

UNIVERZA V LJUBLJANI  
EKONOMSKA FAKULTETA

ZAKLJUČNA STROKOVNA NALOGA VISOKE POSLOVNE ŠOLE  
**ANALIZA DRUŽBENE ODGOVORNOSTI SLOVENSКИH BANK**

Ljubljana, maj 2025

HANA KALUŽA

## IZJAVA O AVTORSTVU

Podpisana Hana Kaluža, študentka Univerze v Ljubljani Ekonomske fakultete, avtorica predloženega dela z naslovom Analiza družbene odgovornosti slovenskih bank, pripravljene v sodelovanju z mentorico asist. dr. Barbaro Hvalič Erzetič

### IZJAVLJAM

1. da sem predloženo delo pripravila samostojno;
2. da je tiskana oblika predloženega dela istovetna njegovi elektronski obliki;
3. da je besedilo predloženega dela jezikovno korektno in tehnično pripravljeno v skladu z Navodili za izdelavo pisnih del UL EF, kar pomeni, da sem poskrbela, da so dela in mnenja drugih avtorjev oziroma avtoric, ki jih uporabljam oziroma navajam v besedilu, citirana oziroma povzeta v skladu z Navodili za izdelavo pisnih del UL EF;
4. da se zavedam, da je plagiatstvo – predstavljanje tujih del (v pisni ali grafični obliki) kot mojih lastnih – kaznivo po Kazenskem zakoniku Republike Slovenije;
5. da se zavedam posledic, ki bi jih na osnovi predloženega dela dokazano plagiatstvo lahko predstavljalo za moj status na Univerzi v Ljubljani Ekonomski fakulteti v skladu z relevantnim pravilnikom;
6. da sem pridobila vsa potrebna dovoljenja za uporabo podatkov in avtorskih del v predloženem delu in jih v njem jasno označila;
7. da sem pri pripravi predloženega dela ravnala v skladu z etičnimi načeli in, kjer je to potrebno, za raziskavo pridobila soglasje etične komisije;
8. da soglašam, da se elektronska oblika predloženega dela uporabi za preverjanje podobnosti vsebine z drugimi deli s programsko opremo za preverjanje podobnosti vsebine, ki je povezana s študijskim informacijskim sistemom članice;
9. da na Univerzo v Ljubljani neodplačno, neizključno, prostorsko in časovno neomejeno prenašam pravico shranitve predloženega dela v elektronski obliki, pravico reproduciranja ter pravico dajanja predloženega dela na voljo javnosti na svetovnem spletu preko Repozitorija Univerze v Ljubljani;
10. da hkrati z objavo predloženega dela dovoljujem objavo svojih osebnih podatkov, ki so navedeni v njem in v tej izjavi;
11. da sem preverila verodostojnost informacij, ki izhajajo iz zapisov na podlagi uporabe orodij umetne inteligence.

V Ljubljani, dne 08. 05. 2025

Podpis študentke: 

## POVZETEK

Banka je nevladna ustanova, ki deluje kot nadzorni organ slovenskega bančnega sistema in si prizadeva za uresničevanje ciljev v širšem družbenem interesu. Za uspešno delovanje organizacije je pomembno opravljanje kakovostnih finančnih storitev, zaupanje in naklonjenost potrošnikov ter države. Poleg tega igra pomembno vlogo pri stabilnosti gospodarstva in razvoju lokalnih skupnosti. V zaključni strokovni nalogi so predstavljene ugotovitve o družbeni odgovornosti in trajnostnem razvoju slovenskih bank. Rezultati opravljene analize so pokazali, da banke aktivno vključujejo trajnostna načela in visoko stopnjo družbene odgovornosti v svojo strategijo poslovanja. To dokazujejo z različnimi pobudami, kot so podpiranje in financiranje projektov, skrb za zaposlene, sodelovanje v koristnih akcijah ipd. Banke s svojim delovanjem prispevajo k izboljšanju kakovosti življenja, ekonomski stabilnosti in varovanju okolja.

**KLJUČNE BESEDE:** družbena odgovornost bank, trajnostni razvoj, poročanje, strategija, okoljska in družbena odgovornost

## CILJI TRAJNOSTNEGA RAZVOJA



## ABSTRACT

A bank is a non-governmental institution that functions as a supervisory authority within the Slovenian banking system and aims to pursue objectives that serve the broader public interest. For an organization to operate successfully, it is essential to provide high-quality financial services, build trust and loyalty among consumers, and maintain the confidence of the state. In addition, banks play a key role in ensuring economic stability and supporting the development of local communities. This professional assignment presents findings on the corporate social responsibility and sustainable development of Slovenian banks. The results of the analysis show that banks actively incorporate sustainability principles and a high level of social responsibility into their business strategies. This is reflected in various initiatives, such as supporting and financing projects, caring for employees, and participating in socially beneficial activities. Through these efforts, banks contribute to improving the quality of life, economic stability, and environmental protection.

**KEY WORDS:** corporate social responsibility of banks, sustainable development, reporting, strategy, environmental and social responsibility

## SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS





# KAZALO

<b>1</b>	<b>UVOD</b> .....	<b>1</b>
<b>2</b>	<b>KONCEPT DRUŽBENE ODGOVORNOSTI</b> .....	<b>2</b>
2.1	Opredelitev in razvoj družbene odgovornosti.....	2
2.2	Družbeno odgovorno upravljanje .....	3
2.3	Zgodovina družbene odgovornosti .....	3
2.4	Modeli družbene odgovornosti .....	4
2.5	Stopnje družbene odgovornosti .....	5
<b>3</b>	<b>UVAJANJE DRUŽBENE ODGOVORNOSTI V PODJETJE</b> .....	<b>6</b>
3.1	Družbena odgovornost podjetij in njen vpliv na konkurenčnost in trajnostni razvoj .....	6
3.2	Koraki uvajanja družbene odgovornosti v podjetju .....	7
<b>4</b>	<b>OPREDELITEV TRAJNOSTNEGA RAZVOJA</b> .....	<b>7</b>
4.1	Trinogi model trajnosti .....	9
4.2	Strategija trajnostne rasti .....	9
4.3	Dejavniki rasti .....	9
<b>5</b>	<b>POROČANJE O DRUŽBENI ODGOVORNOSTI</b> .....	<b>10</b>
5.1	Razlogi za poročanje o družbeni odgovornosti .....	11
5.2	Oblike poročanja družbene odgovornosti .....	12
<b>6</b>	<b>EMPIRIČNA RAZISKAVA O DRUŽBENI ODGOVORNOSTI</b> .....	<b>13</b>
6.1	Namen in cilj raziskave .....	13
6.2	Metodološke osnove .....	13
6.3	Omejitve in izzivi raziskave .....	13
6.4	Metode zbiranja podatkov .....	13
6.5	Splošno o bankah v Sloveniji .....	14
6.6	Kratka predstavitev intervjuvanih bank .....	15
6.7	Predstavitev izhodišč in vprašanj, zastavljenih v intervjuju .....	16
6.8	Povzetki intervjujev .....	16
6.8.1	OTP banka d. d. ....	16
6.8.2	Banka Intesa Sanpaolo d. d.....	18
6.8.3	Deželna banka Slovenije .....	19
6.8.4	Primorska delavska hranilnica Vipava .....	20

<b>6.9</b>	<b>Ugotovitve izvedenih intervjujev .....</b>	<b>21</b>
<b>6.10</b>	<b>Pregled stopnje družbene odgovornosti slovenskih bank – analiza letnih poročil.....</b>	<b>22</b>
<b>7</b>	<b>SKLEP .....</b>	<b>24</b>
	<b>SEZNAM KLJUČNE LITERATURE .....</b>	<b>24</b>
	<b>LITERATURA IN VIRI.....</b>	<b>24</b>
	<b>PRILOGA .....</b>	<b>27</b>

## **KAZALO TABEL**

Tabela 1:	Bilančna vsota slovenskih bank .....	14
-----------	--------------------------------------	----

## **KAZALO SLIK**

Slika 1:	Piramida družbene odgovornosti .....	6
Slika 2:	Kazalniki ciljev trajnostnega razvoja.....	8

## **KAZALO PRILOG**

Priloga 1:	Vprašalnik – družbena odgovornost banke .....	1
------------	-----------------------------------------------	---

## **SEZNAM KRATIC**

angl. – angleško

**COVID-19** – (angl. coronavirus disease 2019); koronavirus bolezen 2019

**EU** – (angl. European Union); Evropska unija

# 1 UVOD

Primarni cilj poslovanja večine podjetij je ustvarjanje dobička, pri čemer se podjetje odloča za različne načine in strategije poslovanja. Za uspeh so ključne naložbe v rast, strokovno usposobljen kader in drugi ključni dejavniki. Za uspešno delovanje podjetij je pomembno, da se zavedajo svojega položaja na trgu in prilagajajo svoje strategije.

V zaključni strokovni nalogi sem se osredotočila na družbeno odgovornost slovenskih bank in njihov prispevek k trajnostnemu razvoju. Banke predstavljajo povezovalni člen med gospodinjstvi in podjetji, saj uporabljajo pretok denarnih sredstev in informacij. Zaupanje v finančne institucije je ključno za uspešno poslovanje. Trajnostni razvoj, ki velja za enega osrednjih ciljev Evropske unije in mednarodne skupnosti, podjetjem prinaša pozitiven ugled in konkurenčno prednost.

Družbena odgovornost se je začela razvijati v začetku 20. stoletja kot odziv na pomanjkanje zavedanja negativnih posledic dolgoročnega poslovanja na trgu. Danes odgovornost za trajnostni razvoj nosijo podjetja, finančne institucije in tudi posamezniki. Banke kot glavno financiranje virov podjetij in posameznikov igrajo ključno vlogo pri zagotavljanju družbene odgovornosti. Poročanje o družbeni odgovornosti bank in podjetij ne prinaša le skladnosti z regulativo, temveč tudi dodatne koristi, ki tako povečajo zaupanje strank in dolgoročno uspešnost.

Za to temo sem se odločila, ker je družbena odgovornost aktualna in pomembna v današnjem času. Poleg tega predstavlja konkurenčno prednost ter prispeva k uspešnemu poslovanju podjetij in finančnih institucij. Namen naloge je raziskati družbeno odgovornost slovenskih bank. Preučevala sem, v kolikšni meri banke poročajo o svoji družbeni odgovornosti, ali jo dejansko vsakodnevno udejanjajo ter ali lastniška struktura banke vpliva na njihovo družbeno odgovornost. Pričakovala sem, da so večje banke bolj družbeno odgovorne kot manjše.

Zaključno strokovno delo je namenjeno predvsem službam, ki se ukvarjajo s pripravo letnih poročil, službam kontrolinga in službam v banki. Bralec dela se lahko seznaní z vedno večjo pomembnostjo tega celovitega pojmovanja uspešnosti podjetja in spozna, kako pomembno je poročanje o družbeno odgovornem ravnanju.

