Društveno odgovorno poslovanje u Hrvatskoj

Resman, Marina

Undergraduate thesis / Završni rad

2020

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **The University of Applied Sciences Baltazar Zaprešić / Veleučilište s pravom javnosti Baltazar Zaprešić**

Permanent link / Trajna poveznica: https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:129:246897

Rights / Prava: In copyright / Zaštićeno autorskim pravom.

Download date / Datum preuzimanja: **2024-03-28**

Repository / Repozitorij:

Digital Repository of the University of Applied Sciences Baltazar Zaprešić - The aim of Digital Repository is to collect and publish diploma works, dissertations, scientific and professional publications

zir.nsk.hr

dabar
DIGITALNI AKADEMSKI ARHIVI I REPOZITORIJI

VELEUČILIŠTE
s pravom javnosti
BALTAZAR ZAPREŠIĆ
Zaprešić

Preddiplomski stručni studij

Poslovanje i upravljanje

MARINA RESMAN

DRUŠTVENO ODGOVORNO POSLOVANJE U HRVATSKOJ

STRUČNI ZAVRŠNI RAD

Zaprešić, 2020. godine

VELEUČILIŠTE
s pravom javnosti
BALTAZAR ZAPREŠIĆ

Zaprešić

Preddiplomski stručni studij
Poslovanje i upravljanje

STRUČNI ZAVRŠNI RAD

DRUŠTVENO ODGOVORNO POSLOVANJE U HRVATSKOJ

Mentor:
prof. dr. Stjepan Lacković
Naziv kolegija:
Odnosi sa javnošću

Student:
Marina Resman
JMBAG:
0253010706

SADRŽAJ

SAŽETAK **1**

ABSTRACT **2**

1. UVOD **3**

1.1. PREDMET I CILJ RADA 3

2. DRUŠTVENO ODGOVORNO POSLOVANJE **4**

2.1. ODGOVARAJUĆI ALATI I OKVIRI POTREBNI ZA DRUŠTVENO ODGOVORNO POSLOVANJE 4

2.1.1. UN GLOBAL COMPACT 5

2.1.2. VODEĆA NAČELA UN-A O PODUZETNIŠTVU I LJUDSKIM PRAVIMA.. 6

2.1.3. SMJERNICE ZA MULTINACIONALNA PODUZEĆA 6

2.1.4. NORMA ISO 26000 7

2.1.5.TRIPARTITNA DEKLARACIJA MEĐUNARODNE ORGANIAZCIJE RADA O NAČELIMA KOJA SE ODNOSE NA MULTINACIONALNA PODUZEĆA I SOCIJALNU POLITIKU……...….8

2.2. PODJELA DRUŠTVENO ODGOVORNOG POSLOVANJA 9

2.3. INDEKS DRUŠTVENO ODGOVORNOG POSLOVANJA 11

2.4. DRUŠTVENO ODGOVORNO POSLOVANJE ZA VRIJEME KORONAVIRUSA. 13

3. PRIMJERI DRUŠTVENO ODGOVORNOG POSLOVANJA U REPUBLICI HRVATSKOJ **14**

3.1. DRUŠTVENO ODGOVORNO POSLOVANJE HEP-A 14

3.1.1. OPĆE INFORMACIJE O TVRTKI HEP 14

3.1.2. DRUŠTVENO ODGOVORNO POSLOVANJE 14

3.2. DRUŠTVENO ODGOVORNO POSLOVANJE ERSTE BANKE 15

3.2.1. OPĆE INFORMACIJE O TVRTKI ERSTE 15

3.2.2. DRUŠTVENO ODGOVORNO POSLOVANJE 15

3.3. DRUŠTVENO ODGOVORNO POSLOVANJE TVRTKE KONZUM 16

3.3.1. OPĆE INFORMACIJE O TVRTKI KONZUM 16

3.3.2. DRUŠTVENO ODGOVORNO POSLOVANJE 16

3.4. DRUŠTVENO ODGOVORNO POSLOVANJE TVRTKE HEINEKEN 17

3.4.1. OPĆE INFORMACIJE O TVRTKI HEINEKEN 17

3.4.2. DRUŠTVENO ODGOVORNO POSLOVANJE 17

3.5. DRUŠTVENO ODGOVORNO POSLOVANJE TVRTKE GENERALI 18
3.5.1. OPĆE INFORMACIJE O TVRTKI GENERALI 18
3.5.2. DRUŠTVENO ODGOVORNO POSLOVANJE 18
3.6. PRIMJERI DRUŠTVENO ODGOVORNOG POSLOVANJA ZA VRIJEME KORONAVIRUSA 19
3.6.1. HRVATSKI INTERIJERI 19
3.6.2. FRANCK 19
3.6.4. HRVATSKA POŠTA 20
3.6.5. PODRAVKA 20
3.6.6. ZAGREBAČKA BANKA 20
3.6.7. HRVATSKA ELEKTROPRIVREDA (HEP) 20
3.6.8. JANAF 21
3.6.10. HŽ INFRASTRUKTURA 21
3.6.11. BRODOGRADILIŠTE VIKTOR LENAC 21
3.6.12. OTP BANKA 22
3.6.13. KAUFLAND I LIDL 22
3.6.14. MEPAS GRUPA 22
3.6.15. VARTEKS 22
3.6.16. VALAMAR 23
3.6.17. IKEA 23
3.6.18. PBZ BANKA 23
3.6.19. PFIZER 24
4. PROVEDENA ANKETA 25
4.1. HIPOTEZE ISTRAŽIVANJA 25
4.2. METODOLOGIJA ISTRAŽIVANJA 25
4.3. REZULTATI ISTRAŽIVANJA 25
8. ZAKLJUČAK 30
9. IZJAVA 32
10. POPIS LITERATURE 33
10.1. KNJIGE I ČLANCI 33
10.2. INTERNETSKI IZVORI 33

10.3. POPIS GRAFIKONA, TABLICA 35
11. ŽIVOTOPIS..... 37

SAŽETAK

Povećana odgovornost korporacija za razne procese u društvu pokazali su se nužnim i preduvjetom za razvoj i opstanak, a mnoga istraživanja dokazuju kako je DOP postalo alat stručnjaka za odnose s javnošću. Društveno odgovorno poslovanje predstavlja praksu dobrovoljnog pozitivnog djelovanja prema društvu i u društvu te može se smatrati kao pokazatelj kvalitetnog upravljanja zbog toga što šalje poruku održivosti. Biti društveno odgovorna tvrtka postalo je imperativom poslovanja. Po brojnim inicijativama i projektima od strane javnog i privatnog sektora u Hrvatskoj, sve je više vidljivije kako i naše kompanije ulažu u razvoj DOP-a.

U ovom radu će se čitatelji upoznati sa razvojem DOP-a, viđenjem stručnjaka za odnose s javnošću o odnosu DOP-a sa poslovnim uspješnostima kompanija, te dolazak i primjenu DOP-a u hrvatskim korporacijama.

KLJUČNE RIJEČI: *društveno odgovorno poslovanje, korporativna komunikacija, odnosi s javnošću, poslovna uspješnost*

ABSTRACT

The increase of corporate responsibility for various processes in society has proved to be necessary and a prerequisite for development and survival, and many studies have proved that CSR has become a tool for public relations experts. Corporate social responsibility presents a voluntary practice of positive action towards the society and within the society and can be considered as an indicator of quality management as it sends a message of sustainability. Being a socially responsible company has become a business imperative. According to numerous initiatives and projects in public and private sectors in Croatia, it is obvious that our companies are also investing in the development of CSR.

