredstev za preprečevanje škod in nevarnosti določajo z odstotkom od zavarovalne premije za vsako zavarovalno vrsto posebej. Iz grafikona 1 zgoraj je razvidno, da so pri Zavarovalnici Triglav, d.d., za preventivno dejavnost v letu 2013 porabili 1,7 milijona evrov ali šest odstotkov manj kot leto prej, kar deloma odraža tudi gibanje zbrane zavarovalne premije. Sredstva so namenili predvsem preventivnim programom za izboljšanje prometne varnosti in varstvu pred požari. (Zavarovalnica Triglav, d.d., 2014).

Cilj prometne varnosti je prispeti hitreje in udobneje, a tudi varno. Mobilnost je z napredkom postala samoumevna, varnost pa ne. Ceste zahtevajo tudi odgovoren odnos in osveščene udeležence. V sodelovanju z društvi in organizacijami osveščajo voznike o pomenu odgovornega ravnanja do sebe in drugih udeležencev v prometu. Posebno pozornost namenjajo še posebno ogroženim v prometu – to so naši najmlajši in starejši (povzeto po Triglav, 2014č).

V letu 2013 so na poligonu varne vožnje Vransko izpeljali tudi 28 izobraževalnih treningov varne vožnje za voznike začetnike. Dnevo varne vožnje se je skupaj udeležilo 1.164 voznikov iz vse Slovenije. Mladi vozniki so ob podpori trenerjev strokovnjakov v simuliranih položajih pridobili pomembne izkušnje, ki lahko preprečijo prometne nezgode, poškodbe in materialno škodo. Po opravljenem treningu varne vožnje lahko uveljavljajo znižano doplačilo premije za mlade voznike (Zavarovalnica Triglav, d.d., 2014).

Pri projektu Varnost otrok v prometu Zavarovalnica Triglav, d.d., vsako leto ob začetku novega šolskega leta izpelje preventivne aktivnosti. Prvošolčkom razdelijo rumene rutice in odsevna telesa, pred osnovnimi šolami po celi Sloveniji pa najmlajše čez cesto pospremi njihova maskota Kuža Pazi (povzeto po Triglav, 2014č).

Požarna varnost ima v Sloveniji eno najdaljših tradicij. Prostovoljna gasilska društva in zveze so prvi, ki se odzovejo klicu na pomoč, ko zagori. Zato tudi v Triglavu sofinancirajo opremo in dejavnost gasilcev (Triglav, 2014d). Z vlaganji v požarno varnost pomagajo pri izboljševanju požarnih sistemov v gospodarskih družbah ter nameščanju javljalcev požarov in sistemov protivlomne zaščite (Zavarovalnica Triglav, d.d., 2014).

5.3.2 Sponzorstva in donacije

Za večjo dostopnost, preglednost in učinkovitost nadaljujejo s sistemom podeljevanja finančnih sredstev za sponzorstva in donacije prek javnih razpisov, vpeljanim v letu 2012. V letu 2013 so preko aplikacije na spletni strani Zavarovalnice objavili štiri razpise za sponzorstva in donacije. Prejeli so 3.025 vlog, od tega je bilo odobrenih 29,1 odstotka (Zavarovalnica Triglav, d.d., 2014).

S sponzorstvi in donacijami podpirajo delovanje neprofitnih organizacij, društev, zavodov in klubov, ki delujejo na področjih športa, kulture, izobraževanja, zdravstva, humanitarnih projektov in drugih družbeno koristnih dejavnosti. S partnerskim sodelovanjem skušajo nagraditi sponzorirane projekte in spodbujati k trajnostno naravnemu delovanju (Zavarovalnica Triglav, d.d., 2014).

V Zavarovalnici Triglav, d.d., so v letu 2013 namenili 3,2 milijona evrov za sponzorstva ali dva odstotka manj kot leto prej, in 190 tisoč evrov za donacije. Na tabeli 4 spodaj je prikazano tudi gibanje obsega finančnih sredstev za sponzorstva in donacije v letih 2011-2013 v Zavarovalnici Triglav, d.d.,. Kot lahko vidimo je indeks okoli 20 odstotkov večji ali manjši v primerjavi s prejšnjim letom, tako da vrednost vsako leto niha (povzeto po Zavarovalnica Triglav, d.d., 2014).

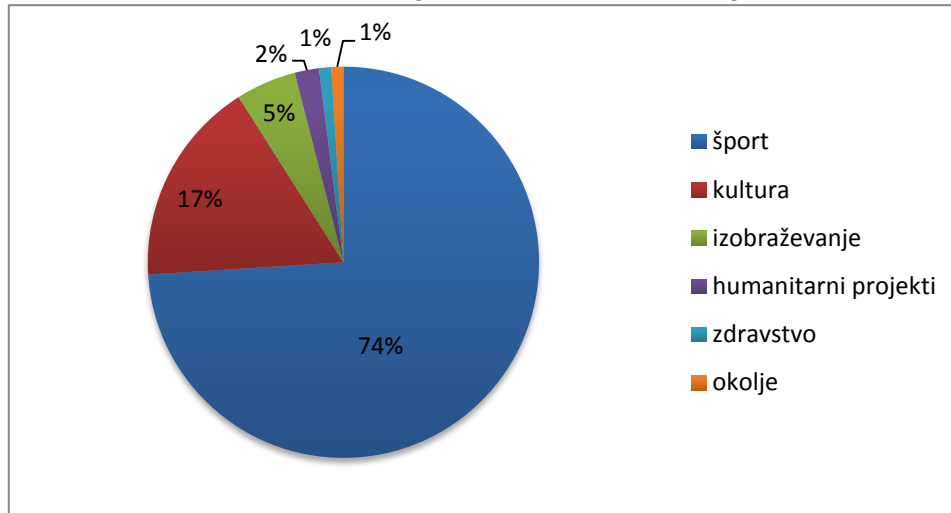
Tabela 4: Vrednost sponzorstev in donacij

	Leto 2011	Leto 2012	letu 2013	indeks 2011/12	indeks 2012/13
Sponzorstva	3.984.572	3.225.862	3.168.186	81	98
Donacije	336.023	296.723	189.820	88	64

Vir: Zavarovalnica Triglav, d.d. (2014, str. 115)

Če pogledamo strukturo sponzorstev, vidimo, da so največji del sredstev namenili športnim in rekreativnim projektom, sledijo partnerstva na področju kulture, izobraževanja, humanitarne dejavnosti, zdravstva in okoljevarstva. To lahko nazorno vidimo tudi na grafikonu 2 spodaj (Zavarovalnica Triglav, d.d., 2014).

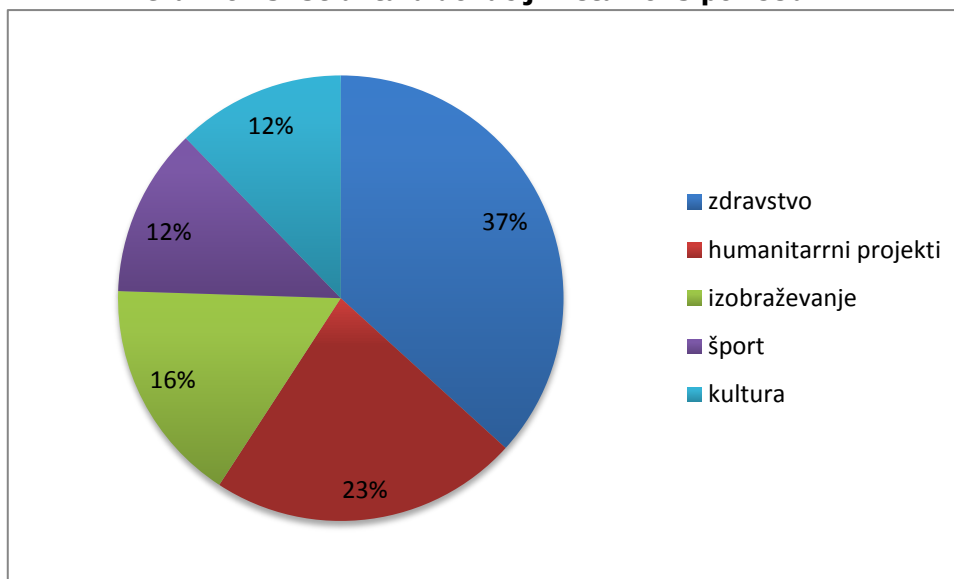
Grafikon 2: Struktura sponzorstev v letu 2013 po vsebini



Vir: Zavarovalnica Triglav, d.d. (2014, str. 115)

V donatorstvu je slika malo drugačna, saj največ sredstev namenjajo za zdravstvo, in sicer kar 36 odstotkov, sledijo humanitarni projekti, izobraževanje, šport in kultura. Presenetljivo je, da je odstotek donacij v športu precej visok, glede na to da Zavarovalnica Triglav, d.d., v večini šport sponzorira.

Grafikon 3: Struktura donacij v letu 2013 po vsebini



Vir: Zavarovalnica Triglav, d.d. (2014, str. 115)

Pomembnejša sponzorstva in donacije

Šport je tradicionalno in močno področje njihove pokroviteljske dejavnosti, s čimer slovenskim športnikom in športnicam pomagajo k doseganju odličnih rezultatov. Podpirajo tako vrhunske športnike in športnice kot tudi razvoj športnih aktivnosti v regionalnem okolju (Zavarovalnica Triglav, d.d., 2014).

Dolgoletna partnerstva jih povezujejo s košarkarskima kluboma Union Olimpija in Krka Novo mesto, odbojkarškima kluboma ACH Volley in Salonit Anhovo, rokometnima kluboma Celje in Trimo Trebnje, z ženskim rokometnim klubom Ajdovščina in številnimi drugimi lokalnimi klubi. Podprli so tudi vzgojo mladih odbojkaric v Ženskem odbojkarškem klubu Puconci (Zavarovalnica Triglav, d.d., 2014).

Zavarovalnica Triglav, d.d., je zvesti partner Smučarske zveze Slovenije in zlati sponzor nordijskih in biatlonskih reprezentanc. Že več kot 25 let organizirajo ogled finala svetovnega pokala v smučarskih skokih v Planici za slovenske šolarje. V letu 2013 so tja popeljali več kot 3300 otrok. Pridružili so se jim tudi varovanci Centra za usposabljanje, delo in varstvo Dobrna ter 12 večjih družin. (Zavarovalnica Triglav, d.d., 2014).

Partnersko sodelovanje so nadaljevali z deskarjem na snegu Žanom Koširjem in ŠD Novinar, kjer podpirajo smučarko Sašo Farič. Kot pokrovitelji so sodelovali na Svetovnem pokalu v smučarskih skokih za ženske v Ljubnem in na tradicionalnem Kranjskogorskem Pokalu Vitranc. V sodelovanju z Društvom športnikov invalidov Albatros že več let podpiramo smučarja invalida Gala Jakiča.