Cilj raziskovalne naloge je ugotoviti povezavo med uspešnostjo in stopnjo družbene odgovornosti banke. Stopnjo družbene odgovornosti sem ocenjevala s pomočjo kvalitativne raziskave, ki vključuje primerjavo vseh slovenskih bank. Ugotovitvena raziskava je potekala v dveh fazah: najprej sem ugotavljala, katere dejavnike družbene odgovornosti posamezna banka izpolnjuje, nato pa pripravila skupno oceno njihove stopnje družbene odgovornosti.

V uvodnem delu je predstavljena osnovna problematika, namen, cilji in metode, ki so uporabljene. Prvo poglavje opredeljuje družbeno odgovornost, zgodovino družbene odgovornosti, različne opredelitve in stopnje družbene odgovornosti.. Sledi poglavje o konceptu trajnostnega razvoja, njegove sestavine in povežava z družbeno odgovornostjo. V nadaljevanju je opis poročanja družbene odgovornosti, načini, načela in motivi, zakaj se odločiti za družbeno odgovornost. Četrto, najpomembnejše poglavje predstavlja raziskovalni del naloge in vključuje analizo družbene odgovornosti bank v Sloveniji ter ugotovitve.

## **2 KONCEPT DRUŽBENE ODGOVORNOSTI**

### **2.1 Opredelitev in razvoj družbene odgovornosti**

Družbena odgovornost institucij je v zadnjih nekaj letih postala glavna tema v razvitem delu svetovnega gospodarstva. Predstavlja ključni dejavnik uspeha sodobnih organizacij, saj na dolgoročni rok potrebujejo sistematičen in strateški pristop. Organizacije niso popolnoma neodvisne od okolja, ampak delujejo znotraj socialnega okvira in pod vplivom države ter skupnosti (Bertoncelj in drugi, 2011).

Družbeno odgovorno poslovanje in etično ravnanje podjetij sta že več let pomembna tema izobraževanja. Najprej je bil poudarek predvsem na velikih podjetjih, medtem ko so majhna in srednje velika podjetja pogosto ostajala v ozadju raziskav (Močnik, D, 2016).

Splošno sprejeta predpostavka na področju družbene odgovornosti je, da lahko različne oblike družbeno odgovornih praks podjetnikov in managementa, usmerjene k različnim ciljnim skupinam, prispevajo k izboljšanju konkurenčne prednosti podjetja. Tako družbena odgovornost ni pomembna le za velike organizacije, temveč tudi za manjše, ki predstavljajo večino vseh podjetij tako v Sloveniji kot po svetu (Močnik in drugi, 2016).

Pri razpravi o družbeni odgovornosti podjetij se pogosto soočimo z dvema nasprotnima pogledoma. Prvi trdi, da so podjetja izključno usmerjena v dobiček in da je družbena odgovornost zgolj namišljen koncept. Drugi pogled pa poudarja, da smo priča razvoju humanih korporacij, kjer se podjetja vse bolj ocenjujejo glede na njihovo prispevanje k družbi in trajnostnemu razvoju. Resničnost pa se nahaja nekje vmes – podjetja se namreč aktivno vključujejo v reševanje družbenih problemov, trajnostno porabo in sledijo družbenim vrednotam (Močnik in drugi, 2016).

Družbena odgovornost se lahko deli v štiri skupine (Bertoncelj in drugi, 2011):

- instrumentalne poudarjajo, da je glavna naloga organizacij povečevanje vrednosti premoženja, pri čemer upoštevajo le ekonomski vidik,

- politične izpostavljajo družbeno moč organizacij, zlasti tisto, ki izhaja iz njihovih odnosov s širšo skupnostjo,
- integrativne temeljijo na prepričanju, da morajo managerji v poslovne odločitve vključevati družbene potrebe, saj sta poslovanje in rast organizacije neposredno odvisna od družbe in okolja,
- etične izhajajo iz načela, da mora biti odnos organizacije do družbenega okolja oblikovan z etičnimi vrednotami. Družbena odgovornost organizacije je predvsem moralna dolžnost, ki jo je treba upoštevati.

Najdaljšo tradicijo med omenjenimi opredelitvami imajo instrumentalne opredelitve, ki so v praksi tudi najbolj uveljavljene. V sodobnem poslovnem okolju vse bolj prevladuje ustvarjanje ekonomske vrednosti. Čeprav nekateri managerji izražajo zanimanje za podporo lokalnim skupnostim in širši družbi ter sodelujejo v filantropskih dejavnostih, še vedno prevladuje prepričanje, da je družbena odgovornost upravičena predvsem takrat, ko služi kot strateško orodje za doseganje ekonomskih ciljev in povečevanje vrednosti organizacije (Bertoncelj in drugi, 2011).

Če se povzame, koncept družbene odgovornosti pomeni trajnostno usmerjeno delovanje organizacije, ki prispeva k izboljšanju družbe. Pri tem organizacija upošteva interese vseh udeležencev in lastne cilje, vključno z ustvarjanjem dobička (Bertoncelj in drugi, 2011).

## **2.2 Družbeno odgovorno upravljanje**

Družbeno odgovorno upravljanje je način upravljanja družbe, pri katerem se uresničujejo socialni cilji, poleg gospodarskega razvoja na družbeni ravni. Družbeno odgovorno je takšno upravljanje ki socialne posledice obravnava enako pomembno kot ekonomske. Prav tako del gospodarske rasti na ravni nacionalnega gospodarstva namenja za družbeno blaginjo, boljše življenje ljudi in socialni razvoj (Bohinc, 2016).

Sodobno družbeno upravljanje predstavlja inovativen pristop k družbenemu in korporativnemu vodenju, ki temelji na treh ključnih mehanizmih: korporativni družbeni odgovornosti, ekonomski deklaraciji in socialni ekonomiji. Ti mehanizmi so danes večinoma uveljavljeni na prostovoljni ravni, vendar družbeno odgovorno upravljanje zahteva njihovo polno uveljavitev. To pomeni prehod z načela prostovoljnosti na vzpostavitev zavezujočih pravnih okvirov za družbeno in korporativno upravljanje (Bohinc, 2016).

## **2.3 Zgodovina družbene odgovornosti**

Razvoj družbene odgovornosti skozi zgodovino je potekal v več ključnih fazah.

Prva faza, znana kot »management za maksimizacijo dobička«, je zaznamovala konec 19. in začetek 20. stoletja, ko so podjetja delovala predvsem z namenom ustvarjanja dobička. Druga faza, imenovana »skrbniški management«, se je pojavila v 20. letih 20. stoletja kot

odziv na družbene spremembe. Poleg zagotavljanja dobička za lastnike so managerji prevzeli odgovornost tudi do uporabnikov, zaposlenih in širše družbe (Močnik in drugi, 2016).

V 30. letih 20. stoletja je sledilo »korporativno obdobje«, v katerem so korporacije začeli obravnavati kot institucije z obveznostmi do družbe. Okrog leta 1950 je nastopila četrta faza, imenovana »management za kakovost življenja«. V tem obdobju so podjetja začela prevzemati večjo družbeno odgovornost in upoštevati širše družbene interese pri svojih odločitvah (Močnik in drugi, 2016).

Sodobni koncept družbene odgovornosti kot je poznan danes, se je oblikoval v 20. in 21. stoletju. Zajema celotno družbeno strukturo in odpira razprave o različnih ravneh odgovornosti podjetij. Pojem družbene odgovornosti je skozi čas postajal vse bolj kompleksen in vključuje številne vidike družbenega in poslovnega okolja (Močnik in drugi, 2016).

Velik del literature o družbeni odgovornosti izhaja iz Združenih držav Amerike. Med najpomembnejšimi deli je knjiga z naslovom *Social Responsibilities of Businessman* avtorja Howarda R. Bowena, napisana leta 1953. To delo velja za prvo celovito razpravo o poslovni etiki in družbeni odgovornosti. Bowen je zagovarjal stališče, da mora podjetja pri svojem poslovanju voditi družbena odgovornost, saj imajo kot ključni centri moči velik vpliv na različne vidike človekovega življenja. Njegovo delo je temelj koncepta družbene odgovornosti podjetij in še danes služi kot pomembno izhodišče za raziskovanje etičnih vprašanj v poslovnem svetu (Močnik in drugi, 2016).

## **2.4 Modeli družbene odgovornosti**

Vidik družbene odgovornosti je mogoče prepoznati v številnih teoretičnih okvirih, pri čemer je najpogosteje omenjena teorija deležnikov. Ta se je razvila v drugi polovici 20. stoletja in temelji na predpostavki, da je podjetje neločljiv del družbe, zato mora z njo neprestano sodelovati, da bi zagotovilo svoj obstoj in razvoj. Po tej teoriji podjetje upošteva interese različnih skupin, s katerimi je povezano in ki nanj vplivajo, hkrati pa tudi samo vpliva nanje. Deležniki so sestavljeni iz različnih interesnih skupin. Te skupine se običajno delijo na primarne in sekundarne ter na notranje in zunanje deležnike, odvisno od njihovega vpliva (Bertoncelj in drugi, 2011).

Primarni deležniki so tisti, ki so bistveni za obstoj in delovanje podjetja. Sem sodijo zaposleni, lastniki, odjemalci, konkurenti in posojilodajalci, saj so neposredno vključeni v poslovne procese podjetja. Sekundarni deležniki pa niso neposredno vključeni v transakcije s podjetjem, vendar nanj vplivajo posredno, prav tako pa podjetje vpliva na njih. Med sekundarne deležnike spadajo lokalna skupnost, vlada, javnost in mediji (Bertoncelj in drugi, 2011).

Razdelitev deležnikov na notranje in zunanje temelji na mejah podjetja. Notranji deležniki so povezani z notranjimi vidiki podjetja, kot so upravljanje človeških virov, zagotavljanje zdravja in varnosti pri delu, upravljanje naravnih virov ter vlaganje v intelektualni kapital. Zunanji deležniki pa se nanašajo na zunanje vidike delovanja podjetja. Sem spadajo poslovni partnerji, dobavitelji, potrošniki, vlagatelji in pa tudi skrb za naravno okolje in spoštovanje človekovih pravic (Bertoncelj in drugi, 2011).

## **2.5 Stopnje družbene odgovornosti**

V poslovni praksi lahko podjetja dosegajo različne stopnje družbene odgovornosti, kar ponazarja Carrollova piramida družbene odgovornosti, razdeljena na štiri ravni, predstavljena na sliki 1. Razporejene so po vrstnem redu glede na tradicionalno ukvarjanje managerjev s posameznimi področji. Odgovornosti so razvrščene od tistih, ki so usmerjene v notranjost organizacije, do tistih, ki so usmerjene navzven, proti zunanjim deležnikom (Bertoncelj in drugi, 2011).

