

DRUŠTVENO ODGOVORNO POSLOVANJE BANAKA U REPUBLICI HRVATSKOJ

Topić, Jure

Master's thesis / Diplomski rad

2019

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Split, Faculty of economics Split / Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:124:010181>

Rights / Prava: [In copyright](#)/[Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2024-11-27**

Repository / Repozitorij:

[REFST - Repository of Economics faculty in Split](#)



**SVEUČILIŠTE U SPLITU
EKONOMSKI FAKULTET**

DIPLOMSKI RAD

**DRUŠTVENO ODGOVORNO POSLOVANJE
BANAKA U REPUBLICI HRVATSKOJ**

Mentor:

doc. dr. sc. Ivana Dropulić

Student:

Jure Topić, 2171635

Split, rujan. 2019

SADRŽAJ:

1. UVOD	4
1.1. Problem istraživanja	4
1.2. Predmet istraživanja	5
1.3. Istraživačka pitanja i ciljevi istraživanja	6
1.4. Metode istraživanja	7
1.5. Doprinos istraživanja	8
1.6. Struktura diplomskog rada	8
2. DRUŠTVENO ODGOVORNO POSLOVANJE	10
2.1. Pojmovno određenje.....	10
2.2. Razvoj društveno odgovornog poslovanja	13
2.3. Društveno odgovorno poslovanje u Hrvatskoj	15
2.3.1. Povijest i razvoj društvene odgovornosti u Hrvatskoj	15
2.3.2. Primjeri dobre prakse društveno odgovornog poslovanja u Hrvatskoj	17
2.4. Interna i eksterna dimenzija društveno odgovornog poslovanja	19
2.5. Izvještavanje o društvenoj odgovornosti.....	21
2.5.1. Povijest izvještavanja o društvenoj odgovornosti	21
2.5.2. Standardi i smjernice za izvještavanje o društvenoj odgovornosti.....	22
2.5.3. Norme društvene odgovornosti	23
2.6. Modeli i strategije društvene odgovornosti	23
2.7. Indeks društvenog odgovornog poslovanja	25
2.7.1. Povijest i razvoj projekta.....	25
2.7.2. Natječaj „Indeks društveno odgovornog poslovanja“	25
2.8. Područja društveno odgovornog poslovanja.....	27
2.9. Prednosti implementacije društveno odgovornog poslovanja.....	29
3. TEMELJNE ODREDNICE POSLOVANJA BANAKA	31
3.1. Banke u Hrvatskoj.....	31
3.1.1. Opći podatci	31
3.1.2. Oblik i djelatnost društva	32
3.1.3. Temeljni kapital i dionice.....	33
3.2. Nadzor i regulativa banaka u Hrvatskoj.....	34
3.3. Specifičnost bankarskog sektora u kontekstu odgovornog poslovanja	35

4. DRUŠTVENA ODGOVORNOST BANAKA U REPUBLICI HRVATSKOJ	37
4.1. Opći pokazatelji poslovanja banaka	37
4.2. Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti.....	38
4.3. Rezultati istraživanja	58
4.4. Usporedba rezultata	62
4.4.1. Usporedba rezultata s istraživanjem provedenim u radu „Izvještavanje o društvenoj odgovornosti banaka u Hrvatskoj“	62
4.4.2. Usporedba rezultata s istraživanjem provedenim u radu „Društveno odgovorno poslovanje u Republici Hrvatskoj“	63
5. ZAKLJUČAK.....	67
LITERATURA	69
SAŽETAK	72
SUMMARY	73
POPIS TABLICA, GRAFIKONA I SLIKA	74

1. UVOD

1.1. Problem istraživanja

Društvena odgovornost definira se kao briga za društvo i okoliš od strane poduzeća i pojedinaca te ih ujedno ograničava u krajnje destruktivnim aktivnostima. Koncept društveno odgovornog poslovanja temelji se na mišljenju da ljudi, zajednica i okoliš ne smiju biti podređeni ekonomskim ciljevima poduzeća.¹

Ne postoji određeni trenutak početka primjene već su se aktivnosti vezane uz društveno odgovorno poslovanje razvijale usporedno s napretkom društva. Ipak, sredinom prošlog stoljeća pritisci civilnog društva prema globalnim poduzećima koja su bila izložena napadima zbog svoje politike prema okolišu i zaposlenicima doveli su do početka pridavanja sve većeg značaja društveno odgovornom poslovanju.

Koncept društvene odgovornosti poduzeća primjenjuje se na poduzeća svih veličina ali je utjecaj velikih i globalnih poduzeća najznačajniji jer imaju najveći utjecaj na društvo i okoliš. Također, broj zaposlenika, dioničara, dobavljača, kupaca te ostalih dionika poslovnih procesa značajno odskaka u odnosu na mala i srednja poduzeća.²

Integriranjem društvenog odgovornog ponašanja u strategiju poslovanja, poduzeća svakako stvaraju kvalitetnije odnose sa svim dionicima prisutnim u poslovnim procesima: zaposlenicima, dioničarima, investitorima, potrošačima. S druge strane, društveno odgovornim poslovanjem poduzeća investiraju u svoju budućnost. U financijskom kontekstu privlače kupce koji preferiraju održiv način poslovanja dok u reputacijskom kontekstu privlače kvalitetnije zaposlenike. Sve veći broj poduzeća implementira društvenu odgovornost u svoje poslovanje radi unaprjeđenja poslovanja, boljih poslovnih rezultata te ostvarivanja konkurentskih prednosti. Usmjerenost na pitanja posvećena siromaštvu, socijalnoj ugroženosti, etičkim i moralnim pitanjima svakako poduzeću mogu donijeti dobar ugled na tržištu.

¹ Afrić, K. (2016) Društveno odgovorno poslovanje vs društveno poduzetništvo. Zbornik radova 8. nacionalne konferencije o Društveno odgovornom poslovanju, str. 17-31.

² Vrdoljak, I., Hazdovac, K. (2014) Društveno odgovorno poslovanje i hrvatska gospodarska praksa. *Oeconomica Jardertina*, Vol.4, No.1, str. 40-58.

1.2. Predmet istraživanja

Iako ne postoji zakonska obveza, izvještavanje o društvenoj odgovornosti sve više postaje standardna praksa izvještavanja u poduzećima. S obzirom na sve veću važnost primjene odgovornog poslovanja, poduzeća indirektno postaju prisiljena izvještavati o društveno odgovornom poslovanju kako bi na tržištu ostala konkurentna.³ Stoga, u ovom radu će se prikazati koliko banke primjenjuju načela društvene odgovornosti u svom poslovanju.

Predmet istraživanja ovog rada su sve banke koje trenutno posluju u RH i imaju dozvolu za rad od Hrvatske narodne banke. U ovom radu će se na temelju indeksa o društvenoj odgovornosti prikazati ocjena izvještavanja o društvenoj odgovornosti banaka. Ukoliko banka izvještava o određenoj aktivnosti, dodijelit će joj se vrijednost 1, a ako ne izvještava dodijelit će se vrijednost 0. Svaka aktivnost pripada određenom području društveno odgovornog poslovanja. Suma dodijeljenih vrijednosti po promatranim područjima društveno odgovornog poslovanja definirat će indeks društvene odgovornosti banaka.

Također, istražiti će se iz koje domene društveno odgovornog poslovanja banke u RH najviše objavljuju poduzete aktivnosti, izvještavaju li o društveno odgovornom poslovanju na svojim internet stranicama te je li se prosječna ocjena indeksa izvještavanja o društvenoj odgovornosti poslovanja banaka u RH promijenila u odnosu na rezultate prethodnih istraživanja.

Izvještavanje o društveno odgovornom poslovanju primjenjivo je na sve djelatnosti. Svaka djelatnost ima opći i specifičan utjecaj na društvo i okolinu. Bankarstvo je uslužna djelatnost koja se bavi posebnim poslovima u vezi s novcem i novčanim vrijednostima. Njihovo poslovanje je definirano zakonima, a prije svega Zakonom o kreditnim institucijama. Uz opći utjecaj na društvo i okoliš koji je sličan za sve djelatnosti, bankarski sektor ima specifične aktivnosti i prakse poslovanja koje odražavaju društveno odgovorno ponašanje.

³ Bačun, D., Matešić, M., Omazić, M.A. (2012): Leksikon održivog razvoja, Hrvatski poslovni savjet za održivi razvoj, Zagreb.

1.3. Istraživačka pitanja i ciljevi istraživanja

Empirijskim dijelom rada dat će se odgovori na ključna istraživačka pitanja:

- Da li banke u RH izvještavaju o društveno odgovornom poslovanju na svojim internetskim stranicama?
- Iz kojeg područja društveno odgovornog poslovanja banke u Hrvatskoj najviše objavljuju poduzete aktivnosti ?
- Kako je ocjenjeno društveno odgovorno poslovanje banaka u Hrvatskoj putem indeksa izvještavanja o društvenoj odgovornosti?
- Da li se prosječna ocjena indeksa izvještavanja o društvenoj odgovornosti poslovanja banaka u RH poboljšala u odnosu na rezultate prethodnih istraživanja?

Izazovi vezani uz društveno odgovorno poslovanje s kojima su banke suočene razlikuju se od onih s kojima se susreću poduzeća iz neke druge djelatnosti.⁴ Stoga, jedan od ciljeva ovog rada je uvidjeti koja su područja i aktivnosti društveno odgovornog poslovanja najviše zastupljena u poslovanju banaka.

Utjecaj globalizacije i brzina širenja informacija pred banke stavlja sve veće zahtjeve za transparentnošću podataka pa je cilj ovog rada spoznati na koji način i u kojoj mjeri banke izvještavaju o društveno odgovornom poslovanju na svojim internetskim stranicama.

Banke ponekad indirektno radi smanjivanja troškova energije, materijala i sl. pozitivno utječu na društvo i okoliš. Cilj ovog rada je na jasan način pojasniti koliko banke ulažu dodatnog napora kako bi pozitivno utjecale na zajednicu i okolinu u kojoj posluju.

Glavni cilj ovog rada je na temelju dostupnih podataka sa internetskih stranica banaka izračunati indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti te na temelju istoga zaključiti koliko banke u Republici Hrvatskoj primjenjuju praksu društvene odgovornosti u redovnom

⁴ Kundid, A. (2012): Društveno odgovorno poslovanje banaka u Republici Hrvatskoj. *Ekonomika misao i praksa*, No.2, str.497-528.

poslovanju. Uz prethodno navedeno, izračunati indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti usporedit će se s prethodnim istraživanjima.

1.4. Metode istraživanja

Kod izrade rada koristile su se znanstvene metode koje su primjerene za radove iz područja društvenih znanosti. Radi različitih misaonih postupaka, postoji više metoda znanstvenih istraživanja koji se koriste u izradi rada.

U izradi i istraživanju diplomskog rada primijenit će se sljedeće metode:⁵

- Induktivna metoda - na temelju analize pojedinačnih činjenica dolazi se do zaključka o općem sudu
- Deduktivna metoda - iz općih sudova izvode se posebni i pojedinačni zaključci.
- Metoda analize - raščlanjivanje složenih pojmova, sudova i zaključaka na jednostavnije dijelove
- Metoda sinteze - spajanje jednostavnih misaonih tvorevina u složene
- Metoda klasifikacije - sistematska i potpuna podjela općega pojma na posebne, u okviru opsega pojma.
- Metoda deskripcije - postupak jednostavnog opisivanja ili ocrtavanja činjenica , koristi se u početnoj fazi istraživanja
- Metoda kompilacije - preuzimanje tuđih rezultata, opažanja, stavova, zaključaka i spoznaja
- Komparativna metoda – usporedba istih ili srodnih činjenica

⁵ Zelenika, R. (1998.): Metodologija i tehnologija izrade znanstvenog i stručnog djela, Ekonomski fakultet Rijeka, Rijeka, str. 323-339.

1.5. Doprinos istraživanja

Doprinos istraživanja ovog rada usmjeren je na primjenu društveno odgovornog poslovanja banaka u Republici Hrvatskoj i na usporedbu istog s prethodnim istraživanjima. Na temelju indeksa izvještavanja o društvenoj odgovornosti donijet će se zaključci i odgovori na formirana istraživačka pitanja.

Temeljni doprinos istraživanja je unaprjeđenje dosadašnjih saznanja o primjeni društveno odgovornog poslovanja u bankama. Ažurnije informacije će pouzdanije pokazati koliko banke u Republici Hrvatskoj trenutno primjenjuju načela brige o društvu i okolišu.

Osim empirijskog dijela rada, postoji i teorijski dio rada koji će doprinijeti boljem shvaćanju važnosti primjene društvenog odgovornog ponašanja u poslovanju. Također, u teorijskom dijelu rada doprinos ovog istraživanja je analiza standarda za nefinancijsko izvještavanje koji su u 2018. godini zamijenili dosadašnje smjernice za nefinancijsko izvještavanje.

1.6. Struktura diplomskog rada

Diplomski rad sastojat će se od pet tematskih jedinica.

U prvom dijelu rada definirani su problem i predmet istraživanja, utvrđen je cilj rada te su postavljena istraživačka pitanja na koja se odgovara u empirijskom dijelu rada. Osim toga, definiran je i doprinos istraživanju i metode koje će se koristiti u izradi rada. Na kraju prvog dijela je prikazana struktura rada.

Prvi dio drugog dijela rada definira pojmovno određenje i razvoj društveno odgovornog poslovanja u svijetu s posebnim osvrtom na društveno odgovorno poslovanje u Hrvatskoj. U drugom dijelu ove cjeline prikazuje se način na koji su poduzeća kroz povijest izvještavala o društvenom odgovornom poslovanju te na koji način izvještavaju danas. Osim toga, ova cjelina sadrži zasebnu analizu svih područja društvenog odgovornog poslovanja te teorijski aspekt indeksa društvenog odgovornog poslovanja. Na kraju, prikazani su modeli i strategije društvene odgovornosti.

Treći dio rada se odnosi na poslovanje banaka u Republici Hrvatskoj. U prvom dijelu ove cjeline navode se osnovni podatci o bankama, definira se vrsta poslova, regulativa i sl. Osim toga, prikazat će se specifičnosti bankarskog sektora u odnosu na ostale djelatnosti.

Prvi dio četvrtog dijela ili „empirijskog dijela rada“ sadrži općeniti prikaz banaka te njihovog financijskog poslovanja. Središnji dio rada sadrži istraživanje na temelju indeksa društveno odgovornog poslovanja. Nakon provedenog istraživanja, prezentiraju se dobiveni rezultati. U zadnjem dijelu četvrtog dijela rada dobiveni rezultati uspoređivat će se s rezultatima dobivenim prethodnim istraživanjima.

U posljednjem dijelu rada, petom poglavlju, iznesen je zaključak rada.

2. DRUŠTVENO ODGOVORNO POSLOVANJE

2.1. Pojmovno određenje

Društveno odgovorno poslovanje se ne odnosi samo na interne procese koji se odvijaju u poduzeću već se odnosi i utječe na društvo u cijelosti. Također, društveno odgovorno poslovanje indirektno utječe na društvenu svijest i na cijelo gospodarstvo. Takav kompleksan i opsežan pojam najjednostavnije je objasniti iznošenjem definicija različitih autora.

Kotler i Lee smatraju da je društveno odgovorno poslovanje slobodan izbor poslovanja za poboljšanje zajednice kroz diskrecijsku poslovnu praksu. Naglasak u ovoj definiciji je na riječ diskrecijsku koja predstavlja neprisilan izbor u primjeni odgovornog poslovanja i stvaranja doprinosa u zajednici.⁶ Buble definira društvenu odgovornost kao razlikovanje pravog od krivog i činjenje pravog. Menadžment u izborima i akcijama koje poduzima u poslovanju određuje doprinos interesima društva. S obzirom na različite interpretacije društvene odgovornosti, deset zapovjedi društvene odgovornosti poduzeća pomogla su u jednakom vrednovanju aktivnosti.⁷

Tablica 1: Deset zapovjedi društvene odgovornosti poduzeća

Deset zapovjedi društvene odgovornosti poduzeća
1. Poduzmi korektivne akcije prije nego što se to izričito zahtjeva.
2. Radi s građanima i društvenim grupama na rješavanju zajedničkih problema.
3. Radi na uspostavljanju industrijskih standarda i propisa.
4. Javno priznaj svoje pogreške.
5. Uključi se u prikladne socijalne programe.
6. Pomozi u rješavanju problema okoline.
7. Prati promjene u društvenoj okolini.
8. Uspostavi i poštuj korporacijska pravila ponašanja.
9. Prihvati javne standarde o socijalnim pitanjima.
10. Nastoj ostvariti profit na stalnoj osnovi.

Prikaz autora prema Buble, M. (2009): Menadžment, Ekonomski fakultet, Split

⁶ Kotler, P., Lee, N. (2009): DOP: društveno odgovorno poslovanje: suvremena teorija i najbolja praksa, M.E.P. d.o.o., Zagreb, str.3

⁷ Buble, M. (2009): Menadžment, Ekonomski fakultet Sveučilišta u Splitu, Split, str.99

Kolombić i Bebek poslovnu etiku promatraju kao pojam sastavljen od poslovanja i etike. Poslovanje je pružanje usluge u zamjenu za novac ili neku drugu protučinidbu. Etika se odnosi na određene principe i norme ponašanja koja su u skladu s prirodom i osnovnim ljudskim vrijednostima. Dakle, poslovna etika se može definirati kao dvostruko zadovoljavanje potreba. S jedne strane, poslovni subjekt zadovoljava svoje potrebe prodajom proizvoda i ostvarivanjem prihoda dok s druge strane simetričnom razmjenom dobara udovoljava željama i potrebama kupca.⁸

Kundid i Rogošić definiraju društveno odgovorno poslovanje kao samo regulatorni okvir poslovanja u kojem poduzeće namjerava ostvariti pozitivnu interakciju s različitim dionicima poslovnog procesa. Društveno odgovorna poduzeća poboljšavaju kvalitetu života i pozitivno utječu na zaštitu okoliša.⁹

Baćun, Matešić i Omazić smatraju da je preuzimanje odgovornosti jako slično inicijativi. Moramo preuzeti odgovornost i poduzeti određene aktivnosti a ne čekati reakciju drugih. Bez obzira radi li se o fizičkoj ili pravnoj osobi odgovoran je onaj tko može preuzeti odgovornost za svoje aktivnosti i postupke.¹⁰

Iako su definicije različite, svi autori navode da društvena odgovornost pozitivno utječe na gospodarstvo u cijelosti, poduzeće i okoliš. Primjenom društveno odgovornog poslovanja poduzeće direktno i indirektno utječe na sve dionike poslovnog procesa (zaposlenike, kupce, dobavljače, okoliš, itd.). Osim autora, razne organizacije i udruženja definiraju pojam društveno odgovornog poslovanja. Hrvatska udruga poslodavaca definira društveno odgovorno poslovanje poduzeća kao ispunjenje minimalnih zahtjeva i očekivanja u pogledu društva i okoliša. Također, zahtjevi i očekivanja zajednice paralelno rastu s napretkom društva.¹¹ Prema Svjetskom poslovnom savjetu za održivi razvoj društvenu odgovornost predstavlja gospodarstvo u cjelini. Cijelo gospodarstvo je zaduženo da pridonese i poboljša životni standard društva.

⁸ Bebek, B., Kolombić, A. (2000): Poslovna etika, Sinergija, Zagreb, str.7-8

⁹ Kundid, A., Rogošić, A. (2012) Izvještavanje o društvenoj odgovornosti banaka u hrvatskoj, Praktični Menadžment, Vol.3, No.2, str 15.