Tudi številna druga njihova partnerstva so dolgoročna. To velja za sodelovanje s Hokejsko zvezo Slovenije in Jadransko vaterpolo ligo ter kolesarske klube Adria Mobil, Rog in Sava Kranj, s katerimi smo prisotni na največjih kolesarskih prireditvah, kot sta Dirka po Sloveniji in Maraton Franja (Zavarovalnica Triglav, d.d., 2014).

Zavarovalnica Triglav, d.d., sodeluje tudi z lokalnimi skupnostmi. Z njimi sodeluje predvsem pri preventivnih aktivnostih, s katerimi podpirajo delovanje gasilskih društev in prometno varnost, vključujejo pa se tudi v kulturne, izobraževalne in humanitarne projekte (povzeto po Zavarovalnica Triglav, d.d., 2014).

Prav tako podpirajo kulturno ustvarjalnost. Dolgoletni partnerji so z Poletnim Festivalom Ljubljana in s Cankarjevim domom pri abonmaju Glasbe sveta, v Lutkovnem gledališču Ljubljana pa so bili pokrovitelj predstav za otroke (Zavarovalnica Triglav, d.d., 2014).

Na področju izobraževanja so v letu 2013 nadaljevali pokroviteljstvo Cici Vesele šole. V sodelovanju z Zavodom Ypsilon so istega leta 2013 odprli prvi medgeneracijski center v Sloveniji »Na Triglav spreminjat svet«. Center na enem mestu povezuje vse generacije. Omogoča prostor za druženje, ustvarjanje in pridobivanje novih znanj ter srečevanje in izmenjavo znanj med različnimi generacijami. Tako mladi odkrivajo svet računalništva in druge novosti starejšim, ti pa z mladostniki delijo svoje znanje jezikov, igranja inštrumentov in druge veščine (Zavarovalnica Triglav, d.d., 2014).

V sklopu podpore humanitarni dejavnosti je Zavarovalnica Triglav, d.d., v letu 2013 ustanovila Zavod Vse bo v redu za upravljanje in izvedbo družbeno odgovornih aktivnosti s pomočjo zunanjih partnerjev in zaposlenih. Zavod pomaga predvsem najšibkejšim članom družbe. V prvem letu delovanja je zavod izvedel projekt »Mladi upi« in podelil štipendije mladim športnikom in glasbenici. (Zavarovalnica Triglav, d.d., 2014).

V sklopu humanitarnih dejavnosti smo pomagali gorskim reševalnim službam, klubu vodnikov reševalnih psov, varstveno delovnim centrom, domovom starejših občanov, zdravstvenim domovom, lokalnim knjižnicam, društvom slepih in slabovidnih, društvom gluhih in naglušnih in številnim drugim lokalnim društvom, ki skrbijo za kakovostnejše življenje v lokalnih skupnostih (Zavarovalnica Triglav, d.d., 2014).

5.4 ODGOVOREN ODNOS DO NARAVNEGA OKOLJA

5.4.1 Varstvo pred dejavniki narave

V zadnjih letih postaja narava vse bolj nepredvidljiva, zato se zavarovanci zanašajo na hitro odzivnost Zavarovalnice Triglav, d.d. Zavedajo se, da je v primeru naravnih nesreč ta odzivnost zelo pomembna, zato jim s hitrim reševanjem škode trdno stojijo ob strani. Posebno spodbujajo in sofinancirajo aktivna prizadevanja za omilitev negativnih dejavnikov dinamike narave (Triglav, 2014c):

- **Aktivno preprečevanje v kmetijstvu** (Spodbujajo aktivno obrambo pred zavarovarljivimi in nezavarovarljivimi nevarnostmi z uporabo mrež proti toči, rastlinjakov, tunelov, namakalnih sistemov in oroševalnih sistemov za zaščito pred nevarnostjo spomladanske pozebe),
- **Premijske spodbude** (Zavarovance, ki vlagajo v aktivno zaščito, spodbujajo s premijsko politiko. Za enako zavarovalno jamstvo in za zavarovanje enakih kmetijskih kultur na prostem so njihove premije do 80 odstotkov nižje od premij neaktivnih zavarovancev. Obstoječe in potencialne zavarovance izobražujejo in informirajo. Obveščajo in ozaveščajo jih tudi glede vse večje nevarnosti nastanka ekstremnih škodnih dogodkov (naravnih nesreč, kot so nevihte s točo, viharji, poplave, pozebe, suše ipd.), zaradi česar ni izključena potreba po postopni zamenjavi določenih kmetijskih kultur ali sort na posameznih, bolj izpostavljenih, območjih.),
- **Za okolje** (Pri zavarovanju živali že več let spodbujajo z zavarovalnim jamstvom in/ali z višino zavarovalne premije manj intenzivno rejo živali, ki je manj obremenjujoča za okolje in tudi manj tvegana z zavarovalniškega vidika.)

5.4.2 Skrb za okolje v delovnih procesih

Skladno s svojo strategijo družbene odgovornosti so v letu 2013 z različnimi ukrepi zmanjševali in preprečevali obstoječe negativne okoljske učinke. Organizirali so Eko tim, ki je pripravil prvi nabor predlogov za zmanjševanje vplivov na okolje, predvsem na področju učinkovite rabe energije. V novih konvektorjih v ljubljanskih poslovnih prostorih so vgrajeni EC motorji z brezstopenjsko regulacijo (izredno nizka poraba električne energije). Poslovna enota v Kopru ima visoko toplotno izolativna okna, poleg tega pa so pri izdelavi

tamkajšnega fasadnega ovoja pa so upoštevali standard za nizkoenergetsko gradnjo (Zavarovalnica Triglav, d.d., 2014).

Za zmanjševanje izpustov CO₂ v ozračje so na treh območnih enotah za krajše službene poti kupili 10 službena kolesa. Eden od kriterijev pri nabavi je bil tudi izpust emisije v ozračje, s čimer zasledujejo smernice Evropske komisije, ki predvideva maksimalen izpust CO₂ v ozračje 95 g/km do leta 2020. Za zmanjšanje odpadne plastične embalaže so vsi zaposleni v Zavarovalnici Triglav, d.d., prejeli svojo skodelico, ki jo lahko pri nakupu toplih napitkov na samopostrežnih avtomatih uporabljajo namesto plastičnih kozarčkov (Zavarovalnica Triglav, d.d., 2014).

Zamenjali so dobavitelja higienskega in sanitetnega materiala ter posodobili sistem podajalnikov toaletnega materiala, s čimer so zmanjšali njegovo porabo. Prav tako so začeli uporabljati 100-odstotno biološko razgradljiv toaletni material. Prešli so tudi na e-naročanje pisarniškega materiala in prispevali k nekoliko manjši porabi papirja (povzeto po Zavarovalnica Triglav, d.d., 2014).

Največji vir izpustov toplogrednih plinov predstavljata poraba električne energije in ogrevanja, sledijo službeni prevozi, najmanjši delež pa predstavlja poraba papirja. Povprečna poraba papirja A4 za tiskanje in kopiranje v letu 2013 je bila 27,1 listov na zaposlenega na dan (Zavarovalnica Triglav, d.d., 2014).

V poslovnih stavbah vgrajujejo varčne žarnice, stare ogrevalne naprave nadomeščajo s plinskimi napravami in z inštalacijami ali z električnimi grelnimi telesi. Okoljsko zavest krepijo tudi s spodbujanjem uporabe službenih koles za prevoze zaposlenih v okviru službenih poti po mestu (Triglav, 2014e).

V sklopu politike odlaganja odpadkov je konec leta 2011 stekel prehod na ločeno zbiranje odpadkov po območnih enotah, ki se je v letu 2013 tudi zaključil. Odpadke sedaj ločeno zbirajo na vseh območnih enotah in v večini predstavništev oziroma pisarn. Ločeno zbirajo papir, embalažo in mešane komunalne odpadke. Ločeno zbirajo tudi porabljene kartuše in tonerje, s čimer spodbujajo njihovo predelavo. (povzeto po Zavarovalnica Triglav, d.d., 2014).

5.4.3 Skrb za širše naravno okolje

Že četrto leto zapored so v Zavarovalnici Triglav, d.d., uspešno zaključili vseslovensko akcijo Očistimo gore in planine, s katero želijo spodbujati odgovorno ravnanje in uživanje v gorskem okolju. V štirih letih so z več kot 100.000 biorazgradljivimi vrečkami za odpadke opremili že skoraj 60 gorskih domov in planinskih postojank po Sloveniji. V letu 2013 so na novo opremili okoli 20 gorskih domov in planinskih postojank in razdelili 20.000 vrečk. Po ocenah so ljubitelji gora doslej v dolino prinesli že skoraj 20 ton smeti (Zavarovalnica Triglav, d.d., 2014).

5.5 PRAKSE POŠTENEGA RAVNANJA

Kodeks dobrega poslovnega ravnanja, sprejet leta 2010, predstavlja etični kompas ravnanja, poslovnih odločitev in vzpostavljanja odnosov. Zaveze kodeksa uresničujejo z uveljavljanjem pravil v vsakdanji praksi. S tem krepijo korporativno kulturo, usmerjeno v zakonitost in poštenost, ki je eden izmed ključev do odličnosti poslovanja in ohranjanja zaupanja partnerjev (Zavarovalnica Triglav, d.d., 2013).

Na podlagi leta 2011 podpisane Deklaracije o poštenem poslovanju so spoštovanje načel etičnosti v letu 2012 še nadgradili – integriteto so namreč vključili v osnove prenovljene identitete blagovne znamke Zavarovalnice Triglav, d.d. V njihovem ravnanju so ključni odnosi zaposlenih do strank in poslovnih partnerjev ter odprti in korektni odnosi med sodelavci v procesih dela. S prizadevanjem za spoštovanje visokih standardov poslovne etike in enakopravnih partnerstev gradijo ugled Zavarovalnice Triglav, d.d, v kateri ni prostora za diskriminatornost v odnosih med zaposlenimi ter odnosih do strank in poslovnih partnerjev (Zavarovalnica Triglav, d.d., 2013).

V letu 2012 je družba sprejela Pravilnik o varovanju dostojanstva delavcev pri delu. Opredelili so postopke v primerih šikaniranja na delovnem mestu, ukrepe in načine za pomoč žrtvam ter ustrezno kaznovanje storilcev (Zavarovalnica Triglav, d.d., 2013).