Prva raven je ekonomska, ki predstavlja obveznost podjetja in se osredotoča na ustvarjanje dobička. S tako dejavnostjo si organizacija omogoča obstoj. Glavni deležniki so lastniki, pri čemer podjetja sledijo ciljem, kot so maksimizacija vrednosti podjetja, minimiziranje stroškov, zagotavljanje dobičkonosnosti, odgovorno sprejemanje strateških odločitev in povečevanje skupne vrednosti podjetja (Bertoncelj in drugi, 2011).

Druga raven je zakonska, ki je obvezna v poslovanju in temelji na spoštovanju zakonov, predpisov in drugih postavljenih pravilih. Ključni deležniki so zaposleni, podjetja pa morajo zagotavljati skladnost z zakonodajo, vključno z okoljevarstvenimi predpisi, zaščito potrošnikov, enakopravnostjo spolov, tehničnimi standardi in izpolnjevanjem pogodbenih obveznosti (Bertoncelj in drugi, 2011).

Tretja raven je etična, ki je prav tako prostovoljna, zajema vedenje, ki ni zapisano v zakonih, ampak ga pričakuje družba. Zato morajo organizacije najprej poznati interese in pričakovanja v družbi ter ravnati skladno s temi pričakovanji. Osredotoča se na etičnost in načelnost poslovanja. Glavni deležniki so odjemalci, podjetja pa na tej ravni izkazujejo odgovornost z izogibanjem dvomljivim praksam, spoštovanjem zakonodaje in uvajanjem ter izvajanjem etičnih načel v poslovanju. Etično odločanje zajema enakopravnost, poštenost in individualno obravnavanje posameznikov (Bertoncelj in drugi, 2011).

Četrta raven je filantropska, ki je za družbo zaželena in temelji na prostovoljnosti. Tukaj gre za dobrodelno pomoč in druge akcije, od katerih se ne pričakuje nobene koristi. Njeno glavno vodilo je izboljševanje kakovosti življenja. Med ključne deležnike na tej ravni spada skupnost, pri čemer podjetja sodelujejo v prostovoljnih dejavnostih, donacijah, sponzorstvih in programih za podporo lokalni skupnosti. Organizacija želi dati družbeni prispevek, ki ga ne spodbujajo ekonomski, pravni ali etični vzgibi. Filantropska odgovornost je najvišje

merilo družbene odgovornosti, ki presega družbena pričakovanja in močno pripomore k družbeni blaginji (Bertoncelj in drugi, 2011).

*Slika 1: Piramida družbene odgovornosti*



*Vir: Beroncelj in drugi (2011).*

### **3 UVAJANJE DRUŽBENE ODGOVORNOSTI V PODJETJE**

#### **3.1 Družbena odgovornost podjetij in njen vpliv na konkurenčnost in trajnostni razvoj**

Organizacije po vsem svetu se soočajo z naraščujočim pritiskom, da se odločijo za okolju prijazne prakse in prispevajo k izboljšanju družbe in blaginje ljudi. Družbena odgovornost se osredotoča na dolgoročno trajnost podjetij, doseganje poslovnih ciljev in uspeha, ohranjanje etičnih vrednot ter skrb, da njihove dejavnosti ne škodujejo okolju (Abbas, 2025).

Družbena odgovornost podjetij pomembno prispeva k uresničevanju ciljev, ki jih je zastavila Evropska unija. Njena vloga je ključna pri krepitevi konkurenčnosti, spodbujanju poslovne odličnosti ter oblikovanju trajnostne družbe. Skozi družbeno odgovorno poslovanje lahko podjetje izboljša svoj konkurenčni položaj, kar pozitivno vpliva tudi na razvoj lokalnih in regionalnih skupnosti ter držav v celotni EU (Inštitut za razvoj družbene odgovornosti, brez datuma).

Kot ključne pozitivne učinke družbene odgovornosti lahko navedmo povečano motivacijo zaposlenih, boljše odnose s skupnostjo, učinkovitejše upravljanje virov ter izboljšanje poslovnih rezultatov. Evropska komisija ima pri spodbujanju družbene odgovornosti podjetij aktivno vlogo, saj se zaveda, da je pomemben dejavnik za trajnostni razvoj (Inštitut za razvoj družbene odgovornosti, brez datuma).

Temeljni dokument za aktivnosti na področju družbene odgovornosti EU predstavlja Lizbonska strategija, v okviru te pa Zeleni dokument, ki ga je Evropska komisija objavila

leta 2001. Oktobra 2002 je Evropska komisija objavila multi-deležniški forum na temo družbene odgovornosti podjetij. Drugi del komuniciranja je bil objavljen marca 2006, za tem pa so sprejeli še resolucijo o družbeni odgovornosti. Vlaganje v družbeno odgovorne poslovne prakse podjetjem prinaša dolgoročne koristi, saj izboljšuje delovanje podjetja in družbe (Inštitut za razvoj družbene odgovornosti, brez datuma).

Podjetja družbene odgovornosti v svoji poslovni praksi vključujejo na različne načine, pri čemer lahko (Inštitut za razvoj družbene odgovornosti, brez datuma):

- družbeno odgovornost vključujejo v celotno poslovno strategijo,
- oblikujejo samostojno strategijo s poudarkom na družbeni odgovornosti,
- izvajajo družbeno odgovorne aktivnosti sistematično ali priložnostno znotraj različnih poslovnih,
- prilagajajo svojo družbeno odgovornost trenutnim razmeram na trgu.

### **3.2 Koraki uvajanja družbene odgovornosti v podjetju**

Sedem korakov družbene odgovornosti v podjetju (Inštitut za razvoj družbene odgovornosti, brez datuma):

1. Najprej je potrebno določiti temeljne vrednote podjetja in vanje integrirati načela.
2. Pregledati poslanstvo, vizijo, cilje ter poslovno strategijo podjetja in jih nadgraditi z vidika družbe.
3. Oblikovati samostojno strategijo družbene odgovornosti ali pa družbeno odgovornost sistematično vključiti v posamezne poslovne funkcije. Strategija mora zajemati odnose z vsemi ključnimi deležniki – od zaposlenih, potrošnikov in dobaviteljev do lokalnih skupnosti, lastnikov in medijev.
4. Začeti je potrebno z izvajanjem strategij in pred tem jasno obvestiti zaposlene o njenih ciljnih ter pomenu.
5. Redno spremljati učinke izvajanja strategije ter ocenjevati tako pozitivne kot morebitne negativne učinke.
6. Strategijo sproti prilagajati in nadgrajevati z izboljšavami na podlagi zbranih povratnih informacij.
7. Z rezultati našega delovanja na področju družbene odgovornosti aktivno komunicirati s strokovnjaki in širšo javnostjo ter s tem spodbujati razvoj družbeno odgovornega podjetništva.

## **4 OPREDELITEV TRAJNOSTNEGA RAZVOJA**

Trajnostni razvoj pomeni uravnotežen pristop k gospodarski rasti, družbeni pravičnosti in varstvu okolja. Njegov cilj je odprava revščine, zmanjšanje neenakosti ter odgovorno

upravljanje naravnih virov. Gre za razvoj, ki zadovoljuje potrebe sedanjih generacij, ne da bi pri tem ogrozil možnosti prihodnjih (United Nations Information Service, brez datuma).

Ključ do trajnostne prihodnosti je usklajevanje treh temeljnih stebrov: gospodarskega razvoja, socialne vključenosti in ekološke trajnosti. Ti medsebojno prepleteni elementi so bistveni za blaginjo posameznikov in družb. Svetovni voditelji so se k temu cilju zavezali leta 2015, ko so na zgodovinskem vrhu Organizacije združenih narodov, sprejeli cilje trajnostnega razvoja (United Nations Information Service, brez datuma).

Cilji predstavljajo globalni poziv k ukrepanju, ne glede na gospodarsko razvitost države. Uresničevanje ciljev vključuje strategije za odpravo revščine, spodbujanje gospodarske rasti ter krepitev družbenih sistemov, kot so izobraževanje, zdravstvo, socialna zaščita in zaposlovanje. Hkrati naslavlja izzive, kot so podnebne spremembe in degradacija okolja (United Nations Information Service, brez datuma).

Skupno 193 držav je soglasno sprejelo 17 ciljev trajnostnega razvoja, ki so predstavljeni na sliki 2. Postavljajo univerzalne standarde za prihodnost, kjer nihče ne bo zapostavljen. Zagotavljajo merila za spremljanje napredka in oblikujejo okvir za trajnostno okrevanje sveta, še posebej po pandemiji COVID-19 (United Nations Information Service, brez datuma).

*Slika 2: Kazalniki ciljev trajnostnega razvoja*



*Vir: United Nations Information Service (brez datuma).*

Koncept zelene inovacije združuje načela trajnostnega delovanja in naprednega razvoja. Za razliko od tradicionalnih inovacij, zelene inovacije poudarjajo čim manjšo porabo virov in emisij onesnaževanja. To povečuje uspešnost podjetij pri različnih okoljskih presojah. Kljub tem prednostim pa razvoj zelenih inovacij zahteva povečana vlaganja, povzroča večja tveganja, podaljšuje dobo povračila investicij in zahteva več znanja in razumevanja tehnologije. Zaradi teh dejavnikov se številna podjetja odločilo, da se v zelene inovacije ne vključijo (Han in drugi, 2025).

#### **4.1 Trinogi model trajnosti**

Pomembno je upravljanje trajnostnega razvoja organizacij z ekonomskega, ekološkega in družbeno-socialnega vidika trajnostne rasti organizacije. Le manjši delež organizacij je hitro rastočih. Trajnostno delujoče organizacije postajajo gonilna sila tržnega gospodarstva. O tržnem in svobodnem gospodarstvu govorimo, če so izpolnjeni osnovni pogoji za prost pretok blaga, storitev in dela, če je razvit trg kapitala, če veljata pravni red in pravica do lastnine ter če so varovane človekove pravice (Bertoncelj in drugi, 2011).

Za dolgoročni razvoj organizacij in ustanavljanje novih organizacij je pomembna ekonomska politika države. Praviloma le rastoče organizacije pri delovanju ustvarjajo novo vrednost, ki se za lastnike kaže v obliki ustvarjenega donosa na njihov vložek. Za državo se kaže v obliki plačanih davščin in prispevkov in za zaposlene v obliki osebnega dohodka. Praviloma le rastoče organizacije omogočajo razvoj lokalne in nacionalne skupnosti (Bertoncelj in drugi, 2011).

#### **4.2 Strategija trajnostne rasti**

V današnjem globalnem in izjemno konkurenčnem okolju, kjer podjetja nenehno tekmujejo za pozornost in zvestobo kupcev, je ključ do uspeha preišljeno izbrana strateška pozicija. Do nje vodi strategija trajnostne rasti (Bertoncelj in drugi, 2011).

Organizacije, ki sledijo načelom zdrave podjetniške filozofije, se zavzemajo za dolgoročno ustvarjanje vrednot in trajnostnega razvoja, pri čemer uravnoteženo upoštevajo vplive iz notranjega in zunanjega okolja. Iskanje priložnosti za stabilno rast in dobičkonosnost je v središču vsakega uspešnega poslovanja (Bertoncelj in drugi, 2011).