¹⁰ Baćun, D., Matešić, M., Omazić, M.A. (2012): Leksikon održivog razvoja, Hrvatski poslovni savjet za održivi razvoj, Zagreb, str.60

¹¹Društveno odgovorno poslovanje za organizacije poslodavaca, raspoloživo na: <https://www.hup.hr/EasyEdit/UserFiles/Petra%20Senti%C4%87/Prirucnik%20DOP%20HR.pdf>

Europska komisija ističe društvenu odgovornost kao neprisilan izbor poduzeća da u svoju strategiju i aktivnosti implementira brigu za društvo i okoliš. Europska komisija u strategiji razvoja društveno odgovornog poslovanja 2011-2014. godine navodi važnost preventivnog djelovanja poduzeća u eventualnom negativnom utjecaju na društvo i okoliš koje mogu prouzročiti svojim poslovanjem. Poduzeće se promatra kao nerazdvojni dio zajednice i kao takvo snosi odgovornost za uspjeh i neuspjeh društva u kojem djeluje.¹²

Osim autora, organizacija i udruga koje definiraju društveno odgovorno poslovanje postoje norme, standardi i smjernice za izvještavanje i primjenu društvene odgovornosti.

Norma društvene odgovornosti ISO 26000 daje smjernice o načinima integriranja društvene odgovornosti u organizaciju te načinu suradnje s dionicima i prepoznavanju društvene odgovornosti. GRI standardi su novi model nefinancijskog izvještavanja te su zamijenili dosadašnje GRI G4 smjernice za nefinancijsko izvještavanje. Ono što ih najviše razlikuje su strukturalne promjene.¹³

Društvena odgovornost poduzeća sadržana je u strategiji poslovanja. Poduzeća djeluju u različitim okolinama i okolnostima stoga svako područje djelovanja zahtjeva različite pristupe i aktivnosti iz područja društveno odgovornog poslovanja. Na primjer, ukoliko poduzeće djeluje na području gdje je visoka stopa nezaposlenosti i siromaštva, u pravilu će se društvene aktivnosti usmjeriti na smanjivanje siromaštva kroz razne donacije i potpore. Ali ako na primjer, poduzeće djeluje na području gdje je okoliš značajno ugrožen, vjerojatno će se društvene aktivnosti usmjeriti na smanjivanje zagađenja okoliša i podizanje svijesti društva.

Društvena odgovornost stvara reputacijsku vrijednost za poduzeće što može predstavljati značajnu konkurentsku prednost. Ukoliko poduzeće pravilno implementira aktivnosti iz područja društveno odgovornog poslovanja stvara dvostruku korist. Prvo, povećava svoju vrijednost stvaranjem pozitivne „slike“ u zajednici dok s druge strane pozitivno utječe na društvo i okoliš.¹⁴

¹² Matešić, M., Pavlović, D, Bartoluci, D. (2015): Društveno odgovorno poslovanje, VPŠ Libertas, Zagreb, str.10

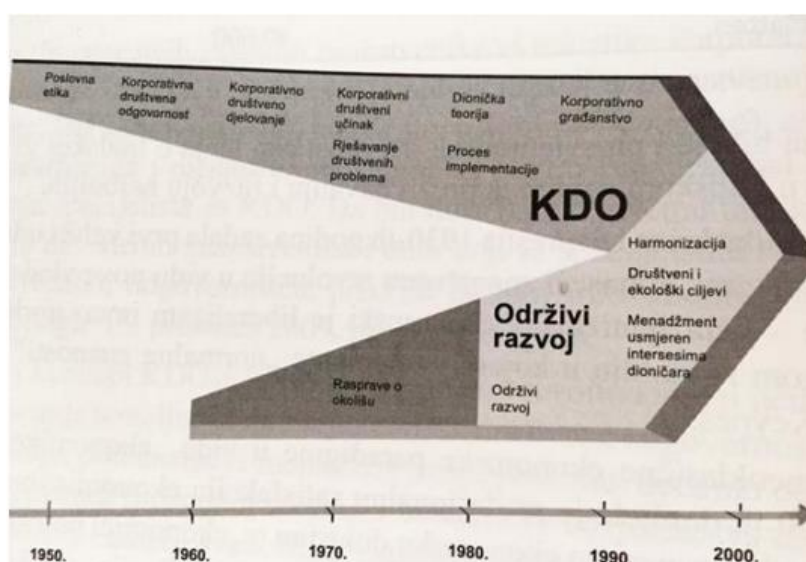
¹³ Institut za Društveno odgovorno poslovanje u Hrvatskoj, [Internet], raspoloživo na: <http://www.idop.hr/hr/dop-trendovi/dop-u-hrvatskoj/>

¹⁴ Keller, L.K., Kotler, P. (2008) : Upravljanje marketingom, Mate d.o.o., Zagreb, str. 20-25

2.2. Razvoj društveno odgovornog poslovanja

Ne postoji točno određeni trenutak početka primjene društveno odgovornog poslovanja. Društvena odgovornost razvijala se paralelno s razvojem društva. Već u srednjem vijeku možemo pronaći primjere društvene odgovornosti. Bogati trgovci odvajali bi određeni iznos novca za podizanje škola i bolnica, a nakon smrti bi osnivali zaklade kako bi ostali poznati.¹⁵

Početak 60-tih godina prošlog stoljeća počela se razvijati svijest o društveno odgovornom poslovanju. Prva primjena društveno odgovornog poslovanja bila je filantropskog karaktera kada su bogati pojedinci poput Bill Gatesa uplaćivali određen iznos profita u humanitarne svrhe čime su postavili temelje daljnjeg razvoja društvene odgovornosti.



Slika 1: Faze društveno odgovornog poslovanja kroz povijest

Izvor: Letica B., Doba odgovornosti, MATE d.o.o., Zagreb, 2010., str. 48

Sljedeća faza razvoja društveno odgovornog poslovanja ogleđa se u korporativnoj filantropiji. Poduzeća počinju izdvajati određeni iznos sredstava za sponzoriranje sportskih klubova, donirati sredstva školama i sl. kako bi pomogli lokalnoj zajednici. Takva primjena društvene

¹⁵ Bežovan, G.: Socijalna odgovornost gospodarstva i iskustva u Hrvatskoj, Revija za sociologiju, Vol. 33, br. 1-2, 2002, str.17-18.

odgovornosti predstavlja tradicionalni okvir u kojem poduzeća nisu strateški planirala društvene aktivnosti ali su određenom novčanom donacijom poboljšali ugled poduzeća. ¹⁶

U ovoj fazi društveno odgovornog poslovanja iskorištavanje prirodnih resursa se odvijalo nekontrolirano, menadžeri su gledali vlastiti interes i profit ne osvrćući se kako takav način poslovanja štetno utječe na okoliš. Primjer je Černobilska tragedija 1986. godine koja se dogodila u bivšoj sovjetskoj Ukrajini. Ovakva društvena katastrofa otvorila je oči javnosti i pokazala na koji način se poduzeća ophode prema okolišu. ¹⁷

Tablica 2: Važni događaji- razvoj društveno odgovornog poslovanja

Važni događaji - razvoj društveno odgovornog poslovanja	
1972.	Prva UN-ova konferencija o okolišu i razvoju, Stockholm
1982.	osnovan BITC (business in the community – gospodarstvo u zajednici)
1987.	Izvjeshće komisije za okoliš i razvoj UN-a – "Naša zajednička budućnost"
1991.	Oformljena grupa za gospodarstvo Amnesty Internationala
1995.	Osnovan je CSR Europe9 1996. – ISO 140010; Svjetski gospodarski forum
1998.	Postavljen prvi ministar za DOP u Ujedinjenom Kraljevstvu
1999.	Globalna Sullivanova načela 2000. – UN-ov globalni sporazum
2001.	Zelena knjiga EU-a
2002.	Svjetski samit o održivom razvoju Johanenburg /Južna Afrika

Prikaz autora prema Hrvatskoj gospodarskoj komori, raspoloživo na: [raspoloživo na: https://dop.hgk.hr/](https://dop.hgk.hr/)

Nova generacija društvene odgovornosti pod utjecajem globalizacije, razvoja IT sektora i potrošača koji su educirani i znaju što žele potiče poduzeća da implementiraju društveno odgovorno poslovanje u strategiju poslovanja. Promjena iz filantropije u dugoročnu strategiju se dogodila ranih 90-tih. Velika većina poduzeća okrenula se novom modelu društvene odgovornosti. Mijenjaju način dizajniranja i implementacije programa društveno odgovornog poslovanja. Poduzeća biraju nekoliko strateških područja koja su u skladu s korporativnim vrijednostima i rješavaju probleme koji su usko povezani s njihovom glavnom djelatnošću i glavnim proizvodima.¹⁸ S početkom integracije društveno odgovornog poslovanja u strategiju

¹⁶ Vrdoljak, I., Hazdovac, K.(2014) Društveno odgovorno poslovanje i hrvatska gospodarska praksa. Oeconomica Jardertina, Vol.4, No.1, str. 40-58.

¹⁷ Letica B., Doba odgovornosti, MATE d.o.o., Zagreb, 2010., str. 49

¹⁸ Kotler, P., Lee, N. (2009): DOP: društveno odgovorno poslovanje: suvremena teorija i najbolja praksa, M.E.P. d.o.o., Zagreb, str.9

poslovanja, poduzeća počinju investirati u različite projekte društvene odgovornosti diljem svijeta.

1) Coca-Cola- HIV program

2000. godine Coca Cola je prepoznala važnost uloge poduzeća u borbi protiv AIDS-a. Pokrenuli su čitav niz programa i inicijativa koji su se odnosili na 1200 zaposlenika u Africi. Program se odnosio na besplatnu edukaciju, prevenciju, besplatne materijale i zaštitu te besplatno testiranje. Uz programe, Coca-Cola je razvila korporativnu politiku koja se odnosi na borbu protiv diskriminacije zaposlenika zaraženih AIDS-om i prava na njihovu privatnost.

2) Hewlett-Packard

2002. godine Hewlett Packard je uložio više od 62 miliona dolara da potakne viziju gdje svatko na svijetu treba imati pristup socijalnim, edukacijskim i ekonomskim prilikama. Program se odvijao na način da su neki zaposlenici volontirali u nerazvijenim područjima, pomažući im da ostvare svoje ciljeve kroz edukaciju i treninge.

3) Fed-EX

Također u 2002. godini, Fed Ex je nagrađen najvišim priznanjem za doprinos i uključenost u zajednicu. Zaposlenici Fed Ex poduzeća podržavali su program „Djeca hodaju sigurno“.

Globalizacija je usko povezana s rastom konkurentnosti. Veća konkurentnost znači i teže ostvarivanje konkurentskih prednosti.¹⁹ U novije vrijeme poduzeća sve više koriste društvenu odgovornost kako bi ostvarila konkurentsku prednost kroz poboljšanje „slike“ u zajednici.

2.3. Društveno odgovorno poslovanje u Hrvatskoj

2.3.1. Povijest i razvoj društvene odgovornosti u Hrvatskoj

Razvoj društveno odgovornog poslovanja u Hrvatskoj u velikom dijelu se razlikuje od razvoja društveno odgovornog poslovanja u drugim komunističkim zemljama. Sustav društvenog vlasništva i radničkog samoupravljanja koji je u Hrvatskoj bio prisutan u doba socijalizma razlikovao se od sustava državnog vlasništva koji se primjenjivao u većini drugih zemalja.

¹⁹ Grbac, B. (2005): Osvajanje ciljnog tržišta, Ekonomski fakultet Sveučilišta u Rijeci, Rijeka.,str.189

Sustav koji je bio fleksibilniji sa višom razinom slobode građana omogućavao je Hrvatskoj brži razvoj društvene odgovornosti .

Tako je tijekom razdoblja socijalizma od 50-tih godina prošlog stoljeća pa sve do 90-tih godina prisutna visoka razina zaštite radničkih prava. Također, donacije, sponzorstva i potpore osobama s invaliditetom smatrale su se standardnom praksom. S druge strane, zanemarivan je negativan utjecaj poslovanja na okoliš i održivost poslovanja.

Nakon 90-tih godina i prijelaza u tržišno gospodarstvo kada većina zemalja radi iskorak i počinje poticati poduzeća da implementiraju društveno odgovorno poslovanje u strategiju poslovanja Hrvatsku su zadesila ratna zbivanja te je razvoj društvene odgovornost stavljen u drugi plan.²⁰

Krajem 90-tih godina prošlog stoljeća i ulaskom u novo stoljeće u Hrvatskoj se javljaju naznake uvođenja društveno odgovornog poslovanja u sustave poslovanja poduzeća. Važniji događaji u povijesti i razvoju društveno odgovornog poslovanja u Hrvatskoj:

- Osnivanje Hrvatskog poslovnog savjeta za održivi razvoj (HR PSOR) 1997.godine
- Prva nacionalna konferencija o Društveno odgovornom poslovanju– Agenda 2005.godine
- Osnivanje Zajednice za Društveno odgovorno poslovanje Hrvatske gospodarske komore koja je započinje s radom 2006. godine.
- Global Compact Hrvatska kao dio inicijative Ujedinjenih naroda (UN) za uvođenje društveno odgovornog poslovanja u Hrvatskoj. Lokalna mreža Global Compact Hrvatske osnovana je 2007. godine i broji preko 50 članica.²¹

Krajem 2005.godine Zagrebačka škola ekonomije i menadžmenta provela je istraživanje o korporacijskom upravljanju i društvenoj odgovornosti poduzeća u Hrvatskoj. Istraživanje je obuhvatilo 48 javnih poduzeća te su se koristili javno dostupni podatci objavljeni na internet stranicama.

²⁰ Vrdoljak, I., Hazdovac, K.(2014) Društveno odgovorno poslovanje i hrvatska gospodarska praksa. Oeconomica Jardertina, Vol.4, No.1, str. 40-58.

²¹Društveno odgovorno poslovanje u Hrvatskoj , raspoloživo na: <http://www.filantropija.hr/dop/dop-u-hrvatskoj>

Rezultati istraživanja su pokazali :

- Poduzeća najmanje izvještavaju iz područja okolišnog upravljanja
- Poduzeća najviše izvještavaju iz područja socijalne politike upravljanja
- Najveći pomak je zabilježen u izvještavanju o politici zapošljavanja, razvoja djelatnika i sponzorstva (23% u 2005.godini).
- Kao najbolje tvrtke u području društveno odgovornog izvještavanja se ističu: Pliva, HEP, INA, Ericsson Nikola Tesla i Hrvatski Telekom.²²

U 2017. godini nefinancijsko izvještavanje prema direktivi Europske Unije postaje obavezno za poduzeća koja zapošljavaju više od 500 zaposlenika. U razvijenim zemljama u pravilu javna poduzeća u vlasništvu države najviše izvještavaju o društvenoj odgovornosti dok je u Hrvatskoj suprotan slučaj, privatna poduzeća prednjače u izvještavanju o društvenoj odgovornosti jer su im strani vlasnici tako nametnuli. Također, privatna poduzeća prepoznala su konkurentsku prednost i reputacijski kapital koji ostvaruju odgovornim načinom poslovanja.

U 2016.godini provedeno je istraživanje na uzorku 327 javnih poduzeća u Hrvatskoj koje je potvrdilo da poduzeća u državnom vlasništvu u Hrvatskoj značajno zaostaju za privatnim sektorom u području izvještavanja o društvenoj odgovornosti.²³

2.3.2. Primjeri dobre prakse društveno odgovornog poslovanja u Hrvatskoj

Kako bi što bolje shvatili napredak društveno odgovornog poslovanja u Hrvatskoj najbolje je prikazati pojedine primjere dobre prakse iz nekoliko različitih poduzeća koja djeluju u Hrvatskoj.

1) **Dobrobit za prirodu: OTP Banka**

²²Krkač, K. (2007): Uvod u poslovnu etiku i korporacijsku društvenu odgovornost, MATE d.o.o./ZŠEM, Zagreb-istraživanje, str.451-455.

²³Plećaš.K. (2016) Istraživanje razine razumijevanja i primjene društveno odgovornog poslovanja u javnim poduzećima u Republici Hrvatskoj, Zbornik radova 8. nacionalne konferencije o Društveno odgovornom poslovanju, str. 285-299

OTP banka od 2012. godine klijentima nudi „Sunčane kredite“. To su stambeni krediti za izgradnju, adaptaciju ili dovršenje stambenog objekta radi unaprjeđenja energetske učinkovitosti. Također, krediti se odnose i na kupnju stana ili kuće energetskog razreda B, A i A+. Uz stambene kredite, OTP banka kreditira različite projekte koji utječu na smanjenje potrošnje energije i ostale zahvate koji su usmjereni na energetska i okolišna učinkovitost. Osim kredita usmjerenih na stanovanje, OTP banka od 2018. godine klijentima osigurava kredite uz minimalne troškove financiranja za kupnju električnih i hibridnih vozila.

Što se tiče vlastite potrošnje energije, OTP banka je 2015.godine pokrenula projekt sunčanih elektrana na upravnoj zgradi u Dubrovniku, Puli i Zadru. Struja koja se proizvede koristi se isključivo za vlastite troškove klimatizacije, rasvjete, IT opreme i sl.

Početkom 2014.godine OTP banka pokreće program usmjeren na razvoj inovativnosti i poticanja kreativnosti kod zaposlenika pod nazivom „OTP Eureka“. Program je osmišljen na način da zaposlenici ispod razine direktora predlažu ideje usmjerene na unaprjeđenje društva i zaštitu okoliša. Jedna od ideja koja se ističe tijekom projekta je ideja usmjerena na poticanje korištenja bicikla radi smanjivanja nepovoljnog ugljičnog otiska banke.²⁴

2) Sigurnost uvijek na prvom mjestu - nit vodilja u Heinekenu

Radi inzistiranja na najvišim standardima zaštite na radu te sigurnosti na radnom mjestu općenito, Heineken je proslavio 1000 dana bez nezgode na radu. Kontinuirano unaprjeđenje zaštite na radu, učenje iz pogrešaka i usvajanjem dobrih praksi već tri godine nije bilo nezgode na radu u okviru pivovare Heineken. Jedan od primjera je dizajniranje zaštitnih dioptrijskih naočala prilagođenih svakom zaposleniku kako bi se osigurala maksimalna sigurnost.²⁵

3) Hrvatska pošta- podrška lokalnoj proizvodnji hrane

Hrvatska pošta 2017. godine pokrenula je internetsku trgovinu „Žuti klik“ koja potiče stanovnike na kupnju domaćih proizvoda naših sela. Povezivanjem prodaje i distribucije kupcima je dovoljan jedan klik da se domaći proizvodi ubrzo nađu u njihovom domaćinstvu. Suradnjom s OPG-ovima Hrvatska pošta preko internet trgovine nudi različite vrste domaćih

²⁴ Odgovorno poslovanje ,raspoloživo na: <http://odgovorno.hr/dop-price/zelena-banka-u-svakom-smislu-otp-banka/>

²⁵ Odgovorno poslovanje ,raspoloživo na: <http://odgovorno.hr/dop-price/u-heinekenu-hrvatska-sigurnost-na-radu-shvaca-se-ozbiljno-i-osobno-obiljezeno-1000-dana-bez-nezgode/>

proizvoda poput: medova, prirodne kozmetike, maslinovog ulja i sl. Projektom se potiče ruralni razvoj, pomaže OPG-ovima u plasmanu proizvoda te se kupcima osigurava jednostavna i brza kupnja lokalno uzgojene hrane.²⁶

4) Wiener osiguranje- Siguran online

Wiener osiguranje već treću godinu zaredom provodi projekt „Siguran online“ u kojem informira i educira roditelje na koji način zaštititi svoju djecu na internetu. U suradnji sa stručnjacima kreirani su određeni alati i mehanizmi koji roditeljima omogućuje bolju zaštitu djece od nasilja, uočavanje opasnih situacija i prevenciju neželjenih događaja. U prvoj godini projekta doprinos većoj sigurnosti djece na internetu ostvaren je :

- edukacijom 670 roditelja i profesora u 12 različitih škola
- dijeljenjem 20.000 tiskanih brošura o sigurnosti djece na internetu

Kreiran je video sadržaj koji se objavljuje putem kanala „You tube“ gdje stručnjaci prenose svoja znanja te edukativnim sadržajem savjetuju roditelje. U projekt su se uključile i razne javne osobe koje su svojim iskustvima podigli svijest o zaštiti djece u online svijetu.²⁷

2.4. Interna i eksterna dimenzija društveno odgovornog poslovanja

Društveno odgovorno poslovanja može se sagledati kroz dvije dimenzije :

- Internu dimenziju
- Eksternu dimenziju

1) Radna okolina

Politiku upravljanja ljudskim resursima definira odnos prema radnoj okolini. Upravljanje radnom okolinom predstavlja internu dimenziju društveno odgovornog poslovanja. Odgovornost prema radnoj okolini znači jednakost među radnicima, zapošljavanje osoba s invaliditetom, pružanje jednakih mogućnosti za sve, mogućnost napredovanja i ostvarivanja karijere te redovne isplate plaće.