Zelo visok pomen ima tudi varstvo osebnih podatkov, saj družba upravlja z eno največjih baz osebnih podatkov v državi, med katerimi so občutljivi osebni podatki zavarovancev. Z novo informacijsko podporo upravljanju zbirk osebnih podatkov omogočajo boljši nadzor nad vsemi zbirkami in pregled nad vrstami osebnih podatkov (Zavarovalnica Triglav, d.d., 2013). V letu 2013 zoper družbo ni bila izdana nobena odločba o prekršku s področja kršitve varstva osebnih podatkov, tako tudi ni bila izrečena nobena sankcija (Zavarovalnica Triglav, d.d., 2014).

V letu 2013 so prenovili Politiko o skladnosti poslovanja. Njena osrednja novost je vzpostavitev pododbora za etična vprašanja po vzoru mednarodno uveljavljenih dobrih praks zagotavljanja skladnosti in integritete. Pododbor, ki bo začel delovati to leto, se bo opredeljeval do etičnih dilem pri zagotavljanju skladnosti poslovanja in varovanju ugleda družbe. Z drugimi spremembami politike vpeljujejo višje standarde delovanja sistema zagotavljanja skladnosti. Nanašajo se na višjo stopnjo samostojnosti in neodvisnosti funkcije skladnosti ter večji obseg poročanja o skladnosti poslovanja, ki vključuje tudi poročanje nadzornemu svetu (Zavarovalnica Triglav, d.d., 2014).

Na področju zagotavljanja skladnosti so v letu 2013 izvedli prvo e-izobraževanje glede varstva osebnih podatkov, ki je zajelo vse zaposlene, 89 odstotkov pa ga je uspešno zaključilo. Izobraževalno gradivo je številne spodbudilo tudi k dodatnim vprašanjem in uporabi mentorstva pri učenju (Zavarovalnica Triglav, d.d., 2014).

Pri Zavarovalnici Triglav, d.d., področje preprečevanja, odkrivanja in raziskovanja prevar celovito obvladujejo v okviru istoimenske štabne službe. Obdelujejo vse vrste prevar, ki izhajajo predvsem iz naslednjih ravnanj (Zavarovalnica Triglav, d.d., 2013):

- Protipravno prisvajanje premoženja zavarovalnice,
- Koruptivna ravnanja in
- Ponarejanje poslovnih knjig.

6 PRIMERJAVA DRUŽBENO-ODGOVORNIH AKTIVNOSTI S SORODNIM PODJETJEM

V tem poglavju bom izvedla primerjavo družbeno odgovornih aktivnosti še z dvema sorodnima podjetjema, in sicer z eno slovensko zavarovalnico in eno tujo zavarovalnico. V primeru primerjave s slovensko zavarovalnico sem se odločila za Zavarovalnico Maribor, ker je prav tako ena izmed vodilnih zavarovalnic v Sloveniji. Tuja zavarovalnica, s katero bom primerjala družbeno odgovorne aktivnosti, pa je Zavarovalnica Wiener Stätische, ki je vodilna zavarovalnica v Avstriji in v regijah Srednje in Vzhodne Evrope. Zavarovalnici sta najprej na splošno predstavljene, sledi natančna predstavitev in primerjava aktivnosti po podpoglavjih.

6.1 ZAVAROVALNICA MARIBOR

V tem poglavju bom predstavila Zavarovalnico Maribor in nato opisala družbeno odgovorne aktivnosti Zavarovalnice Maribor po posameznih področjih, ki so predstavljene po podpoglavjih.

6.1.1 Predstavitev Zavarovalnice Maribor

Zavarovalnica Maribor je zelo uspešna slovenska zavarovalnica z dolgo tradicijo. V sedanji obliki posluje že od leta 1990, ko je izstopila iz Zavarovalne skupnosti Triglav. Sedež podjetja je v Mariboru, imajo pa še 10 poslovnih enot in 56 zastopstev. V prodajo zavarovanj na terenu je vpetih tudi 238 zastopnikov, ki so v zavarovalnici redno zaposleni. Lastno prodajno mrežo zavarovalnica dopolnjuje z 238 sklepalnimi agencijami in samostojnimi podjetniki, ki opravljajo posle sklepanja zavarovanj. V podjetju je skupaj zaposlenih 866 ljudi. Naj omenim še, da njihov tržni delež med vsemi slovenskimi zavarovalnicami znaša 12,8 odstotka, kar jo uvršča na četrto mesto. Ideja, ki vodi delo, je pomagati ljudem v nesreči, kar ponazarja tudi njihov slogan, ki se imenuje: »Življenje gre naprej in mi z vami«. Njihova vizija je postati slovenska zavarovalnica z najvišjo kakovostjo storitev (povzeto po Zavarovalnica Maribor, 2014).

Zavarovalnica Maribor je zelo aktivna in družbeno odgovorna zavarovalnica. Vedo, da je najpomembnejše vodilo današnjega časa spoštovanje drugih, torej vseh udeležencev, ki so v krogu organizacije. Zavarovalnica Maribor prav tako kot Zavarovalnica Triglav, d.d., sledi družbeni odgovornosti in trajnostnemu razvoju na vseh sedmih področjih, ki jih opredeljuje mednarodni standard ISO 26000 (Zavarovalnica Maribor, 2014). Zavarovalnica Maribor je tudi član Partnerstva za nacionalno strategijo za družbeno odgovornost in soustanovitelj Mreže za družbeno odgovornost Slovenije ter članica Inštituta za razvoj družbene odgovornosti. Zavzemajo se, da bi družbeno odgovornost postala pomemben segment na vseh področjih delovanja in sestavni del odnosov, ki jih gradijo (ZM, 2014).

6.1.2 Delovne prakse oziroma sodelovanje z zaposlenimi

Zavarovalnica Maribor si prizadeva vzdrževati dobre medsebojne odnose in kakovostno komunikacijo z zaposlenimi, saj le ustrezno motivirani in prizadevni zaposleni prispevajo svoje znanje in energijo k doseganju dobrih poslovnih rezultatov in pozitivne podobe zavarovalnice v javnosti. Zavedajo se tudi, da je potrebno komunikaciji v trenutni gospodarski krizi nameniti precej več pozornosti, saj je to temelj zaupanja in prizadevnosti zaposlenih na vseh ravneh poslovanja. Predvsem je pomembno, da tako imenovano »komunikacijsko nujnost« začitijo tudi na najvišji, vodstveni ravni (Zavarovalnica Maribor, 2014).

V Zavarovalnici Maribor izkazujejo tudi posluš za potrebe svojih zaposlenih, kar so potrdili s prejetjem certifikata Družini prijazno podjetje. Osnovno različico certifikata, ki so jo pridobili leta 2007, so leta 2010 nadgradili v polni certifikat, ki zaposlenim zagotavlja boljše delovne pogoje in lažje usklajevanje družinskega življenja z delovnimi obveznostmi skozi vrsto ukrepov, ki jih imetnik certifikata uvede v svoje delovno okolje (ZM, 2014a).

V postopku certificiranja so sprejeli veliko ukrepov, med njimi tudi (ZM, 2014a):

- Izredni dopust na prvi šolski dan za starše učencev 1., 2., in 3. razreda OŠ,
- 2-urno odsotnost z dela vsak dan prvega tedna uvajanja otroka v vrtec,
- Pomoč pooblaščenca pri usklajevanju poklicnega in družinskega življenja,
- Pomoč pri ponovnem vključevanju v delovni proces po daljši odsotnosti,
- Nadomestitev nadur s plačano odsotnostjo, v kateri zaposleni skrbi za starše oziroma stare starše,
- Ukrepe za varovanje zdravja, kot so športne aktivnosti, informativni dogodki ipd.,
- Izobraževanje za vodstvene kadre s poudarkom na razvijanju socialnih veščin,
- Informiranje interne in zunanje javnosti.

Tudi zdravje zaposlenih je eno bistvenih področij, ki mu posvečajo izjemno pozornost. Vsako leto izvajajo usposabljanja za varstvo pred požarom in varstvo pri delu, na vseh lokacijah Zavarovalnice Maribor imajo vsaj enega usposobljenega zaposlenega na področju izvajanja evakuacije in gašenja začetnih požarov ter prve pomoči. V okviru zdravja za zaposlene organizirajo tudi letne preventivne zdravniške preglede. (Zavarovalnica Maribor, 2014). Zavarovalnica Maribor v okviru sindikata organizira tudi letno športno srečanje zaposlenih ter novoletno obdarovanje otrok zaposlenih z rajanjem in božičnim programom (Zavarovalnica Maribor, 2013).

6.1.3 Komuniciranje s ciljnim javnostmi

Strategijo komuniciranja oziroma sporazumevanja s ključnimi javnostmi Zavarovalnica Maribor prilagaja potrebam, interesom in značilnostim posameznih javnosti, pri komuniciranju pa uporablja orodja, s katerimi je mogoče doseči največji komunikacijski učinek (Zavarovalnica Maribor, 2014).

Ciljne skupine komuniciranja so (Zavarovalnica Maribor, 2014):

- Zavarovanci, poslovni partnerji in zaposleni,
- Delničarji in finančna javnost,
- Mediji in
- Lokalna skupnost in okolje.

Komunikacijska strategija, ki so si jo postavili pri Zavarovalnici Maribor temelji na odprtosti, jasnosti in iskrenosti, na dialogu namesto monologu, na intenziviranju osebne komunikacije, na konstruktivnosti in empatiji, na besedah, podkrepljenih z dejanji, na vodenju namesto upravljanju ter na upoštevanju drugih mnenj in stališč (Zavarovalnica Maribor, 2014).

Na področju komuniciranja z zaposlenimi nadaljujejo z izvajanjem že obstoječih aktivnosti informiranja in komuniciranja z zaposlenimi. Na področju osebne komunikacije so to: dnevi odprtih vrat članov uprave in ostalih menedžerjev, motivacijski obiski predsednika uprave, redni kolegiji in sestanki organizacijskih enot, letni razvojni pogovori z zaposlenimi, redni sestanki direktorjev/vodij z neposredno podrejenimi itd. (Zavarovalnica Maribor, 2014).

Velikost Zavarovalnice Maribor in dislociranost zaposlenih po celotni Sloveniji zahtevata uporabo takšnih komunikacijskih orodij, ki zagotvljajo informacijo posamezniku v trenutku, ko je le-ta aktualna. Elektronska pošta in intranetna spletna stran sta tako med pogosto uporabljenimi komunikacijskimi orodji, saj omogočata pravočasno informiranost vseh zaposlenih, ne glede na lokacijo njihovega dela (Zavarovalnica Maribor, 2014). Pri Zavarovalnici Maribor imajo prav tako mobilno aplikacijo, ki omogoča vpogled v zavarovalne police. Opisan je tudi postopek ukrepanja v primeru nesreče, aplikacija p omogoča tudi sklenitev turističnega zavarovanja.