Za doseg vzdrževalne rasti mora imeti organizacija strateški poslovni načrt, ki služi kot učinkovito komunikacijsko orodje pri vodenju sprememb. Diverzifikacija pomeni širitev poslovanja z uvedbo novih izdelkov ali storitev ter vstopom na nove trge. Dobro izkoriščen potencial osnovne in dopolnilne dejavnosti ter zgrajena tržna moč lahko predstavlja trdno izhodišče za širitev na nova produktno-storitvena in tržno-geografska področja. Za uspešno diverzifikacijo organizacija potrebuje dodatne vire in kompetence, ki jih mora na začetku smiselno opredeliti in ustvariti (Bertoncelj in drugi, 2011).

Osredotočanje organizacijskih virov na jedro poslovanja se je izkazalo za učinkovitejšo strategijo doseganja trajnostne in dobičkonosne rasti kot razpršitev investicij v nova, priljubljena področja. Prav v temeljnih jedrih poslovanja se namreč skriva največji neizkoriščen potencial za rast (Ekvilib Inštitut, brez datuma).

#### **4.3 Dejavniki rasti**

Ključna dejavnika rasti organizacije sta notranja in zunanja rast.

Organizacije običajno najprej preučijo in uporabljajo notranjo rast, ki temelji na širitvi obsega poslovanja z obstoječimi zmogljivostmi ali njihovim povečanjem. Glavni cilj je pridobivanje večjega tržnega deleža, pri čemer intenzivnost rasti določa obseg in kakovost poslovanja. Organizacija ostaja osredotočena na svojo osnovno dejavnost, vendar se zaradi hitrega tehnološkega napredka in nenehno spreminjajočih potreb kupcev sooča s pritiskom konkurence (Bertoncelj in drugi, 2011).

Med ključne dejavnike rasti sodijo (Bertoncelj in drugi, 2011):

- konkurenčna prednost,
- sistematičen razvoj poslovnih priložnosti,
- kakovosten management,
- usmerjenost v diverzifikacijo na visokotehnološka področja,
- povezava med rastjo organizacije in rastjo panoge.

Notranji viri pogosto ne zadostujejo več za zagotavljanje ustrezne rasti, zato se organizacije vse bolj usmerjajo k zunanjim virom rasti. Glavni razlog za povezovanje je možnost hitrejše rasti, kot bi jo omogočila zgolj notranja rast, ter maksimiranje vrednosti podjetja (Bertoncelj in drugi, 2011).

Zunanja rast predstavlja prednosti kot so nižji stroški, hitrejša rast, zmanjšanje in porazdelitev možnih tveganj. Širok nabor primernih tarčomogoča izbiro, ugodnosti in dopolnjevanje ter optimizacija virov v organizaciji (Bertoncelj in drugi, 2011).

## **5 POROČANJE O DRUŽBENI ODGOVORNOSTI**

Če podjetje ravna družbeno odgovorno in o tem poroča javnosti ter drugim interesnim skupinam, lahko iz tega pridobi številne koristi. S tem povečuje svojo privlačnost za poslovne partnerje, kupce in vlagatelje, hkrati pa ohranja povezave z oblikovalci politik ter drugimi ključnimi deležniki v družbi. V zadnjem desetletju se je poročanje o družbeni odgovornosti močno razširilo, pri čemer se pričakuje nadaljnja rast tega trenda (Cote, 2021).

V nekaterih primerih družbeno odgovorno poročanje deluje kot trženjska strategija, saj podjetja pogosto skušajo na ta način povečati svojo dobičkonosnost, ne nujno iz skrbi za družbo in okolje. Kljub temu je glavni cilj povečati zaupanje uporabnikov (Cote, 2021).

Poročilo o družbeni odgovornosti podjetij je notranji in zunanji dokument, ki ga podjetja uporabljajo za sporočanje prizadevanj družbene odgovornosti podjetij in njihovega vpliva na okolje in skupnost. Prizadevanja organizacije spadajo v okoljsko, etično, človekoljubno in gospodarsko kategorijo (Cote, 2021).

Ključni element je zavedanje, da podjetje ni odgovorno zgolj finančno, temveč tudi okoljsko in etično do vseh deležnikov. To pomeni širšo odgovornost, ki presega tradicionalno

finančno poročanje za lastnike kapitala in vključuje informacije za delničarje ter druge zainteresirane javnosti (Carlson, 2025).

Razvoj poročanja o družbeni odgovornosti je spodbudila pobuda multinacionalk in pritisk neprofitnih organizacij. V preteklosti so številne multinacionalke v državah v razvoju kršile družbene norme, ki so veljale v njihovih matičnih državah. To je privedlo do družbenih sankcij, kot so stavke zaposlenih, protesti različnih gibanj in zaostritev zakonodaje. Takšni procesi družbenih in političnih stroškov, lahko negativno vplivajo na vrednost premoženja lastnikov podjetij (Carlson, 2025).

## **5.1 Razlogi za poročanje o družbeni odgovornosti**

V sodobnem času globalizacije in hitrega razvoja informacijske tehnologije se povečuje potreba po večji transparentnosti in razkritju podatkov. Ni dovolj le vlaganje podjetij v razvoj in kakovost, temveč je ključno tudi njihovo vključevanje v družbeno odgovorna ravnanja. Pričakuje se vse večja pripravljenost za vlaganje v tovrstne projekte ter prilagajanje načina vodenja v skladu z načeli družbene odgovornosti (Indowu in drugi, 2013).

Motivi za družbeno odgovorno poročanje se delijo v dve glavni skupini (Indowu in drugi, 2013):

- vrednostni motivi,
- oportunistični motivi.

Vrednostni motivi izhajajo iz temeljnih vrednot podjetja, ki jih želi prenesti na druge organizacije in potrošnike ter s tem prispevati k večji družbeni odgovornosti podjetij in posameznikov. Poročanje o družbeni odgovornosti tako postane orodje nadzora, s katerim podjetje preverja in zagotavlja, da njegovo delovanje ostaja v skladu z zastavljenimi vrednotami (Indowu in drugi, 2013).

Oportunistični motivi vključujejo različne koristi, ki jih podjetje pridobi s poročanjem o družbeni odgovornosti. Med te prednosti sodijo izboljššan ugled v lokalni, regionalni in širši skupnosti, pridobivanje usposobljenih kadrov, preprečevanje kriz in konfliktov s ključnimi deležniki, boljše vrednotenje podjetja med finančnimi institucijami ter zmanjšano tveganje v očeh vlagateljev. Prav tako podjetje skozi proces poročanja pridobi dragocene informacije o poslovnem okolju (Indowu in drugi, 2013).

Poleg naštetega oportunistični motivi vključujejo tudi izboljšano organizacijsko kulturo, večjo lojalnost kupcev, povečano konkurenčnost, prilagajanje zakonodaji, znižanje stroškov in manj zunanjih pritiskov ter pravnih sporov (Indowu in drugi, 2013).

Čeprav družbeno odgovorno poročanje prinaša številne prednosti, se podjetja lahko soočajo tudi z različnimi izzivi. V sodobnem poslovnem okolju je celovito obveščanje javnosti nujno. Povpraševanje po okolju prijaznih izdelkih, ki je odvisno od stopnje gospodarskega

razvoja, ozaveščenosti potrošnikov in njihove kupne moči, nenehno narašča, zato je mogoče predvidevati nadaljevanje tega trenda. Danes večina podjetij že vključuje družbeno odgovornost v svojo poslovno strategijo (Indowu in drugi, 2013).

## **5.2 Oblike poročanja družbene odgovornosti**

Glavni namen poročanja o družbeni odgovornosti je podjetjem omogočiti, da prenašajo relevantne in zanesljive informacije o svojim delovanju. Poročanje lahko vpliva na odločitve posameznikov in družbe o podjetju, čeprav njegovega delovanja neposredno ne določa. Poleg tega prispeva k izboljšanju kakovosti dialoga v skupnosti (Evropski parlament, 2013).

Naloga poročanja je razkrivanje učinkov delovanja podjetja, merjenje uspešnosti njegovih družbenih in okoljskih programov ter zagotavljanje informacij o opustitvi določenih družbenih in okoljskih odgovornosti. To poteka prek notranjih in zunanjih informacijskih sistemov, ki omogoča celovito oceno vseh virov in posledic poslovanja (Crowther in Seifi, 2020).

Družbena odgovornost se deli na tri glavne oblike poročanja (Crowther in Seifi, 2020):

- prostovoljno poročanje,
- spodbujeno poročanje,
- obvezno poročanje.

Prostovoljno poročanje je najpogostejša oblika, pri kateri podjetje samo določa obliko in vsebino poročila. Vsebina takšnih poročil je pogosto pozitivno naravnana, pri čemer podjetja običajno ne objavljajo negativnih informacij o družbenih in okoljskih vprašanjih. Glavni namen te oblike poročanja je izboljšanje ugleda podjetja ter izkazovanje ozaveščenosti o družbenih in okoljskih izzivih (Crowther in Seifi, 2020).

Spodbujeno poročanje nastane kot odgovor na zahteve specifičnih deležnikov, ki želijo dostop do določenih informacij o družbeni in okoljski odgovornosti podjetja. Za razliko od prostovoljnega poročanja se vsebina oblikuje glede na pričakovanja in interese teh deležnikov, kar omogoča večji vpliv na proces poročanja (Crowther in Seifi, 2020).

Obvezno poročanje se postopoma uveljavlja v razvitih državah in zahteva vključitev določenih sestavin, kot so bilanca stanja, izkaz poslovnega izida in priloge s pojasnili k računovodskemu izkazu. V poslovnem poročilu morajo podjetja predstaviti pomembne dogodke po koncu poslovnega leta, načrte za prihodnji razvoj ter dejavnosti na področju raziskav in razvoja (Crowther in Seifi, 2020).

## **6 EMPIRIČNA RAZISKAVA O DRUŽBENI ODGOVORNOSTI**

### **6.1 Namen in cilj raziskave**

Glavni cilj empirične raziskave je ugotoviti, v kolikšni meri so slovenske banke odgovorne, kako poročajo o svojih dejavnostih ter ali se v tem vidiku razlikujejo domače in tuje banke. Pomembno je tudi, kakšne aktivnosti banke izvajajo za doseganje družbene odgovornosti. S pomočjo intervjujev in analize letnih poročil sem poiskala odgovorena zastavljena raziskovalna vprašanja. Ugotovila sem, na kakšen način banke poročajo o svojih družbeno odgovornih praksah ter kakšne razlike se pojavljajo med njimi. Ta vpogled sem pridobila z analizo letnih poročil slovenskih bank.

### **6.2 Metodološke osnove**

V teoretičnem delu zaključne naloge je obravnavan koncept trajnostnega razvoja in družbene odgovornosti. Predstavljen je teoretični okvir družbene odgovornosti ter način njenega poročanja. Empirični del raziskave je osredotočen na analizo družbene odgovornosti izbranih slovenskih bank.