²⁶ Odgovorno poslovanje ,raspoloživo na: <http://odgovorno.hr/dop-price/hrvatska-posta-uvodi-revoluciju-u-podrzavanju-lokalne-proizvodnje/>

²⁷ Odgovorno poslovanje ,raspoloživo na: <http://odgovorno.hr/dop-price/zalaganje-za-vecu-sigurnost-djece-na-internetu-projektom-osiguran-online-wiener-osiguranja-vig/>

2) Zaštita okoliša

Poduzeće se kroz redovno poslovanje ovisno o gospodarskoj grani u kojoj djeluje susreće sa raznim okolišnim pitanjima. Zaštita okoliša eksterna je dimenzija društveno odgovornog poslovanja. Odgovornim poslovanjem poduzeća direktno mogu utjecati na smanjenje zagađenja, osiromašivanja prirodnih resursa, potrošnje energije i emisije stakleničkih plinova. Osim direktnog doprinosa poduzeća putem donacija i investicija sudjeluju u raznim programima i akcijama usmjerene zaštiti okoliša. Razvojem društveno odgovornog poslovanja poslovni sektor zauzima sve veću važnost u zaštiti okoliša.²⁸

3) Odnosi na tržištu

Najvažnija okolina poduzeća na tržištu u užem smislu sastoji se od dobavljača i kupaca. Interakcija poduzeća s užom okolinom je eksterna dimenzija društvene odgovornosti poduzeća. Društvena odgovornost poduzeća u odnosu s dobavljačima odražava se u redovnom ispunjenju obveza. Poduzeće nije društveno odgovorno ukoliko ne ispunjava svoje obveze prema dobavljačima unutar roka dospijeca. Poduzeće većinu prihoda ostvaruje zahvaljujući kupcima te im je stoga potrebno posvetiti posebnu pažnju. Kupcima je potrebno osigurati siguran i kvalitetan proizvod ili uslugu. Važno je poslovati ekonomično ali ne na račun kakvoće materijala ili kvalitete usluge. Svako poduzeće koje djeluje na tržištu se susreće sa konkurencijom. Važna je privrženost nakani da se bude profitabilan, ali zarada se ne smije temeljiti na nelojalnoj konkurenciji ili strategijama suprotnim načelima tržišnog natjecanja²⁹

4) Ulaganje u zajednicu

Odnos poduzeća prema zajednici u kojoj djeluje čini eksternu dimenziju društvene odgovornosti poduzeća. Ulaganjem u razne projekte lokalne zajednice poduzeće stvara bolju percepciju javnosti i reputacijski kapital. Poduzeće može sudjelovati u humanitarnim akcijama, donacijama i sponzoriranju lokalnih sportskih klubova. Poduzeće osim novčanim sredstvima može pomoći lokalnoj zajednici volontiranjem radnika ili doniranjem stvari udrugama.

²⁸ Matešić, M., Pavlović, D., Bartoluci, D. (2015): Društveno odgovorno poslovanje, VPŠ Libertas, Zagreb, str. 49.

²⁹ Cerjan-Letica, G. (2010): Piramida profesionalne i poslovne odgovornosti u hrvatskoj stomatologiji, Acta Stomatologica Croatica, str.108

2.5. Izvještavanje o društvenoj odgovornosti

2.5.1. Povijest izvještavanja o društvenoj odgovornosti

Usporedno s razvojem društva i društvene odgovornosti raste broj izvještaja o društveno odgovornom poslovanju. Također, niz koristi koji se javlja društveno odgovornim poslovanjem poput zadovoljnih i uspješnijih zaposlenika, ozbiljnih poslovnih partnera i reputacije u društvu indirektno prisiljava poduzeća da izvještavaju o društveno odgovornom poslovanju. Uz tradicionalne financijske izvještaje poduzeća izrađuju i nefinancijske izvještaje koji prezentiraju okolišne, ekonomske i društvene performanse poduzeća. Izvještavanje o društveno odgovornom poslovanju je u pravilu dobrovoljnog karaktera te ne postoje zakonom standardizirani nefinancijski izvještaji kako bi se osigurala lakša usporedivost podataka. Poduzeća u pravilu objavljuju nefinancijske izvještaje na svojim internetskim stranicama u sklopu obveznih financijskih izvještaja ili odvojeno. Izvještaji o društvenoj odgovornosti se izrađuju na temelju smjernica, standarda i normi koje objavljuju razne inicijative.³⁰

Sve do 2017. godine objavljivanje nefinancijskih izvještava bilo je potpuno na dobrovoljnoj osnovi. U 2017. godini javlja se određeni zakonski okvir koji regulira izvještavanje o društvenoj odgovornosti. Naime, Europska unija donosi direktivu 2014/95/EU prema kojoj određena velika poduzeća i poduzeća od javnog interesa imaju obvezu sastavljanja drugih izvještaja koji se sastoje od: izvještaja uprave, nefinancijskog izvještaja, izjave o primjeni kodeksa korporativnog upravljanja i izvještaja o plaćanjima javnom sektoru.

Prema direktivi velika poduzeća i poduzeća od javnog interesa koja na datum bilance premašuju broj od 500 zaposlenika imaju obvezu uključiti nefinancijski izvještaj u svoje godišnje izvještaje. Nefinancijski izvještaj sadržava podatke i informacije o učincima poslovanja na okoliš i društvo. Također, prezentira informacije iz područja zaštite ljudskih prava, kadrovskih pitanja i borbe protiv korupcije. Direktiva nalaže i da nefinancijski izvještaj sadržava informacije o provedenoj analizi lanca nabave i lanca pod ugovaratelja kako bi se spriječili negativni učinci na poslovanje.³¹

³⁰ Kundid, A., Rogošić, A. (2012) Izvještaj o društvenoj odgovornosti prema gri smjernicama, Praktični Menadžment, Vol.,6 No.1, str 84-90

³¹ Izvještavanje o nefinancijskim informacijama prema novom Zakonu o računovodstvu i Direktivi 2014/95/EU, raspoloživo na : <http://www.idop.hr/media/46479/clanak-2.pdf>

Tablica 3: Sadržaj nefinancijskog izvještaja u odnosu na okolišni, društveni i kadrovski aspekt i aspekt poštovanja ljudskih prava, borbu protiv korupcije i podmićivanja prema st. 7. Direktive 2014/95/EU

Nefinancijski ili društveno odgovorni aspekti poslovanja	Ako se od poduzetnika traži da izradi nefinancijski izvještaj, on bi prema određenom aspektu trebao sadržavati poduzete mjere o:
Okolišni aspekt	aktualnim i predvidljivim učincima poslovanja poduzeća na okoliš te, prema potrebi, na zdravlje i sigurnost - uporabi obnovljivih i/ili neobnovljivih izvora energije - emisiji stakleničkih plinova - uporabi vode i - onečišćenju zraka
Društveni ili kadrovski aspekt	- jamčenju jednakosti spolova - provedbi temeljnih konvencija Međunarodne organizacije rada, uvjetima rada, socijalnog dijaloga, poštovanju prava radnika na informacije i savjetovanje, poštovanju prava sindikata, zdravlju i sigurnosti na poslu te dijaloga s lokalnim zajednicama i/ili na mjere poduzete radi osiguravanja zaštite i razvoja tih zajednica
Poštovanje ljudskih prava borba protiv korupcije i podmićivanja	- sprječavanju kršenja ljudskih prava i/ili važećim instrumentima za borbu protiv korupcije i podmićivanja

Prikaz autora prema članku, raspoloživo na : <http://www.idop.hr/media/46479/clanak-2.pdf>

2.5.2. Standardi i smjernice za izvještavanje o društvenoj odgovornosti

Mnoge inicijative i institucije daju smjernice za izvještavanje o društvenoj odgovornosti. Najkorišteniji obrazac za izvještavanje o društvenoj odgovornosti su Gri smjernice i Gri standardi.³² GRI je osnovan u Bostonu 1997. godine a korijeni osnivanja leže u američkim neprofitnim organizacijama za ekološki odgovornu ekonomiju. Do 2016. godine mijenjale su se generacije GRI smjernica a zadnju generaciju čine G4 smjernice koje su zamijenjene GRI standardima za nefinancijsko izvještavanje.

GRI standardi izvještaj dijele na: ekonomsko područje, društveno područje i okolišno područje. Ono što ih najviše razlikuje od GRI smjernica su strukturalne promjene u setovima modula između 33 povezane GRI teme.

Cilj Prelaska na GRI standarde je u omogućavanju smanjenja troškova, jačanju konkurentnosti poduzeća, osiguranju povjerenja, stvaranju vizija i strategija.

Glavne promjene koje se razlikuju u odnosu na G4 smjernice se odnose na :

³² Kundid, A., Rogošić, A. (2012) Izvještaj o društvenoj odgovornosti prema gri smjernicama, Praktični Menadžment, Vol.,6 No.1, str 84-90

- Ažurnost – cilj je da nefinancijsko izvještavanje postane digitalno, interaktivno i kreirano u realnom vremenu
- Pojednostavljenje i izbjegavanje ponavljanja
- Jasno razgraničenje između zahtjeva (treba), preporuka (trebalo bi) i smjernica (može)³³

2.5.3. Norme društvene odgovornosti

Međunarodna organizacija za standardizaciju izradila je ISO 26000 normu koja je stupila na snagu 2010. godine. Ona se ne odnosi samo na poduzeća već je primjenjiva na sve vrste organizacija. Namjera ISO 26000 norme je dati smjernice o ljudskim pravima, radnim pravima, zaštiti potrošača, uključenosti zajednice i sl. Po ISO standardima 26000 postoji sedam ključnih područja gdje djeluje društveno odgovorno poslovanje, a to su:

1. Organizacijsko upravljanje
2. Ljudska prava
3. Radna prava i odnosi
4. Okoliš
5. Poštene poslovne prakse
6. Pitanja vezana uz potrošače
7. Lokalne zajednice³⁴

2.6. Modeli i strategije društvene odgovornosti

Postoji dosta oprečnih mišljenja po pitanju odgovornosti poduzeća. Jedni smatraju da je poduzeće osnovano kako bi ostvarivalo profit te mu je jedini cilj ostvarivanje što veće dobiti. Društvena odgovornost odražava se u tržišnim transakcijama s kupcima, zaposlenicima i dobavljačima. Takav način razmišljanja predstavlja zagovornike **stockholder ili klasičnog ekonomskog modela**. U stockholder modelu naglasak se stavlja na iskorištavanje resursa i individualne interese u proizvodnji. S druge strane, zagovornici **stakeholder ili socioekonomskog modela** smatraju da poduzeće treba davati doprinos društvu u ekonomskom i socijalnom smislu. Poduzeće je društveno odgovorno ukoliko vodi računa o interesima

³³Institut za Društveno odgovorno poslovanje u Hrvatskoj, [Internet], raspoloživo na: <http://www.idop.hr/hr/dop-trendovi/dop-u-hrvatskoj/>

³⁴ Društveno odgovorno poslovanje za organizacije poslodavaca, raspoloživo na: <https://www.hup.hr/EasyEdit/UserFiles/Petra%20Senti%C4%87/Prirucnik%20DOP%20HR.pdf>

stakeholdera. Osim dobavljača, kupaca i dioničara stakeholderi su u širem smislu i lokalna društva, sindikati, vladine organizacije i konkurenti. Naglasak socioekonskog modela je na kvaliteti života, povratu resursa društvu, zaštiti okoliša i očuvanju resursa.

Argumenti za društveno odgovorno poslovanje:

1. Poduzeće je uključeno u društvo – Poduzeće direktno sudjeluje u problemima kao što su nezaposlenost, inflacija i zagađenost
2. Raspolaganje resursima - Bez potpore društva poduzeće ne može stvoriti tehničke i financijske resurse s kojima može rješavati teške probleme društva.
3. Bolje društvo i bolja zarada - Ukoliko poduzeće rješava probleme društva, današnji problemi mogu se pretvoriti u eventualnu priliku za zaradu.

Argumenti protiv društveno odgovornog poslovanja:

1. Maksimiziranje profita – Pokrivanjem društvenih troškova poduzeće ne maksimizira profit.
2. Ekonomska institucija - Fokus menadžera mora biti na ostvarivanju ekonomskih koristi
3. Menadžeri nisu izabrani od strane naroda - Tržišni sustav uspješno kontrolira ekonomske performanse, ali nema dobar mehanizam za kontrolu socijalnih performansi.³⁵

Strategije društvene odgovornosti u **niskom stupnju** društvene odgovornosti:

- Defanzivna strategija
- Opstruktivna strategija

Strategije društvene odgovornosti u **visokom stupnju** društvene odgovornosti:

- Adaptivna strategija
- Pro-aktivna strategija³⁶

³⁵ Buble, M. (2005): Strateški menadžment, Sinergija, Zagreb, str. 100-101

³⁶ Buble, M. (2005): Strateški menadžment, Sinergija, Zagreb, str. 102

2.7. Indeks društvenog odgovornog poslovanja

2.7.1. Povijest i razvoj projekta

Hrvatska gospodarska komora i Hrvatski poslovni savjet za održivi razvoj potpisali su 2006. godine sporazum o poslovnoj suradnji. Glavi cilj sporazuma bio je stvaranje metodologije za vrednovanje društveno odgovornog poslovanja i osmišljavanje nagrade za najbolje odgovorne prakse poduzeća. Izrada metodologije za vrednovanje društveno odgovornog poslovanja realizirana je 2007. godine kroz prvi zajednički projekt Hgk i Hrpsor-a. Metodologija se sastoji od kriterija iz šest različitih područja: ekonomska održivost, uključenost društveno odgovornog poslovanja u poslovnu strategiju, radna okolina, zaštita okoliša, tržišni odnosi i odnosi sa zajednicom.

Indeks društveno odgovornog poslovanja je metoda procjene društvene odgovornosti poduzeća u Hrvatskoj koja se temelji na sustavu rangiranja koji osigurava objektivnu procjenu društveno odgovornih praksi poduzeća. Osmišljen je po uzoru na svjetske metodologije, a u prvom redu na „Business in the Community CR Indeks“. Indeks društveno odgovornog poslovanja kao metodologija za vrednovanje osigurava međusobnu usporedivost rezultata između poduzeća u Hrvatskoj.

2.7.2. Natječaj „Indeks društveno odgovornog poslovanja“

Natječaj Indeks društveno odgovornog poslovanja se u pravilu održava krajem kalendarske godine. 2.000 velikih, srednjih, malih i javnih poduzeća koji su prema kriteriju Zlatne kune poslovali pozitivno i rangirani su prema poslovnoj uspješnosti dobivaju poziv za sudjelovanje. Poduzeća popunjavaju upitnik definiran od 119 pitanja za velika i srednja poduzeća, 64 pitanja za mala poduzeća i 92 za javna poduzeća.³⁷

U početnoj fazi projekta Ericsson Nikola Tesla d.d je donirao mrežnu aplikaciju kako bi se mogao provesti natječaj. Danas Ipsos puls d.o.o prikuplja popunjene upitnike i provodi bodovanje preko mrežne aplikacije. Sudjelovanjem u natječaju poduzeća stječu cjelokupan uvid

³⁷ Hrvatski poslovni savjet za održivi razvoj, raspoloživo na: <https://www.hrpsor.hr/>

u razinu primjene društveno odgovornog ponašanja u svom poslovanju te mogu uočiti eventualna područja u kojemu mogu unaprijediti svoje prakse.

S obzirom na veličinu i tip vlasništva poduzeća se natječu i primaju nagrade u četiri kategorije: mala, srednja, velika i javna poduzeća. Također, nagradu dobiva i poduzeće koje ostvari najveći napredak u odnosu na prethodnu godinu. Nagrade najboljim poduzećima tradicionalno se dodjeljuju u sklopu Nacionalne konferencije o društveno odgovornom poslovanju.

U studenom 2018. godine održana je jedanaesta dodjela nagrade "Indeks društveno odgovornog poslovanja" u Zagrebu. Nagrade za najbolja postignuća u društveno odgovornom poslovanju dodijelili su Hrvatska gospodarska komora u suradnji s Hrvatskim poslovnim savjetom za održivi razvoj.

Tablica 4: Nagrade s obzirom na veličinu i tip vlasništva u 2018. godini.

Kategorije	Poduzeće
Velika poduzeća	Ad plastik d.d
Srednja poduzeća	Hipp croatia d.o.o.
Mala poduzeća	Media Val d.o.o.
Javna poduzeća	Eko- Murvica d.o.o

Prikaz autora prema Hrvatskom poslovnom savjetu za održivi razvoj, raspoloživo na: <https://www.hrpsor.hr/>

Dodijeljene su još i nagrade za područje odgovorne politike i prakse u radnoj okolini, za područje odgovorne politike i prakse upravljanja okolišem, za područje društveno odgovornih odnosa sa zajednicom i društveno odgovorne politike raznolikosti i zaštite ljudskih prava.

2.8. Područja društveno odgovornog poslovanja

Područja izvještavanja prema GRI standardima se dijele na ekonomsko područje, okolišno područje i društveno područje. Kako bi što bolje shvatili područja društveno odgovornog poslovanja u Hrvatskoj najbolje je prikazati pojedinačan primjer iz svakog područja.

Sveučilište u Rijeci i studenti- Ekonomsko područje

Sveučilište u Rijeci uspostavilo je partnerski odnos sa studentima u Rijeci. Ključna obilježja socijalne odgovornosti sveučilišta je briga o povećanju dostupnosti studiranja svim građanima (socijalno ugroženi, stariji studenti itd). Također, sveučilište je izgradilo sustav i servis potpore tijekom studija i to posebice za studente s većim potrebama, planski uključuje studente u sveučilišne projekte i usavršava servis za povećanje zapošljivosti.

Zapošljavanje osoba s invaliditetom – Društveno područje

Unatoč tome što se oko 50% osoba s invaliditetom nalazi u radno aktivnoj dobi između 19-te i 64-te godine, brojni poslodavci ne koriste državne potpore za zapošljavanje takvih osoba. Poduzeće Spin Valis d.d koje je osnovano 1950. godine i djeluje u Slavoniji, primjenjuje dobre prakse društvene odgovornosti u svom poslovanju. Primjerice, poduzeće je dalo priliku najugroženijoj radnoj skupini na tržištu, osobama s invaliditetom. U 2016. godini su zaposlili 17 osoba s invaliditetom pa je uz već zaposlene u poduzeću Spin Valis d.d u radnom odnosu 26 osoba s invaliditetom.