Pri komuniciranju in odnosih z zavarovanci uporabljajo elektronske medije in odprt telefon ter intenzivno pišejo spletne bloge s strokovnimi in drugimi nasveti. Komunicirajo tudi preko popularnih omrežij: Facebook, Twitter, LinkedIn in Flickr, odgovarjajo na vprašanja, prejeta na brezplačno telefonsko številko ter nudijo tudi osebna strokovna svetovanja in skupaj z zavarovanci iščejo za njihove potrebe najustrežnejša zavarovanja (Zavarovalnica Maribor, 2014).

Komunikacijo z mediji izvajajo preko novinarskih konferenc, novinarskih zajtrkov, sporočil za javnost, odgovorov na novinarska vprašanja in neformalnih srečanj z novinarji. Komunikacija z delničarji in drugimi finančnimi javnostmi poteka preko medsebojnega pisnega in ustnega komuniciranja in sprotne obveščanja o njihovem poslovanju, preko posredovanja drugih ključnih informacij in preko Letnega poročila (Zavarovalnica Maribor, 2014).

6.1.4 Odgovoren odnos do družbenega okolja

V Zavarovalnici Maribor prevzemajo skrb in odgovornost do ljudi in prostora, v katerem živimo. Njihove poslovne enote so del lokalnih okolij po vsej Sloveniji, zato toliko lažje zaznavajo potrebe in potencialne posameznih lokalnih skupnosti. Trajno vrednost ustvarjajo s številnimi sponzorstvi, donacijami ter preventivnimi akcijami na športnem, kulturnem, zdravstvenem, umetnostnem in okoljskem področju (Zavarovalnica Maribor, 2014).

Trdno verjamejo v povezovanje, zato podpirajo ekipne športe, timske podvige in projekte, ki povezujejo institucije s skupnostmi, ter se tako aktivno vključujejo v širše družbeno dogajanje (ZM, 2014).

Vračajo v okolje in podpirajo (našteti je nekaj najbolj prepoznavnih sponzorstev) (ZM, 2014):

- Nogometni klub Maribor,
- Zlato lisico - tekmo Svetovnega pokala alpskih smučark,
- Rokometni klub Maribor Branik,
- Košarkarski klub Maribor,
- Odbojkerski klub Nova KBM Branik,
- Eko Maraton Maribor,
- Festival Lent,
- Borštnikovo srečanje.

Sodelujejo z organizacijami, katerih delovanje temelji na projektih, ki so pomembni za človeka in družbo: Inštitutom za razvoj družbene odgovornosti, Materinskim domom, Varno hišo, Rdečimi noski, Europa Donno in drugimi (ZM, 2014).

So tudi člani Partnerstva za nacionalno strategijo za družbeno odgovornost in soustanovitelji Mreže za družbeno odgovornost Slovenije, v okviru katere promovirajo družbeno odgovorno ravnanje v podjetjih in pri posameznikih. Zavzemajo se, da bi postalo takšno ravnanje pomemben segment na vseh področjih delovanja in sestavni del odnosov, ki jih gradijo (Zavarovalnica Maribor, 2014).

6.1.5 Odgovoren odnos do naravnega okolja

Pri poslovanju v Zavarovalnici Maribor upoštevajo vidik ekološke trajnosti. Zaposlene in njihove družinske člane spodbujajo k zavedanju o soodvisnosti človeka in naravnega okolja ter jih ekološko ozaveščajo v okviru rednih letnih okoljskih projektov.

Že pred leti so pričeli s prvim okoljsko naravnanim projektom »Varujmo oljke z Zavarovalnico Maribor«, v sklopu katerega so razvili tudi maskoto Želvico Zojo, ki je namenjena komunikaciji z najmlajšimi in promociji okoljske ozaveščenosti (Zavarovalnica Maribor, 2010).

6.2 ZAVAROVALNICA WIENER STÄTISCHE

V tem poglavju bom predstavila Zavarovalnico Wiener Stätische in nato opisala družbeno odgovorne aktivnosti zavarovalnice po posameznih področjih, ki so predstavljene po podpoglavjih.

6.2.1 Predstavitev Zavarovalnice Wiener Stätische

Predstavitev Zavarovalnice Wiener Stätische je povzeta po vsebini iz spletne strani Zavarovalnice (Wiener Stätische zavarovalnica, 2014), predstavljena področja družbeno odgovornih aktivnosti pa so povzeta po vsebini iz letnega poročila o družbeni dogovornosti leta 2012 (Wiener Stätische, 2013).

Avstrijska zavarovalnica Wiener Stätische je že več let ena največjih zavarovalnic v Srednji in Vzhodni Evropi. V Avstiji ima Zavarovalnica 14-odstotni tržni delež. V svoji dolgi, s tradicijo prežeti zgodovini obstoja – korenine družbe segajo v leto 1842, ko je bila ustanovljena v Avstriji – je Zavarovalnica Wiener Stätische uspešno premagovala zgodovinske izzive in pogosto utirala pot drugim. Tako je bilo tudi leta 1990, ko je Zavarovalnica kot ena prvih zahodnoevropskih zavarovalnic prepoznala izjemne možnosti za rast v Srednji in Vzhodni Evropi in tvegala z vstopom na trg nekdanje Češkoslovaške. S tem je postavila temelje za nadaljnjo širitev: na Madžarsko leta 1996, na Poljsko leta 1998, na Hrvaško leta 1999, v Romunijo leta 2001 in v Slovenijo leta 2004 – če naštejemo le nekaj primerov. Sedaj so navzoči že v 24 evropskih državah.

Kljub veliki raznolikosti strank in pogojev poslovanja na posameznih trgih ima zavarovalnica povsod enak cilj: nadaljevati uspešno poslovanje z zagotavljanjem najboljšega zavarovalnega kritja svojim strankam. To je cilj, h kateremu zavarovalnica pristopa zelo odgovorno. Vsa podjetja v skupini so popolnoma predana njegovemu uresničevanju na podlagi strokovnih, v prihodnost usmerjenih svetovalnih storitev in prilagodljivega produktnega portfelja. Široka mreža storitvenih poslovalnic in raznolike distribucijske poti omogočajo skupini, da strankam nudi ustrezno dostopnost.

Pri Zavarovalnici Wiener Stätische menijo, da je trajnostni razvoj jedro njihove družbene odgovornosti. S tem preprečujejo današnjim ekonomskim praksam, da bi onemogočile potencial in priložnost bodočim generacijam. Kot eno vodilnih podjetij v Avstriji, dajejo trajnostnemu razvoju najvišjo pozornost v svojih dnevni dejavnostih in pri strateškemu načrtovanju.

Splošni cilji trajnosti:

- Zagotoviti zaščito (Zavedajoč svoje odgovornosti nenehno razvijajo inovativne zavarovalne produkte, ki pomagajo ljudem gledati v brezskrbno prihodnost.),
- Zaščita premoženja (Zavarovalnica pomaga ljudem zaščititi njihove stvari oz. jim nudi varstvo lastnine, ponuja pa tudi obsežne zavarovalniške rešitve za zaščito pred katastrofalnimi dogodki.),
- Odgovorno upravljanje sredstev (V Zavarovalnici odgovorno vodijo premije zavarovancev. Zanesljivo upravljanje s tveganji in gospodarski uspeh jim zagotavlja stabilnost tudi v težkih gospodarskih časih.),

- Zagotoviti spodbude (Kot rezultat dolge zgodovine podjetja in močnega tržnega položaja, igrajo veliko vlogo kot investitor v avstrijskem gospodarstvu. Na to vključevanje gledajo kot dolgoročno zavezanost za gospodarstvo Avstrije. Kot pošten in zanesljiv partner podjetjem prinašajo stabilnost, avstrijskemu gospodarstvu pa rast. Prav tako se počutijo dolžne pomagati z oblikovanjem ukrepov in spodbud pri obravnavi glavnih družbenih vprašanj v Avstriji.).

Družbena odgovornost je ključni element poslovne filozofije Zavarovalnice že več desetletij. Njihovi zaposleni vsakodnevno delujejo družbeno odgovorno. Vsak zaposlen je odgovoren za upoštevanje standardov, ki so v njihovem kodeksu ravnanja.

V Zavarovalnici Wiener Statische dajejo velik pomen ohranjanju dialoga z interesnimi skupinami. Trudijo se ustvariti ravnotežje med različnimi interesi, da bi zagotovili dolgoročno trajnostno uspešnost Zavarovalnice. Glavne interesne skupine so kupci, zaposleni, lastniki in vlagatelji, poslovni partnerji, nevladne organizacije, vlada ter predstavniki gospodarstva in industrije, dobavitelji, mediji in aktivni člani družbe.

6.2.2 Zaposleni

Uspeh zavarovalnice Wiener Statische je zgrajen na izkušnjah, kompetencah, finančni moči, na inovacijah in še posebej na njihovih zaposlenih. 3500 delavcev je za Zavarovalnico velika odgovornost, ki jo izpolnjujejo z zagotavljanjem celovitega usposabljanja in izpopolnjevanja ter z enakimi možnostmi na delovnem mestu.

Da bi Zavarovalnica ustvarila čim bolj atraktivno delovno okolje, ponuja poleg plač tudi številne druge ugodnosti, ki segajo od zelo priljubljene kavarne v podjetju vse do celovite zdravstvene oskrbe. Zaposleni lahko dobijo tudi vrsto kuponov s ponusti pri različnih podjetjih sveta delavcev. Ko so že več let del podjetja lahko vzamejo tudi izredni dopust, in sicer ob poroki ali ob rojstvu otroka, prejmejo pa tudi enkratni znesek v primeru zakonske zveze ali rojstva otroka.

Zavarovalnica Wiener Statische je tudi družini prijazno podjetje. Da bi kolikor je mogoče zadovoljili potrebe zaposlenih, jim ponujajo možnost gibljivega delovnega časa. Zaposleni morajo ta dodatek uporabljati odgovorno in sami organizirati svoje urnike. V Zavarovalnici ponujajo tudi vrtec, da pomagajo zaposlenim uskladiti kariero in družino. Vrtec in igralna skupina sta bila ustanovljena že leta 1974, zaradi česar je Zavarovalnica eno izmed prvih podjetij v Avstriji, ki je ustanovilo svoj vrtec. Danes poklicni vzgojitelji skrbijo za 105 otrok zaposlenih. Delovni čas vrtca je seveda prilagojen delovnemu času podjetja.

Ženske imajo pri Wiener Statische enake možnosti na delovnem mestu kot moški uslužbenci, kar je samoumevno. Leta 2005 so ustanovili Urad enakega obravnavanja, ki ga zaposleni lahko anonimno naslovijo v primeru, da niso obravnavani enako, in rešijo težave, ki jih pestijo. Prosta delovna mesta so zapolnjena izključno na podlagi strokovnih in osebnih kvalifikacij in sposobnosti, neodvisno od spola. Na Urad se lahko obrnejo tudi z vprašanji, ki se nanašajo na diskriminacijo, kot so pomisleki povezani z spolno

usmerjenostjo zaposlenih. Do sedaj o diskriminaciji še niso poročali, prav tako ne poznajo nobenega primera.