### **6.3 Omejitve in izzivi raziskave**

Ena izmed ključnih omejitev raziskave je nizka odzivnost zaposlenih v bankah na prošnje za intervju. Načrtovala sem pogovore z več predstavniki različnih bank, vendar se mnogi niso odzvali, kar bi lahko nakazovalo pomanjkanje interesa za predstavitev družbene odgovornosti določene banke.

Dodatna omejitev je povezana z dostopnostjo podatkov. Banke kot finančne institucije razpolagajo s številnimi zaupnimi informacijami, zato so intervjuvanci pogosto oklevali pri razkritju podatkov, kot so zneski donacij in sponzorskih sredstev ter prejemniki teh sredstev.

Pri izvedbi intervjujev sem se soočila tudi s težavo pomanjkljivih in prekratkih odgovorov, ki niso omogočali globlje analize. Poleg tega sem želela primerjati družbeno odgovornost bank v slovenski lasti in tujih bank, vendar je bila ta ocena otežena, saj je temeljila na subjektivnem vrednotenju spletnih strani in letnih poročil bank.

### **6.4 Metode zbiranja podatkov**

Za raziskavo sem uporabila kvalitativno metodo. Z namenom pridobitve poglobljenih vpogledov sem naredila intervjuje s predstavniki slovenskih bank, med katerimi so OTP banka d. d., Intesa Sanpaolo Bank, Deželna banka Slovenije in Primorska hranilnica Vipava d. d. Odločila sem se za to metodo, ker omogoča visoko stopnjo prilagodljivosti in odprtosti. Dodatna prednost globinskih intervjujev je možnost poglobitve v tematiko, saj

lahko raziskovalec usmerja pogovor in se bolj osredotoči na izbrano temo. Tako sem pridobila celovite in poglobljene podatke, ki bi jih z drugimi metodami težje pridobila.

Pred izvedbo intervjujev sem zaposlenim v bankah, ki jih poznam poslala predstavitveno pismo in prošnjo za intervju. Vprašanja so bila sogovornikom jasna in razumljiva, zato z odgovori niso imeli težav. Večino intervjujev sem izvedla prek video klicev, pri čemer sem zapisovala in zbirala odgovore. Intervju z zaposleno v Intesa Sanpaolo banki pa sem opravila osebno, z obiskom na banki. Intervjuje sem sproti zapisovala, da bi zagotovila točnost in celovitost pridobljenih informacij.

Poleg intervjujev sem izvedla tudi poglobljeno analizo letnih poročil izbranih bank za leto 2023. Analizo sem izvedla po standardnih metodah kvalitativne analize vsebine, ki omogoča sistematično pregledovanje. Kvantitativni del analize je bil osredotočen na raziskovanje in ugotavljanje ključnih podatkov.

## 6.5 Splošno o bankah v Sloveniji

Po podatkih s spletne strani Banke Slovenije leta 2025 posluje enajst bank in tri hranilnice, ki imajo dovoljenja za opravljanje finančnih storitev. V izbor za prihodnjo obravnavo družbene odgovornosti so vključene vse banke. Merilo je velikost aktivne bilance stanja. Ta podatek pove, s kolikšnimi sredstvi in bančnimi viri razpolaga banka. Podatki o velikosti aktive so podani v letnih poročilih posameznih bank za leto 2023 (Banka Slovenije, brez datuma).

V tabeli 1 so vse banke razvrščene po lestvici glede na velikost bilančne vsote. Vsi podatki se nanašajo na datum 31. 12. 2023.

*Tabela 1: Bilančna vsota slovenskih bank*

	BANKA / HRANILNICA	Bilančna vsota na dan 31. 12. 2023 (v tisoč EUR)
1.	Nova Ljubljanska banka d. d.	25.942.000
2.	OTP banka d. d.	10.806.470
3.	Banka Intesa Sanpaolo d. d.	3.991.221
4.	UniCredit Banka Slovenija d. d.	3.576.000
5.	SID-Slovenska izvozna in razvojna banka d. d.	2.685.877
6.	Gorenjska banka d. d. Kranj	2.435.107
7.	Delavska hranilnica d. d. Ljubljana	2.160.216

se nadaljuje

*Tabela 1: Bilančna vsota slovenskih bank (nad.)*

	BANKA / HRANILNICA	Bilančna vsota na dan 31. 12. 2023 (v tisoč EUR)
8.	Banka Sparkasse d. d.	1.743.735
9.	Addiko Bank d. d.	1.448.044
10.	Deželna Banka Slovenije d. d.	1.414.502
11.	Hranilnica Lon d. d., Kranj	339.834
12.	Primorska Hranilnica Vipava d. d.	238.901

*Vir: Letna poročila (2023).*

## **6.6 Kratka predstavitev intervjuvanih bank**

OTP banka je ena izmed vodilni finančnih institucij v Sloveniji, ki nudi kakovostne bančne storitve. Gre za eno najhitreje rastočih bančnih skupin, ki se razširja tudi po vzhodni Evropi. Ponuja širok spekter storitev in produktov na področju poslovanja s prebivalstvom in podjetji. Ima več kot 900 kontaktnih točk, zato je tudi najbolj dostopna v Sloveniji. Ima okrog 2500 zaposlenih in okrog 800.000 strank na slovenskem trgu (OTP banka, brez datuma).

Banka Intesa Sanpaolo, nekdanja Banka Koper, je svoje ime spremenila leta 2016. Od leta 2002 je njena lastnica italijanska banka Intesa Sanpaolo, ki velja za največjo italijansko banko. Je ena izmed vodilnih bank v Sloveniji na področju razvoja mobilnih in naprednih storitev. Med prvimi v državi je lansirala nekaj storitev, ki so vplivale na gospodarski in družbeni prostor. Primeri teh storitev so slovenska plačilna kartica Activa, aplikacija spletne banke, digitalni podpis, brezgotovinsko plačevanje in QR koda, mobilna denarnica, Apple Pay, Google Pay in še nekaj drugih (Intesa Sanpaolo Bank, brez datuma).

Deželna banka Slovenije je univerzalna banka, ki je namenjena vsem segmentom na trgu. Strankam omogoča najsodobnejše načine poslovanja. Ponuja različne fizične produkte, kot so depoziti, krediti, plačilne storitve, investicije in druge storitve, prilagojene potrebam svojih strank. Osredotoča se na kakovost in dostopnost storitev. V Sloveniji ima 76 poslovalnic in je ena izmed najbolj dostopnih bank, še posebej na manjših območjih. Znana je tudi po svoji podpori lokalnemu gospodarstvu in kmetijstvu (Deželna banka Slovenije, brez datuma).

Primorska hranilnica Vipava je najmanjša bančna institucija v Sloveniji, ampak z dolgoletno tradicijo. Za razliko od drugih bank, se ta osredotoča na varčevalne in depozitne storitve svojih strank. V zadnjih letih je doživela razvojni napredek z digitalizacijo poslovanja in širitvijo ponudbe tudi na druga področja. Ponujajo vse potrebne bančne produkte in storitve.

Največja prednost in korist za posameznike predstavlja razmerje med kakovostjo in ceno. So ponosni prejemniki certifikatov Najugodnejša banka 2024 na področju osnovnih bančnih storitev za fizične osebe in pri kreditih s fiksno obrestno mero (Primorska hranilnica Vipava, brez datuma).

## **6.7 Predstavitev izhodišč in vprašanj, zastavljenih v intervjuju**

Vprašanja za intervju sem pripravila s pomočjo teoretične podlage, ki sem jo pridobila iz različnih virov, ti so predstavljeni v prilogi 1. Intervjuji so bili zasnovani na odprtih vprašanjih s poudarkom na tematiki družbene odgovornosti, širjenja, aktivnosti ter načinov poročanja. Udeleženci intervjuja so večinoma podali odgovore na vsa vprašanja. V uvodnem delu intervjuja sem raziskovala razloge, zaradi katerih so banke začele z dejavnostmi družbene odgovornosti, kako naklonjeni so temu pristopu na vodstvenih ravneh in kako same banke dojemajo družbeno odgovornost. Raziskala sem tudi kako posamezna banka opredeljuje družbeno odgovornost, katere koristi vidi v njej in katere slabosti prepoznava.

V nadaljevanju sem se osredotočila na podrobnosti o stanju družbene odgovornosti v posamezni banki, aktivnostih, ki jih banka izvaja, ter o koristih za zaposlene. Na kratko sem preučila tudi obseg sredstev, ki jih banka namenja za izvajanje teh aktivnosti. Pregledala sem tudi način poročanja o družbeni odgovornosti, strategije za prihodnost in oceno uspešnosti teh strategij. Zanimalo me je, kje zaposleni vidijo ključne dejavnike uspeha in kako vidijo družbeno odgovornost kot marketinški instrument v primerjavi z oglaševanjem v medijih.

## **6.8 Povzetki intervjujev**

V tem poglavju so predstavljeni intervjujev s štirimi zaposlenimi v bankah ter so izpostavljeni ključne ugotovitve, do katerih sem prišla na podlagi njihovih odgovorov. Sogovorniki so izrazili željo po anonimnosti, zato navajam le njihova delovna mesta.

### **6.8.1 OTP banka d. d.**

Prvi intervju sem opravila z nekdanjim zaposlenim v prej SKB banki, danes OTP banki. Gospod je bil investicijski bančnik, kar je ključna funkcija v bančni industriji. Po letih izkušenj v banki se je odločil za samostojno pot, kjer zdaj deluje kot svetovalec pri nakupih in prodajah podjetij. V zgodnji fazi kariere je bil tudi direktor uprave, kjer je sodeloval pri pripravi dokumentov s področja družbene in okoljske politike banke. Podal mi je poglobljen vpogled v pomen družbene odgovornosti v bančnem sektorju.

Po njegovih besedah je družbena odgovornost v banki prisotna že vrsto let, vendar so se prioritete skozi čas spreminjale. Danes se osredotočajo predvsem na področja, kot so kultura, dobrodelnost in šport. Aktivno podpirajo projekte, neprofitne organizacije, zavode ter

društva, ki delujejo na teh področjih. Poleg finančne podpore projektom banka podpira partnersko sodelovanje, saj si prizadeva dolgoročne pozitivne spremembe v družbi.

Največ podpore namenjajo lokalnim skupnostim, kar vključuje financiranje manjših športnih dogodkov in udeležbo zaposlenih na maratonih. Na ta način spodbujajo zdravje in dobro počutje zaposlenih, hkrati pa krepijo občutek pripadnosti in timsko delo. OTP banka se tako uveljavlja kot podjetje, ki uspešno povezuje družbeno odgovornost s skrbjo za zaposlene. Prav tako že desetletja podpirajo slovenski šport ter so generalni pokrovitelj Olimpijskega komiteja Slovenije in slovenske olimpijske reprezentance. Na ta način financirajo šport in v svoje poslovne prakse vključujejo športne vrednote.