Zeleni pojas – Okolišno područje

Zeleni pojas je program koji se bavi pitanjima zaštite okoliša i prirode. Uspješno je realiziran u Mađarskoj, Slovačkoj, Rumunjskoj, Italiji, Hrvatskoj i Češkoj. Program djeluje od 2014. godine a glavni cilj je širenje svijesti o važnosti zaštite okoliša i prirode te suradnja kompanije s organizacijama civilnog društva i lokanim zajednicama. Cilj se ostvaruje kroz kontinuiranu podršku projektima iz područja zaštite okoliša i prirode³⁸

³⁸ Odgovorno poslovanje, raspoloživo na: <http://odgovorno.hr/>

Tablica 5: Područja izvještavanja prema GRI (2002)

EKONOMSKO PODRUČJE	
Izravni ekonomski učinci	Kupci Dobavljači Zaposlenici Davatelji kapitala
OKOLIŠNO PODRUČJE	
Okolišni	Materijal Energija Voda Biološka raznolikost Emisije, otpadne vode i otpad Proizvodi i usluge Prijevoz
DRUŠTVENO PODRUČJE	
Radni odnosi i dostojanstven rad	Zapošljavanje Odnosi menadžmenta i zaposlenika Zdravlje i sigurnost Raznolikost i mogućnosti
Ljudska prava	Strategija i menadžment Nediskriminacija Dječji rad Sigurnosne prakse Sloboda udruživanja i kolektivnog pregovaranja
Društvo	Zajednica Mito i korupcija Tržišno natjecanje i određivanje cijena
Odgovornost za proizvod	Zdravlje i sigurnost potrošača Proizvodi i usluge Oglašavanje

Prikaz autora prema Grbac, B. (2005): Osvajanje ciljnog tržišta, Ekonomski fakultet Sveučilišta u Rijeci, str.448

2.9. Prednosti implementacije društveno odgovornog poslovanja

Integriranjem društvene odgovornosti u strategiju poslovanja, menadžeri i direktori žele stvoriti dodanu vrijednost poduzeću i ostvariti određenu konkurentsku prednost. Biti konkurentan znači definirati, ostvariti i održavati svoju prednost. Razvojem globalne ekonomije konkurentska prednost se više ne ostvaruje samo kvalitetom proizvoda ili usluge već se kreira i stvara novi sustav vrijednosti u kojem konkurentska prednost proizlazi iz korporativne kulture, zaposlenika, inovacija i težnje za promjenama.

Važno je da se ulaganje u društveno odgovorno poslovanje promatra kao investicija koja ima pozitivan povrat ulaganja. Utjecajem na društvene promjene poduzeća stvaraju pozitivnu percepciju kod kupaca i osnažuju vrijednost i prepoznatljivost tržišne marke. Konkurentska snaga poduzeća koje primjenjuje načela društveno odgovornog poslovanja ovisi o načinu povezivanja aktivnosti društvene odgovornosti s unaprjeđenjem odnosa prema različitim korporativnim dionicima.

Poduzeće poboljšava ekonomske performanse kada je unutarnja dimenzija društvene odgovornosti poduzeća usmjerena na doprinosu dioničarima (povećanje profita) i doprinosu zaposlenicima (poboljšanje radnih uvjeta, sigurnost na radu, napredovanje, jednakost) te kada je vanjska dimenzija društvene odgovornosti poduzeća usmjerena na doprinosu kupcima (siguran proizvod), okolišu i zajednici.

Također, u određivanju snage konkurentske prednosti i reputacijskog kapitala veliku ulogu ima civilni sektor. Civilne udruge trebaju utjecati na svijest potrošača kako bi oni svojim odabirom pri kupnji poticali društveno odgovorna poduzeća. Kada je u društvu prisutna visoka razina odgovorne potrošnje tada je konkurentska snaga društveno odgovornih poduzeća na najvišoj razini. Istraživanjem provedenim na članicama Hrpsor-a, 81% ispitanika je izjavilo da potrošači u Hrvatskoj nisu dovoljno informirani i senzibilizirani kako bi poduzeće potakli na odgovorno poslovanje svojom odgovornom potrošnjom.

Tijekom 2005.godine KPMG je proveo istraživanje o razlozima uvođenja društveno odgovornog poslovanja. 74% poduzeća je kao razlog navelo ekonomske prilike dok je 54 % poduzeća navelo razloge etičke prirode. Poduzeća prepoznaju ulogu društveno odgovornog

poslovanja u konkurentnosti te sve više ulažu u društvenu odgovornost što osnažuje konkurentnost poduzeća iste grane industrije.³⁹

Ostvarivanje konkurentske prednosti se može ostvariti snižavanjem troškova, tehnološkom promjenom koja se smatra jednim od glavnih pokretača konkurentnosti te segmentacijom tržišta odnosno usmjeravanjem proizvoda i usluga na određene ciljne skupine.

Prema mišljenju većine autora čimbenici koji imaju značajan utjecaj na konkurentnost su:

- Unutrašnji čimbenici - ciljevi i strategije, tehnologija, kadrovi, proizvod
- Vanjski čimbenici – institucionalni uvjeti, integracijski procesi, tržište te razvoj tehnike

Kao jedan od ključnih faktora konkurentnosti je svakako radna snaga. Pronaći kvalificiranu radnu snagu koja je spremna na učenje na poslu je vrlo zahtjevan proces. Međutim, poduzećima koja primjenjuju načela društvene odgovornosti i osiguravaju radnicima kvalitetne uvjete rada i mogućnost razvoja karijere sigurno je proces značajno olakšan.

³⁹ Matešić, M.: Ostvarivanje konkurentske prednosti integracijom društveno odgovornog poslovanja u strateški marketing, raspoloživo na: <http://www.pomakonline.com/drustvenoodgovornoposlovanje.pdf>

3. TEMELJNE ODREDNICE POSLOVANJA BANAKA

3.1. Banke u Hrvatskoj

3.1.1. Opći podatci

Kreditna institucija sa sjedištem u Republici Hrvatskoj može se osnovati kao banka, štedna banka ili stambena štedionica.⁴⁰ Banka je kreditna institucija koja posreduje u novčanom prometu i novčanim poslovima.⁴¹ Također, banke se mogu definirati prema ekonomskim funkcijama koje obavljaju, uslugama koje pružaju svojim klijentima i zakonskoj utemeljenosti svog djelovanja.

Bankarstvo je najstarija profesija od svih financijskih usluga te su banke kroz povijest uvijek bile poznate po širokom rasponu financijskih usluga koje pružaju. Međutim, danas se popis bankovnih usluga jako brzo povećava i uključuje i investicijsko bankarstvo, financijsko planiranje, savjete kod spajanja kompanija te mnoge druge inovativne usluge. Banke se više ne ograničavaju na pružanje tradicionalnih usluga već postaju pružatelji svih financijskih usluga. U globalnom financijskom sustavu mijenjaju se funkcije i usluge banaka. Financijske institucije ali i poduzeća koja se ne bave pružanjem financijskih usluga posljednjih desetljeća ulažu napore kako bi pružali tradicionalne bankarske usluge i bili što sličniji bankama. Stoga, banke su se morale prilagoditi i lobirati za ulazak na nova tržišta poput tržišta vrijednosnica i osiguranja.

Postoji razlika između poduzeća koja pružaju financijske usluge a nazivaju se bankama. Tako da primjerice postoji razlika između poslovne banke, banke u novčanim centrima, štedne banke, kooperativne banke, hipotekarne banke itd. Za istaknuti je razliku između banke u novčanim centrima i lokalne banke. Banke u novčanim centrima su ogromni lideri u sektoru te pokrivaju cijele regije, države i kontinente i pružaju najširi mogući spektar financijskih usluga. S druge strane, lokalne banke su mnogo manje i opslužuju lokalne zajednice nudeći uži i personaliziraniji spektar financijskih usluga.⁴²

⁴⁰ Zakon o poslovanju kreditnih institucija, raspoloživo na: <https://www.zakon.hr/z/195/Zakon-o-kreditnim-institucijama>

⁴¹ Definicija banke, raspoloživo na: <https://hr.wikipedia.org/wiki/Banka>

⁴² Peter, S.R , Hudgins, C.S, (2015): Upravljanje bankama i financijske usluge, str. 2-3.

3.1.2. Oblik i djelatnost društva

Na banke kao kreditne institucije primjenjuje se Zakon o trgovačkim društvima. Banke mogu biti osnovane samo kao **dioničko društvo**. Prema Zakonu o kreditnim institucijama banke pružaju osnovne i dodatne financijske usluge.

Osnovne financijske usluge su:

- primanje depozita ili drugih povratnih sredstava
- odobravanje kredita i zajmova, uključujući potrošačke kredite i zajmove te hipotekarne kredite i zajmove ako je to dopušteno posebnim zakonom, financiranje komercijalnih poslova uključujući izvozno financiranje na osnovi otkupa s diskontom i bez regresa dugoročnih nedospjelih potraživanja osiguranih financijskim instrumentima
- otkup potraživanja s regresom ili bez njega
- financijski najam
- izdavanje garancija ili drugih jamstava
- trgovanje za svoj račun ili za račun klijenta
- platne usluge u skladu s posebnim zakonima
- usluge vezane uz poslove kreditiranja, prikupljanje podataka, izrada analiza i davanje informacija o kreditnoj sposobnosti pravnih i fizičkih osoba koje samostalno obavljaju djelatnost
- izdavanje drugih instrumenata plaćanja
- iznajmljivanje sefova
- posredovanje pri sklapanju poslova na novčanom tržištu
- sudjelovanje u izdavanju financijskih instrumenata i pružanje usluga vezanih uz izdavanje financijskih instrumenata u skladu sa zakonom kojim se uređuje tržište kapitala
- upravljanje imovinom klijenata i savjetovanje u vezi s tim
- poslovi skrbništva nad financijskim instrumentima i usluge vezane uz skrbništvo nad financijskim instrumentima u skladu sa zakonom kojim se uređuje tržište kapitala

- savjetovanje pravnih osoba glede strukture kapitala, poslovne strategije te pružanje usluga koje se odnose na poslovna spajanja te stjecanje dionica i poslovnih udjela u drugim društvima
 - izdavanje elektroničkog novca
 - investicijske i pomoćne usluge i aktivnosti propisane posebnim zakonom kojim se uređuje tržište kapitala
- Banke pružaju i dodatne financijske usluge:
- poslovi vezani uz prodaju polica osiguranja u skladu s propisima kojima se uređuje osiguranje
 - pružanje usluga upravljanja platnim sustavima u skladu s odredbama posebnog zakona
 - druge usluge koje kreditna institucija može pružati u skladu s odredbama posebnog zakona
 - trgovanje zlatom
 - usluge dostave podataka u skladu s propisima kojima se uređuje tržište kapitala⁴³

3.1.3. Temeljni kapital i dionice

Početni kapital banke iznosi najmanje 40 milijuna kuna. Kreditna institucija može se osnovati jedino kao dioničko društvo. Dionice kreditne institucije glase na ime te moraju biti u cijelosti uplaćene u novcu prije upisa osnivanja ili upisa povećanja temeljnog kapitala u sudski registar. Dionice kreditne institucije izdaju se u nematerijaliziranom obliku.

Imatelji dionica kreditne institucije dužni su pri ostvarivanju svojih dioničarskih prava djelovati u interesu kreditne institucije. Ako se dionice kreditne institucije vode na skrbničkom računu, skrbnički račun mora glasiti na ime. Ukupan iznos temeljnog kapitala koji se odnosi na povlaštene dionice ne smije prijeći jednu četvrtinu iznosa temeljnog kapitala kreditne institucije.

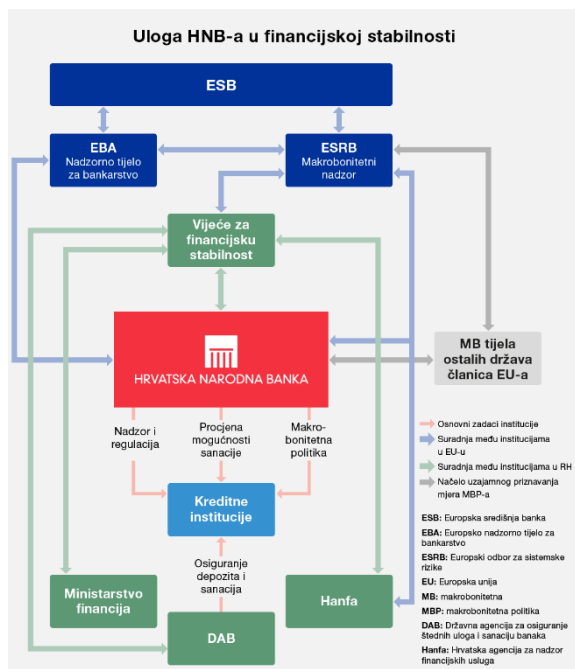
⁴³ Zakon o poslovanju kreditnih institucija, raspoloživo na: <https://www.zakon.hr/z/195/Zakon-o-kreditnim-institucijama>

3.2. Nadzor i regulativa banaka u Hrvatskoj

Prema zakonu o kreditnim institucijama, **Hrvatska narodna banka** je nadležno tijelo za kreditne institucije te je nadležna za primjenu istog zakona. Među glavne zadaće središnje banke ubrajaju se regulacija i nadzor banaka radi očuvanja stabilnosti bankovnog sustava koji je glavni dio financijskog sustava te osiguranje stabilnosti funkcioniranja sustava platnog prometa. Glavni zadatci Hrvatske narodne banke u djelovanju prema kreditnim institucijama su:

- Procjena mogućnosti sanacije
- Makro bonitetna politika
- Nadzor i regulacija

Osim Hrvatske narodne banke, za banke je nadležna i **Državna agencija za osiguranje štednih uloga i sanaciju** banaka čiji je glavni cilj osiguranje depozita i sanacija banaka. Hrvatska narodna banka usko surađuje s navedenom agencijom radi izrade i ažuriranja planova sanacije te planova za otklanjanje prepreka za sanaciju.⁴⁴



Slika 2: Nadzor kreditnih institucija

Izvor: Hnb, raspoloživo na: <https://www.hnb.hr>

⁴⁴ Hrvatska narodna banka, raspoloživo na: <https://www.hnb.hr/>

3.3. Specifičnost bankarskog sektora u kontekstu odgovornog poslovanja

Tijekom 1960-ih i 1970-ih u SAD-u se pojavila zabrinutost oko učinka banaka i drugih depozitarnih institucija na kvalitetu života u zajednicama u kojima djeluju. Zakonodavci su strahovali da banke ne informiraju adekvatno svoje klijente o uvjetima po kojima se krediti odobravaju i o stvarnom trošku pozajmljivanja novca te su stoga donijeli Zakon o zaštiti potrošačkih kredita koji je zahtijevao da zajmodavci izričito navedu prava i obveze klijenata prema ugovoru o kreditu. Iako je zakon direktno prisiljavao banke na određenu praksu, jedan je od prvih primjera društvene odgovornosti banaka.

Nakon toga, donesen je čitav niz zakona koji je regulirao pružanje bankovnih usluga. Za istaknuti je Zakon o jednakim mogućnostima dobivanja kredita. Zakon je definirao da se kredit nije mogao odbiti radi dobi, spola, rase, etničkog podrijetla ili radi religijske pripadnosti.

Banke pripadaju financijskom sektoru koji kao i svaki sektor zasebno ima svoju specifičnu internu i eksternu okolinu. To znači da je banka u kontekstu društveno odgovornog poslovanja financijska institucija koja ima specifične kupce, dobavljače i konkurente. Banke svoje usluge pružaju kapitalom kojeg osiguravaju investitori odnosno dioničari. Kupci odnosno korisnici usluga banke su milijuni pojedinaca i obitelji, mnoge državne jedinice (općine, gradovi i županije).

Također, većini poduzeća banke su glavni izvor kreditiranja za nabavku materijala ili osiguranja kapitala za potrebite investicije. Među najvećim konkurentima banke u borbi za vjernost potrošača su ne bankovne financijske institucije: štedne ustanove, kreditne unije, novčani fondovi, investicijski fondovi, fondovi rizičnog kapitala, trgovci i brokeri vrijednosnicama, investicijske banke, financijske kompanije, financijske holding-kompanije te kompanije za osiguranje života, imovine i osiguranja od nezgode.

Liberalizacijom tržišta banke mogu postati sveobuhvatni pružatelji financijskih usluga ali isto vrijedi i za konkurente koji sada mogu pružati bankarske usluge.⁴⁵ U SAD-u su srušene sve barijere koje razlikuju bankarstvo od ostalih financijskih institucija, stoga je danas izazov razlikovanja banaka od drugih pružatelja financijskih usluga veći nego ikada prije. Najveća

⁴⁵ Peter, S.R , Hudgins, C.S, (2015): Upravljanje bankama i financijske usluge, str. 6-7

vrijednost bankarskog sektora u kontekstu društveno odgovornog poslovanja je kapital kojim raspolaže. Jedna od glavnih usluga koje banke pružaju su krediti. Ukoliko banke usmjere određeni iznos proizvoda odnosno kredita u projekte koji su usmjereni na rast društvenog zadovoljstva značajno će utjecati na dobrobit zajednice i okoliša.

To znači da bankarski sektor raspolaže većim potencijalom u kontekstu društveno odgovornog poslovanja u odnosu na neke druge industrije i djelatnosti.

Kao što je prikazano u tablici br. 6, bankarski sektor karakterizira visoka razina adekvatnosti kapitala. Glavni proizvod je kredit (novac) koji se odobrava klijentima (fizičkim ili pravnim osobama). Nadzor nad bankama provodi Hrvatska narodna banka i Državna agencija za osiguranje depozita.

Tablica 6: Specifičnost bankarskog sektora

Specifičnost bankarskog sektora	Obilježja
Razina kapitala	Visoka
Regulativa i nadzor	Državne agencije
Glavni proizvod	Kredit
Zaposlenici	Visoka razina obrazovanja
Klijenti	Fizičke i Pravne osobe

Prikaz autora prema Peter, S.R , Hudgins, C.S, (2015): Upravljanje bankama i financijske usluge, str. 401-410

4. DRUŠTVENA ODGOVORNOST BANAKA U REPUBLICI HRVATSKOJ

4.1. Opći pokazatelji poslovanja banaka

Tablica 7: Opći pokazatelji poslovanja banaka

R.B	NAZIV BANKE	Dobit prije poreza 2018. (u 000 kn)	Ukupna aktiva (u 000 kn)	Udio aktive manji od 1% u ukupnoj aktivni banaka (Da ili Ne)
1.	Addiko banka	188.267	18.389	NE
2.	Agram banka	32.044	3.383	DA
3.	Imex banka	-13.814	1.666	DA
4.	Banka Kovanica	14.550	1.235	DA
5.	Istarska kreditna banka Umag	28.936	3.531	DA
6.	JT banka	-657	1.274	DA
7.	Karlovačka banka	16.136	2.181	DA
8.	Kent	7.535	2.424	DA
9.	Partner banka	14.048	1.852	DA
10.	Podravska banka	14.163	3.400	DA
11.	Samoborska	1.081	3.100	DA
12.	Slatinska	6.528	1.568	DA
13.	Hrvatska poštanska banka	182.195	19.798	NE
14.	Erste banka	1.025.423	69.691	NE
15.	Croatia banka	-23.988	2.305	DA
16.	Otp banka	260.865	44.010	NE
17.	Raiffeisen banka	238.628	35.165	NE
18.	Zagrebačka banka	2.111.088	140.917	NE
19.	Pbz banka	1.474.930	75.497	NE
20.	Sberbanka	83.881	9.639	NE

Izvor: prikaz autora na temelju istraživanja web stranica banaka

U tablici broj. 7 prikazana je dobit banaka prije poreza, ukupna aktiva i udio aktive u ukupnoj aktivni banaka. Od svih banaka koje trenutno posluju i imaju odobrenje za rad od Hrvatske narodne banke, Zagrebačka banka ima najveću a Banka Kovanica i JT banka najmanju aktivni. Prema kriteriju tržišnog udjela u aktivni bankovnog sektora, male banke su banke s tržišnim udjelom manjim od 1 posto. Addiko banka, Hrvatska poštanska banka, OTP banka, Erste banka, Raiffeisen banka, Zagrebačka banka, PBZ banka, Sberbanka imaju tržišni udjel veći od 1% te se prema kriteriju tržišnog udjela u aktivni klasificiraju kao velike i srednje banke. Ostalih 12 banaka se svrstava u manje banke jer imaju aktivni manju od 1% ukupne aktive banaka.