V Zavarovalnici pomagajo starejšim zaposlenim z uporabo spremenljivih modelov delovnega časa in fleksibilno organizacijo dela. Zavarovalnica prav tako zagotavlja stalen prenos znanja in izkušenj med generacijami z ustanovitvijo ekip s člani različnih generacij. Starejši zaposleni so se izkazali kot mentorji in partnerji pri usposabljanju mlajših zaposlenih.

Komunikacija ima v Zavarovalnici veliko vlogo. Od zaposlenih se pričakuje, da poznajo, razumejo in pomagajo izvajati strategijo podjetja. Uprava podjetja to dosega z rednim zagotavljanjem informacij o aktualnih dogodkih v podjetju z uporabo intraneta, preko notranjega tiskanega medija, ki se imenuje Ringturm, in preko osebnih pisem.

Zaposleni v organizaciji prav tako aktivno sodelujejo pri oblikovanju delovnih tokov in aktivnosti. S tem si ustvarjajo dolgoročne zaveze in se poistovetijo s svojim delom. Borza idej je pobuda, ki je bila uvedena konec leta 2011, in omogoča priložnost za vse zaposlene, da svoje ideje, sposobnosti in izkušnje delijo v korist podjetja. Vsaka ideja, ki jo uspešno izvajajo, ki prispeva k nadaljni optimizaciji procesov, izboljšanju delovnega okolja, ki prihrani denar, čas in še veliko več, je pomemben korak za uspešno prihodnost Zavarovalnice. Ideje se lahko enostavno predloži preko spletnega obrazca na intranetu. Vse ideje nato oceni odbor. Tiste, ki so izvajane, se objavi na spletnem portalu borze idej. Zaposleni dobijo bodisi denarno bodisi nedenarno nagrado za vsako idejo, ki se izvaja.

Zaposlenim je ponujena široka paleta možnosti za preventivno medicino in zdravstveno nego. Ta možnost je zaenkrat le na Dunaju. Tako lahko zaposleni dobijo zdravila za okrevanje, ali pa so napoteni k specialistu. Zaposlenim ni potrebno čakati, ko obiščejo zdravnika, saj so ti obveščeni po telefonu tik preden so poklicani v zdravniško ordinacijo. To pomeni, da delovno mesto zapustijo le za kratek čas. Poleg službenega zdravnika imajo zaposlenega tudi specialista za fizikalno medicino in rehabilitacijo. Že leta 1980 so uvedli skupinsko terapijo gimnastiko za zdravljenje bolečin v hrbtu in drugje. Tako lahko delavci, ki potrebujejo tako zdravljenje, dnevno uporabljajo telovadnico. Njihov zdravstveni center pomaga tudi zaposlenim, ki kljub intenzivni telovadbi potrebujejo fizično zdravljenje. Na podlagi podrobne diagnoze se je razvila osebna terapija, ki je sestavljena iz blatne obloge, elektroterapije, terapevtske gimnastike, masaže, ultrazvoka, limfne drenaže in fizioterapije. Neodvisno od medicinskih oddelkov imajo zaposleni možnost, da prejemejo masažo s popustom na sedežu Zavarovalnice dvakrat mesečno.

V Wiener Städtische zagotavljajo tudi velik obseg varstva zdravja svojih zaposlenih. Imajo okoli 280 zaposlenih, ki so usposobljeni za prvo pomoč. Izvajalcev prve pomoči je na voljo več, kot jih zahteva zakon. Poleg tega redno ponujajo tečaje, ki so odprti za vse zaposlene, kjer se zaposleni med drugim naučijo kako uporabljati defibrilator. Zavarovalnica oziroma Svet delavcev za zaposlene vsako leto organizira tudi zelo priljubljene skupinske izlete in večdnevne zimske športne festivale.

6.2.3 Stranke

V Zavarovalnici so na voljo zavarovancem 24 ur na dan, 365 dni na leto. Odnose s strankami dolgoročno vzdržujejo. Ti odnosi so zgrajeni na zaupanju, pravičnosti in preglednosti v zadevah od svetovalnih storitev in priprave pogodb, pa vse do obdelave zahtevkov.

Za zagotovitev najboljše storitve ob vsakem času, so uvedli standarde zaposlenim za dobro ravnanje s strankami pod geslom »Več storitev – več uspeha«. Ti npr. vključujejo takojšnjo skrb za strankine pomisleke in takojšnje delovanje obljubljenih storitev.

Varnost strank in storitev v kombinaciji z najsodobnejšo tehnologijo tvori jedro raznovrstnega inovativnega razvoja na področju storitev. Spletna stran podjetja ponuja najboljšo raven storitev za uporabnike, saj jim omogoča da najdejo vse informacije, ki jih potrebujejo, torej tudi informacije o zavarovalniških storitvah, vključno s spletnim izračunom.

V maju leta 2011 so začeli z iniciativo za opozorila pred nevihtami. Razvili so mobilno aplikacijo, ki opozarja pred točo, za vse pametne telefone ali preko SMS sporočila. Ta avtomatsko zagotavlja lokacijska opozorila. Pred nevihtami stranke neposredno opozori prek njihovih mobilnih telefonov, ne glede na to, kje v Avstriji se nahajajo.

Varstvo okolja in ohranjanje naravnih virov je zelo pomembno za Zavarovalnico Wiener Stätische. Zavarovalnica spodbuja zlasti premijske stopnje za okolju prijazna vozila in s tem pomaga pri sprejetju v prihodnost usmerjenih tehnologij. Na področju kmetijskih zavarovanj pa nudijo 30-odstotni premijski popust za ekološke in gorske kmetije.

V Zavarovalnici ponujajo skupne stopnje za moške in ženske na vseh zavarovalnih policah, kupljenih po 1. decembru leta 2012, s čimer so zadovoljili »Direktivi o enakosti spolov« Evropske unije (Direktiva 2004/113/ES).

Zavarovalnica je leta 2007 postala tudi prva zavarovalnica v Avstriji, ki je prevzela temo mikro zavarovanja in je vzpostavila sodelovanje z Zweite Sparkasse banko za pomoč socialno ogroženim skupinam. Od takrat ponujajo po meri narejene zavarovalne police za stranke Zweite Sparkase banke. Za vsak račun omogočajo osnovno zavarovalno kritje v obliki pravnih nasvetov, katere je mogoče dobiti brezplačno enkrat na četrletje in odgovore na pravna vprašanja, ki so nejasna v posameznikovem zasebnem ali poklicnem življenju. V sodelovanje z Banko je vključeno tudi brezplačno nezgodno zavarovanje, ki zagotavlja finančno jamstvo za nesreče ter zavarovalno kritje za nesreče pri delu in v prostem času. Obstaja tudi možnost nakupa zavarovanja doma za mesečno premijo v višini treh evrov. Ta pomoč je na voljo v sodelovanju s Karitasom, avstrijskimi dolžniškimi svetovalci in drugimi.

Wiener Stätische sprejema predloge in pritožbe strank zelo resno. Zato so vzpostavili tudi lastnega varuha človekovih pravic, da bi le-ta obravnaval strankine skrbi kar se da hitro in brez birokracije. Stranke se lahko na varuha obrnejo preko telefona, elektronske pošte in

spletne strani. Urad varuha je odprt tudi za obiske strank. Obravnava pritožb se nato izvaja v skladu s predpisanim postopkom, ki ga je treba strogo upoštevati, da se zagotovi skladnost s kratkimi roki. Stranke prvi odziv o ukrepih, ki bodo sprejeti, prejmejo v nekaj urah, tudi če so jih kontaktirale preko elektronskih medijev. Pritožbe strank nato analizirajo, preverijo izvedljivost in sporočijo zadevnim službam za izboljšave. Na ta način zagotavljajo, da si Zavarovalnica nenehno prizadeva za nadaljnje izboljšave svojih storitev za stranke.

6.2.4 Odgovoren odnos do družbenega okolja

Kot največja zavarovalnica v Avstriji, Wiener Städtische nosi veliko družbeno odgovornost, ne samo do svojih zaposlenih in strank, ampak tudi do družbe kot celote. V Zavarovalnici tradicionalno izpolnjujejo to odgovornost z aktivno podporo kot partner številnih pobud in organizacij, ki so aktivne na socialnem področju, pri razvoju mladih, izobraževanju, umetnosti, kulturi in športu. Njihove smernice vključujejo tudi zagotavljanje pomoči za prikrajšane posameznike.

Leta 2011 je Zavarovalnica predstavila »Social active day« in s tem pokazala, kako velik pomen ima socialna vključenost v podjetju. Pod to pobudo so namenili en delovni dan vsem zaposlenim, ki hočejo narediti družbeno koristna dela. Tako lahko sodelujejo z dobrodelnimi organizacijami, ki so že partnerji Zavarovalnice ali pri projektih, ki jih predlagajo sami. Dejavnosti zajemajo širok spekter. Od tega, da strežejo hrano ljudem v stiski, skrbijo za starejše osebe, delajo s posamezniki s posebnimi potrebami, skrbijo za otroke iz socialno ogroženih družin in celo pomagajo v socialnih trgovinah.

Razvoj najmlajših članov družbe je osrednjega pomena za Zavarovalnico. Na Zavarovalnico, kot partnerja, se lahko zanesejo pri športnih aktivnostih, varnosti ali kulturnih projektih.

»Töchertag« je dogodek, ki je organiziran za zagotavljanje informacij o kariernih možnostih za dekleta, stara od 11 do 16 let. Dekletom so predstavljeni poklici, ki niso tipični za ženske, tisti, ki gredo dlje od standardnih vzorcev. Dekleta tako izvejo več o poklicni karieri žensk v zavarovalništvu.

Zagotavljanje pomoči za amaterske športe igra strateško vlogo pri ukrepih, potrebnih za izpolnitev njihove družbene odgovornosti in ima dolgo tradicijo v Zavarovalnici. Njihovo sodelovanje v športu vključuje podporo za številne projekte, kot so Vienna City Marathon, Wachau Marathon, Initiative Kärnten Läuft in Vienna Capitals, ki njihove stranke motivira da živijo aktivno, zdravo življenje in jih spodbuja, da postane šport stalnica v njihovem življenju.