In this thesis, readers will be introduced to the development of CSR, by seeing public relations experts on the relationship of CSR with the business performance of companies, and the arrival and application of CSR in Croatian corporations.

KEY WORDS: *Corporate social responsibility, corporate communications, retail, public relations, reputation*

1. UVOD

U kriznim vremenima posljednjih godina pokazalo se da je ovdašnji način poslovanja neodrživ i da je potrebno uvesti promjene u način rada. Društveno odgovorno poslovanje koje se zasniva na uzajamnom povjerenju i ulaganju u zajedničku bolju budućnost postalo je poveznica između poslovnog svijeta i zajednice. Od poduzeća se očekuje da svojim djelima i misijom bude društveno odgovorno. Povećana odgovornost tvrtki za procese u društvu pokazuje se kao preduvjet sreće, opstanka i razvoja. Nijedna tvrtka ne posluje u zrakopraznom prostoru, one su dio društva i moraju ostvarivati više od samog profita i zapošljavanja ljudi. Pristupom preko DOP-a tvrtke integriraju društvena i okolišna pitanja u svoje poslovne aktivnosti i dijalog sa dionicima. Društveno odgovorno poslovanje u današnjem društvu predstavlja praksu dragovoljnog i iznadprosječnog pozitivnog djelovanja u društvu i prema društvu, s kojim se objedinjuju okolišna, društvena, etička pitanja te ljudska prava u odnose s potrošačima i poslovne procese s dionicima.

Današnje organizacije koriste svoj identitet kako bi utjecale na svoju reputaciju i imidž. Organizacijski identitet u prošlosti se najviše bazirao na vizualne elemente poput logotipa, no danas objedinjuje niz aktivnosti poput odnosa s medijima, odnosa sa zajednicom, sponzorstva, financijskog izvještavanja i slično, a mnoge od njih ključne su stavke društveno odgovornog poslovanja. U radu će se navesti primjeri i definirati da li i na koji način utječe društveno odgovorno djelovanje na poduzeća.

1.1. PREDMET I CILJ RADA

Na razvoj društveno odgovornog poslovanja uvelike utječe pojava gospodarstva koja se prilagođava potrošaču. Potrošači danas mogu birati između puno vrsta proizvoda različite kvalitete i cijene, a sve više je onih koji teže većoj vrijednosti, ne samo svojoj nego i cijele zajednice. Cilj i predmet ovog rada je objasniti ponašanje potrošača i teoriju društveno odgovornog poslovanja. U radu će se obraditi objašnjenje pojma društveno odgovornog poslovanja, povijest te osnovne elemente, te na primjerima prikazati DOP u Hrvatskoj.

2. DRUŠTVENO ODGOVORNO POSLOVANJE

Društveno odgovorno poslovanje se može definirati, prema riječima autora Grbaca, „(…)kao primjenu poslovanja u procesu realizacije društvenih ciljeva koji kao temeljno ili pak izvedeno ishodište nemaju prvenstveno dobit, već zadovoljenje potreba koje imaju općedruštveni ili/i socijalni karakter.“ (Grbac, 2005:339)

Društveno odgovorno poslovanje, prema podacima Hrvatske gospodarske komore, „DOP je kratica za društvo odgovorno poslovanje. O DOP-u govorimo kada neka tvrtka, iznad strogo zakonom propisanih obaveza, integrira brigu za okoliš i društvo u sustav donošenja odluka. Time dobri poslovni rezultati prestaju biti jedinim mjerilom za vrednovanje uspješnosti tvrtke.“ (Hrvatska gospodarska komora, n.d.)

Autorice Vrdoljak Raguž, Hazdovac ističu, „Društveno odgovorno poslovanje (DOP) predstavlja poseban koncept poslovanja u kojem poduzeća dobrovoljno i bez ikakve zakonske prisile nastoje uskladiti svoje poslovanje s potrebama društva u najširem mogućem smislu. (…) Što poduzeće proizvodi, na koji način proizvodi, koje resurse upotrebljava, kako kupuje, kako prodaje, kako utječe na okoliš, kako zapošljava, kako se odnosi prema zaposlenicima, na koji ih način osposobljava za rad, kakvi su radni uvjeti, kako ulaže u društvenu zajednicu te poštuje li ljudska i radna prava samo su neka od pitanja koja određuju ukupni utjecaj tog poduzeća na društvo.“ (Vrdoljak Raguž, Hazdovac, 2014:40)

2.1. ODGOVARAJUĆI ALATI I OKVIRI POTREBNI ZA DRUŠTVENO ODGOVORNO POSLOVANJE

Hrvatska udruga poslodavaca naglašava, „Poduzećima je na raspolaganju niz dokumenata i alata koji osiguravaju okvir za odgovorno djelovanje. To su:

- ✓ UN Global Compact,
- ✓ Vodeća načela Ujedinjenih naroda o poduzetništvu i ljudskim pravima,
- ✓ Smjernice za multinacionalna poduzeća Organizacije za ekonomsku suradnju i razvoj (OECD-ove smjernice),

- ✓ Norma ISO 26000 Smjernice o društvenoj odgovornosti (ISO 260000),
- ✓ Tripartitna deklaracija Međunarodne organizacije rada o načelima koja se odnose na multinacionalna poduzeća i socijalnu politiku (ILO MNE Deklaracija).“ (Hrvatska udruga poslodavaca, 2014:12)

2.1.1. UN GLOBAL COMPACT

Prema podacima sa mrežne stranice Hrvatske udruge poslodavaca, „Tvrtke članice UN Global Compacta posluju prema načelima iz područja ljudskih prava, rada, zaštite okoliša i borbe protiv korupcije te tako osiguravaju korporativnu održivost i napredak prema Ciljevima održivog razvoja. Deset načela su univerzalni okvir za odgovorno i održivo poslovanje usmjereno prema praksama koje osiguravaju da se financijska dobit ne generira nauštrb ljudi, društva ili okoliša.“ (Hrvatska udruga poslodavaca, n.d.)

U nastavku su navedena načela, prema podacima Hrvatske udruge poslodavaca,

- ✓ „Ljudska prava

  Načelo 1: Tvrtke bi trebale podupirati i poštivati zaštitu međunarodno priznatih ljudskih prava; te

  Načelo 2: pobrinuti se da ne sudjeluju u kršenjima ljudskih prava.

- ✓ Rad

  Načelo 3: Tvrtke bi trebale podržavati slobodu udruživanja i stvarno priznavanje prava na kolektivno pregovaranje;

  Načelo 4: dokidanje svih oblika prisilnog rada;

  Načelo 5: stvarno ukidanje dječjeg rada; te

  Načelo 6: ukidanje diskriminacije u vezi sa zapošljavanjem i izborom zanimanja.

- ✓ Okoliš

Načelo 7: Tvrtke bi trebale podupirati predostrožan pristup izazovima na području okoliša;

Načelo 8: pokrenuti inicijative radi promicanja veće odgovornosti prema okolišu; te

Načelo 9: poticati razvoj i širenje ekološki prihvatljivih tehnologija.