4.2. Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti

Tablica 8: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti: Addiko banka

ADDIKO BANKA D.D			
Izvještavanje o društvenoj odgovornosti	DA	NE	UKUPNO
Uključenost u zajednicu i dobročinstvo			3
Donacije za zdravstvo		0	
Donacije za znanost i obrazovanje	1		
Donacije i sponzorstva u umjetnosti i kulturi	1		
Donacije i sponzorstva sporta		0	
Donacije u humanitarne svrhe i organizacija humanitarnih programa		0	
Donacije humanitarnim organizacijama	1		
Ljudski resursi			3
Edukacija (seminari, usavršavanja i sl.)	1		
Poštivanje osnovnih ljudskih i radničkih prava	1		
Sigurnost na radu		0	
Zapošljavanje	1		
Ispitivanje i maksimalizacija zadovoljstva		0	
Jednakost među spolovima (odnos muškaraca i žena u upravi)		0	
Poslovna strategija i ljudski odnosi			0
Antikorupcijski program		0	
Etički kodeks		0	
Zaštita osobnih podataka potrošača		0	
Politika odnosa prema konkurenciji		0	
Odnosi s klijentima i proizvodi/usluge			3
Nagrade	1		
Posebne usluge	1		
Nagrade za proizvode/usluge		0	
Razvoj proizvoda/usluga	1		
Zaštita okoliša			0
Donacije za ekološke projekte		0	
Interna politika zaštite okoliša		0	
Eksterna politika zaštite okoliša		0	
Posebni proizvodi za ekološke projekte		0	
UKUPNO:			9

Izvor: prikaz autora na temelju istraživanja web stranice banke, [Internet], raspoloživo na: <https://www.addiko.hr/>

Addiko banka

Od maksimalna 24 boda, Addiko banka ima 9 bodova odnosno 38%. Iz područja ljudskih resursa Addiko banka izvještava o edukaciji, programima zapošljavanja te o ljudskim i radničkim pravima svojih zaposlenika. Također, banka izvještava o segmentu donacija u humanitarne svrhe, znanost, obrazovanje te u kulturne svrhe iz područja ulaganja u zajednicu i dobročinstvo a iz područja odnosa s klijentima i proizvodi/usluge Addiko banka izvještava o nagradama, posebnim uslugama i razvoju proizvoda koje pruža svojim klijentima.

Tablica 9: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti: Agram banka

AGRAM BANKA			
Izveštavanje o društvenoj odgovornosti	DA	NE	UKUPNO
Uključenost u zajednicu i dobročinstvo			0
Donacije za zdravstvo		0	
Donacije za znanost i obrazovanje		0	
Donacije i sponzorstva u umjetnosti i kulturi		0	
Donacije i sponzorstva sporta		0	
Donacije u humanitarne svrhe i organizacija humanitarnih programa		0	
Donacije humanitarnim organizacijama		0	
Ljudski resursi			0
Edukacija (seminari, usavršavanja i sl.)		0	
Poštivanje osnovnih ljudskih i radničkih prava		0	
Sigurnost na radu		0	
Zapošljavanje		0	
Ispitivanje i maksimalizacija zadovoljstva		0	
Jednakost među spolovima (odnos muškaraca i žena u upravi)		0	
Poslovna strategija i ljudski odnosi			1
Antikorupcijski program		0	
Etički kodeks		0	
Zaštita osobnih podataka potrošača	1		
Politika odnosa prema konkurenciji		0	
Odnosi s klijentima i proizvodi/usluge			1
Nagrade		0	
Posebne usluge	1		
Nagrade za proizvode/usluge		0	
Razvoj proizvoda/usluga		0	
Zaštita okoliša			0
Donacije za ekološke projekte		0	
Interna politika zaštite okoliša		0	
Eksterna politika zaštite okoliša		0	
Posebni proizvodi za ekološke projekte		0	
UKUPNO:			2

Izvor: prikaz autora na temelju istraživanja web stranice osiguranja, [Internet], raspoloživo na:
<http://www.agrambanka.hr>

Agram banka

Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti za Agram banku prikazan je u tablici br. 9. Agram banka izvještava o segmentu zaštite osobnih podataka potrošača iz područja poslovne strategije i ljudskih odnosa. Također, banka izvještava o segmentu posebnih usluga iz područja odnosa s klijentima a broj bodova koje je banka skupila je 2 od maksimalnih 24 što u postotku iznosi 8%. Agram banka uopće ne izvještava iz područja zaštite okoliša, ljudskih resursa te uključenosti u zajednicu i dobročinstvo.

Tablica 10: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti: Imex banka

IMEX BANKA			
Izvještavanje o društvenoj odgovornosti	DA	NE	UKUPNO
Uključenost u zajednicu i dobročinstvo			0
Donacije za zdravstvo		0	
Donacije za znanost i obrazovanje		0	
Donacije i sponzorstva u umjetnosti i kulturi		0	
Donacije i sponzorstva sporta		0	
Donacije u humanitarne svrhe i organizacija humanitarnih programa		0	
Donacije humanitarnim organizacijama		0	
Ljudski resursi			0
Edukacija (seminari, usavršavanja i sl.)		0	
Poštivanje osnovnih ljudskih i radničkih prava		0	
Sigurnost na radu		0	
Zapošljavanje		0	
Ispitivanje i maksimalizacija zadovoljstva		0	
Jednakost među spolovima (odnos muškaraca i žena u upravi)		0	
Poslovna strategija i ljudski odnosi			1
Antikorupcijski program		0	
Etički kodeks		0	
Zaštita osobnih podataka potrošača	1		
Politika odnosa prema konkurenciji		0	
Odnosi s klijentima i proizvodi/usluge			0
Nagrade		0	
Posebne usluge		0	
Nagrade za proizvode/usluge		0	
Razvoj proizvoda/usluga		0	
Zaštita okoliša			0
Donacije za ekološke projekte		0	
Interna politika zaštite okoliša		0	
Eksterna politika zaštite okoliša		0	
Posebni proizvodi za ekološke projekte		0	
UKUPNO:			1

Izvor: prikaz autora na temelju istraživanja web stranice osiguranja, [Internet], raspoloživo na: <https://www.imexbanka.hr>

Imex banka

Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti za Imex banku prikazan je u tablici br. 10. Broj bodova koje je banka skupila je 1 od maksimalnih 24 što iznosi 4%. Imex banka jedino izvještava iz područja poslovne strategije i ljudskih odnosa i to iz segmenta zaštite osobnih podataka potrošača. Imex banka uopće ne izvještava o područjima vezanim uz zaštitu okoliša, odnose s klijentima, uključenost u zajednicu i dobročinstvo i području ljudskih resursa.

Tablica 11: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti: Banka Kovanica

BANKA KOVANICA			
Izvještavanje o društvenoj odgovornosti	DA	NE	UKUPNO
Uključenost u zajednicu i dobročinstvo			0
Donacije za zdravstvo		0	
Donacije za znanost i obrazovanje		0	
Donacije i sponzorstva u umjetnosti i kulturi		0	
Donacije i sponzorstva sporta		0	
Donacije u humanitarne svrhe i organizacija humanitarnih programa		0	
Donacije humanitarnim organizacijama		0	
Ljudski resursi			2
Edukacija (seminari, usavršavanja i sl.)	1		
Poštivanje osnovnih ljudskih i radničkih prava		0	
Sigurnost na radu		0	
Zapošljavanje	1		
Ispitivanje i maksimalizacija zadovoljstva		0	
Jednakost među spolovima (odnos muškaraca i žena u upravi)		0	
Poslovna strategija i ljudski odnosi			1
Antikorupcijski program		0	
Etički kodeks		0	
Zaštita osobnih podataka potrošača	1		
Politika odnosa prema konkurenciji		0	
Odnosi s klijentima i proizvodi/usluge			1
Nagrade		0	
Posebne usluge	1		
Nagrade za proizvode/usluge		0	
Razvoj proizvoda/usluga		0	
Zaštita okoliša			0
Donacije za ekološke projekte		0	
Interna politika zaštite okoliša		0	
Eksterna politika zaštite okoliša		0	
Posebni proizvodi za ekološke projekte		0	
UKUPNO:			4

Izvor: prikaz autora na temelju istraživanja web stranice osiguranja, [Internet], raspoloživo na: <https://www.kovanica.hr/>

Banka kovanica

Banka Kovanica izvještava o društveno odgovornom poslovanju u okviru svojih godišnjih izvještaja. Broj bodova koje je banka skupila je 4 od maksimalnih 24 što iznosi 17%. Banka Kovanica izvještava iz područja poslovne strategije i ljudskih odnosa i to iz segmenta zaštite osobnih podataka potrošača. Iz područja ljudskih resursa Banka Kovanica izvještava o programima zapošljavanja i edukacijama koje pruža svojim zaposlenicima. Banka ne izvještava o područjima vezanim uz zaštitu okoliša, uključenosti u zajednicu i dobročinstvo.

Tablica 12: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti: IKB Umag

ISTARSKA KREDITNA BANKA UMAG			
Izvještavanje o društvenoj odgovornosti	DA	NE	UKUPNO
Uključenost u zajednicu i dobročinstvo			2
Donacije za zdravstvo		0	
Donacije za znanost i obrazovanje	1		
Donacije i sponzorstva u umjetnosti i kulturi		0	
Donacije i sponzorstva sporta		0	
Donacije u humanitarne svrhe i organizacija humanitarnih programa		0	
Donacije humanitarnim organizacijama	1		
Ljudski resursi			0
Edukacija (seminari, usavršavanja i sl.)		0	
Poštivanje osnovnih ljudskih i radničkih prava		0	
Sigurnost na radu		0	
Zapošljavanje		0	
Ispitivanje i maksimalizacija zadovoljstva		0	
Jednakost među spolovima (odnos muškaraca i žena u upravi)		0	
Poslovna strategija i ljudski odnosi			1
Antikorupcijski program		0	
Etički kodeks		0	
Zaštita osobnih podataka potrošača	1		
Politika odnosa prema konkurenciji		0	
Odnosi s klijentima i proizvodi/usluge			2
Nagrade		0	
Posebne usluge	1		
Nagrade za proizvode/usluge		0	
Razvoj proizvoda/usluga	1		
Zaštita okoliša			0
Donacije za ekološke projekte		0	
Interna politika zaštite okoliša		0	
Eksterna politika zaštite okoliša		0	
Posebni proizvodi za ekološke projekte		0	
UKUPNO:			5

Izvor: prikaz autora na temelju istraživanja web stranice osiguranja, [Internet], raspoloživo na: <http://www.ikb.hr/hr>

Istarska kreditna banka Umag

Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti za IKB Umag banku prikazan je u tablici br.12. Broj bodova koje je banka skupila je 5 od ukupnih 24 što iznosi 21%. IKB Umag banka izvještava o posebnim uslugama, razvoju proizvoda i usluga, zaštiti osobnih podataka, donacijama za humanitarne organizacije i donacije za znanost i obrazovanje. IKB Umag banka ne izvještava o područjima vezanim uz zaštitu okoliša i ljudske resurse.

Tablica 13: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti: JT banka

JT BANKA			
Izveštavanje o društvenoj odgovornosti	DA	NE	UKUPNO
Uključenost u zajednicu i dobročinstvo			0
Donacije za zdravstvo		0	
Donacije za znanost i obrazovanje		0	
Donacije i sponzorstva u umjetnosti i kulturi		0	
Donacije i sponzorstva sporta		0	
Donacije u humanitarne svrhe i organizacija humanitarnih programa		0	
Donacije humanitarnim organizacijama		0	
Ljudski resursi			0
Edukacija (seminari, usavršavanja i sl.)		0	
Poštivanje osnovnih ljudskih i radničkih prava		0	
Sigurnost na radu		0	
Zapošljavanje		0	
Ispitivanje i maksimalizacija zadovoljstva		0	
Jednakost među spolovima (odnos muškaraca i žena u upravi)		0	
Poslovna strategija i ljudski odnosi			0
Antikorupcijski program		0	
Etički kodeks		0	
Zaštita osobnih podataka potrošača		0	
Politika odnosa prema konkurenciji		0	
Odnosi s klijentima i proizvodi/usluge			0
Nagrade		0	
Posebne usluge		0	
Nagrade za proizvode/usluge		0	
Razvoj proizvoda/usluga		0	
Zaštita okoliša			0
Donacije za ekološke projekte		0	
Interna politika zaštite okoliša		0	
Eksterna politika zaštite okoliša		0	
Posebni proizvodi za ekološke projekte		0	
UKUPNO:			0

Izvor: prikaz autora na temelju istraživanja web stranice osiguranja, [Internet], raspoloživo na:
<http://www.ikb.hr/hr>

JT banka

JT banka ne izvještava o društveno odgovornom poslovanju na svojim internetskim stranicama.

Tablica 14: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti: Karlovačka banka

KARLOVAČKA BANKA			
Izvještavanje o društvenoj odgovornosti	DA	NE	UKUPNO
Uključenost u zajednicu i dobročinstvo			0
Donacije za zdravstvo		0	
Donacije za znanost i obrazovanje		0	
Donacije i sponzorstva u umjetnosti i kulturi		0	
Donacije i sponzorstva sporta		0	
Donacije u humanitarne svrhe i organizacija humanitarnih programa		0	
Donacije humanitarnim organizacijama		0	
Ljudski resursi			0
Edukacija (seminari, usavršavanja i sl.)		0	
Poštivanje osnovnih ljudskih i radničkih prava		0	
Sigurnost na radu		0	
Zapošljavanje		0	
Ispitivanje i maksimalizacija zadovoljstva		0	
Jednakost među spolovima (odnos muškaraca i žena u upravi)		0	
Poslovna strategija i ljudski odnosi			1
Antikorupcijski program		0	
Etički kodeks		0	
Zaštita osobnih podataka potrošača	1		
Politika odnosa prema konkurenciji		0	
Odnosi s klijentima i proizvodi/usluge			1
Nagrade		0	
Posebne usluge	1		
Nagrade za proizvode/usluge		0	
Razvoj proizvoda/usluga		0	
Zaštita okoliša			0
Donacije za ekološke projekte		0	
Interna politika zaštite okoliša		0	
Eksterna politika zaštite okoliša		0	
Posebni proizvodi za ekološke projekte		0	
UKUPNO:			2

Izvor: prikaz autora na temelju istraživanja web stranice osiguranja, [Internet], raspoloživo na: <http://www.ikb.hr/hr>

Karlovačka banka

Broj bodova koje je Karlovačka banka skupila je 2 od maksimalnih 24 što iznosi 8%. Karlovačka banka izvještava o segmentu zaštite osobnih podataka potrošača iz područja poslovnih strategija i ljudskih odnosa. Također, banka izvještava o posebnim uslugama iz područja odnosa sa klijentima. Karlovačka banka ne izvještava o područjima društveno odgovornog poslovanja vezanim uz zaštitu okoliša, ljudske resurse te uključenost u zajednicu i dobročinstvo.

Tablica 15: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti: Kent banka

KENT BANKA			
Izvjestavanje o društvenoj odgovornosti	DA	NE	UKUPNO
Uključenost u zajednicu i dobročinstvo			0
Donacije za zdravstvo		0	
Donacije za znanost i obrazovanje		0	
Donacije i sponzorstva u umjetnosti i kulturi		0	
Donacije i sponzorstva sporta		0	
Donacije u humanitarne svrhe i organizacija humanitarnih programa		0	
Donacije humanitarnim organizacijama		0	
Ljudski resursi			1
Edukacija (seminari, usavršavanja i sl.)	1		
Poštivanje osnovnih ljudskih i radničkih prava		0	
Sigurnost na radu		0	
Zapošljavanje		0	
Ispitivanje i maksimalizacija zadovoljstva		0	
Jednakost među spolovima (odnos muškaraca i žena u upravi)		0	
Poslovna strategija i ljudski odnosi			1
Antikorupcijski program		0	
Etički kodeks		0	
Zaštita osobnih podataka potrošača	1		
Politika odnosa prema konkurenciji		0	
Odnosi s klijentima i proizvodi/usluge			1
Nagrade		0	
Posebne usluge		0	
Nagrade za proizvode/usluge		0	
Razvoj proizvoda/usluga	1		
Zaštita okoliša			0
Donacije za ekološke projekte		0	
Interna politika zaštite okoliša		0	
Eksterna politika zaštite okoliša		0	
Posebni proizvodi za ekološke projekte		0	
UKUPNO:			3

Izvor: prikaz autora na temelju istraživanja web stranice osiguranja, [Internet], raspoloživo na: <https://www.kentbank.hr/>

Kent banka

Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti za Kent banku prikazan je u tablici br.15. Broj bodova koje je banka skupila je 3 od maksimalnih 24 što u postotku iznosi 13%. Kent banka izvještava o edukacijama svojih zaposlenika, razvoju proizvoda i usluga te zaštiti osobnih podataka dok s druge strane banka ne izvještava o područjima društvene odgovornosti vezanim uz zaštitu okoliša te uključenosti u zajednicu i dobročinstvo.

Tablica 16: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti: Partner banka

PARTNER BANKA			
Izvještavanje o društvenoj odgovornosti	DA	NE	UKUPNO
Uključenost u zajednicu i dobročinstvo			0
Donacije za zdravstvo		0	
Donacije za znanost i obrazovanje		0	
Donacije i sponzorstva u umjetnosti i kulturi		0	
Donacije i sponzorstva sporta		0	
Donacije u humanitarne svrhe i organizacija humanitarnih programa		0	
Donacije humanitarnim organizacijama		0	
Ljudski resursi			0
Edukacija (seminari, usavršavanja i sl.)		0	
Poštivanje osnovnih ljudskih i radničkih prava		0	
Sigurnost na radu		0	
Zapošljavanje		0	
Ispitivanje i maksimalizacija zadovoljstva		0	
Jednakost među spolovima (odnos muškaraca i žena u upravi)		0	
Poslovna strategija i ljudski odnosi			0
Antikorupcijski program		0	
Etički kodeks		0	
Zaštita osobnih podataka potrošača		0	
Politika odnosa prema konkurenciji		0	
Odnosi s klijentima i proizvodi/usluge			0
Nagrade		0	
Posebne usluge		0	
Nagrade za proizvode/usluge		0	
Razvoj proizvoda/usluga		0	
Zaštita okoliša			0
Donacije za ekološke projekte		0	
Interna politika zaštite okoliša		0	
Eksterna politika zaštite okoliša		0	
Posebni proizvodi za ekološke projekte		0	
UKUPNO:			0

Izvor: prikaz autora na temelju istraživanja web stranice osiguranja, [Internet], raspoloživo na:
<http://www.paba.hr/>

Partner banka

Partner banka ne izvještava o društveno odgovornom poslovanju na svojoj Internet stranici.

Tablica 17: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti: Podravska Banka

PODRAVSKA BANKA			
Izvještavanje o društvenoj odgovornosti	DA	NE	UKUPNO
Uključenost u zajednicu i dobročinstvo			0
Donacije za zdravstvo		0	
Donacije za znanost i obrazovanje		0	
Donacije i sponzorstva u umjetnosti i kulturi		0	
Donacije i sponzorstva sporta		0	
Donacije u humanitarne svrhe i organizacija humanitarnih programa		0	
Donacije humanitarnim organizacijama		0	
Ljudski resursi			0
Edukacija (seminari, usavršavanja i sl.)		0	
Poštivanje osnovnih ljudskih i radničkih prava		0	
Sigurnost na radu		0	
Zapošljavanje		0	
Ispitivanje i maksimalizacija zadovoljstva		0	
Jednakost među spolovima (odnos muškaraca i žena u upravi)		0	
Poslovna strategija i ljudski odnosi			1
Antikorupcijski program		0	
Etički kodeks		0	
Zaštita osobnih podataka potrošača	1		
Politika odnosa prema konkurenciji		0	
Odnosi s klijentima i proizvodi/usluge			1
Nagrade		0	
Posebne usluge		0	
Nagrade za proizvode/usluge		0	
Razvoj proizvoda/usluga	1		
Zaštita okoliša			0
Donacije za ekološke projekte		0	
Interna politika zaštite okoliša		0	
Eksterna politika zaštite okoliša		0	
Posebni proizvodi za ekološke projekte		0	
UKUPNO:			2

Izvor: prikaz autora na temelju istraživanja web stranice osiguranja, [Internet], raspoloživo na: <https://www.poba.hr/index.php>

Podravska banka

Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti za Podravsku banku prikazan je u tablici br. 17. Broj bodova koje je banka skupila je 2 od maksimalnih 24 što u postotku iznosi 8%. Podravska banka izvještava o razvoju proizvoda i zaštiti osobnih podataka klijenata. Podravska banka ne izvještava o područjima društvene odgovornosti vezanim uz zaštitu okoliša, ljudske resurse te uključenost u zajednicu i dobročinstvo.