Poleg podpore v športu, je pomoč pri umetnosti in kulturi tudi pomembna strateška komponenta njihovega trajnostnega razvoja. To je razlog, da naredijo umetnost in kulturo dostopne kolikor je mogoče, saj sta to dva izmed ključnih elementov, ki delata sodobno družbo vredno življenja. Široka paleta kulturnih možnosti in oblik izražanja bi bila težko dostopna brez finančne podpore, vključno z zasebnim sektorjem. Zato Zavarovalnica nudi

podporo in pomoč kot partner številnih kulturnih ustanov. Seznam sega od uveljavljenih gledališč, kot so Burgtheater in Volkstheater na Dunaju ter Theater in der Josefstadt, pa do sezonskih kulturnih pobud, kot so St. Margarethen Opera Festival, the Bregenz Festival in Salzburg Easter Festival.

6.2.5 Okolje

Pri Zavarovalnici Wiener Statische okoljske dejavnike upoštevajo na vseh področjih družbe in si prizadevajo, da bi gospodarno uporabljali sredstva, vse od okoljsko ozaveščenih nakupov do okolja spremenjivega odstranjevanja. Prav tako sistematično upoštevajo okoljska tveganja pri izvajanju osnovnih dejavnosti. To velja zlasti za upravljanje s tveganji, preprečevanje izgube, načrtovanje zavarovalnega produkta in upravljanje premoženja. Prizadevajo si, da bi uporabljali najboljše praktične rešitve za upravljanje z okoljem svojega podjetja, prav tako pa spodbujajo spoštovanje podobnih standardov s strani svojih partnerjev, kupcev in dobaviteljev. Tudi zaposlenim redno zagotavljajo informacije in sprejemajo druge ukrepe v prizadevanju, da povečajo njihovo ozaveščenost za takojšnje težave.

Za oskrbo z energijo Zavarovalnica vse bolj uporablja daljinsko ogrevanje svojih poslovnih stavb. Pri tem kar pomembno prispeva k zmanjševanju emisij CO₂. Uporabljajo tudi energetske učinkovite razsvetljave, pri prenovi poslovnih stavb in prostorov pa uporabljajo ekološko neoporečne in energetske učinkovite materiale.

Poleg optimizacije porabe energije, so povečali uporabo recikliranja v prizadevanjih, da bi znižali porabo svojih sredstev. Vsi zaposleni imajo lastne koše za recikliranje papirja na delovnih mestih, vsaka poslovna enota pa ima tudi zabojnike za zbiranje stekla in aluminija. Zbirajo tudi vrsto drugih problematičnih snovi, in sicer baterije, zdravila, medicinske odpadke, staro opremo ipd. Za zmanjševanje količine odpadkov uporabljajo tudi prodajne avtomate za pijačo s povratnimi steklenicami. Od leta 2006 zbirajo in darujejo tudi svoje prazne kartuše tonerjev v dobrodelne namene.

Eden od ukrepov za varčevanje z viri je tudi zmanjšanje porabe papirja. Slednja se je precej zmanjšala s povečano uporabo elektronske pošte in uporabo platnenih brisač namesto papirnatih. Računalniška oprema in mobilni telefoni, ki tehničnih zahtev ne izpolnjujejo več, so za nadaljnjo uporabo na voljo podjetju AFB. Ta opremo nato predala in proda naprej.

6.2.6 Upravljanje organizacije

Zavarovalnica je vključena v vodilni indeks Dunajske borze in je prejela bonitetno oceno + (stabilen izgled) s strani bonitetne agencije Standard & Poor.

Poleg varnosti in stabilnosti so ključni dejavniki uspeha Zavarovalnice za njihov tržni položaj v Avstriji predvsem njihova finančna moč, znanje, inovativne zavarovalniške rešitve in kvalitetne svetovalne storitve.

6.3 PRIMERJAVA AKTIVNOSTI MED IZBRANIMI ZAVAROVALNICAMI

V tem poglavju bom primerjala aktivnosti na področju družbene odgovornosti med vsemi tremi zavarovalnicami, Zavarovalnico Triglav, d.d., Zavarovalnico Maribor in Zavarovalnico Wiener Stätische. Za primerjavo bom uporabljala kazalnike Standarda ISO 26000 po katerem se zavarovalnice pri svojih aktivnostih tudi ravnaajo.

6.3.1 Podobnosti glede družbeno odgovornih aktivnosti

V tem podpoglavju bom predstavila podobnosti družbeno odgovornih aktivnosti, ki bodo predstavljene v tabelah od tabele 5 do tabele 9 glede na posamezna področja družbeno odgovornih aktivnosti.

Tabela 5: Podobnosti: Delovne prakse oz. sodelovanje z zaposlenimi

Področje družbeno odgovornega ravnanja po standardu ISO 26000	Zavarovalnica Triglav, d.d.	Zavarovalnica Maribor	Zavarovalnica Wiener Stätische
DELOVNE PRAKSE OZIROMA SODELOVANJE Z ZAPOSLENIMI	Družini prijazno podjetje.		
	Brezplačni preventivni pregledi za zaposlene.		
	Organizacija športnih dogodkov.		
	Novoletno obdarovanje otrok.		/

Vir: lasten

Tabela 6: Podobnosti: Odnos s potrošniki

Področje družbeno odgovornega ravnanja po standardu ISO 26000	Zavarovalnica Triglav, d.d.	Zavarovalnica Maribor	Zavarovalnica Wiener Stätische
ODNOS S POTROŠNIKI (in dobavitelji oz. s ciljnim javnostmi)	- Upoštevajo potrebe zavarovancev.		
	- Mobilna aplikacija za opozarjanje pred nevarnostjo toče.	/	- Mobilna aplikacija za opozarjanje pred nevarnostjo toče.

	- Uporaba elektronskih medijev in omrežja Facebook pri komuniciranju s potrošniki.
	- Omogočajo tudi brezplačno telefonsko številko, kjer so na voljo za kakršnakoli vprašanja.

Vir: lasten

Tabela 7: Podobnosti: Vključevanje v lokalno okolje in njegov razvoj

Področje družbeno odgovornega ravnanja po standardu ISO 26000	Zavarovalnica Triglav, d.d.	Zavarovalnica Maribor	Zavarovalnica Wiener Statische
VKLJUČEVANJE V LOKALNO OKOLJE IN NJEGOV RAZVOJ (oz. odgovoren odnos do družbenega okolja)	- Sponzorstva in donacije: šport, kultura, izobraževanje, zdravstvo itd. - Pomembnejša sponzorstva in donacije: Eurobasket 2013, košarkarski kluba Union Olimpija, Krka Novo mesto, odbojkerski klub ACH Volley, Salonit Anhovo, zvesti partnerji Smučarske zveze Slovenije, Hokejske zveze Slovenije, Poletnega festivala Ljubljana, Cici vesela šola, projekt Mladi upi- podelili štipendije mladim športnikom itd.	- Sponzorstva in donacije na športnem, kulturnem, zdravstvenem in okoljskem področju - Pomembnejša sponzorstva: Nogometni klub Maribor, Zlata lisica- tekma svetovnega pokala alpskih smučark, Rokometni klub Maribor Branik, Košarkarski klub Maribor, Festival Lent ipd.	- Partner številnih pobud in organizacij, ki so aktivne na socialnem področju, - Odgovoren odnos pri razvoju mladih, izobraževanju, umetnosti, kulturi in športu, pomoč pripravljenim posameznikom, - Zagotavljanje pomoči za amaterske športe, - Zavarovalnica nudi podporo in pomoč kot partner številnih kulturnih ustanov.

Vir: lasten

Tabela 8: Podobnosti: Naravno okolje

Področje družbeno odgovornega ravnanja po standardu ISO 26000	Zavarovalnica Triglav, d.d.	Zavarovalnica Maribor	Zavarovalnica Wiener Stätische
NARAVNO OKOLJE	- Ločeno zbiranje odpadkov.		

Vir: lasten

Tabela 9: Podobnosti: Organizacijsko upravljanje

Področje družbeno odgovornega ravnanja po standardu ISO 26000	Zavarovalnica Triglav, d.d.	Zavarovalnica Maribor	Zavarovalnica Wiener Stätische
ORGANIZACIJSKO UPRAVLJANJE	-Ohranitev stabilne bonitetne ocene »A-«.	- Bonitetna ocena »A-«.	- Bonitetna ocena + (stabilen izgled).

Vir: lasten

6.3.2 Razlike glede družbeno odgovornih aktivnosti

V tem podpoglavju bom predstavila razlike družbeno odgovornih aktivnosti, ki bodo predstavljene v tabelah od tabele 10 do tabele 12 glede na posamezna področja družbeno odgovornih aktivnosti.

Tabela 10: Razlike: Delovne prakse

Področje družbeno odgovornega ravnanja po standardu ISO 26000	Zavarovalnica Triglav, d.d.	Zavarovalnica Maribor	Zavarovalnica Wiener Stätische
DELOVNE PRAKSE OZIROMA SODELOVANJE Z ZAPOSLENIMI	-Možnosti kariernega in osebnega razvoja, - Razvoj in zadržanje ključnih in perspektivnih kadrov, - Promocija in spodbujanje inovativnih predlogov zaposlenih, - Predavanja o zdravem življenjskem	- Vzdrževanje dobrih medsebojnih odnosov in kakovostne komunikacije z zaposlenimi, - Novoletno obdarovanje otrok zaposlenih.	- Vrtec za otroke zaposlenih, - Borza idej- prejetje inovativnih predlogov zaposlenih, - Zdravniška ordinacija za zaposlene - zaenkrat le na Dunaju.

	<p>slogu,</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ugodnosti pri zavarovanjih za zaposlene, - Obdarovanje otrok zaposlenih ob koncu leta, - Možnosti letovanja v počitniških objektih. 		
--	---	--	--

Vir: lasten

Tabela 11: Razlike: Odnos s potrošniki

Področje družbeno odgovornega ravnanja po standardu ISO 26000	Zavarovalnica Triglav, d.d.	Zavarovalnica Maribor	Zavarovalnica Wiener Statische
ODNOS S POTROŠNIKI (in dobavitelji oz. s ciljnim javnostmi)	<ul style="list-style-type: none"> - Mobilna aplikacija, s katero prijavijo avtomobilsko škodo kar s kraja dogodka, - Mobilna aplikacija za ažurno opozarjanje pred nevarnostjo toče, - Spletna aplikacija i.triglav – spremljanje, upravljanje in sklepanje zavarovanj, - dobavitelji: centralizirani nabavni procesi. 	- Ni podatkov	<ul style="list-style-type: none"> - Uvedli standarde zaposlenim za dobro ravnanje s strankami pod geslom »Več storitev – več uspeha«, - mobilna aplikacija za opozorila pred točo za vse pametne telefone ali preko SMS sporočila.