- ✓ Borba protiv korupcije

Načelo 10: Tvrtke bi trebale raditi na suzbijanju korupcije u svim njenim oblicima, uključujući iznudu i podmićivanje.“ (Hrvatska udruga poslodavaca, n.d.)

2.1.2. VODEĆA NAČELA UN-A O PODUZETNIŠTVU I LJUDSKIM PRAVIMA

Prema podacima iz Priručnika o društveno odgovornom poslovanju, preuzetog sa stranice Hrvatske udruge poslodavaca, „Vodeća UN-ova načela temelje se na okviru „štititi-poštivati-ispraviti“ te ga provode u praksi. Okvir je dobio podršku Vijeća za ljudska prava UN-a 2008. godine:

- ✓ Dužnost je države štititi građane od kršenja ljudskih prava od strane trećih osoba, uključujući poduzeća, i to putem odgovarajućih politika, propisima i prikladnim načinom rješavanja sporova.
- ✓ Poduzeća su dužna poštivati ljudska prava, (…).
- ✓ Dostupnost učinkovite pravne zaštite za osobe kojima su narušena ljudska prava, bilo putem suda ili internim postupcima.“ (Hrvatska udruga poslodavaca, 2014:16)

2.1.3. SMJERNICE ZA MULTINACIONALNA PODUZEĆA

Prema podacima OECD-a, „Smjernice OECD-a za multinacionalna poduzeća su preporuke vlada upućene multinacionalnim poduzećima koja posluju unutar ili iz država pristupnica. Riječ je o neobvezujućim načelima i standardima odgovornog poslovanja u globalnom kontekstu u skladu s važećim zakonima i međunarodno priznatim standardima. (…) Cilj je Smjernica

promicati pozitivan doprinos poduzeća napretku u području gospodarstva, društva i zaštite okoliša diljem svijeta.“ (OECD, 2011:3)

2.1.4. NORMA ISO 26000

Prema riječima autora Lazibat, Samardžija, Sutić, „(…) Međunarodna organizacija za standardizaciju (ISO) razvila je smjernice ISO 26000 za društvenu odgovornost poduzeća.“ (Lazibat, Samardžija, Sutić, 2010:1)

Hrvatski zavod za norme, u brošuri vezanoj za normu ISO 26000, navodi tablicu kratkog pregleda norme. Tablica je navedena u nastavku rada.

Tablica 1: Kratki pregled norme ISO 26000

Naslov točke	Broj točke	Opis sadržaja točke
Područje primjene	Točka 1	Određuje područje primjene norme ISO 26000 i utvrđuje određena ograničenja i iznimke.
Nazivi i definicije	Točka 2	Utvrđuje i daje definiciju ključnih naziva koji su od temeljne važnosti za razumijevanje društvene odgovornosti i primjenu norme ISO 26000.
Razumijevanje društvene odgovornosti	Točka 3	Opisuje važne čimbenike i uvjete koji su utjecali na razvoj društvene odgovornosti i dalje utječu na njezinu prirodu i praksu. Također opisuje sam pojam društvene odgovornosti, što znači i kako se primjenjuje na organizacije. Točka uključuje upute za male i srednje organizacije o primjeni norme ISO 26000.
Načela društvene odgovornosti	Točka 4	Predstavlja i objašnjava načela društvene odgovornosti.
Prepoznavanje društvene odgovornosti i suradnja s dionicima	Točka 5	Bavi se dvama postupcima društvene odgovornosti: postupak u kojemu organizacija prepoznaje svoju društvenu odgovornost i postupak u kojemu utvrđuje tko su njezini dionici i surađuje s njima. Daje upute o odnosu organizacije, njezinih dionika i društva, o prepoznavanju glavnih tema i pitanja društvene odgovornosti i o području utjecaja organizacije.

Smjernice o glavnim temama društvene odgovornosti	**Točka 6**	Objašnjava glavne teme i pitanja povezana s društvenom odgovornošću. Za svaku glavnu temu daju se informacije o njezinu opsegu, odnosu prema društvenoj odgovornosti, povezanim načelima i razmatranjima te povezanim radnjama i očekivanjima.
Smjernice o integraciji društvene odgovornosti u sve segmente organizacije	**Točka 7**	Daje upute o praktičnome ostvarivanju društvene odgovornosti u organizaciji. To uključuje sljedeće: razumijevanje društvene odgovornosti organizacije, integraciju društvene odgovornosti u sve segmente organizacije, komunikaciju povezanu s društvenom odgovornošću, poboljšanje vjerodostojnosti organizacije u pogledu društvene odgovornosti, procjenu napretka i poboljšanje uspješnosti te vrednovanje dobrovoljnih inicijativa za društvenu odgovornost.
Primjeri dobrovoljnih inicijativa i alata za društvenu odgovornost	**Dodatak A**	Daje nekonačan popis dobrovoljnih inicijativa i alata za društvenu odgovornost koji se bave aspektima jedne teme ili više tema, ili integracijom društvene odgovornosti u sve segmente organizacije.
Skraćeni nazivi	**Dodatak B**	Sadržava skraćene nazive koji se upotrebljavaju u normi ISO 26000
Bibliografija	Uključuje upućivanja na mjerodavne međunarodne instrumente i ISO-ove norme na koje se upućuje u normi ISO 26000 kao na izvorne materijale.	

Izvor: Hrvatski zavod za norme, Preuzeto sa https://www.hzn.hr/UserDocsImages/pdf/otkrijteNormuISO26000v1optmanje.pdf, str. 10., 11.

2.1.5.TRIPARTITNA DEKLARACIJA MEĐUNARODNE ORGANIAZCIJE RADA O NAČELIMA KOJA SE ODNOSE NA MULTINACIONALNA PODUZEĆA I SOCIJALNU POLITIKU

Prema podacima sa mrežne stranice Sindikata metalaca Hrvatske, „Multinacionalne kompanije igraju važnu ulogu u gospodarstvu većine država i u međunarodnim ekonomskim odnosima. To je od značajnog interesa za vlade kao i za poslodavce i radnike, odnosno za njihove organizacije. (…) Cilj ove tripartitne Deklaracije o principima je poticanje pozitivnog doprinosa koji multinacionalne kompanije mogu dati gospodarskom i socijalnom napretku i smanjenju

teškoća do kojih njihovo raznovrsno poslovanje može dovesti, uzimajući u obzir rezolucije UN koje se zalažu za osnivanje novog međunarodnog ekonomskog poretka, kao i dalja događanja u Ujedinjenim Narodima, na primjer, Globalni dogovor i Milenijski ciljevi razvoja.“ (Sindikat metalaca Hrvatske, 2013:5)

2.2. PODJELA DRUŠTVENO ODGOVORNOG POSLOVANJA

Što se tiče podjele društveno odgovornog poslovanja, razlikujemo:

- ✓ interna dimenzija,
- ✓ eksterna dimenzija.