Tablica 18: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti: Samoborska banka

SAMOBORSKA BANKA			
Izveštavanje o društvenoj odgovornosti	DA	NE	UKUPNO
Uključenost u zajednicu i dobročinstvo			0
Donacije za zdravstvo		0	
Donacije za znanost i obrazovanje		0	
Donacije i sponzorstva u umjetnosti i kulturi		0	
Donacije i sponzorstva sporta		0	
Donacije u humanitarne svrhe i organizacija humanitarnih programa		0	
Donacije humanitarnim organizacijama		0	
Ljudski resursi			0
Edukacija (seminari, usavršavanja i sl.)		0	
Poštivanje osnovnih ljudskih i radničkih prava		0	
Sigurnost na radu		0	
Zapošljavanje		0	
Ispitivanje i maksimalizacija zadovoljstva		0	
Jednakost među spolovima (odnos muškaraca i žena u upravi)		0	
Poslovna strategija i ljudski odnosi			0
Antikorupcijski program		0	
Etički kodeks		0	
Zaštita osobnih podataka potrošača		0	
Politika odnosa prema konkurenciji		0	
Odnosi s klijentima i proizvodi/usluge			0
Nagrade		0	
Posebne usluge		0	
Nagrade za proizvode/usluge		0	
Razvoj proizvoda/usluga		0	
Zaštita okoliša			0
Donacije za ekološke projekte		0	
Interna politika zaštite okoliša		0	
Eksterna politika zaštite okoliša		0	
Posebni proizvodi za ekološke projekte		0	
UKUPNO:			0

Izvor: prikaz autora na temelju istraživanja web stranice osiguranja, [Internet], raspoloživo na: <https://www.sabank.hr/>

Samoborska banka

Samoborska banka ne izvještava o društveno odgovornom poslovanju na svojoj Internet stranici.

Tablica 19: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti: Slatinska banka

SLATINSKA BANKA			
Izvještavanje o društvenoj odgovornosti	DA	NE	UKUPNO
Uključenost u zajednicu i dobročinstvo			3
Donacije za zdravstvo		0	
Donacije za znanost i obrazovanje		0	
Donacije i sponzorstva u umjetnosti i kulturi		0	
Donacije i sponzorstva sporta	1		
Donacije u humanitarne svrhe i organizacija humanitarnih programa	1		
Donacije humanitarnim organizacijama	1		
Ljudski resursi			1
Edukacija (seminari, usavršavanja i sl.)	1		
Poštivanje osnovnih ljudskih i radničkih prava		0	
Sigurnost na radu		0	
Zapošljavanje		0	
Ispitivanje i maksimalizacija zadovoljstva		0	
Jednakost među spolovima (odnos muškaraca i žena u upravi)		0	
Poslovna strategija i ljudski odnosi			0
Antikorupcijski program		0	
Etički kodeks		0	
Zaštita osobnih podataka potrošača		0	
Politika odnosa prema konkurenciji		0	
Odnosi s klijentima i proizvodi/usluge			2
Nagrade		0	
Posebne usluge	1		
Nagrade za proizvode/usluge		0	
Razvoj proizvoda/usluga	1		
Zaštita okoliša			0
Donacije za ekološke projekte		0	
Interna politika zaštite okoliša		0	
Eksterna politika zaštite okoliša		0	
Posebni proizvodi za ekološke projekte		0	
UKUPNO:			6

Izvor: prikaz autora na temelju istraživanja web stranice osiguranja, [Internet], raspoloživo na: <https://www.slatinska-banka.hr/>

Slatinska banka

Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti za Slatinsku banku prikazan je u tablici br.19. Broj bodova koje je banka skupila je 6 od ukupnih 24 što iznosi 25%. Slatinska banka najviše izvještava iz područja uključenosti u zajednicu i dobročinstvo. Iz područja odnosa s klijentima i razvoja proizvoda/usluge banka je skupila 2 boda te 1 bod iz područja ljudskih resursa. Slatinska banka ne izvještava o zaštiti okoliša te poslovnoj strategiji i ljudskim resursima.

Tablica 20: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti: Hrvatska poštanska banka

HRVATSKA POŠTANSKA BANKA			
Izvještavanje o društvenoj odgovornosti	DA	NE	UKUPNO
Uključenost u zajednicu i dobročinstvo			6
Donacije za zdravstvo	1		
Donacije za znanost i obrazovanje	1		
Donacije i sponzorstva u umjetnosti i kulturi	1		
Donacije i sponzorstva sporta	1		
Donacije u humanitarne svrhe i organizacija humanitarnih programa	1		
Donacije humanitarnim organizacijama	1		
Ljudski resursi			4
Edukacija (seminari, usavršavanja i sl.)	1		
Poštivanje osnovnih ljudskih i radničkih prava	1		
Sigurnost na radu		0	
Zapošljavanje		0	
Ispitivanje i maksimalizacija zadovoljstva	1		
Jednakost među spolovima (odnos muškaraca i žena u upravi)	1		
Poslovna strategija i ljudski odnosi			3
Antikorupcijski program	1		
Etički kodeks	1		
Zaštita osobnih podataka potrošača	1		
Politika odnosa prema konkurenciji		0	
Odnosi s klijentima i proizvodi/usluge			1
Nagrade		0	
Posebne usluge		0	
Nagrade za proizvode/usluge		0	
Razvoj proizvoda/usluga	1		
Zaštita okoliša			3
Donacije za ekološke projekte		0	
Interna politika zaštite okoliša	1		
Eksterna politika zaštite okoliša	1		
Posebni proizvodi za ekološke projekte	1		
UKUPNO:			17

Izvor: prikaz autora na temelju istraživanja web stranice osiguranja, [Internet], raspoloživo na: <https://www.hpb.hr>

Hrvatska poštanska banka

Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti za Hrvatsku poštansku banku prikazan je u tablici br. 20. Broj bodova koje je banka skupila je 17 od maksimalnih 24 što u postotku iznosi 71%. Hrvatska poštanska banka izvještava o svim područjima društveno odgovornog poslovanja a najviše izvještava iz područja uključenosti u zajednicu i dobročinstvo gdje od mogućih 6 bodova ima svih 6. Hrvatska poštanska banka najmanje izvještava iz područja odnosa s klijentima i razvoja proizvoda/usluga.

Tablica 21: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti: Erste banka

ERSTE BANKA			
Izvještavanje o društvenoj odgovornosti	DA	NE	UKUPNO
Uključenost u zajednicu i dobročinstvo			6
Donacije za zdravstvo	1		
Donacije za znanost i obrazovanje	1		
Donacije i sponzorstva u umjetnosti i kulturi	1		
Donacije i sponzorstva sporta	1		
Donacije u humanitarne svrhe i organizacija humanitarnih programa	1		
Donacije humanitarnim organizacijama	1		
Ljudski resursi			3
Edukacija (seminari, usavršavanja i sl.)	1		
Poštivanje osnovnih ljudskih i radničkih prava	1		
Sigurnost na radu	1		
Zapošljavanje		0	
Ispitivanje i maksimalizacija zadovoljstva		0	
Jednakost među spolovima (odnos muškaraca i žena u upravi)		0	
Poslovna strategija i ljudski odnosi			1
Antikorupcijski program		0	
Etički kodeks		0	
Zaštita osobnih podataka potrošača	1		
Politika odnosa prema konkurenciji		0	
Odnosi s klijentima i proizvodi/usluge			2
Nagrade		0	
Posebne usluge		0	
Nagrade za proizvode/usluge	1		
Razvoj proizvoda/usluga	1		
Zaštita okoliša			3
Donacije za ekološke projekte		0	
Interna politika zaštite okoliša	1		
Eksterna politika zaštite okoliša	1		
Posebni proizvodi za ekološke projekte	1		
UKUPNO:			15

Izvor: prikaz autora na temelju istraživanja web stranice osiguranja, [Internet], raspoloživo na: <https://www.erstebank.hr/hr/gradjanstvo>

Erste banka

Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti za Erste banku prikazan je u tablici br. 21. Broj bodova koje je banka skupila je 15 od ukupnih 24 što iznosi 63%. Erste banka izvještava o svim područjima društveno odgovornog poslovanja a najviše izvještava iz područja uključenosti u zajednicu i dobročinstvo gdje od mogućih 6 bodova ima svih 6. Erste banka najmanje izvještava iz područja poslovne strategije i ljudskih odnosa.

Tablica 22: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti: Croatia banka

CROATIA BANKA			
Izveštavanje o društvenoj odgovornosti	DA	NE	UKUPNO
Uključenost u zajednicu i dobročinstvo			5
Donacije za zdravstvo	1		
Donacije za znanost i obrazovanje	1		
Donacije i sponzorstva u umjetnosti i kulturi	1		
Donacije i sponzorstva sporta	1		
Donacije u humanitarne svrhe i organizacija humanitarnih programa		0	
Donacije humanitarnim organizacijama	1		
Ljudski resursi			3
Edukacija (seminari, usavršavanja i sl.)		0	
Poštivanje osnovnih ljudskih i radničkih prava	1		
Sigurnost na radu	1		
Zapošljavanje		0	
Ispitivanje i maksimalizacija zadovoljstva		0	
Jednakost među spolovima (odnos muškaraca i žena u upravi)	1		
Poslovna strategija i ljudski odnosi			4
Antikorupcijski program	1		
Etički kodeks	1		
Zaštita osobnih podataka potrošača	1		
Politika odnosa prema konkurenciji	1		
Odnosi s klijentima i proizvodi/usluge			1
Nagrade		0	
Posebne usluge	1		
Nagrade za proizvode/usluge		0	
Razvoj proizvoda/usluga		0	
Zaštita okoliša			0
Donacije za ekološke projekte		0	
Interna politika zaštite okoliša		0	
Eksterna politika zaštite okoliša		0	
Posebni proizvodi za ekološke projekte		0	
UKUPNO:			13

Izvor: prikaz autora na temelju istraživanja web stranice osiguranja, [Internet], raspoloživo na: <https://www.croatiabanka.hr/hr/naslovnica/>

Croatia banka

Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti za Croatia banku prikazan je u tablici br. 22. Broj bodova koje je banka skupila je 13 od ukupnih 24 što iznosi 54%. Croatia banka ne izvještava jedino iz područja zaštite okoliša dok najmanje izvještava o području odnosa s klijentima i proizvoda/usluga gdje ima samo 1 bod od mogućih 4. Croatia banka ima najviše bodova iz područja uključenosti u zajednicu i dobročinstvo gdje od mogućih 6 bodova ima 5 bodova.

Tablica 23: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti: OTP banka

OTP BANKA			
Izvještavanje o društvenoj odgovornosti	DA	NE	UKUPNO
Uključenost u zajednicu i dobročinstvo			5
Donacije za zdravstvo		0	
Donacije za znanost i obrazovanje	1		
Donacije i sponzorstva u umjetnosti i kulturi	1		
Donacije i sponzorstva sporta	1		
Donacije u humanitarne svrhe i organizacija humanitarnih programa	1		
Donacije humanitarnim organizacijama	1		
Ljudski resursi			5
Edukacija (seminari, usavršavanja i sl.)	1		
Poštivanje osnovnih ljudskih i radničkih prava	1		
Sigurnost na radu		0	
Zapošljavanje	1		
Ispitivanje i maksimalizacija zadovoljstva	1		
Jednakost među spolovima (odnos muškaraca i žena u upravi)	1		
Poslovna strategija i ljudski odnosi			3
Antikorupcijski program	1		
Etički kodeks	1		
Zaštita osobnih podataka potrošača	1		
Politika odnosa prema konkurenciji		0	
Odnosi s klijentima i proizvodi/usluge			3
Nagrade		0	
Posebne usluge	1		
Nagrade za proizvode/usluge	1		
Razvoj proizvoda/usluga	1		
Zaštita okoliša			3
Donacije za ekološke projekte		0	
Interna politika zaštite okoliša	1		
Eksterna politika zaštite okoliša	1		
Posebni proizvodi za ekološke projekte	1		
UKUPNO:			19

Izvor: prikaz autora na temelju istraživanja web stranice banke, [Internet], raspoloživo na:

<https://www.otpbanka.hr/hr>

OTP banka

Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti za OTP banku prikazan je u tablici br. 23. Broj bodova koje je banka skupila je 19 od mogućih 24 što u postotku iznosi 79%. OTP banka izvještava o društvenoj odgovornosti u okviru izvještaja o održivosti. OTP banka izvještava o svim područjima društveno odgovornog poslovanja a najviše bodova sadrže područja ljudskih resursa i uključenost u zajednicu i dobročinstvo gdje od mogućih 6 bodova banka ima 5 bodova.

Tablica 24: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti: Raiffeisen banka

RAIFFEISEN BANKA			
Izveštavanje o društvenoj odgovornosti	DA	NE	UKUPNO
Uključenost u zajednicu i dobročinstvo			3
Donacije za zdravstvo		0	
Donacije za znanost i obrazovanje	1		
Donacije i sponzorstva u umjetnosti i kulturi	1		
Donacije i sponzorstva sporta	1		
Donacije u humanitarne svrhe i organizacija humanitarnih programa		0	
Donacije humanitarnim organizacijama		0	
Ljudski resursi			2
Edukacija (seminari, usavršavanja i sl.)	1		
Poštivanje osnovnih ljudskih i radničkih prava		0	
Sigurnost na radu	1		
Zapošljavanje		0	
Ispitivanje i maksimalizacija zadovoljstva		0	
Jednakost među spolovima (odnos muškaraca i žena u upravi)		0	
Poslovna strategija i ljudski odnosi			3
Antikorupcijski program	1		
Etički kodeks	1		
Zaštita osobnih podataka potrošača	1		
Politika odnosa prema konkurenciji		0	
Odnosi s klijentima i proizvodi/usluge			2
Nagrade		0	
Posebne usluge		0	
Nagrade za proizvode/usluge	1		
Razvoj proizvoda/usluga	1		
Zaštita okoliša			2
Donacije za ekološke projekte	1		
Interna politika zaštite okoliša		0	
Eksterna politika zaštite okoliša		0	
Posebni proizvodi za ekološke projekte	1		
UKUPNO:			12

Izvor: prikaz autora na temelju istraživanja web stranice osiguranja, [Internet], raspoloživo na: <https://www.rba.hr/>

Raiffeisen banka

Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti za Raiffeisen banku prikazan je u tablici br. 24. Broj bodova koje je banka skupila je 12 od mogućih 24 što iznosi 50%. Raiffeisen banka izvještava podjednako o društvenoj odgovornosti iz svih područja društveno odgovornog poslovanja.

Tablica 25: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti: Zagrebačka banka

ZAGREBAČKA BANKA			
Izvještavanje o društvenoj odgovornosti	DA	NE	UKUPNO
Uključenost u zajednicu i dobročinstvo			4
Donacije za zdravstvo	1		
Donacije za znanost i obrazovanje	1		
Donacije i sponzorstva u umjetnosti i kulturi	1		
Donacije i sponzorstva sporta		0	
Donacije u humanitarne svrhe i organizacija humanitarnih programa	1		
Donacije humanitarnim organizacijama		0	
Ljudski resursi			6
Edukacija (seminari, usavršavanja i sl.)	1		
Poštivanje osnovnih ljudskih i radničkih prava	1		
Sigurnost na radu	1		
Zapošljavanje	1		
Ispitivanje i maksimalizacija zadovoljstva	1		
Jednakost među spolovima (odnos muškaraca i žena u upravi)	1		
Poslovna strategija i ljudski odnosi			1
Antikorupcijski program		0	
Etički kodeks		0	
Zaštita osobnih podataka potrošača	1		
Politika odnosa prema konkurenciji		0	
Odnosi s klijentima i proizvodi/usluge			3
Nagrade		0	
Posebne usluge	1		
Nagrade za proizvode/usluge	1		
Razvoj proizvoda/usluga	1		
Zaštita okoliša			3
Donacije za ekološke projekte		0	
Interna politika zaštite okoliša	1		
Eksterna politika zaštite okoliša	1		
Posebni proizvodi za ekološke projekte	1		
UKUPNO:			17

Izvor: prikaz autora na temelju istraživanja web stranice osiguranja, [Internet], raspoloživo na:
<https://www.zaba.hr/home/>

Zagrebačka banka

Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti za Zagrebačku banku prikazan je u tablici br. 25. Broj bodova koje je banka skupila je 17 od ukupnih 24 što iznosi 71%. Zagrebačka banka izvještava o društvenoj odgovornosti u okviru izvještaja o održivosti. Zagrebačka banka izvještava o svim područjima društveno odgovornog poslovanja a najviše bodova sadrži područje ljudskih resursa gdje od mogućih 6 bodova banka ima svih 6 bodova.

Tablica 26: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti: PBZ banka

PBZ BANKA			
Izvještavanje o društvenoj odgovornosti	DA	NE	UKUPNO
Uključenost u zajednicu i dobročinstvo			6
Donacije za zdravstvo	1		
Donacije za znanost i obrazovanje	1		
Donacije i sponzorstva u umjetnosti i kulturi	1		
Donacije i sponzorstva sporta	1		
Donacije u humanitarne svrhe i organizacija humanitarnih programa	1		
Donacije humanitarnim organizacijama	1		
Ljudski resursi			6
Edukacija (seminari, usavršavanja i sl.)	1		
Poštivanje osnovnih ljudskih i radničkih prava	1		
Sigurnost na radu	1		
Zapošljavanje	1		
Ispitivanje i maksimalizacija zadovoljstva	1		
Jednakost među spolovima (odnos muškaraca i žena u upravi)	1		
Poslovna strategija i ljudski odnosi			3
Antikorupcijski program	1		
Etički kodeks	1		
Zaštita osobnih podataka potrošača	1		
Politika odnosa prema konkurenciji		0	
Odnosi s klijentima i proizvodi/usluge			3
Nagrade		0	
Posebne usluge	1		
Nagrade za proizvode/usluge	1		
Razvoj proizvoda/usluga	1		
Zaštita okoliša		3	3
Donacije za ekološke projekte		0	
Interna politika zaštite okoliša	1		
Eksterna politika zaštite okoliša	1		
Posebni proizvodi za ekološke projekte	1		
UKUPNO:			21

Izvor: prikaz autora na temelju istraživanja web stranice osiguranja, [Internet], raspoloživo na: <https://www.pbz.hr/>

PBZ banka

Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti za PBZ banku prikazan je u tablici br. 26. Broj bodova koje je banka skupila je 21 od ukupnih 24 što iznosi 88%. PBZ banka izvještava o društvenoj odgovornosti u okviru izvještaja o održivosti. Od ukupno 24 segmenta PBZ banka ne izvještava samo o tri segmenta društveno odgovornog poslovanja i to o donacijama za ekološke projekte, politike odnosa prema konkurenciji i nagradama.