Tudi na kulturnem področju igrajo pomembno vlogo. So glavni sponzor Festivala Ljubljana in Festivala Lent. So tudi dolgoletni pokrovitelj Slovenskega narodnega gledališča Maribor, otroškega muzeja v Muzeju novejših zgodovine Celje in številnih drugih kulturnih institucij in dogodkov.

Na področju rasti in razvijanja, banka podpira razne strokovne konference in izobraževanja. Njihovi zaposleni prispevajo k širjenju znanja in praks na tem področju. Med večjimi projekti izpostavljajo Jesensko bančno šolo na Ekonomski fakulteti v Ljubljani, kjer študenti dobijo priložnost za sodelovanje pri reševanju bančnih izzivov.

V banki že vrsto let spodbujajo korporativno prostovoljstvo, kjer se zaposleni udeležujejo prostovoljskih akcij, kot so pogozdovanje Krasa, zbiranje šolskih potrebščin, pomoč v zavetiščih za živali in obdarovanje otrok. V sodelovanju z Mestno občino Maribor urejajo večnamensko športno igrišče, s Fundacijo Primoža Rogliča pa organizirajo dobrodelni dogodek Zlati krog, kjer zbirajo sredstva za mlade potencialne športnike.

Po mnenju sogovornika lastništvo banke (domače ali tuje) ne vpliva na obseg družbeno odgovornih aktivnosti. Ljudje pogosto menijo, da tuji lastniki manj vlagajo v lokalno družbo, vendar to vedno ne drži. Ključno je, da institucija sama določi prioritete in kam usmerja sredstva. OTP banka v tem kontekstu ni izjema, saj ji lastniki zaupajo in prepuščajo odločanje lokalnemu vodstvu, ki najbolje pozna razmere.

V banki družbeno odgovornost dojemajo kot naložbo v prihodnost, ne pa kot strošek ali orodje za trženje. Njihova vizija temelji na odgovornosti do okolja in družbene skupnosti, v kateri delujejo. Banka OTP ima tudi nekaj certifikatov iz tega področja, eden izmed najpomembnejših je certifikat Green Star, ki jih je uvrstil med »Zelene voditelje«. V to skupino sodijo napredna podjetja, ki so načelna do trajnostnega poslovanja.

V OTP banki poleg letnega poročila izdajo tudi trajnostno oz. ESG poročilo, kjer piše vse o družbeni odgovornosti in trajnostnem razvoju banke. V prihodnosti nameravajo svoje aktivnosti na področju družbene odgovornosti še okrepiti, saj verjamejo, da lahko na ta način pozitivno vplivajo na širšo družbo in svoje zaposlene.

## 6.8.2 Banka Intesa Sanpaolo d. d.

Naslednji intervju sem opravila z zaposleno v Banki Intesa Sanpaolo d. d. Osebno sem jo obiskala v eni izmed poslovalnic v notranjsko-primorski regiji. Gospa je v banki zaposlena že več kot 30 let in je v tem času opravljala različne funkcije. Trenutno opravlja delo bančnega in finančnega referenta. Njena vloga zajema svetovanje strankam glede varčevalnih računov, depozitov in naložbenih možnosti, spremljanje trendov in sklepanje pogodb.

Sogovornica je poudarila, da je vodstvo Banke Intesa Sanpaolo d. d. naklonjeno družbeni odgovornosti in trajnostnemu razvoju. Banka si prizadeva za pozitivne spremembe v družbi, saj verjamejo, da morajo poleg finančnih storitev, prispevati tudi k blaginji ljudi in okolja. Pri uresničevanju svoje poslovne strategije dajejo velik poudarek trajnostnim dejavnostim, saj so prepričani, da dolgoročno vplivajo na uspešnost podjetja in poskušajo nenehno vlagati v projekte.

Na vprašanje, ali ima banka jasno opredeljeno definicijo družbene odgovornosti, je sogovornica odgovorila, da želijo biti aktivni donatorji, pokrovitelji in priskočiti na pomoč, ko je to potrebno. Njihovo delovanje temelji na vrednotah, kot so enakopravnost, spoštovanje, vzajemnost in zaupanje, kar vpliva na njihov ugled in odnose z javnostjo.

Banka se osredotoča predvsem na dobrodelne projekte in pomoč okolju. Eden od najpomembnejših vidikov družbene odgovornosti je skrb za zaposlene. Nudijo jim številne ugodnosti, kot so prilagodljiv delovni čas, družabni dogodki in izobraževalno-strokovni programi. Poleg tega si prizadevajo za zmanjšanje vpliva na okolje in so se zavezali k doseganju neto ničelnih emisij lastnega poslovanja do leta 2030. So tudi strateški partner Fundacije Ellen MacArthur, kjer se kaže zavezanost h krožnemu gospodarstvu.

V času pandemije COVID-19 je banka priskočila na pomoč in namenila več milijonov evrov italijanskemu zdravstvenemu sistemu. V Sloveniji je njihov dobrodelni sklad podprl projekt »Hrana brez odpadkov« v sodelovanju s slovensko banko hrane, z namenom povečanja zbiranja hrane, kar je omogočilo pomoč ljudem v stiski.

Poleg tega banka združuje digitalizacijo s trajnostnim razvojem. To se odraža v uvedbi bančne aplikacije in sodelovanju z Googlom pri vzpostavitvi regionalnih podatkovnih centrov v Italiji, s čimer zmanjšujejo uporabo fizičnih materialov in prispevajo k varnejšemu okolju. Med njihovimi trajnostnimi pobudami so S-Loans posojila, namenjena spodbujanju trajnostnih naložb v malih in srednjih podjetjih.

Vsako leto se udeležujejo Svetovnega dneva okolja, kjer organizirajo čistilne akcije in zbirajo plastične pokrovčke. Eno leto so se pridružili podjetju Okolje Piran in pomagali očistiti obalo.

Družbeno odgovornost v banki vidijo kot dolgoročno naložbo in ne kot strošek. Med glavnimi koristmi izpostavljajo ohranjanje pozitivnega ugleda, spodbujanje dobrih praks in zgled drugim podjetjem. Oglaševanje s pomočjo družbene odgovornosti ločujejo od klasičnega oglaševanja, saj menijo, da s takšnim oglaševanjem pridobijo dobro ime, s klasičnim oglaševanjem pa večjo prepoznavnost na kratek rok.

Glede prihodnosti družbene odgovornosti sogovornica meni, da bo ostala sestavni del poslovanja banke, njen obseg pa bo odvisen od finančnih sredstev, ki bodo na voljo. Na vprašanje, ali so banke v tuji lasti bolj družbeno odgovorne kot tiste v domači, je odgovorila, da je to odvisno od posamezne institucije in njenega načina delovanja. Poudarila je, da se banke učijo druga od druge.

### 6.8.3 Deželna banka Slovenije

Gospod, ki sem ga intervjujala, je bil prej zaposlen na Novi Ljubljanski banki, zdaj pa v Deželni banki Slovenije opravlja funkcijo vodje oddelka za trženje zavarovanj in vzajemnih skladov. Povedal mi je, da je vodstvo banke zelo naklonjeno družbeni in okoljski odgovornosti ter da ji posveča veliko pozornosti. Njihov pristop temelji na osebnem stiku s strankami, hkrati pa jim omogočajo dobre načine poslovanja. V svojo ponudbo so vključili vse vrste zavarovanj, saj želijo svojim strankam zagotoviti najboljše storitve.

V banki vlagajo v človeški kapital, spodbujajo osebni razvoj zaposlenih ter s tem prispevajo k doseganju gospodarskih in družbenih ciljev. Njihov cilj je izpolnjevati želje in potrebe strank, pri tem pa upoštevati poslovne usmeritve in pravila delovanja banke. Sledijo vrednotam trajnostnega razvoja in si prizadevajo za gospodarski, družbeni in kulturni napredek lokalnih skupnosti, pri čemer prispevajo k ohranjanju narave in kulture.

Strategija banke temelji na štirih ključnih ciljih, ki jih želijo doseči v prihodnjih letih. To so izboljšanje učinkovitosti, rast, trajnostno poslovanje in tehnološka preobrazba. Po besedah sogovornika v Deželni banki Sloveniji redno namenjajo sredstva lokalnemu okolju in tako prispevajo k njegovemu razvoju. Večkrat letno podprejo lokalna društva, zveze, mlade, športnike in socialno ogrožene posameznike.

Družbena odgovornost je pomemben del njihovega letnega poročila, kjer jo delijo na okoljski in družbeni vidik. Okoljsko politiko razumejo kot odgovornost do trajnostnega razvoja, zato si prizadevajo za zmanjšanje negativnih vplivov na okolje. V praksi to pomeni manjšo porabo papirja, prehod na brezpapirno poslovanje in zmanjšanje porabe električne energije. Sogovornik meni, da so takšni ukrepi preprosti, a zelo pomembni. Poleg tega spodbujajo digitalizacijo in optimizacijo procesov ter stranke usmerjajo k uporabi e-bančništva, s čimer zmanjšujejo negativen vpliv na okolje in podpirajo trajnostno rabo virov.

Zaposlene ozaveščajo o pomenu varovanja okolja. Spodbujajo jih za uporabo javnega prevoza, pri čemer jim krijejo stroške in jih motivirajo. Zadnje leto so večino sestankov

izvedli prek videokonferenčnih aplikacij, kar je zmanjšalo potrebo po službenih poteh. V banki tudi strogo ločujejo odpadke in jih pravilno reciklirajo.

Banka že več let sodeluje s časnikom *Finance* pri projektu Agrobiznis, ki povezuje strokovno in poslovno javnost s kmetijstvom in živilsko industrijo. Spodbujajo mlade prevzemnike kmetij, da ostanejo na podeželju in celotni družbi zagotavljajo zdravo in domači oskrbo v prehrabni verigi. Za njih ponujajo različne ugodnosti, da jim olajšajo pot do uspešnega poslovanja.

Po mnenju sogovornika je družbena odgovornost danes ključnega pomena in njena vloga se še krepi. Podjetja morajo delovati ozaveščeno, zato si Deželna banka Slovenije želi v prihodnje še naprej izvajati čim več aktivnosti na tem področju. Na vprašanje, ali bo družbena odgovornost v prihodnje nepogrešljiv del poslovne strategije ali jo bo v času gospodarskih kriz nadomestil namen za preživetje podjetje, je gospod odgovoril, da je ravnovesje med obema pristopoma ključno. Pričakuje, da bodo v zahtevanih poslovnih pogojih podjetja strmela predvsem k preživetju, vendar se bo družbena odgovornost še naprej ohranjala na ustrezni ravni.

Glede vprašanja o razliki med družbeno odgovornostjo domačih in tujih bank sogovornik meni, da tuje banke niso nič bolj družbeno odgovorne kot domače.

#### 6.8.4 Primorska delavska hranilnica Vipava

Zadnji intervju sem opravila z zaposleno v Primorski delavski hranilnici iz Oddelka za korporativno identiteto in komuniciranje. Velja za najmanjšo in butično bančno institucijo v Sloveniji.