Vir: lasten

Tabela 12: Razlike: Vključevanje v lokalno okolje in njegov razvoj

Področje družbeno odgovornega ravnanja po standardu ISO 26000	Zavarovalnica Triglav, d.d.	Zavarovalnica Maribor	Zavarovalnica Wiener Statische
VKLJUČEVANJE V LOKALNO OKOLJE IN NJEGOV RAZVOJ (oz. odgovoren odnos do družbenega okolja)	<ul style="list-style-type: none"> - Izobraževalni treningi varne vožnje za voznike začetnike, - Projekt varnost otrok v prometu; v začetku vsakega šolskega leta prvošolčkom razdelijo rumene rutice, - Požarna varnost – sofinancirajo opremo in dejavnost gasilcev. 	- Ni podatkov	<ul style="list-style-type: none"> - »Social active day« – en delovni dan, namenjen vsem zaposlenim, ki hočejo narediti družbeno koristna dela, - »Töchertag« – dogodek, organiziran za zagotavljanje informacij o kariernih možnostih za mlada dekleta.

Vir: lasten

Tabela 13: Razlike: Naravno okolje

Področje družbeno odgovornega ravnanja po standardu ISO 26000	Zavarovalnica Triglav, d.d.	Zavarovalnica Maribor	Zavarovalnica Wiener Stätische
NARAVNO OKOLJE	<ul style="list-style-type: none"> - Varstvo pred dejavniki narave – spodbujajo aktivno uporabo mrež proti toči, rastlinjakov, namakalnih sistemov itd., - Skrb za okolje v delovnih procesih; Eko tim – zmanjšavanje vplivov na okolje, predvsem na področju učinkovite rabe energije, - Uporaba službenih koles za krajše poti, vsak zaposleni ima svojo skodelico za zmanjšanje odpadne plastične embalaže, vgrajevanje varčnih žarnic, - Akcija Očistimo gore in planine, s katero spodbujajo odgovorno ravnanje v gorskem svetu – biorazgradljive vrečke nameščajo na gorske domove in postokanke po vsej Sloveniji. 	<p>-projekt: »Varujmo oljke z Zavarovalnico Maribor«.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Uporaba daljnjsko ogrevane in energetske učinkovite razsvetljave za poslovne stavbe, - Pri prenovi poslovnih stavb in prostorov uporaba ekološko neoporečnih in energetske učinkovitih materialov, - Uporaba prodajnih avtomatov za pijačo s povratnimi steklenicami, - Uporaba platnenih brisač namesto papirnatih.

Vir: lasten

Tabela 14: Razlike: Poštene prakse, človekove pravice

Področje družbeno odgovornega ravnanja po standardu ISO 26000	Zavarovalnica Triglav, d.d.	Zavarovalnica Maribor	Zavarovalnica Wiener Stätische
POŠTENE PRAKSE (oziroma prakse poštenega ravnanja)	<ul style="list-style-type: none"> - Zakonita in poštena korporativna kultura, - Deklaracija o poštemem poslovanju – spoštovanje načel etičnosti, - Sprejet pravilnik o varovanju dostojanstva delavcev na delu, - Varstvo osebnih podatkov, - Politika o skladnosti poslovanja, - Štabna služba za preprečevanje, odkrivanje in raziskovanje prevar. 	<ul style="list-style-type: none"> - Velik poudarek na komunikaciji – ta temelji na odprtosti, jasnosti in iskrenosti, - Ni prišlo do podpisa deklaracije o poštemem ravnanju. 	<ul style="list-style-type: none"> - Mikro zavarovanja; v sodelovanju z Zweite Sparkasse banko ponujajo zavarovanja socialno ogroženim skupinam po nižji ceni, - Ponudba skupnih stopenj za moške in ženske na vseh zavarovalnih policah – »Direktiva o enakosti spolov« (EU).
ČLOVEKOVE PRAVICE	<ul style="list-style-type: none"> - Ničelna stopnja tolerance do diskriminacije in nadlegovanja na delovnem mestu. 	<ul style="list-style-type: none"> - Ni podatkov 	<ul style="list-style-type: none"> - Ženske imajo enake možnosti na delovnem mestu – Urad enakega obravnavanja, - Lasten varuh človekovih pravic – obravnava skrbi strank kar se da hitro in brez birokracije.

Vir: lasten

7 ZAKLJUČEK

Družbena odgovornost podjetij postaja pojem, ki je v podjetništvu vse bolj zanimiv. Evropska unija, države, ustanove in številne neprofitne organizacije spodbujajo podjetja k ravnanju, ki je prijazno do podjetja in vseh deležnikov v njem.

V diplomskem delu sem želela pokazati, da je družbena odgovornost pomembna za poslovno uspešnost. Z integracijo družbene odgovornosti se namreč poveča zadovoljstvo strank, saj so te pri izbiri podjetja močno nagnjene tudi k temu, da vedo kako se podjetje obnaša do okolja pri izdelavi izdelka ali opravljanju storitve.

Pogledi podjetij na koncept družbene odgovornosti so še vedno zelo različni. Prevladuje namreč mnenje, da je družbeno odgovorno ravnanje tvegano s poslovnega in stroškovnega vidika. Nekatera podjetja so celo mnenja, da družbeno dogovorno ravnanje ogroža konkurenčnost podjetja in povzroča odpovedovanje delu dobička, ki bi bil drugače namenjen porazdelitvi med lastnike ali drugače.

Tako področje družbene odgovornosti podjetij v povezavi s trajnostnim razvojem šele sedaj prehaja v fazo razvoja. Zaradi močne ali kar neločljive povezanosti podjetja in družbe bi se morala podjetja tega zavedati in se tudi aktivirati. Zaželeno je, da njihove poslovne strategije temeljijo na soodvisnosti vseh deležnikov, saj le tako dosežemo trajnostni razvoj, ki je koristen tako za nas kot za naše zanamce.

V diplomskem delu sem v prvem poglavju na splošno opisala družbeno odgovornost, ugotavljala vzroke za povečevanje njenega pomena, nato pa predstavila področja družbene odgovornosti. Navedla sem tudi poslovne koristi in položaj družbene odgovornosti v Sloveniji in v tujini.

V drugem poglavju sem predstavila Zavarovalnico Triglav, d.d., in njene strateške cilje do leta 2017, v katere je močno vpeta tudi družbena odgovornost. V tretjem poglavju sem predstavila standard ISO 26000, ki ga je razvila Mednarodna organizacija za standardizacijo.

V četrtem poglavju sem na splošno predstavila družbeno odgovornost v Zavarovalnici Triglav, d.d., in nato predstavila aktivnosti družbene odgovornosti po področjih standarda ISO 26000. V petem poglavju je izvedena primerjava družbeno odgovornih aktivnosti z Zavarovalnico Maribor in Zavarovalnico Wiener Stätische.

V diplomskem delu sem postavila pet hipotez, ki so navedene in obravnavane spodaj. Pri preverjanju hipotez sem si pomagala z analizo obstoječe literature o družbeni odgovornosti in s prakso družbeno odgovornih podjetij, Zavarovalnice Triglav, d.d., Zavarovalnice Maribor in Zavarovalnice Wiener Stätische.

Prvo hipotezo: »Zavarovalnica Triglav, d.d., resno obravnava družbeno odgovornost, oz. se zaveda pozitivnih učinkov le-te,« lahko v celoti potrdim. To hipotezo potrjuje zagotavljanje denarnih sredstev, ki jih Zavarovalnica Triglav, d.d., namenja družbenemu odgovornemu ravnanju. Sredstva so visoka in spodbudna tudi za druga podjetja, predvsem srednja in mala podjetja, ki se družbene odgovornosti še ne zavedajo. Sredstva namenjajo tudi za povečanje števila zaposlenih, ki se ukvarjajo z oglaševanjem družbene odgovornosti Zavarovalnice, kar lahko vsak dan zasledimo tudi na televizijskih zaslonih.

Da Zavarovalnica Triglav, d.d., resno obravnava družbeno odgovornost, je bilo dokazano s tem, da so družbeno odgovornost vključili v strategijo podjetja. V sodelovanje so vključili so tudi zaposlene in jim podarili steklenice za vodo z vgraviranim lastnim imenom. Vsako leto omogočijo tudi ogled poletov v Planici vsaj 3.000 otrokom. Vsi omenjeni primeri in še mnogi drugi trdijo v prid postavljeni hipotezi.

Druga hipoteza: »Zavarovalnica Triglav, d.d., svojo družbeno odgovorno ravnanje ciljno usmerja,« tudi popolnoma drži. Zavarovalnica Triglav, d.d., namenoma daje več sredstev določenim izbranim področjem. Primer ciljno usmerjenega družbenega ravnanja je, da dajejo največ sponzorskih sredstev športu, najmanj pa jih porabijo za okolje. To sem prikazala že pri predstavitvi družbene odgovornosti Zavarovalnice Triglav, d.d., z grafikonom 2.

Tretjo hipotezo: »Zavarovalnica Triglav, d.d., vsako leto nameni več sredstev za določen tip aktivnosti družbene odgovornosti,« lahko na podlagi razpoložljivih podatkov iz letnih poročil zavrnem, saj sredstva vsako leto nihajo in ne naraščajo, kot to trdi hipoteza. Primer sta grafikon 1, ki prikazuje sredstva za preventivne dejavnosti, in tabela 4, ki prikazuje sredstva, namenjena sponzorstvu in donacijam.

Četrta hipoteza se glasi: »Glavni namen družbeno odgovornega ravnanja v Zavarovalnici Triglav, d.d., ni v povečanju prodaje.« Pri tej hipotezi lahko sklepamo, da če pri Zavarovalnici Triglav, d.d., namenjajo denar primarno za dejavnosti, ki so usmerjene v njihove stranke oz. potencialne stranke, potem se smatra, da je glavni namen delovanja povečanje prodaje. Vendar lahko to hipotezo glede na aktivnosti družbeno odgovornega ravnanja zavrremo, saj te aktivnosti večinoma niso usmerjene v prodajo. Če navedem primere s prakse:

Po močnih neurjih je Zavarovalnica Triglav, d.d., v Ljubljani in Bovcu postavila mobilne cenilne enote (MCE) za hiter ogled in cenitev zlasti avtomobilskih škod (Zavarovalnica Triglav, d.d., 2013).

Pri Zavarovalnici Triglav, d.d., izvajajo tudi izobraževalne treninge varne vožnje za starejše in tudi za mlade voznike. Mladi vozniki, ki opravijo zakonsko predpisan program usposabljanja za voznika začetnika, se namreč lahko dodatno udeležijo programa. Opravljena delavnica je osnova za znižanje doplačila na zavarovalno premijo avtomobilskih zavarovanj za mlade voznike (s 30 na pet odstotkov, 537 zavarovalnih polic) (Zavarovalnica Triglav, d.d., 2013).

Zgoraj sta navedena le dva primera, kjer gre za povečevanje prodaje. Večina projektov nima tega namena in je namenjena v dobro ljudi, družbe in narave.