Tablica 27: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti: Sberbank banka

SBERBANK BANKA			
Izveštavanje o društvenoj odgovornosti	DA	NE	UKUPNO
Uključenost u zajednicu i dobročinstvo			1
Donacije za zdravstvo		0	
Donacije za znanost i obrazovanje		0	
Donacije i sponzorstva u umjetnosti i kulturi	1		
Donacije i sponzorstva sporta		0	
Donacije u humanitarne svrhe i organizacija humanitarnih programa		0	
Donacije humanitarnim organizacijama		0	
Ljudski resursi			3
Edukacija (seminari, usavršavanja i sl.)	1		
Poštivanje osnovnih ljudskih i radničkih prava	1		
Sigurnost na radu		0	
Zapošljavanje		0	
Ispitivanje i maksimalizacija zadovoljstva	1		
Jednakost među spolovima (odnos muškaraca i žena u upravi)		0	
Poslovna strategija i ljudski odnosi			1
Antikorupcijski program		0	
Etički kodeks		0	
Zaštita osobnih podataka potrošača	1		
Politika odnosa prema konkurenciji		0	
Odnosi s klijentima i proizvodi/usluge			0
Nagrade		0	
Posebne usluge		0	
Nagrade za proizvode/usluge		0	
Razvoj proizvoda/usluga		0	
Zaštita okoliša			0
Donacije za ekološke projekte		0	
Interna politika zaštite okoliša		0	
Eksterna politika zaštite okoliša		0	
Posebni proizvodi za ekološke projekte		0	
UKUPNO:			5

Izvor: prikaz autora na temelju istraživanja web stranice osiguranja, [Internet], raspoloživo na: <https://www.sberbank.hr/gradjani/>

Sberbank banka

Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti za Sberbank banku prikazan je u tablici br. 27. Broj bodova koje je banka skupila je 5 od ukupnih 24 što iznosi 21%. Sberbank banka izvještava o društvenoj odgovornosti na svojoj internet stranici u okviru ostalih informacija. Sberbanka najviše izvještava o društveno odgovornom poslovanju iz područja ljudskih resursa dok ne izvještava iz područja zaštite okoliša i odnosa s klijentima i proizvoda/usluga.

4.3. Rezultati istraživanja

Tablica 28: Broj banaka koje izvještavaju o pojedinom području društveno odgovornog poslovanja

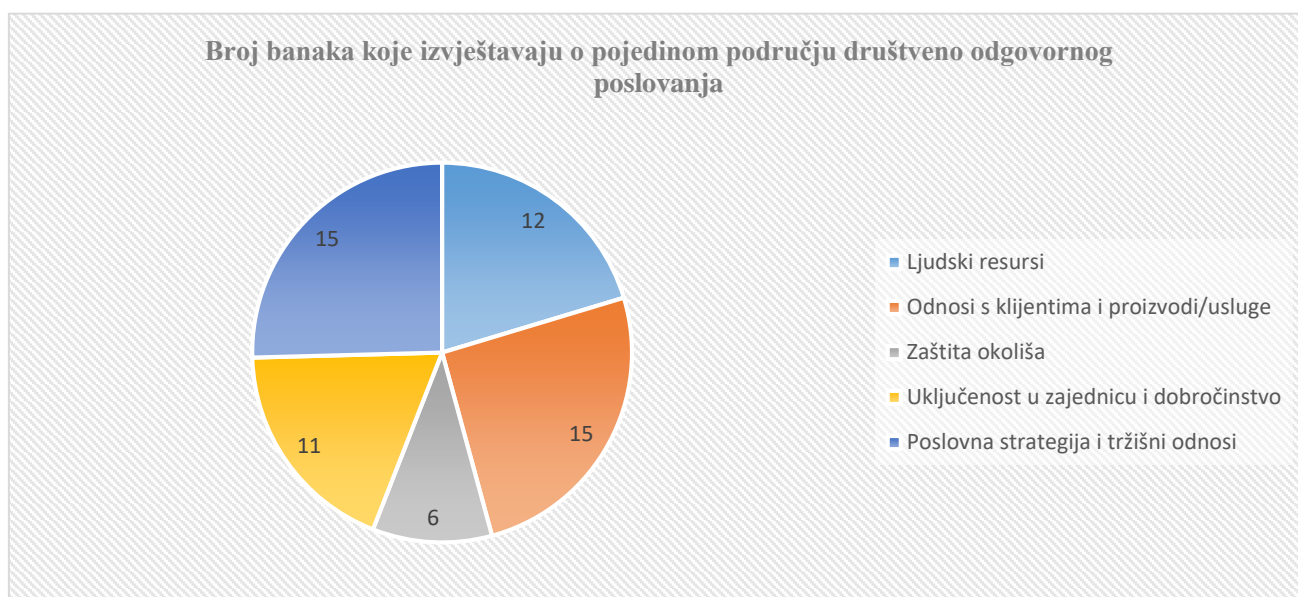
Područje društveno odgovornog poslovanja	Broj banaka koje izvještavaju o pojedinom području
Uključenost u zajednicu i dobročinstvo	11
Ljudski resursi	12
Poslovna strategija i tržišni odnosi	15
Odnosi s klijentima i proizvodi/usluge	15
Zaštita okoliša	6

Izvor: prikaz autora na temelju istraživanja

Tablica br. 28 prikazuje koliko banaka izvještava o pojedinom području društveno odgovornog poslovanja. Najviše banaka izvještava iz područja „poslovna strategija i tržišni odnosi“ te „odnosi s klijentima i proizvodi/usluge“ dok najmanje banaka izvještava iz područja zaštite okoliša. Ne postoji područje društveno odgovornog poslovanja o kojem izvještavaju sve banke ali isto tako ne postoji ni područje društveno odgovornog poslovanja o kojem ne izvještava barem jedna banka.

Također, iz navedene tablice možemo vidjeti kako se sva područja društveno odgovornog poslovanja o kojima banke izvještavaju nalaze blizu prosjeka. Jedini ekstrem je područje zaštite okoliša jer iz područja ljudskih resursa izvještava 12 banaka, iz područja uključenosti u zajednicu 11 banaka, iz područja odnosa s klijentima i proizvoda/usluga 15 banaka, iz područja poslovne strategije i tržišnih odnosa 15 banaka, a iz područja zaštite okoliša samo 6 banaka.

Dijagram 1: Izvještavanje o pojedinom području društveno odgovornog poslovanja



Izvor: prikaz autora na temelju istraživanja

Tablica 29: Broj bodova banaka iz pojedinih područja društveno odgovornog poslovanja

PODRUČJE DRUŠTVENO ODGOVORNOG POSLOVANJA	MAKS BROJ BODOVA	BROJ BODOVA	POSTOTAK
Ljudski resursi	120	39	33%
Uključenost u zajednicu i dobročinstvo	120	44	37%
Odnosi s klijentima i proizvodi/usluge	80	27	34%
Poslovna strategija i tržišni odnosi	80	26	33%
Zaštita okoliša	80	17	21%
UKUPNO	480	153	32%

Izvor: prikaz autora na temelju istraživanja

Iz tablice br. 29 možemo vidjeti kako banke najviše izvještavaju o aktivnostima društveno odgovornog poslovanja iz područja uključenosti u zajednicu i dobročinstvo a najmanje iz područja zaštite okoliša. Sve aktivnosti zastupljene u područjima društveno odgovornog poslovanja nalaze se blizu prosjeka dok je jedini ekstrem područje zaštite okoliša sa samo 21% zastupljenosti.

Tablica 30: Prosječna ocjena indeksa društveno odgovornog poslovanja banaka

R.B	NAZIV BANKE	Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti
1.	Addiko banka	9
2.	Agram banka	2
3.	Imex banka	1
4.	Banka Kovanica	4
5.	Istarska kreditna banka Umag	5
6.	JT banka	0
7.	Karlovačka banka	2
8.	Kent	3
9.	Partner banka	0
10.	Podravska banka	2
11.	Samoborska	0
12.	Slatinska	6
13.	Hrvatska poštanska banka	17
14.	Erste banka	15
15.	Croatia banka	13
16.	Otp banka	19
17.	Raiffeisen banka	12
18.	Zagrebačka banka	17
19.	Pbz banka	21
20.	Sberbanka	5
	BROJ BODOVA (max:480)	153
	PROSJEČNI BROJ BODOVA	7,65

Izvor: prikaz autora na temelju istraživanja

Tablica br. 30 prikazuje pojedinačne indekse društveno odgovornog poslovanja banaka i prosječni broj bodova odnosno prosječni indeks društveno odgovornog poslovanja banaka koji iznosi **7,65 ili 32%**. To znači da je 20 promatranih banaka od ukupno **480** mogućih bodova ostvarilo **153 boda**. Pojedinačni indeksi društveno odgovornog poslovanja pokazuju kako velike banke znatno odskaku od prosjeka ali je ipak veći broj manjih banaka koji su bodovno ispod prosjeka. Od promatranih banaka, 12 banaka se nalazi ispod prosjeka odnosno ima manje od 7,65 bodova dok je 8 banaka iznad prosjeka. Od ekstrema, Partner banka, JT banka i Samoborska banka imaju 0 bodova što znači da ne izvještavaju o nijednom segmentu društveno odgovornog poslovanja a to znatno utječe na pad prosječnog broja bodova. S druge strane, PBZ banka ima najveći broj bodova i jedina je banka koja ima preko 20 bodova. Osim PBZ banke, veće odskakanje iznad prosječnog broja bodova možemo primijetiti kod Zagrebačke banke, Hrvatske poštanske banke i OTP banke.

Tablica 31: Broj područja društveno odgovornog poslovanja o kojima banke izvještavaju

R.b	Naziv banke	Broj područja društveno odgovornog poslovanja o kojem društvo izvještava
1.	Addiko banka	3
2.	Agram banka	2
3.	Imex banka	1
4.	Banka Kovanica	3
5.	Istarska kreditna banka Umag	3
6.	JT banka	0
7.	Karlovačka banka	2
8.	Kent	3
9.	Partner banka	0
10.	Podravska banka	2
11.	Samoborska	0
12.	Slatinska	3
13.	Hrvatska poštanska banka	5
14.	Erste banka	5
15.	Croatia banka	4
16.	Otp banka	5
17.	Raiffeisen banka	5
18.	Zagrebačka banka	5
19.	Pbz banka	5
20.	Sberbanka	3

Izvor: prikaz autora na temelju istraživanja

Tablica br. 31 prikazuje broj područja društveno odgovornog poslovanja o kojim pojedina banka izvještava. Od 20 promatranih banaka, 6 ih izvještava iz svih 5 područja društveno odgovornog poslovanja na svojim internet stranicama. Osim toga, 6 banaka izvještava iz 3 područja, 3 banke izvještavaju iz 2 područja dok jedino Croatia banka izvještava iz 4 područja te Imex banka iz 1 područja društveno odgovornog poslovanja na svojim internet stranicama. Samoborska banka, JT banka i Partner banka ne izvještavaju o društveno odgovornom poslovanju na svojim internetskim stranicama. To znači da čak 13 banaka izvještava iz više od 2 područja društveno odgovornog poslovanja dok 7 banaka izvještava iz manje od 2 područja društveno odgovornog poslovanja na svojim internet stranicama.

4.4. Usporedba rezultata

4.4.1. Usporedba rezultata s istraživanjem provedenim u radu „Izveštavanje o društvenoj odgovornosti banaka u Hrvatskoj“

Rad „Izveštavanje o društvenoj odgovornosti banaka u hrvatskoj“ dr. sc. Andrijane Rogošić i univ. spec. oec. Ane Kundid sadrži istraživanje vezano uz izvještavanje o društvenoj odgovornosti banaka koje obuhvaća cjelokupnu populaciju odnosno 32 banke koje su u razdoblju istraživanja poslovale u Hrvatskoj. Osim izvještavanja o društveno odgovornom poslovanju, istraživanje se odnosilo i na pitanja objavljivanja financijskih izvještaja na službenim stranicama i informacija sadržanih u godišnjim izvješćima. Utvrđeno je da 90% banaka objavljuje svoje financijske izvještaje na internetu ispunjavajući, u tom dijelu, prethodno navedenu zakonsku obvezu. Međutim, objava informacija sadržanih u godišnjem izvješću bitno zaostaje za javnom publikacijom standardiziranih financijskih izvještaja.

Istraživanje je obuhvatilo 23 manje banke, 3 srednje i 6 velikih banaka. Rezultati istraživanja pokazuju kako manje banke imaju najmanji indeks društveno odgovornog poslovanja što znači da najmanje izvještavaju o društveno odgovornom poslovanju na svojim internet stranicama.

Tablica 32: Broj područja društveno odgovornog poslovanja o kojima banke izvještavaju

Veličina banke	Najviša vrijednost	Najniža vrijednost	Srednja vrijednost
Mala	0	16	2,5217
Srednja	1	16	7,0000
Velika	2	11	7,5000
UKUPNO	0	16	3,8750

Izvor: prikaz autora na temelju istraživanja

U istraživanju je utvrđeno da samo tri banke objavljuju izvještaj o društvenoj odgovornosti dok ostale banke izvještavaju o aktivnostima u domeni društveno odgovornog poslovanja u sklopu različitih poslovnih informacija. Također, u rezultatima istraživanja je navedeno kako banke najviše izvještavaju o aktivnostima društveno odgovornog poslovanja koje se odnose na donacije i sponzorstva, posebne proizvode namijenjene lokalnoj zajednici te posebnim pogodnostima koje nude klijentima dok s druge strane najmanje izvještavaju o aktivnostima

društveno odgovornog poslovanja koje se odnose na sigurnost i zaštitu na radu te o posebnim proizvodima za ekološke projekte. Pored navedenih rezultata, od šest područja izvještavanja o društvenoj odgovornosti, banke najviše izvještavaju iz područja uključenosti u lokalnu zajednicu koje sadrži aktivnosti poput raznih donacija i investicija te kreditiranja posebnih skupina (trudnice, novozaposleni).⁴⁶ Uz navedeno, u istraživanju je zasebno naveden broj banaka koje objavljuju antikorupcijske programe na svojim internetskim stranicama te je utvrđeno da su samo dvije banke imale objavljen takav dokument.

U odnosu na rezultate navedenog istraživanja, razlika je u tome da danas većina velikih i srednjih banaka objavljuje zaseban izvještaj o društvenoj odgovornosti. S druge strane, manje banke još uvijek u pravilu izvještavaju o društveno odgovornom poslovanju u sklopu različitih poslovnih informacija.

U odnosu na danas, većina rezultata iz istraživanja nije se promijenila. To znači da i danas banke najviše izvještavaju o aktivnostima društveno odgovornog poslovanja koje se odnose na donacije i sponzorstva dok s druge strane i dalje najmanje izvještavaju iz aktivnosti vezanih uz područje zaštite okoliša. Također, i danas se može potvrditi pretpostavka o utjecaju veličine banke na opseg objavljenih informacija što znači da i danas male banke u odnosu na srednje i velike banke najmanje izvještavaju o društveno odgovornom poslovanju na svojim internet stranicama. Uz navedeno, danas 5 banaka ima objavljen antikorupcijski program na svojim stranicama.

4.4.2. Usporedba rezultata s istraživanjem provedenim u radu „Društveno odgovorno poslovanje u Republici Hrvatskoj“

U radu „Društveno odgovorno poslovanje banaka u Republici Hrvatskoj“ univ. spec. oec. Ane Kundid iz 2012. godine preliminarnom analizom je utvrđeno da manje banke imaju slabije razvijenu praksu objave informacija o društvenoj odgovornosti na internetu te su izuzev Banco Popolare Croatia one isključene iz istraživanja. U ovom radu su u istraživanje uključene sve banke koje trenutno posluju i imaju odobrenje za rad od Hrvatske narodne banke. Stoga će se

⁴⁶ Kundid, A., Rogošić, A. (2012) Izvještaj o društvenoj odgovornosti banaka u Hrvatskoj, Praktični Menadžment, Vol.,3 No.5., str.16-19

radi lakše usporedbe i donošenja zaključka prikazati usporedba izvještavanja o društvenoj odgovornosti srednjih i velikih banaka. Prema kriteriju tržišnog udjela u aktivni bankovnog sustava, male banke su banke s tržišnim udjelom manjim od 1 posto.⁴⁷

Indeks društveno odgovornog poslovanja iz istraživanja provedenog u 2012. godini iznosi **50%** dok u ovom istraživanju iznosi **32%**, što bi trebalo značiti da banke na svojim internetskim stranicama danas izvještavaju manje o društveno odgovornom poslovanju u odnosu na 2012. godinu. Međutim, svih 12 manjih banaka koje su uključene u ovo istraživanje nalaze se ispod prosjeka te znatno utječu na smanjenje prosječnog broja bodova. Također, određeni broj manjih banki ne posluje profitabilno, a prema teoriji legitimiteta profitabilna poduzeća su više podložna mišljenju javnosti što predstavlja razlog da manje banke manje izvještavaju o društveno odgovornom poslovanju. Odnosno, profitabilnije banke često objavljuju značajno više informacija o svojoj društvenoj angažiranosti kako bi legitimirale svoju profitabilnost, stekle komparativnu prednost ili preusmjerile pozornost s pretjeranog zarađivanja ukoliko je ono zabilježeno. Radi navedenog su u sljedećoj tablici radi lakše usporedbe rezultata prikazani rezultati srednjih i velikih banaka.

⁴⁷ Kundid, A. (2012) Društveno odgovorno poslovanje banaka u republici hrvatskoj, Ekonomski fakultet, Sveučilište u Splitu, str. 497-527

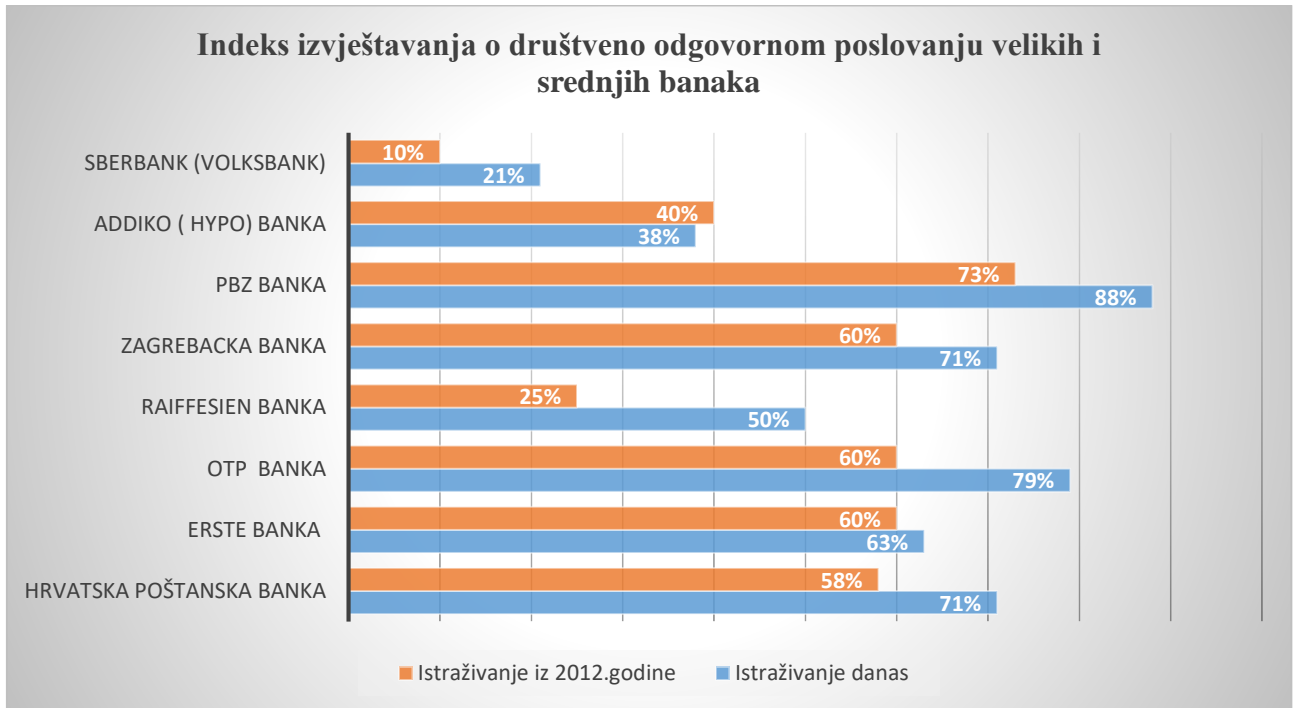
Tablica 33: Usporedba indeksa izvještavanja o društvenoj odgovornosti srednjih i velikih banaka

R.B	NAZIV BANKE	Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti	Postotak (%)	Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti (ISTRAŽIVANJE 2012.)	Postotak (%)
1.	Hrvatska poštanska banka	17	71%	23	58%
2.	Erste banka	15	63%	24	60%
3.	Otp banka	19	79%	24	60%
4.	Raiffeisen banka	12	50%	10	25%
5.	Zagrebačka banka	17	71%	24	60%
6.	Pbz banka	21	88%	29	73%
7.	Addiko (Hypo) banka	9	38%	16	40%
8.	Sberbank (Volksbank)	5	21%	4	10%
	BROJ BODOVA	Max:192		Max:320	
		Ostvareno:115		Ostvareno:154	
	PROSJEČNI BROJ BODOVA	14		19	
	POSTOTAK	60%		48%	

Izvor: prikaz autora na temelju istraživanja

Tablica br. 33 prikazuje kako indeks društveno odgovornog poslovanja srednjih i velikih banaka koje su uključene u oba istraživanja danas **iznosi 60%** dok u istraživanju iz **2012. godine iznosi 48%** što znači da srednje i velike banke danas izvještavaju o društveno odgovornom poslovanju više u odnosu na promatranu 2012. godinu. Iz grafikona br. 1 je također vidljivo kako PBZ banka, OTP banka i Raiffeisen banka značajno više izvještavaju o društveno odgovornom poslovanju u odnosu na 2012. godinu. Također, Zagrebačka banka, Hrvatska poštanska banka i Sberbank banka koja je preuzela Volksbank u veljači 2012. godine bilježe porast u izvještavanju o društveno odgovornom poslovanju u odnosu na 2012. godinu. Uz navedeno, Erste banka neznatno više izvještava o društveno odgovornom poslovanju a Addiko banka koja se do srpnja 2016. godine zvala Hypo Alpe Adria banka neznatno manje izvještava o društveno odgovornom poslovanju na svojim internet stranicama.