Prema riječima autora Lacković Vincek, Dvorski, Novak, „Prva dimenzija društveno odgovornog poslovanja jest interna dimenzija koja u fokus promatranja prvenstveno stavlja aktivnosti koje se obavljaju unutar samog poduzeća, odnosno aktivnosti koje se odnose prvenstveno na dobrobit zaposlenika. Interna dimenzija utječe na produktivnost zaposlenika te povećanje profitabilnosti poduzeća. Sama primjena društveno odgovornog poslovanja unutar poduzeća donosi mu koristi kao što su: bolja motivacija i zadržavanje zaposlenika, veća produktivnost, smanjenje apsentizma na radnom mjestu te uvođenje učinkovitih i ekološki prihvaćenih proizvodnih tehnika.“ (Lacković Vincek, Dvorski, Novak, 2017:273)

U nastavku je navedena tablica koja prikazuje komponente interne dimenzije društveno odgovornog poslovanja.

Tablica 2: Komponente interne dimenzije društveno odgovornog poslovanja

INTERNA DIMENZIJA		
Upravljanje ljudskim potencijalima	**Zdravlje i sigurnost na radnom mjestu**	**Upravljanje promjenama**
Cjeloživotno učenje, protok informacija, ravnoteža između privatnog i poslovnog života, raznolikost radne snage, jednake plaće i mogućnosti za žene, nagrađivanje zaposlenika, nediskriminacijske politike zapošljavanja, motivacija zaposlenika.	Sportske i slobodne aktivnosti, redoviti zdravstveni pregledi, edukacije iz područja zaštite na radu i zdravog načina života, mjere za zaštitu zdravlja i poticanje sigurnosti na radu, izvještavanje, praćenje i osvještavanja o zaštiti na radu.	Restrukturiranje poslovanja, uključenosti u razvoj lokalne zajednice, sklapanje partnerstava i poslovnih kombinacija među poduzećima, strategije zapošljavanja i zadržavanja zaposlenika.

Izvor: Lacković Vincek, Z., Dvorski, S., Novak, E., 2017., str. 274.

Potom autori Lacković Vincek, Dvorski, Novak ističu kako, „Osim interne, postoji i eksterna dimenzija društveno odgovornog poslovanja koja se proteže izvan poduzeća u lokalnu zajednicu te uključuje širok spektar dionika kao što su dobavljači, kupci, krajnji potrošači, nevladine organizacije te sam okoliš. Veliki doprinos u razvoju eksterne dimenzije ima proces globalizacije koji je potaknuo brojne rasprave o ulozi i razvoju društveno odgovornih praksi na svjetskoj razini.“ (Lacković Vincek, Dvorski, Novak, 2017:274)

U nastavku je navedena tablica koja prikazuje komponente eksterne dimenzije društvenog odgovornog poslovanja.

Tablica 3: Komponente eksterne dimenzije društveno odgovornog poslovanja

<table>
<tr><th colspan="3">EKSTERNA DIMENZIJA</th></tr>
<tr><th>Lokalna zajednica</th><th>Odnos s poslovnim partnerima</th><th>Poštivanje ljudskih i radnih prava</th></tr>
<tr><td rowspan="2">Investicije u lokalnu zajednicu
Zapošljavanje, obrazovni programi, razvoj vještina, zdravstvene usluge, kulturna događanja, sportski klubovi, ruralni i urbani razvoj, partnerstva, zaštita lokalnog okoliša, pošumljavanja, humanitarni rad, volontiranje, korporativna filantropija, sudjelovanje u lokalnoj ekonomiji.</td><td>Dobavljači
Niže nabavne cijene, bolja kvaliteta, kraći rokovi isporuke, stvaranje opskrbnog lanca, poslovne kombinacije.</td><td>Ljudska prava i slobode
Pravo na život, slobodu i sigurnost, pošteno suđenje, poštovanje privatnog i poslovnog obiteljskog života, brak, djelotvoran pravni lijek, zabranu diskriminacije, mučenja, ropstva i prisilnog rada, sloboda mišljenja, savjesti i vjeroispovijesti, izražavanja, okupljanja i udruživanja.</td></tr>
<tr><td>Država
Poštivanje zakona, plaćanje poreza, prireza i naknada, suzbijanje korupcije, nekorištenje državnih izbora za vlastite ciljeve, nepodupiranje moćnika.</td><td rowspan="2">Radna prava
Pravovremena isplata plaće, sigurnost i zaštita zdravlja na radnom mjestu, nediskriminacijska politika na radnom mjestu (zapošljavanje, napredovanje, profesionalno umjeravanje, stručno osposobljavanje, usavršavanje, prekvalifikacija), sklapanje ugovora o radu, zaštita privatnosti, adekvatno radno vrijeme, stanke i dopusti, godišnji odmor, ostvarivanje drugih prava iz radnog odnosa.</td></tr>
<tr><td>Investicije iz lokalne zajednice
Zdravlje, prosperitet i stabilnost zajednice, motivirana, obrazovana i vješta radna snaga, povećanje konkurentnosti poduzeća, proširenje tržišta.</td><td>Kupci i krajnji potrošači
Sigurnost, trajnost, kvaliteta proizvoda i usluga, reakcija na upite, objektivno oglašavanje, informiranost, zaštita podataka i zdravlja, rješavanje sukoba i reklamacija, izbjegavanje laganja i obmanjivanja.</td></tr>
</table>

Izvor: Lacković Vincek, Z., Dvorski, S., Novak, E., 2017., str. 275.

2.3. INDEKS DRUŠTVENO ODGOVORNOG POSLOVANJA

Hrvatska gospodarska komora ističe, „Indeks DOP-a je metodologija za ocjenjivanje odgovornih praksi u poslovanju hrvatskih tvrtki. Nastala je po uzoru na slične svjetske metodologije, a u prvom redu na Business in the Community CR Index. (…) Indeks DOP-a je

ujedno i nagrada koju jednom godišnje u kategoriji malih, srednjih, velikih i javnih tvrtki zajednički dodjeljuju HGK i HR PSOR.“ (Hrvatska gospodarska komora, n.d.)

Godine 2019. su dodijeljene dvanaeste po redu nagrade Indeks Društveno odgovornog poslovanja. Prema podacima mrežne stranice Poslovni.hr, „Nagrade su dodijeljene u sljedećim kategorijama:

- ✓ U kategoriji Velikih poduzeća

Dobitnik nagrade je: AD PLASTIK d.d.

- ✓ U kategoriji Srednjih poduzeća

Dobitnik nagrade je: HiPP Croatia d.o.o.

- ✓ U kategoriji Malih poduzeća

Dobitnik nagrade je: Media Val d.o.o.

- ✓ U kategoriji Javnih poduzeća

Dobitnik nagrade je: Odašiljači i veze d.o.o..“ (Poslovni.hr, 2019)

Što se tiče nagrade za pojedina područja, prema podacima mrežne stranice Poslovni.hr, dobitnici su:

- ✓ „Za područje: Odgovorne politike i prakse u radnoj okolini

Dobitnik nagrade je: Heineken Hrvatska d.o.o.

- ✓ Za područje: Odgovorne politike i prakse upravljanja okolišem

Dobitnik nagrade je: Ericsson Nikola Tesla d.d.

- ✓ Za područje: Društveno odgovorni odnosi sa zajednicom

Dobitnik nagrade je: DVOKUT-ECRO d.o.o.

- ✓ Za područje: Društveno odgovorne politike raznolikosti i zaštite ljudskih prava

Dobitnik nagrade je: INA – industrija nafte d.d.