Primeri s prakse:

V Zavarovalnici Triglav, d.d., so razvili novo mobilno aplikacijo »Triglav Toča« za ažurno opozarjanje pred nevarnostjo toče. V letu 2012 so sofinancirali nakup gasilskih vozil in opreme več kot 100 gasilskim društvom in zvezam. V sklopu projekta »Otroci Triglava – Brezskrbni v igri, povezani z naravo« so v sodelovanju z občinami in lokalnimi skupnostmi

prenovili štiri otroška igrišča. Pripravili so tudi odmevni prvi »Triglav tek«, kjer so tekli za dober namen in zbrana sredstva donirali Pediatrični kliniki za nakup kardiološke sonde za novorojenčke. To je le nekaj od mnogih primerov. Zavarovalnica Triglav, d.d., je res zelo aktivna na mnogih področjih in upam, da bo tako tradicijo nadaljevala še naprej, saj smo vsi državljani ponosni, da smo lahko del te uspešne zgodbe.

Peta hipoteza se glasi: »Družbeno odgovorne aktivnosti Zavarovalnice Triglav, d.d., so primerljive z drugimi podjetji, tako slovenskimi kot mednarodnimi.« To hipotezo lahko v celoti potrdim, saj so aktivnosti zelo primerljive s tistimi pri Zavarovalnici Maribor in Zavarovalnici Wiener Stätische. V poglavju 5.3 sem aktivnosti primerjala tudi v tabeli, kjer se dobro vidi, koliko podobnih akcij ima Zavarovalnica Triglav, d.d., v primerjavi s primerjanima podjetjema.

Pri pisanju diplomskega dela sem se soočala z več omejitvami, med drugim s težko dostopnimi podatki o družbeno odgovornih aktivnostih, saj nisem uspela dobiti podatkov, ki bi jih želela. Edini dostopni podatki so bili tisti v letnih poročilih. Podjetjem zato predlagam, naj v svojih letnih poročilih zapišejo čim več. S tem bodo javnosti omogočila, da izve več o družbeni odgovornosti v njihovem podjetju.

LITERATURA IN VIRI

LITERATURA

- Dolar, Kaja (2010). *Družbeno odgovorno podjetje in družbeno poročanje*. Ekonomska fakulteta, Ljubljana.
- Drevenšek, Mojca (2006). Korporativna družbena odgovornost in vloga kadrovskih managerjev. *HRM: strokovna revija za ravnanje z ljudmi pri delu*. Letn.4, št. 12, str. 20.
- Frederick C. W., Davis, K. & Post, E. J. (1988). *Business and society: Corporate strategy, public policy, ethics*. McGraw-Hill Publishing Company. 6th ed.
- Friedman, Milton (1970). The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits. *The New York Times Magazine*. Letnik 32, št. 13, str. 173–178.
- Jaklič, Marko (1999). *Poslovno okolje podjetja*. Ekonomska fakulteta, Ljubljana.
- Knez - Riedl Jožica (2002). Družbena odgovornost malih in srednje velikih podjetij. V: Rebernik, Miroslav in dr. (ur.): *Prenos novosti v podjetniško prakso : zbornik / 23. posvetovanje PODIM*. Ekonomsko-poslovna fakulteta, Inštitut za podjetništvo in management malih podjetij, Maribor, str. 94-95.
- Knez Riedl, Jožica (2007). *Standardi družbene odgovornosti*. Priročnik MSP.
- Kraševac A. (2003). *Računovodstvo družbene odgovornosti podjetja*. Diplomsko delo. Ekonomska fakulteta, Ljubljana.
- Mcalister, Debbie Thorne (2003). *Business and society: A strategic approach to corporate citizenship*. Houghton Mifflin, Boston.
- Meško, Maja (2011). *Družbena odgovornost organizacije*. Visokošolski učbenik z recenzijo, Zavod za varstvene strategije pri Univerzi v Mariboru, Ljubljana.
- Pavlin , Barbara (2009). *Družbena odgovornost farmacevtskih podjetij*. Delo, Ljubljana.
- Pavlin B. (2013). Družbeno odgovorna podjetja dolgoročno zagotovilo uspeha. Privzeto 20.4.2014 iz: <http://www.delo.si/gospodarstvo/posel/druzbeno-odgovorna-podjetja-dolgorocno-zagotovilo-uspeha.html>
- Pevcin, Primož (2011). *Ekonomika javnih podjetij in zavodov*. Fakulteta za upravo, Ljubljana.
- Smith Craig N. (1990). *Morality and the Market: Consumer pressure for corporate Accountability*. Routledge, London.
- Štoka Debevec, M. (2008). *Pregled dogajanj na področju družbene odgovornosti v Evropski uniji*. Mednarodna konferenca Družbena odgovornost in izzivi časa 2008. IRDO – Inštitut za razvoj družbene odgovornosti, Maribor.
- Triglav (2014). Politika upravljanja Zavarovalnice Triglav, d.d. Privzeto 2.5.2014 iz: http://seonet.ljse.si/?doc_id=54235

VIRI

6. Konferenca kakovosti (2005). Družbena odgovornost- danes, jutri?. Društvo za kakovost in ravnanje z okoljem: GZS, Savinjsko šaleška območna zbornica, Velenje. Privzeto 18.4.2014 iz: http://www.osha.mdsz.gov.si/resources/files/pdf/ZBORNIK_REFERATOV-do_me_eu_in_regijo.pdf

Ekvilib Inštitut (2014). Orodja družbene odgovornosti in trajnostnega poslovanja: Predstavitev standarda ISO 26000 Privzeto 24.4.2014 iz: http://www.ekvilib.org/images/stories/trajnostno_poslovanje_DOP/mednarodni%20standard%20iso%2026000.pdf

Ekvilib Inštitut (2014a). Mednarodni standard družbene odgovornosti ISO 26000. Privzeto 24.4.2014 iz: http://www.ekvilib.org/images/stories/trajnostno_poslovanje_DOP/standard_iso_26000_in_izobrazevanja.pdf

European Commission (2001). Green paper: Promoting a European framework for Corporate Social Responsibility. Privzeto 17.6.2014 iz: http://ec.europa.eu/consumers/policy/developments/fair_comm_pract/fair_comm_reenpa_p_en.pdf

Evropska komisija (2001). *Green paper: promoting a EU framework for corporate social responsibility*. Brussels.

Fras in dr. (2007). Uvajanje družbene odgovornosti v poslovno prakso malih in srednje velikih podjetij v Sloveniji: priročnik s primeri dobre prakse. Gospodarska zbornica Slovenije, Maribor.

Triglav (2014). Zgodovina Zavarovalnice Triglav– 110 let tradicije. Triglav. Privzeto 19.6.2013 iz: http://www.triglav.eu/sl/o_skupini/zgodovina/

Triglav (2014a). O družbi. Triglav. Privzeto 19.4.2014 iz: http://www.triglav.si/o_druzbi

Triglav (2014b). Strategija poslovanja. Triglav. Privzeto 30.4.2014 iz: http://www.triglav.eu/sl/o_skupini/strategija/

Triglav (2014c). Varstvo pred dejavniki narave. Triglav. Privzeto 15.5.2014 iz: http://www.triglav.eu/sl/druzbeno_odgovornost/preventivne_dejavnosti/obramba_pred_dejavniki_narave

Triglav (2014č). Prometna varnost. Triglav. Privzeto 17.5.2014 iz: http://www.triglav.eu/sl/druzbeno_odgovornost/preventivne_dejavnosti/prometna_varnost

Triglav (2014d). Požarna varnost. Triglav. Privzeto 20.5.2014 iz: http://www.triglav.eu/sl/druzbeno_odgovornost/preventivne_dejavnosti/pozarna_varnost/

Triglav (2014e). Odgovornost do okolja. Triglav. Privzeto 17.5.2014 iz: http://www.triglav.eu/sl/druzbeno_odgovornost/odgovorno_poslovanje/okoljski_vplivi

Triglav (2014f). Bonitetna ocena. Triglav. Privzeto 20.6.2014 iz: http://www.triglav.eu/sl/odnosi_z_vlagatelji/bonitetna_ocena/

ZM (2014). Družbena odgovornost. Zavarovalnica Maribor. Privzeto 25.5.2014 iz: <http://www.zav-mb.si/o-podjetju/druzbeno-odgovornost/>

ZM (2014a). Zaposlovanje. Zavarovalnica Maribor. Privzeto 26.5.2014 iz: <http://www.zav-mb.si/o-podjetju/zaposlovanje/>

Zavarovalnica Maribor, d.d. (april, 2010). Letno poročilo Zavarovalnice Maribor d.d. 2009. Privzeto 8.6.2014 iz: http://www.zav-mb.si/uploads/media/Letno_porocilo_2009_revidirano_01.pdf

Zavarovalnica Maribor, d.d. (april, 2014). Letno poročilo Zavarovalnice Maribor d.d. 2013. Privzeto 7.6.2014 iz: http://www.zav-mb.si/uploads/media/Letno_porocilo_ZM_za_2013.pdf

Zavarovalnica Maribor, d.d. (marec, 2013). Letno poročilo Zavarovalnice Maribor d.d. 2012. Privzeto 25.5.2014 iz: http://www.zav-mb.si/uploads/media/Letno_porocilo_2012_lektorirano_23.4.2013.pdf

Wiener Statische (februar, 2013). Liveability report 2012. Privzeto 24.6.2014 iz: http://www.wienerstaedtsche.at/fileadmin/user_upload/Presse/Mediathek/Publikationen/Liveability_Report_2012_EN.pdf

Wiener Statische zavarovalnica (junij, 2014). Skupina Vienna Insurance Group. Privzeto 21.6.2014 iz: <http://www.wienerstaedtsche.si/2/skupina-vig/>

Zavarovalnica Triglav, d.d., (marec 2013). Revidirano letno poročilo za poslovno leto, ki se je zaključilo 31. decembra 2012. Privzeto 19.5.2014 iz: http://www.triglav.eu/d8ef2da8-934b-4f10-bf70-384d33804eb7/Letno_Porocilo_ZT_2012.pdf?MOD=AJPERES&CONVERT_TO=url&CACHEID=d8ef2da8-934b-4f10-bf70-384d33804eb7

Zavarovalnica Triglav, d.d., (marec 2014). Revidirano letno poročilo za poslovno leto, ki se je zaključilo 31. decembra 2013. Privzeto 2.5.2014 iz: http://www.triglav.eu/9ba7c398-d1fd-4e48-9888-7ce15593f55d/Revidirano+letno+poro%C4%8Dilo+Zavarovalnice+Triglav%2C+d.d.+za+poslovno+leto+2013.pdf?MOD=AJPERES&CONVERT_TO=url&CACHEID=9ba7c398-d1fd-4e48-9888-7ce15593f55d