Grafikon 1: Usporedba indeksa izvještavanja o društvenoj odgovornosti srednjih i velikih banaka



Izvor: prikaz autora na temelju istraživanja

5. ZAKLJUČAK

Izvještavanje o društvenoj odgovornosti predstavlja novi segment financijskog računovodstva. Donošenjem direktive o nefinancijskom izvještavanju, izvještavanje o društvenoj odgovornosti postaje obveza određenih velikih poduzeća i grupa na području Europske unije.

Istraživanje obuhvaća svih 20 banaka koje trenutno posluju u RH i imaju dozvolu za rad od Hrvatske narodne banke. Bodovanje je provedeno na temelju indeksa izvještavanja o društvenoj odgovornosti koji sadrži 5 područja društveno odgovornog poslovanja koja su podijeljena na 24 aktivnosti.

U istraživanju su razmatrane prakse izvještavanja o društvenoj odgovornosti banaka u Hrvatskoj i promjene u načinu izvještavanja o društvenoj odgovornosti u odnosu na prethodna razdoblja. Indeks društveno odgovornog poslovanja iznosi 7,65 ili 32% što znači da većina banaka barem u nekom obliku primjenjuje načela društvene odgovornosti u poslovanju. Razlike se stvaraju u količini informacija koje banke dijele na svojim internetskim stranicama. Od 20 promatranih banaka, 12 banaka se nalazi ispod prosjeka odnosno ima manje od 7,65 bodova. Najviše banaka izvještava iz područja poslovne strategije i tržišnih odnosa dok najmanje izvještava iz područja zaštite okoliša. Samo 6 banaka izvještava iz svih 5 područja društveno odgovornog poslovanja dok čak 7 banaka izvještava iz manje od 2 područja društveno odgovornog poslovanja na svojim internet stranicama.

Također, rezultati istraživanja pokazuju i razlike u opsegu i načinu objavljenih informacija o društvenom odgovornim aktivnostima s obzirom na veličinu banke. Manje banke odnosno banke koje imaju aktivnu manju od 1% od ukupne aktive imaju slabo razvijenu praksu izvještavanja o društveno odgovornom poslovanju. Tri manje banke uopće ne izvještavaju na svojim internetskim stranicama o društveno odgovornom poslovanju a svi pojedinačni indeksi društveno odgovornog poslovanja manjih banaka su ispod prosječnog indeksa društveno odgovornog poslovanja. Također, manje banke ne izrađuju zaseban izvještaj o društveno odgovornom poslovanju i u pravilu informacije o poduzetim aktivnostima iz područja društveno odgovornog poslovanja objavljuju u sklopu informacija za javnost.

S druge strane, velike i srednje banke imaju dobro razvijenu praksu izvještavanja o društveno odgovornom poslovanju. U pravilu informacije objavljuju u okviru zasebnog izvještaja o društveno odgovornom poslovanju te imaju posebne odjeljke na svojim stranicama gdje objavljuju informacije o poduzetim aktivnostima iz područja društvene odgovornosti. Stoga, može se zaključiti kako je društveno odgovorno poslovanje dio poslovne strategije i djelovanja velikih i srednjih banaka.

Rezultat usporedbe istraživanja s rezultatima prethodnih istraživanja pokazuje značajan rast izvještavanja o društveno odgovornom poslovanju od strane srednjih i velikih banaka. To ukazuje da srednje i velike banke sve više prepoznaju važnost društvene odgovornosti te ulažu dodatne napore u ostvarivanju društvenog blagostanja. Izuzev Erste banke, sve velike i srednje banke izvještavaju značajno ili neznatno više o društveno odgovornom poslovanju u odnosu na prethodna razdoblja. Pbz banka je kao i u prijašnjim istraživanjima lider u izvještavanju o društvenom odgovornom poslovanju.

Međutim, još uvijek ima prostora za unaprjeđenje i uvođenje dodatnih aktivnosti na području društvene odgovornosti. Banke su iz područja društveno odgovornog poslovanja još uvijek najviše posvećene donacijama, humanitarnim akcijama i sponzorstvima koja su više ili manje fokusirana i strateški osmišljena. Osim toga, banke značajno izvještavaju i o aktivnostima financijskog opismenjavanja građanstva, zaštite podataka, edukacije i usavršavanja svojih zaposlenika te posebnih vrsta usluga. S druge strane, banke i danas najviše zanemaruju aktivnosti iz područja zaštite okoliša. Nedostaje konkretnih „zelenih“ akcija ili projekata osmišljenih i provedenih od samih banaka, donacija za ekološke projekte i posebnih vrsta usluga usmjerenih na zaštitu okoliša.

U usporedbi s prethodnim istraživanjima, manje banke i dalje imaju slabo razvijenu praksu društveno odgovornog poslovanja. Razlog je manja profitabilnost u odnosu na velike i srednje banke što potvrđuje međuovisnost financijske uspješnosti i društvene angažiranosti.

S druge strane, rast indeksa društveno odgovornog poslovanja srednjih i velikih banaka u odnosu na prethodna istraživanja pokazuje značajan napredak te je za očekivati kako će velike i srednje banke daljnjim razvojem civilizacije i društvene svijesti sve više primjenjivati načela društvene odgovornosti i izvještavanja o društveno odgovornom poslovanju.

LITERATURA:

Knjige i članci:

1. Afrić, K. (2016) Društveno odgovorno poslovanje vs društveno poduzetništvo. Zbornik radova 8. nacionalne konferencije o Društveno odgovornom poslovanju.
2. Bačun, D., Matešić, M., Omazić, M.A. (2012): Leksikon održivog razvoja, Hrvatski poslovni savjet za održivi razvoj, Zagreb.
3. Bebek, B., Kolumbić, A. (2000): Poslovna etika, Sinergija, Zagreb
4. Bežovan, G.(2002): Socijalna odgovornost gospodarstva i iskustva u Hrvatskoj, Revija za sociologiju, Vol. 33.
5. Buble, M. (2005): Strateški menadžment, Sinergija, Zagreb.
6. Buble, M. (2009): Menadžment, Ekonomski fakultet Sveučilišta u Splitu, Split.
7. Cerjan-Letica, G. (2010): Piramida profesionalne i poslovne odgovornosti u hrvatskoj stomatologiji, Acta Stomatologica Croatica, 44 (2)
8. Grbac, B. (2005): Osvajanje ciljnog tržišta, Ekonomski fakultet Sveučilišta u Rijeci, Rijeka.
9. Keller, L.K., Kotler, P. (2008) : Upravljanje marketingom, Mate d.o.o., Zagreb.
10. Kotler, P., Lee, N. (2009): DOP: društveno odgovorno poslovanje: suvremena teorija i najbolja praksa, M.E.P. d.o.o., Zagreb.
11. Krkač, K. (2007): Uvod u poslovnu etiku i korporacijsku društvenu odgovornost, MATE d.o.o./ZŠEM, Zagreb
12. Kundid, A. (2012): Društveno odgovorno poslovanje banaka u Republici Hrvatskoj. Ekonomska misao i praksa, No.2.
13. Kundid, A., Rogošić, A. (2012) Izvještaj o društvenoj odgovornosti prema gri smjernicama, Praktični Menadžment, Vol.,6 No.1.
14. Kundid, A., Rogošić, A. (2012) Izvještaj o društvenoj odgovornosti banaka u Hrvatskoj, Praktični Menadžment, Vol.,3 No.5.
15. Letica, B. (2010) Doba odgovornosti, MATE d.o.o., Zagreb.
16. Matešić, M., Pavlović, D, Bartoluci, D. (2015): Društveno odgovorno poslovanje, VPŠ Libertas, Zagreb.
17. Peter, S.R , Hudgins, C.S, (2015): Upravljanje bankama i financijske usluge.
18. Plećaš.K. (2016) Istraživanje razine razumijevanja i primjene društveno odgovornog poslovanja u javnim poduzećima u Republici Hrvatskoj, Zbornik radova 8. nacionalne konferencije o Društveno odgovornom poslovanju.

19. Vrdoljak, I., Hazdovac, K.(2014) Društveno odgovorno poslovanje i hrvatska gospodarska praksa. Oeconomica Jardertina, Vol.4, No.1.
20. Zelenika, R. (1998.): Metodologija i tehnologija izrade znanstvenog i stručnog djela, Ekonomski fakultet Rijeka, Rijeka.

Pravilnik/Zakon:

1. Zakon o poslovanju kreditnih institucija, [Internet], raspoloživo na: <https://www.zakon.hr/z/195/Zakon-o-kreditnim-institucijama>

Izvor s Interneta:

1. Addiko Bank d.d., Zagreb, [Internet], raspoloživo na :<https://www.addiko.hr/>
2. Agram Banka d.d., [Internet], raspoloživo na: <http://www.agrambanka.hr/>
3. Banka Kovanica d.d., [Internet], raspoloživo na: <https://www.kovanica.hr/>
4. Croatia banka d.d. ,[Internet], raspoloživo na [:https://www.croatiabanka.hr/hr/naslovnica/](https://www.croatiabanka.hr/hr/naslovnica/)
5. Definicija banke, raspoloživo na: <https://hr.wikipedia.org/wiki/Banka>
6. Društvena odgovornost , raspoloživo na: <https://dop.hgk.hr/>
7. Društveno odgovorno poslovanje u Hrvatskoj , raspoloživo na: <http://www.filantropija.hr/dop/dop-u-hrvatskoj>
8. Društveno odgovorno poslovanje za organizacije poslodavaca, raspoloživo na: <https://www.hup.hr/EasyEdit/UserFiles/Petra%20Senti%C4%87/Prirucnik%20DOP%20HR.pdf>
9. Društveno odgovorno poslovanje, raspoloživo na.: <http://www.idop.hr/media/46479/clanak-2.pdf>
10. Erste&Steiermärkische Bank d.d., Rijeka, [Internet], raspoloživo na: <https://www.erstebank.hr/hr/gradjanstvo>
11. Hrvatska narodna banka, raspoloživo na: <https://www.hnb.hr/>
12. Hrvatska poštanska banka d. d., [Internet], raspoloživo na :Zagreb <https://www.hpb.hr/>
13. Hrvatski poslovni savjet za održivi razvoj, [Internet], raspoloživo na: <https://www.hrpsor.hr/>
14. Imex banka d.d., [Internet], raspoloživo na: <https://www.imexbanka.hr/>
15. Institut za Društveno odgovorno poslovanje u Hrvatskoj , [Internet], raspoloživo na: <http://www.idop.hr/hr/dop-trendovi/dop-u-hrvatskoj/>
16. Istarska kreditna banka Umag d.d. , [Internet], raspoloživo na: <http://www.ikb.hr/>
17. Izvješavanje o nefinancijskim informacijama prema novom Zakonu o računovodstvu i Direktivi 2014/95/EU, raspoloživo na : <http://www.idop.hr/media/46479/clanak-2.pdf>

18. J&T banka d.d. ., [Internet], raspoloživo na: <http://www.jtbanka.hr/>
19. Karlovačka banka d.d., [Internet], raspoloživo na: <http://www.kaba.hr/>
20. Kent banka d.d., [Internet], raspoloživo na: <https://www.kentbank.hr/>
21. Matešić, M.: Ostvarivanje konkurentne prednosti integracijom društveno odgovornog poslovanja u strateški marketing, raspoloživo na: <http://www.pomakonline.com/drustvenoodgovornoposlovanje.pdf>
22. Odgovorno poslovanje ,raspoloživo na: <http://odgovorno.hr/dop-price/zeleno-banka-u-svakom-smislu-otp-banka/>
23. Odgovorno poslovanje ,raspoloživo na: <http://odgovorno.hr/dop-price/u-heinekenu-hrvatska-sigurnost-na-radu-shvaca-se-ozbiljno-i-osobno-obiljezeno-1000-dana-bez-nezgode/>
24. Odgovorno poslovanje ,raspoloživo na: <http://odgovorno.hr/dop-price/hrvatska-posta-uvodi-revoluciju-u-podrzavanju-lokalne-proizvodnje/>
25. Odgovorno poslovanje ,raspoloživo na: <http://odgovorno.hr/dop-price/zalaganje-za-vecu-sigurnost-djece-na-internetu-projektom-osiguranje-online-wiener-osiguranja-vig/>
26. Odgovorno poslovanje, raspoloživo na: <http://odgovorno.hr/>
27. OTP banka Hrvatska d.d., Split) ,[Internet], raspoloživo na : <https://www.otpbanka.hr/>
28. Partner banka d.d., [Internet], raspoloživo na: <http://www.paba.hr/>
29. Podravska banka d.d. ., [Internet], raspoloživo na: <https://www.poba.hr/>
30. Privredna banka Zagreb d.d., Zagreb,[Internet], raspoloživo na : <https://www.pbz.hr/>
31. Raiffeisenbank Austria d.d., Zagreb, [Internet], raspoloživo na : <https://www.rba.hr/>
32. Samoborska banka d.d., [Internet], raspoloživo na: <https://www.sabank.hr/>
33. Sberbank d.d., Zagreb,[Internet], raspoloživo na : <https://www.sberbank.hr/gradjani/>
34. Slatinska banka d.d. ., [Internet], raspoloživo na: <https://www.slatinska-banka.hr/>
35. Zagrebačka banka d.d., Zagreb, [Internet], raspoloživo na: <https://www.zaba.hr/home/o-nama/drustvena-odgovornost>

SAŽETAK

Društveno odgovorno poslovanje je koncept koji se sve brže razvija, a izvještavanje o društvenoj odgovornosti i održivosti postaje standardna praksa u poslovanju.

Društveno odgovorno poslovanje je kompleksan pojam. Definirali su ga različiti autori, organizacije i udruženja a skraćeno se može objasniti kao način poslovanja koji je u skladu sa interesima društva.

Istraživanje se odnosi na problem primjene društvene odgovornosti u poslovanju banaka a obuhvaća svih 20 banaka koje trenutno posluju u RH i imaju dozvolu za rad od Hrvatske narodne banke.

Istraživanje je provedeno na temelju indeksa izvještavanja o društvenoj odgovornosti. Usporedba rezultata istraživanja s prethodnim istraživanjima pokazuje kako velike i srednje banke značajno više izvještavaju o društveno odgovornom poslovanju u odnosu na prethodne godine dok manje banke i dalje imaju slabo razvijenu praksu izvještavanja o društveno odgovornom poslovanju na svojim internetskim stranicama.

Ključni pojmovi: društveno odgovorno poslovanje, bankarska djelatnost, Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti

SUMMARY

Corporate Social Responsibility is an ever-evolving concept, with CSR reporting becoming a standard business practice.

Corporate social responsibility is a complex concept. It has been defined by various authors, organizations and associations and can be briefly explained as a way of doing business that is in the interests of society.

The study addresses the problem of the application of social responsibility in bank operations and covers all 20 banks currently operating in the Republic of Croatia and are licensed by the Croatian National Bank.

The study was conducted on the basis of the CSR reporting index. Comparison of the results of the study with the previous studies shows that large and medium-sized banks report significantly more CSR than in previous years, while smaller banks still have a poorly developed CSR report practice on their websites.

Key terms: Corporate Social Responsibility, Banking, Corporate Social Responsibility Reporting Index

POPIS TABLICA, GRAFIKONA I SLIKA

Popis tablica:

Tablica 1: Deset zapovjedi društvene odgovornosti poduzeća.....	10
Tablica 2: Važni događaji- razvoj društveno odgovornog poslovanja.....	14
Tablica 3: Sadržaj nefinancijskog izvještaja u odnosu na okolišni, društveni i kadrovski aspekt i aspekt poštovanja ljudskih prava, borbu protiv korupcije i podmićivanja prema st. 7. Direktive 2014/95/EU	22
Tablica 4: Nagrade s obzirom na veličinu i tip vlasništva u 2018. godini.....	26
Tablica 5: Područja izvještavanja prema GRI (2002)	28
Tablica 6: Specifičnost bankarskog sektora	36
Tablica 7: Opći podaci o bankama.....	37
Tablica 8: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti: Addiko banka.	38
Tablica 9: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti :Agram banka.....	39
Tablica 10: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti: Imex banka.	40
Tablica 11: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti: Banka Kovanica	41
Tablica 12: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti :IKB Umag.....	42
Tablica 13: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti : JT banka	43
Tablica 14: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti Karlovačke banke d.o.o. ...	44
Tablica 15: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti: Kent banka.	45
Tablica 16: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti: Partner banka.....	46
Tablica 17: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti: Podravska Banka	47
Tablica 18: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti: Samoborska banka.....	48
Tablica 19: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti: Slatinska banka	49
Tablica 20: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti: Hrvatska poštanska banka	50
Tablica 21: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti: Erste banka.....	51
Tablica 22: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti: Croatia banka.....	52
Tablica 23: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti: OTP banka.....	53
Tablica 24: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti: Raiffeisen banka.....	54
Tablica 25: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti: Zagrebačka banka.....	55
Tablica 26: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti: PBZ banka	56
Tablica 27: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti: Sberbank banka	57

Tablica 28: Broj banaka koje izvještavaju o pojedinom području društveno odgovornog poslovanja	58
Tablica 29: Broj bodova banaka iz pojedinih područja društveno odgovornog poslovanja	59
Tablica 30: Prosječna ocjena indeksa društveno odgovornog poslovanja banaka	60
Tablica 31: Broj područja društveno odgovornog poslovanja o kojima banke izvještavaju	61
Tablica 32: Broj područja društveno odgovornog poslovanja o kojima banke izvještavaju	62
Tablica 33: Usporedba indeksa izvještavanja o društvenoj odgovornosti srednjih i velikih banaka	65

Popis slika:

Slika 1: Faze društveno odgovornog poslovanja kroz povijest	13
Slika 2: Nadzor kreditnih institucija	34

Popis dijagrama i grafikona:

Dijagram 1: Izvještavanje o pojedinom području društveno odgovornog poslovanja	59
Grafikon 1 : Usporedba indeksa izvještavanja o društvenoj odgovornosti srednjih i velikih banaka	66