- ✓ Nagradu za najveći napredak dodijelila poduzeću: Vinag d.o.o..“ (Poslovni.hr, 2019)

2.4. DRUŠTVENO ODGOVORNO POSLOVANJE ZA VRIJEME KORONAVIRUSA

Prema podacima Instituta za društveno odgovorno poslovanje, „U ovoj situaciji jako je teško zamisliti koliko dalekosežne će biti ekonomske posljedice koronavirusa. Shodno tome, težnja stabilnosti poslovanja se trenutno nameće kao prioritet. Štoviše, nekima trenutna situacija otvara nove mogućnosti za daljnji razvoj poslovanja i profit. (…) Vrlo je jasno kako mala i srednja poduzeća nemaju na raspolaganju resurse koje posjeduju velike tvrtke. Međutim, i najmanji doprinos vrijedi. Stoga je u kriznim vremenima krucijalno napraviti detaljnu analizu čime poduzeća – bez obzira na njihovu veličinu – zaista raspolažu.“ (Institut za društveno odgovorno poslovanje, 2020)

3. PRIMJERI DRUŠTVENO ODGOVORNOG POSLOVANJA U REPUBLICI HRVATSKOJ

U nastavku su navedeni primjeri tvrtki u Hrvatskoj koji su u svoje poslovanje implementirali društveno odgovorno poslovanje.

3.1. DRUŠTVENO ODGOVORNO POSLOVANJE HEP-A

U ovom dijelu rada se navodi društveno odgovorno poslovanje HEP-a, ali prije svega su navedene opće informacije o samoj tvrtki.

3.1.1. OPĆE INFORMACIJE O TVRTKI HEP

Prema podacima HEP-a, „Hrvatska elektroprivreda (HEP grupa) je nacionalna energetska tvrtka, koja se više od jednog stoljeća bavi proizvodnjom, distribucijom i opskrbom električnom energijom, a u posljednjih nekoliko desetljeća i distribucijom i opskrbom kupaca toplinskom energijom i prirodnim plinom. Hrvatska elektroprivreda organizirana je u obliku koncerna kao grupacija povezanih društava (tvrtke kćeri).“ (HEP, n.d.)

3.1.2. DRUŠTVENO ODGOVORNO POSLOVANJE

Prema podacima službene mrežne stranice HEP-a, „HEP grupa je od 2015. član Hrvatskog poslovnog savjeta za održivi razvoj (HR PSOR). HR PSOR je nedobitna ustanova privatnog sektora, udruženje predstavnika hrvatskog gospodarstva. Misija i ciljevi HR PSOR-a su:

- ✓ Jačati svijest o važnosti novog pristupa uobičajenom/dosadašnjem izražavanju poslovnih rezultata koji u kontekstu postizanja održivog razvoja uključuje i uspjeh društvene zajednice i svih zainteresiranih sudionika
- ✓ Razmjenjivati dobra iskustva i isticati pozitivne primjere u okviru cijelog poslovnog sektora
- ✓ Zagovarati dijalog/razgovor između svih zainteresiranih sudionika i poticati nova partnerstva u svrhu postizanja veće konkurentnosti i stvaranja inovacija

- ✓ Podupirati politike i usmjerenja koja pridonose novim održivim oblicima ponašanja i djelovanja u svim segmentima društva
- ✓ Pridonositi uspostavljanju poštenog i slobodnog tržišnog natjecanja, te transparentnog i odgovornog djelovanja svih njegovih sudionika.“ (HEP, n.d.)

Zatim, na svojim stranicama HEP ističe, „Na osnivačkoj skupštini, održanoj 11. lipnja 2018. u Zagrebu, Hrvatska elektroprivreda d.d. postala je članicom obnovljene Zajednice za društveno odgovorno poslovanje. Zajednica za DOP, koja djeluje u Sektoru za energetiku i zaštitu okoliša Hrvatske gospodarske komore, prati razvoj ključnih aspekata održivog razvoja, organizira skupove, edukacije, okrugle stolove i zagovaranja za potrebe članica Zajednice te provodi projekt Indeks DOP-a.“ (HEP, n.d.)

3.2. DRUŠTVENO ODGOVORNO POSLOVANJE ERSTE BANKE

U nastavku je navedeno kako Erste banka provodi društveno odgovorno poslovanje.

3.2.1. OPĆE INFORMACIJE O TVRTKI ERSTE

Prema podacima sa službene mrežne stranice Erste banke, „Erste&Steiermärkische Bank d.d. pod tim imenom posluje od 1. kolovoza 2003., a nastala je spajanjem Riječke banke d.d., Rijeka i tadašnje Erste&Steiermärkische Bank d.d., Zagreb. Obje banke imale su značajnu ulogu na hrvatskom financijskom tržištu. Riječka banka, osnovana 1954. godine, s 50-godišnjom tradicijom u bankarstvu predstavljala je vodeću banku grada Rijeke, Primorja i Istre, a Erste&Steiermärkische Bank d.d. Zagreb nastala je 2000. godine spajanjem triju uspješnih regionalnih hrvatskih banaka: Bjelovarske, Trgovačke i Čakovečke banke.“ (Erste banka, n.d.)

3.2.2. DRUŠTVENO ODGOVORNO POSLOVANJE

Podaci Erste banke govore, „Banka nastoji osigurati kvalitetno okruženje i sredstva za rad svim svojim zaposlenicima te omogućiti edukaciju i stručno usavršavanje. Osim brojnih programa edukacije i treninga, svi zaposlenici imaju mogućnost korištenja dodatnih medicinskih usluga te preventivnih cijepljena na trošak banke, poput onog protiv gripe. Uz sve to, banka organizira

i određene oblike korporativnog volontiranja kako bi dodatno potaknula društvenu svijest i empatiju svojih zaposlenika.“ (Erste, n.d.)

Potom, Erste banka na svojim mrežnim stranicama ističe, „U segmentu društva i društvene zajednice banka svake godine, financijski potpomaže brojne donatorske i sponzorske aktivnosti u društvenoj zajednici, uzimajući u obzir lokalne potrebe i specifičnosti. U 2015. godini banka je za tu namjenu odvojila oko 7,3 milijuna kuna. Potpomažu se brojni projekti donacijama bolnicama, sportskim klubovima, aktivnostima djece i mladih, kulturnim institucijama i dr..“ (Erste, n.d.)

3.3. DRUŠTVENO ODGOVORNO POSLOVANJE TVRTKE KONZUM

U nastavku je navedeno društveno odgovorno poslovanje tvrtke Konzum.

3.3.1. OPĆE INFORMACIJE O TVRTKI KONZUM

Konzum je vodeći trgovački lanac u Hrvatskoj. S više od 11.000 zaposlenika ubraja se u najveće poslodavce u državi, a svakog dana u preko 600 Konzumovih prodavaonica kupuje čak 500.000 kupaca. Prisutan je u 114 gradova i 211 mjesta, što uključuje i većinu hrvatskih otoka. (…) Konzum je jedini trgovac u Hrvatskoj koji pruža uslugu internetske prodaje i dostave do vrata, a i danas prati najbolja svjetska maloprodajna iskustva, diktirajući trendove na domaćem tržištu.“ (Konzum, n.d.)