Na vprašanje o družbeni odgovornosti banke je sogovornica povedala, da jo v banki dojemajo kot kombinacijo stroška in dolgoročne naložbe. Menijo, da jim pomaga graditi in ohranjati pozitiven ugled, kar prinaša dolgoročne koristi. Doprinese lahko tudi k privabljanju kakovostnih in izobraženih kadrov. Izpostavila je, da v neki meri družbena odgovornost prinaša večjo korist in boljše prepoznavnost kot klasično oglaševanje v medijih, vendar da so še vedno bolj naklonjeni klasiki.

V Primorski hranilnici si prizadevajo narediti čim več na področju družbene odgovornosti. Tako so skupaj z Združno kraško banko Trst Gorica lani organizirali čistilno akcijo z naslovom »Brez meja«, ki je potekala v sklopu vsedržavne pobude »M'illumio di meno«. Z njo so želeli opozoriti, da narava, torej gozdovi, reke in morja, nimajo meja, ter da je skrb za okolje skupna odgovornost vseh. Akcije so se udeležili zaposleni obeh bank. Poleg tega si v hranilnici prizadevajo zmanjšati porabo elektrike, vode, papirja in drugih naravnih virov. Poskušajo tudi biti čim bolj obzirni in odgovorni, kot vse druge banke, do svojih strank ter poslovnih partnerjev.

Glede poročanja o družbeni odgovornosti v času gospodarskih kriz je pojasnila, da so te aktivnosti pri njih nekoliko upadle, saj kot manjša banka nimajo tolikšnih finančnih zmožnosti in posledično ne sodelujejo pri veliko projektih. Kljub temu ostajajo aktivni pri okoljskih in družbenih projektih, ki ne zahtevajo velikih finančnih vložkov. V prihodnje si želijo še okrepiti svojo vlogo na področju družbene odgovornosti.

## **6.9 Ugotovitve izvedenih intervjujev**

Na podlagi izvedenih intervjujev sem prišla do ključnih spoznanj. Odgovori udeležencev intervjuja so bili v večini zelo podobni, kar je razumljivo, saj so obravnavane banke konkurenti na slovenskem trgu in delujejo v podobnem okolju.

Ko sem spraševala, kaj je posamezno banko spodbudilo k uvajanju družbene odgovornosti, sem dobila različne odgovore. Menim, da imajo vse banke skupen razlog, zakaj so se začele družbeno odgovorno obnašati. Banke se morajo prilagajati mednarodnim trendom, če želijo ostati konkurenčne in uspešne. Sodelovanje s poslovnim okoljem je ključno za rast in razvoj bank. Pomembno je tudi, da vodstvo bank podpira družbeno odgovornost, saj to prinaša pozitivne spremembe.

Pomembno se mi zdi, da banka ne obravnava družbene odgovornosti samo za njihovo promocijo. Ni dovolj, da samo sklepajo sponzorske pogodbe in donacije, hkrati pa zanemarijo izobraževanje zaposlenih in spoštovanje njihovih pravic. Družbena odgovornost do zaposlenih je bistvenega pomena. Prav tako dobro uravnavajo svojo družbeno odgovornost do okolja, lokalnih skupnosti, medijev, strank in zaposlenih, kar je zelo pozitivno.

Banke pogosto poudarjajo svojo vključenost v družbeno odgovorne aktivnosti v letnih poročilih, vendar se postavlja vprašanje, ali banke dejansko ravnaajo v skladu s svojimi poročili o družbeni odgovornosti. Po mojem mnenju, je to težko oceniti, saj ni ustreznih podlag za objektivno vrednotenje.

Vse štiri banke, ki so sodelovale v intervjujih, družbeno odgovornost vidijo kot priložnost in ne zgolj kot strošek. Intervjuvanci so se strinjali, da družbena odgovornost prinaša številne koristi, kljub določenim stroškom, ki nastanejo. V bankah nanje gledajo pozitivno in vidijo priložnosti. Soglasno so poudarili, da so koristi tako kratkoročne kot dolgoročne.

Na vprašanja o aktivnostih družbene odgovornosti so intervjuvani navedli različne primere iz več področij. Nekatere banke izvajajo več dejavnosti kot druge, kar je razumljivo. Menim, da bi lahko banke s sofinanciranjem investicij v družbeno odgovornost pripomogle k večji ozaveščenosti o tej temi.

Glede na naravo bančnega poslovanja je priporočljivo, da se čim bolj zmanjša poraba papirja. V zadnjih letnih so banke na tem področju že veliko naredile, saj večina poslovanja

poteka digitalno. Vse od bančnih izpiskov, podpisovanja pogodb in številnih drugih transakcij. Kljub temu je pomembno, da so še naprej ekološki.

Kot sem pričakovala, so vsi predstavniki bank poudarili, da je družbena odgovornost danes pomembna in bo njen pomen v prihodnje še rasel. Eden izmed sogovornikov je dodal, da je obseg družbene odgovornosti odvisen od razpoložljivih finančnih sredstev.

Na vprašanje, kaj je za podjetje pomembnejše – družbena odgovornost ali oglaševanje, so sogovorniki odgovorili, da sta obe strategiji ključni. Dolgoročno je zagotovo bolj smiselno investirati v družbena odgovornost, medtem ko kratkoročno večjo prednost prinese klasično oglaševanje v medijih.

Iz opravljenih intervjujev sem ugotovila, da Primorska delavska hranilnica najmanj poroča o družbeno odgovornih dejavnostih.

## **6.10 Pregled stopnje družbene odgovornosti slovenskih bank – analiza letnih poročil**

V tem sklopu sem analizirala družbeno odgovornost bank s podatki iz letnih poročil za leto 2023. Letna poročila so preučena po pomembnih področjih družbene odgovornosti, ki jih banke razkrivajo v poslovnem delu letnega poročila.

Addiko Bank d. d. je zavezana k vključevanju trajnosti v svoje poslovanje, zato okoljska, družbena in upravljavna načela sestavljajo temelj njenih vrednot. V letnem poročilu poroča o transparentnosti, okoljskih in podnebnih tveganjih, odgovorni praksi, raziskavah in razvoju ter izobraževanju in usposabljanju. Poleg tega podpira in donira za številne humanitarne projekte za pomoč ljudem. Vse to odraža visoko stopnjo ozaveščenosti banke o družbeni odgovornosti (Addiko Bank d. d., 2024).

Banka Sparkasse d.d. je v letu 2023 še okrepila skrb za zaposlene in prispevala k izboljšanju kakovosti življenja. Zavezana je k podpori in sodelovanju v dobrodelnih projektih. V instituciji so skupaj oblikovali pet vrednot, ki odražajo njihovo delovanje:

- »Srčni smo« – poudarja spoštljive in prijetne odnose,
- »Ravnovesje nam daje stabilnost. Poslovno in zasebno« – spodbuja ravnovesje med delom in prostim časom, kakovostjo in hitrostjo ter napredkom in ohranjanjem okolja,
- »Tu smo zaradi strank« – pomoč strankam,
- »Dobre ideje upamo uresničiti« – iskanje inovativnih rešitev za doseganje ciljev,
- »Z odgovornostjo gradimo zaupanje« – uresničevanje obljub.

V preteklih letih je banka podprla številne projekte in donacije, pri čemer največjo pozornost namenja humanitarnim akcijam (Banka Sparkasse d. d., 2024).

Gorenjska banka d. d. Kranj je med prvimi bankami v Sloveniji leta 2021 prejela certifikat Družbeno odgovoren delodajalec. Njena družbena odgovornost se odraža v zavezah do zaposlenih, strank in lokalne skupnosti. Do zaposlenih pristopa z zagotavljanjem dostojnih delovnih mest, napredovanja, izobraževanja itd. Pri odnosu s strankami si prizadeva za vzpostavljanje dolgoročnih odnosov. V sodelovanju z lokalno skupnostjo pa uresničuje svojo politiko donatorstva in sponzorstva (Gorenjska Banka d. d. Kranj, 2024).

Slovenska izvozna in razvojna banka d. d. s svojimi pooblastili in poslanstvom prispeva k uresničevanju širših družbenih ciljev, ki so skladni s ključnimi elementi trajnostnega razvoja. To so uspešno gospodarstvo, socialna varnost in skrb za okolje. V letu 2023 je še bolj okrepila zavezanost trajnostnem razvoju, ki je postal eden izmed osrednjih stebrov njene strategije. V odločitvene procese je vpeljala koncept trajnostnega razvoja in krožnega gospodarstva (Slovenska izvozna in razvojna banka d. d., 2024).

UniCredit Banka Slovenija d. d. pozornost namenja odnosu do sodelavcev, pri čemer sledi načelu enakopravnosti. Zaposlenim ponuja izobraževanja, razvoj, napredovanje in druge priložnosti za rast. Dolgoročni odnosi s strankami so glavno vodilo njihovega poslovanja. Prizadevajo si za partnersko sodelovanje, ki temelji na zaupanju in prilagajanju. Pomembni so tudi odnosi z dobavitelji, s katerimi gradijo dolgoročne odnose na podlagi transparentnosti, vzajemnega spoštovanja, zaupanja in zakonskih norm. V letnem poročilu so izpostavljeni najpomembnejši humanitarni projekti, ki so jih podprli (UniCredit Banka Slovenije d. d., 2024).

Trajnostni razvoj je pomemben del strategije Delavske hranilnice d. d. Skupina deluje odgovorno in trajnostno, pri tem ohranja svoj ugled ter podpira razne projekte. Spodbuja tudi razvoj podjetništva in inovativnosti. Z izvajanjem trajnostnega financiranja povečuje delež zelenih naložb in skrbi za razvoj ter motivacijo zaposlenih. Strankam nudi dostopnost, aktivno sodelovanje in posluje v skladu s trajnostnimi cilji. Poleg tega ohranja odgovoren odnos do delničarjev in ostaja zanesljiv partner (Delavska hranilnica d. d., 2024).

V letu 2023 je Hranilnica Lon d. d. Kranj začela še bolj intenzivno uvajati strategije trajnostnega razvoja v svoj poslovni model. V lokalnih okoljih, kjer posluje, si prizadeva še okrepiti svojo vlogo kot pomembna finančna institucija v Sloveniji, še posebej na področju financiranja zelenih naložb. Pripeva k širšemu družbeno-gospodarskemu razvoju in ravna odgovorno do strank, zaposlenih in širšega družbenega okolja. Aktivno podpira športna društva, organizacije, zaposlene v stiski, še posebej tiste, ki so utrpeli škodo v poplavih (Hranilnica Lon d. d. Kranj, 2024).

Po preučitvi še ostalih bank je mogoče ugotoviti, da vse izkazujejo družbeno odgovornost, pri čemer so njihove prakse precej podobne. Vse banke vključujejo trajnostna načela v svoje poslanstvo in si prizadevajo za dolgoročne odnose s strankami, zaposlenimi in širšo družbo. Nekatere banke družbeno odgovornost izražajo z več finančne podpore projektom,

donacijami in sponzorstvom, druge pa z oglaševanjem in promocijo družbeno koristnih pobud, kar se mi zdi popolnoma razumljivo.