3.3.2. DRUŠTVENO ODGOVORNO POSLOVANJE

Na svojim službenim stranicama Konzum ističe, „Kao društveno odgovorna kompanija, vrijednosti na kojima Konzum temelji svoj uspjeh su kvaliteta, uslužnost, povjerenje, inovativnost i razumijevanje potreba svih članova lokalne zajednice. Zadovoljstvo zaposlenih visoko je na listi naših prioriteta, a kontinuiranom politikom unapređenja i povećanja radničkih prava i pogodnosti nastojimo pokazati koliko cijenimo njihov svakodnevni rad i trud kojim doprinose stabilnom poslovanju i ostvarenju dobrih poslovnih rezultata.“ (Konzum, n.d.)

Zatim, Konzum ističe, „Sustavan pristup zaštiti okoliša ugrađen je u sve Konzumove maloprodajne i logističke objekte, transport i sve poslovne procese te su u njega uključeni

sudionici na svim razinama poduzeća, a implementiran je u lipnju 2010. godine prema normi ISO 14001:2004..“ (Konzum, n.d.)

3.4. DRUŠTVENO ODGOVORNO POSLOVANJE TVRTKE HEINEKEN

Tvrtka Heineken brine o svom poslovanju, stoga su prepoznali koliki značaj ima društveno odgovorno poslovanje.

3.4.1. OPĆE INFORMACIJE O TVRTKI HEINEKEN

Prema podacima Hrvatske gospodarske komore, „Heineken Hrvatska drži čvrsto drugo mjesto na hrvatskom tržištu piva te je važan gospodarski subjekt u Republici Hrvatskoj i Karlovačkoj županiji. Kao članica Heineken kompanije, najinternacionalnijeg proizvođača piva na svijetu, Heineken Hrvatska ima pristup različitim proizvodnim i korporativnim alatima kako bi potrošači bili još zadovoljniji. Kompanija nudi vrhunske proizvode koji će zadovoljiti ukuse odraslih ljubitelja piva u različitim prigodama. (…) Svoje proizvode izvozi u Australiju, Austriju, Bosnu i Hercegovinu, Kanadu, Mađarsku, Njemačku, Sjedinjene Američke Države, Sloveniju, Švedsku i Švicarsku.“ (Hrvatska gospodarska komora, n.d.)

3.4.2. DRUŠTVENO ODGOVORNO POSLOVANJE

Heineken brine o društveno odgovornom poslovanju, stoga, prema podacima mrežne stranice Dobra Hrvatska, „Najveći pomaci postignuti su u području zaštite okoliša. U svojoj pivovari u Karlovcu HEINEKEN Hrvatska želi čim više koristiti obnovljivu energiju stoga je u svibnju 2018. godine postavljeno 1.380 solarnih panela na krovu tzv. zelenog skladišta u sklopu pivovare. (…) Govoreći o sigurnosti na radnom mjestu, kompanija HEINEKEN Hrvatska stalno unapređuje sigurnosne standarde, a krajem travnja 2019. svečano je obilježeno 1000 dana bez nesreća u krugu pivovare.“ (Dobra Hrvatska, 2019)

Potom na stranici Dobra Hrvatska podaci govore da Heineken, „Kao kompanija koja proizvodi alkohol, HEINEKEN Hrvatska svjesna je svoje odgovornosti stoga aktivno promiče odgovornu konzumaciju alkohola. Za odgovorno odrastanje mladih naziv je projekta koji se provodi u partnerstvu s Policijskom upravom karlovačkom i udrugom Psihološki centar Tesa, a bavi se opasnostima maloljetničke konzumacije alkohola.“ (Dobra Hrvatska, 2019)

3.5. DRUŠTVENO ODGOVORNO POSLOVANJE TVRTKE GENERALI

Generali osiguranje je tvrtka, koja je između ostalog, prepoznala koliko je bitno da u svoje poslovanje implementira društveno odgovorno poslovanje.

3.5.1. OPĆE INFORMACIJE O TVRTKI GENERALI

Prema podacima sa mrežne stranice tvrtke Generali osiguranja, „Generali osiguranje d.d. član je Generali Group, osnovane 1831. u Trstu i jedne od vodećih grupacija na globalnom tržištu osiguranja, koja uslužuje preko 60 milijuna klijenata u više od 50 zemalja širom svijeta. Zanimljiv je podatak kako se prve poslovnice u Hrvatskoj osnivaju već godinu dana nakon utemeljenja matičnog društva 1832. u Rijeci i Karlovcu, potom i u svakom većem gradu povezujući se tako u snažnu osiguravateljnu mrežu: 1836. u Senju, 1841. u Dubrovniku, 1842. u Osijeku,1844. u Bjelovaru, 1848. u Poreču i Rovinju, 1854. u Splitu, 1863. u Zagrebu, 1869. u Velom Lošinju i dr..“ (Generali, n.d.)

3.5.2. DRUŠTVENO ODGOVORNO POSLOVANJE

Prema podacima mrežne stranice Poslovni.hr, „Kao jedna od vodećih tvrtki na području osiguravateljske i financijske scene Generali osiguranje shvaća važnost transparentnosti i poštenja u poslovanju. To su društvene vrijednosti koje svakako žele prenijeti u budućim godinama svog poslovanja. U Generali osiguranju pokrenuli su program pod nazivom “Mladi lavovi” za mlade praktikante, učenike srednjih strukovnih škola koji će na taj način steći radno iskustvo, ali i upoznati se s temeljima društvene odgovornosti koje se promiču u Generali osiguranju poput važnosti obrazovanja i obveznog pridržavanja zakonskim propisima.“ (Poslovni.hr, 2011)

Generali, na svojim mrežnim stranicama ističe, „Aktivan angažman Grupacije u različitim segmentima održivog razvoja dovela je i do osnivanja posebnih organizacijskih tijela i novih korporativnih odjela predanih da pored ekonomskih, podjednako socijalna i ekološka pitanja budu zastupljena u fokusu Grupacije putem odgovarajućih alata, objedinjenih u Izvješću o održivom razvoju Generali Grupe, koje se objavljuje od 2005..“ (Generali, n.d.)

3.6. PRIMJERI DRUŠTVENO ODGOVORNOG POSLOVANJA ZA VRIJEME KORONAVIRUSA

Pandemija koronavirusa je zahvatila čitav svijet, svi se nalaze u veoma nezavidnoj poziciji, ali u svakoj teškoj situaciji treba pronaći nešto pozitivno, baš kao što su to tvrtke u Republici Hrvatskoj koje su unatoč teškim uvjetima za nastavak poslovanja, odvojili vrijeme i novac kako bi pomogli bolnicama doniranjem respiratora, maskica za lice i slično.