## 7 SKLEP

Družbena odgovornost postaja v bančnem sektorju vse pomembnejši dejavnik, ki vpliva na uspešnost poslovanja. Njena vloga v družbeni odgovornosti je še posebej vidna v času gospodarskih kriz, ki niso le ekonomske narave, ampak tudi socialne, etične in okoljske narave. Bistvene razlike med velikostjo banke in stopnjo družbene odgovornosti ni bilo zaslediti, kar kaže na to, da so banke že od samega začetka v določeni meri razvile družbeno odgovorno ravnanje.

Za banke je ključno, da o svoji družbeni odgovornosti tudi komunicirajo in poročajo. Na ta način gradijo odnos z deležniki in interesnimi skupinami, s katerimi sodelujejo. Za banko so najpomembnejši deležniki, zaposleni, mediji, stranke, nadzorniki in širša družbena skupnost. Vsi skupaj predstavljajo vlagatelje v banko, zato mora poskrbeti, da pri svojem poslovanju ne gleda zgolj na dobiček, ampak mora upoštevati tudi njihove interese. Čeprav banke danes v veliki meri poročajo o družbeno odgovornih praksah, lahko v prihodnje pričakujemo še večjo pozornost na tem področju.

Vodstvu bank bi priporočila, naj še naprej delujejo v smeri družbene odgovornosti in si prizadevajo za dobrobit celotne družbe. Vsak posameznik naj bo odgovoren do ljudi, ki jih ima okrog sebe, podjetja do deležnikov in strank, banke pa naj poslujejo z zakonodajo, ki je določena. V sodobnem svetu postaja trajnost vse pomembnejši dejavnik za uspešno in dolgoročno poslovanje.

## SEZNAM KLJUČNE LITERATURE

1. Bertonec, A., Meško, M., Naraločnik, A. in Nastav, B. (2011). *Trajnostni razvoj organizacije* (1. izd.). GV Založba d. o. o.
2. Bohinc, R. (2016). *Družbena odgovornost* (1. izd.). Založba FDV.  
[https://www.epf.um.si/fileadmin/user\\_upload/EPF-SPO-2017\\_web.pdf](https://www.epf.um.si/fileadmin/user_upload/EPF-SPO-2017_web.pdf)
3. Močnik, D., Crnogaj, K. in Bradač Hojnik, B. (2016). *Slovenska podjetja in družbena odgovornost. Slovenski podjetniški observatorij 2016* (200. izd.). Univerzitetna založba Univerze v Mariboru.

## LITERATURA IN VIRI

1. Abbas, J. (2025). From corporate social responsibility to human social responsibility: A pathway for a sustainable society. *Journal of Cleaner Production*, 447, 140998, 1-2. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0959652625003294>

2. Addiko Bank d. d. (2024). *Letno poročilo 2023*. <https://www.addiko.si/onas/medijsko-sredisce-in-publikacije/porocila/letna-porocila/>
3. Banka Slovenije. (brez datuma). *Register subjektov nadzora*. [https://www.bsi.si/sl/nadzor-bancnega-sistema/register-subjektov-nadzora?q\[category\]=1](https://www.bsi.si/sl/nadzor-bancnega-sistema/register-subjektov-nadzora?q[category]=1)
4. Han, B., Yang, Z., Zhau, J. in Wang, Y. (2025). How does social responsibility practice promote corporate green innovation? Based on the Mediating Model of Double Chains. *Journal of Cleaner Production*, 447, 140962, 1-2. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2949753124000742>
5. Carlson, D. (2025, 9. april). *What is a corporate social responsibility (CSR) report?* <https://www.britannica.com/money/corporate-social-responsibility-report>
6. Cote, C. (2021, 20. april). *What is a CSR report & why is it important?* <https://online.hbs.edu/blog/post/what-is-a-csr-report>
7. Crowther, D. in Seifi, S. (Eds). (2020). *The Palgrave Handbook of Corporate Social Responsibility*. Springer. <https://link.springer.com/referencework/10.1007/978-3-030-224387>
8. Delavska hranilnica d. d. (2024). *Letno poročilo 2023*. <https://www.dh.si/doc/letna-porocila/letno-porocilo-2023.pdf>
9. Deželna banka Slovenija. (brez datuma). *O nas*. <https://www.dbs.si/osebne-finace>
10. Ekvilib Inštitut. (brez datuma). *Družbena odgovornost in trajnostni razvoj*. <https://www.ekvilib.org/sl/druzbena-odgovornost-podjetij/>
11. Evropski parlament. (2013). *Poročilo o družbeni odgovornosti gospodarskih družb*. [https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/A-7-2013-0017\\_SL.html](https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/A-7-2013-0017_SL.html)
12. Gorenjska banka d. d. (2024). *Letno poročilo 2023*. [https://www.gbkr.si/wp-content/uploads/2024/04/Letno-porocilo-Gorenjske-banke\\_2023.pdf](https://www.gbkr.si/wp-content/uploads/2024/04/Letno-porocilo-Gorenjske-banke_2023.pdf)
13. Hranilnica LON d. d. (2024). *Letno poročilo 2023*. [https://www.lon.si/sites/default/files/lon-letno-porocilo-2023-dve-strani\\_1.pdf](https://www.lon.si/sites/default/files/lon-letno-porocilo-2023-dve-strani_1.pdf)
14. Indowu, S.O., Capaldi, N., Zu, L. in Das Gupta, A. (2013). *Encyclopedia of Corporate Social Responsibility*. Springer. <https://link.springer.com/referencework/10.1007/978-3-642-28036-8>
15. Inštitut za razvoj družbene odgovornosti. (brez datuma). *About social responsibility*. <https://www.irdo.si/en/about-social-responsibility/>
16. Intesa Sanpaolo Bank. (2024). *Letno poročilo 2023*. <https://www.intesasanpaolobank.si/prebivalstvo/nasa-skupina/novosti-in-publikacije/publikacije.html>
17. Intesa Sanpaolo Bank. (brez datuma). *Prebivalstvo*. <https://www.intesasanpaolobank.si/prebivalstvo>
18. Nova Ljubljanska banka. (2024). *Letno poročilo 2023*. <https://www.nlbgroup.com/si-sl/vlagatelj/financna-porocila>
19. OTP banka. (2024). *Letno poročilo 2023*. <https://www.otpbanka.si/financna-porocila-in-dokumenti>
20. OTP banka. (brez datuma). *O nas*. <https://www.otpbanka.si/>

21. Primorska hranilnica Vipava. (2024). *Letno poročilo 2023*. <https://phv.si/javne-objave-in-porocila/>
22. Primorska hranilnica Vipava. (brez datuma). *O nas*. <https://phv.si/o-nas/>
23. Slovenska izvozna in razvojna banka d. d. (2024). *Letno poročilo 2023*. [https://www.sid.si/sites/www.sid.si/files/documents/sid\\_banka\\_letno\\_porocilo\\_2023.pdf](https://www.sid.si/sites/www.sid.si/files/documents/sid_banka_letno_porocilo_2023.pdf)
24. Banka Sparkasse d. d. (2024). *Letno poročilo 2023*. [https://cdn0.erstegroup.com/content/dam/si/spksi/www\\_sparkasse\\_si/dev/o-nas/2020/Letno-porocilo\\_Sparkasse-2023\\_potrjeno.pdf](https://cdn0.erstegroup.com/content/dam/si/spksi/www_sparkasse_si/dev/o-nas/2020/Letno-porocilo_Sparkasse-2023_potrjeno.pdf)
25. UniCredit Banka Slovenije d. d. (2024). *Letno poročilo 2023*. <https://www.unicreditbank.si/si/o-nas/vlagatelji/financna-porocila.html>
26. United Nations Information Service. (brez datuma). *Sustainable Develeopment Goals*. [https://unis.unvienna.org/unis/sl/topics/sustainable\\_development\\_goals.html](https://unis.unvienna.org/unis/sl/topics/sustainable_development_goals.html)

## **PRILOGA**



## Priloga 1: Vprašalnik – družbena odgovornost banke

1. Katero delovno mesto zasedate v banki?
2. Kakšno vlogo bi moral imeti bančni sektor pri spodbujanju družbene odgovornosti v Sloveniji?
3. Kako pomembna se vam zdi družbena odgovornost banke kot »podjetja« v današnjem času? Je pomembnejša od običajnega oglaševanja (npr. oglas v medijih)?
4. Ali ima vaša banka opredeljeno definicijo družbene odgovornosti?
5. Ali pripravljate posebno poročilo o svoji družbeni odgovornosti ali to področje vključujete v letno poročilo?
6. Katere družbeno odgovorne aktivnosti izvajate v svoji banki?
  - Okoljska, ekonomska, socialna ...
7. Kako ocenjujete naklonjenost vašega vodstva v banki do družbene odgovornosti in katero strategijo pri tem uporabljate?
  - vključevanje družbene odgovornosti v poslovno strategijo (v poslanstvu, viziji, ciljih),
  - zgled vodstva (aktivno vključevanje, spodbujanje, komunikacija z zaposlenimi, strankami),
  - upoštevanje interesov (sodelovanje, prilagajanje),
  - trajnostno bančništvo, etične prakse, okoljska trajnost.
8. Kaj vas je spodbudilo k sprejetju družbeno odgovornih praks?
9. Ali vaše podjetje družbeno odgovornost dojema kot strošek ali kot naložbo v prihodnost?
10. Kaj vam pomeni družbena odgovornost in kje vidite njene prednosti)
  - npr. graditev in ohranjanje pozitivnega ugleda,
  - pridobitev bolj kvalificiranih zaposlenih.
11. Ali družbena odgovornost prinaša vaši banki predvsem kratkoročne ali dolgoročne koristi?
12. Kaj je ključno pri uresničevanju poslovne strategije – ugled, odnos do okolja ali kaj drugega?
13. Kakšne koristi imajo zaradi vaših družbeno odgovornih aktivnosti zaposleni, poslovni partnerji, lokalna skupnost in naravno okolje?
14. Kakšne koristi opazate zaradi pridobljenih standardov oz. certifikatov in nagrad na področju družbene odgovornosti?
15. Se je obseg poročanja o družbeni odgovornosti zmanjšal v času gospodarske krize? Kakšno vlogo ima družbena odgovornost v takšnih razmerah?
16. Ali menite, da so banke v tuji lasti bolj družbeno odgovorne kot banke v domači lasti?
17. Menite, da bo družbena odgovornost v prihodnje postala nepogrešljiv del poslovne strategije ali jo bo v času gospodarskih kriz nadomestil namen za preživetje podjetja?
18. Kako nameravate v podjetju izvajati družbeno aktivnost v prihodnje (jih povečati, zmanjšati, izvajati v enakem obsegu)?