3.6.1. HRVATSKI INTERIJERI

Institut za društveno odgovorno poslovanje navodi kako, „Više od 30 hrvatskih proizvođača namještaja i opreme okupljeni u klasteru Hrvatski interijeri, osmislili su način kako da uredite hotel, apartman ili vilu bez da izdvojite veći iznos sredstava u trenutku opremanja ili prije sezone.“ (Institut za društveno odgovorno poslovanje, 2020)

3.6.2. FRANCK

Prema podacima Instituta za društveno odgovorno poslovanje, „Franck je za brojne institucije osigurao donacije u kavi, čaju, kao i aparatima za samoposluživanje s kavom i čajem u vrijednosti većoj od 300.000 kuna, kako bi pomogao i olakšao rad svima onima koji su danonoćno angažirani u borbi protiv pandemije i posljedica potresa u Zagrebu i okolici. Također, Franckovi djelatnici, koji svakodnevno osiguravaju normalnu opskrbu tržišta u Hrvatskoj i regiji, organizirali su i izravnu dostavu donacija Nastavnom zavodu za javno zdravstvo Dr. Andrija Štampar, Kliničkom bolničkom centru Sestre milosrdnice te Hrvatskoj udruzi medicinskih sestara.“ (Institut za društveno odgovorno poslovanje, 2020)

3.6.3. PRVO PLINARSKO DRUŠTVO (PPD)

Institut za društveno odgovorno poslovanje navodi, „PPD koji djeluje unutargrupacije Energia naturalis (ENNA), doniralo je KBC-u Zagreb sedam respiratora koliko ih je u ovom trenutku bilo moguće pronaći na tržištu. Nakon donacije respiratora KBC-u Zagreb, Prvo plinarsko društvo je Ravnateljstvu civilne zaštite Republike Hrvatske doniralo 20 dostavnih vozila i kombija, koja se inače koriste za prijevoz nemoćnih osoba, medicinske te humanitarne opreme i hrane.“ (Institut za društveno odgovorno poslovanje, 2020)

3.6.4. HRVATSKA POŠTA

Prema podacima Instituta za društveno odgovorno poslovanje, „Hrvatska pošta donirala je respirator vrijedan 200.000 kuna Kliničkoj bolnici „Sveti Duh“. Uz respirator se nabavlja i sav pribor potreban za kliničku upotrebu. Svjesna svoje važne uloge u zajednici, Hrvatska pošta je osim donacije Kliničkoj bolnici „Sveti Duh“ svoje kapacitete stavila na raspolaganje Hrvatskom crvenom križu i Hrvatskom Caritasu.“ (Institut za društveno odgovorno poslovanje, 2020)

3.6.5. PODRAVKA

Institut za društveno odgovorno poslovanje tvrdi sljedeće, (…) Uprava i potpredsjednici grupe Podravka pokrenuli su inicijativu prema menadžmentu kompanije da od svojih osobnih primanja izdvoje u humanitarne svrhe.“ (Institut za društveno odgovorno poslovanje, 2020)

3.6.6. ZAGREBAČKA BANKA

Prema podacima Instituta za društveno odgovorno poslovanje, „Zagrebačka banka je donirala 1,3 milijuna kuna bolnicama za pomoć u podmirenju medicinskih troškova, nabavi medicinske opreme te saniranju štete nastale potresom. Dvije donacije od 500 tisuća kuna upućene su Kliničkoj bolnici Merkur i Kliničkoj bolnici Dubrava, koja će pripremljena za primanje pacijenata s težim oblicima zaraze korona virusom. Iznos od 300 000 kuna doniran je Klinici za dječje bolesti Zagreb.“ (Institut za društveno odgovorno poslovanje, 2020)

3.6.7. HRVATSKA ELEKTROPRIVREDA (HEP)

Institut za društveno odgovorno poslovanje na svojoj mrežnoj stranici objavljuje kako HEP, „U cilju solidarizacije sa sugrađanima, svi radnici HEP-a odrekli su se svojih primanja u iznosu od 500 kuna, odnosno ukupno 5,1 milijun kuna na razini HEP grupe. Dodatnih ukupno 100 tisuća kuna odvojili su članovi Uprave od svojih prihoda. Obustavljena su isključenja kupaca zbog dugovanja za struju, plin i grijanje, a onima kojima je bila isključena struja, vraćena je opskrba. Privremeno je obustavljeno i slanje opomena i provođenje ovrha.“ (Institut za društveno odgovorno poslovanje, 2020)

3.6.8. JANAF

Prema Institutu za društveno odgovorno poslovanje, „JANAF d.d. donirao je bolnicama pet respiratora, Kliničkom bolničkom centru Sestre milosrdnice Zagreb jedan uređaj za dezinfekciju prostora, Općoj bolnici „Dr. Ivo Pedišić“ iz Siska zaštitne maske te preko 250.000,00 kuna na račune akcija "Zajedno za Zagreb" i "Hrvatska protiv koronavirusa". Također, Uprava Društva zajedno sa rukovodećim kadrom donirala je cjelokupne plaće za mjesec ožujak u korist Vladinih akcija „Zajedno za Zagreb“ i „Hrvatska protiv koronavirusa“. Akciji su se pridružili i radnici doniravši svoje uskrsnice čime je ukupno uplaćeno preko 250.000,00 kuna na račune akcija.“ (Institut za društveno odgovorno poslovanje, 2020)

3.6.9. HRVATSKE AUTOCESTE (HAC)

Institut za društveno odgovorno poslovanje naglašava, „Predsjednik Uprave i član HAC-a svoju su plaću za mjesec ožujak donirali u korist akcija „Zajedno za Zagreb“ i „Hrvatska protiv koronavirusa“. Osim Uprave, zaposlenici Hrvatskih autocesta pokrenuli su akciju prikupljanja pomoći u svrhu nabavke medicinske opreme.“ (Institut za društveno odgovorno poslovanje, 2020)

3.6.10. HŽ INFRASTRUKTURA

Na mrežnoj stranici Instituta za društveno odgovorno poslovanje stoji kako, „Iz HŽ Infrastrukture također podupiru akciju „Zajedno za Zagreb“ i „Hrvatska protiv koronavirusa“. Povodom toga, Uprava HŽ Infrastrukture d.o.o. se priključila inicijativi Vlade Republike Hrvatske te je donirala svoje plaće za ožujak u korist spomenutih akcija.“ (Institut za društveno odgovorno poslovanje, 2020)

3.6.11. BRODOGRADILIŠTE VIKTOR LENAC

Institut za društveno odgovorno poslovanje navodi kako, „Brodogradilište Viktor Lenac doniralo je 150 zaštitnih odijela i maskice za potrebe sanitarnih inspektora na graničnim

prijelazima Rupa i Pasjak te za potrebe medicinskih djelatnika iz sanitetskog prijevoza Doma zdravlja Primorsko-goranske županije.“ (Institut za društveno odgovorno poslovanje, 2020)

3.6.12. OTP BANKA

Prema podacima Institut za društveno odgovorno poslovanje, 2OTP banka je donirala 1,5 milijuna kuna KBC-u Zagreb i KBC-u Sestre milosrdnice u svrhu pomoći obnove oštećene medicinske opreme, uređaja i objekata organizacijskih jedinica centara. Nakon toga, OTP banka donirala je dodatnih 1,4 milijuna kuna hrvatskim bolnicama (u Zadru, Šibeniku, Splitu, Dubrovniku, Osijeku, Sisku i Puli) za pomoć u suočavanju s izvanrednim mjerama u borbi protiv koronavirusa.“ (Institut za društveno odgovorno poslovanje, 2020)

3.6.13. KAUFLAND I LIDL

Prema tvrdnjama Instituta za društveno odgovorno poslovanje, „Trgovački lanci Kaufland Hrvatska i Lidl Hrvatska objavili su da su zajednički donirali ukupno milijun kuna hrvatskim bolnicama uslijed dvije velike katastrofe – KB Dubravi i Klinici za infektivne bolesti Dr. Fran Mihaljević isplaćeno po 250 tisuća kuna, dok je KBC Split, KBC Osijek, KBC Rijeka, OB Varaždin, OB Pula isplaćeno po 100 tisuća kuna.“ (Institut za društveno odgovorno poslovanje, 2020)

3.6.14. MEPAS GRUPA

Institut za društveno odgovorno poslovanje navodi, „Saponia i Kandit, koje su dio Mepas grupe, donirale su osječkom KBC-u sredstva za nabavu respiratora/monitora vitalnih funkcija. Na taj način su dodatno pomogli Osječko-baranjskoj županiji i KBC-u da se što bolje pripreme za eventualno teško oboljele od korona virusa.“ (Institut za društveno odgovorno poslovanje, 2020)

3.6.15. VARTEKS

Prema podacima Instituta za društveno odgovorno poslovanje, „Nedavno je Varteks objavio da su počeli s ubrzanom proizvodnjom zaštitnih maski koje će donirati Stožeru civilne zaštite i

Ministarstvu unutarnjih poslova Republike Hrvatske. Riječ je o donaciji od 50.000 komada zaštitnih maski Stožeru civilne zaštite i 20.000 komada Ministarstvu unutarnjih poslova Republike Hrvatske.“ (Institut za društveno odgovorno poslovanje, 2020)

3.6.16. VALAMAR

Što se tiče Valamara, Institut za društveno odgovorno poslovanje ističe, „S ciljem očuvanja radnih mjesta i kontinuiteta poslovanja u uvjetima u kojima je turistički promet u potpunosti obustavljen, Valamar je donio odluku o pokretanju programa „PAUZA, RESTART“ koji će se primjenjivati počevši od 1. travnja u trajanju od minimalno 30 do 90 dana. Program „PAUZA, RESTART“ obuhvatit će sve 2,800 djelatnika Valamara što znači da u Valamaru neće biti otpuštanja.“ (Institut za društveno odgovorno poslovanje, 2020)

3.6.17. IKEA

Kada govorimo o Ikei, Institut za društveno odgovorno poslovanje tvrdi kako, „IKEA Hrvatska jamči očuvanje svih radnih mjesta i 100% prihoda za svih 611 zaposlenika tijekom ovog perioda krize COVID-19. IKEA Retail i IKEA Centres pojačali su svoje napore za pomoć hitnim slučajevima, izdvojivši više od 1,5 milijuna kuna donacija u proizvodima za zdravstveni sustav i podršku najugroženijima u Hrvatskoj. U partnerstvu s Crvenim križem i vladinim institucijama pružaju pomoć za pacijente koji boluju od COVID-19, medicinske radnike i članove ranjivih zajednica, što uključuje donacije madraca, tekstila, hrane i drugih proizvoda.“ (Institut za društveno odgovorno poslovanje, 2020)

3.6.18. PBZ BANKA

Podaci Instituta za društveno odgovorno poslovanje ističu sljedeće, „Nakon donacije od milijun kuna Klinici za infektivne bolesti „Dr. Fran Mihaljević“ u Zagrebu, PBZ grupa donirala je bolnicama dodatna 3,5 milijuna kuna. Donacijom je obuhvaćeno sedam bolnica kojima je donirano svakoj po 500.000 kuna, to su: Klinička bolnica "Sveti Duh", Dječja bolnica Srebrnjak, Klinička bolnica Dubrava, Klinika za infektivne bolesti „Dr. Fran Mihaljević“,

Klinički bolnički centar Sestre milosrdnice, Klinička bolnica Merkur i Klinički bolnički centar Zagreb - Klinika za ženske bolesti i porode.“ (Institut za društveno odgovorno poslovanje, 2020)

3.6.19. PFIZER

Pfizer Croatia u vrijeme COVID-19 krize i dodatnih šteta na bolnicama uzrokovanih potresom donirao je ukupno 46.500 eura i 2 laptopa uz volonterski rad kolega.

4. PROVEDENA ANKETA

Provedena je anketa, dana 25. listopada, kako bi se izradio završni rad. Anketiranje se odnosi na stavove, mišljenje ispitanika o samoj temi završnog rada, „Društveno odgovorno poslovanje u Hrvatskoj“. U nastavku su prezentirani dobiveni rezultati.

4.1. HIPOTEZE ISTRAŽIVANJA

Provedeno istraživanje, odnosno anketa, se sastoji od hipoteza navedenih u nastavku:

- ✓ Hipoteza 1: Društveno odgovorno poslovanje može se smatrati kao sve češća suvremena poslovna praksa.
- ✓ Hipoteza 2: Društveno odgovorno poslovanje pozitivno utječe na ugled tvrtke.

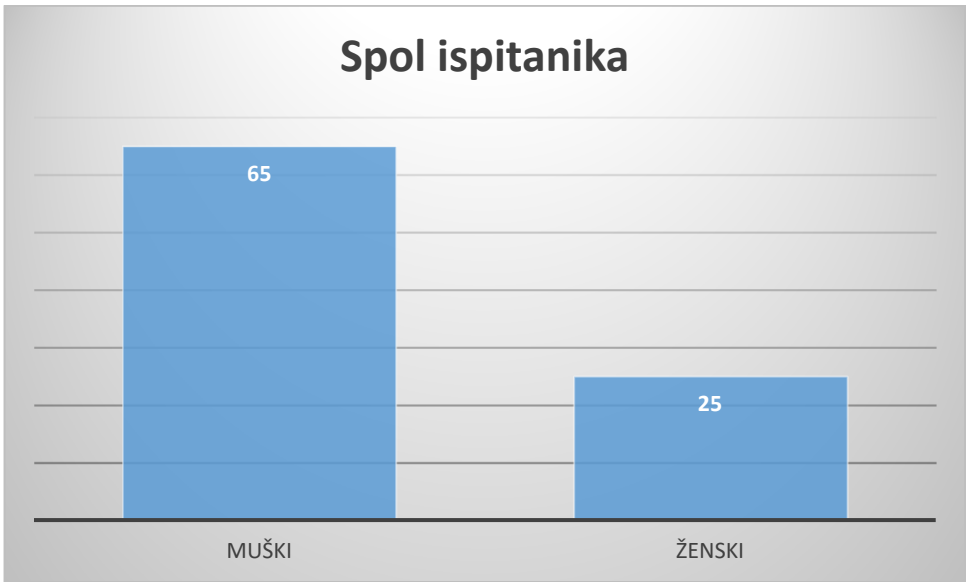
4.2. METODOLOGIJA ISTRAŽIVANJA

Izabrana metoda ispitivanja je provedba ankete za koju je karakteristično da je u skladu sa istraživačkom etikom. U anketiranju je sudjelovalo 90 ispitanika. Istraživanje se provelo na način da su pitanja napisana pomoću Google obrasca, zatim je anketa poslana preko društvene mreže Facebook, te prvih 90 pojedinaca koji su se povratno javili kako bi dobrovoljno sudjelovali u istraživanju, su informirani kako i na koji način će se provoditi anketa.

4.3. REZULTATI ISTRAŽIVANJA

Prvo pitanje se odnosilo na spol ispitanika, te se anketiranjem došlo do rezultata da je u istraživanju sudjelovalo 25 ženskih i 65 muških osoba.
U nastavku je naveden grafikon koji prikazuje rezultat.

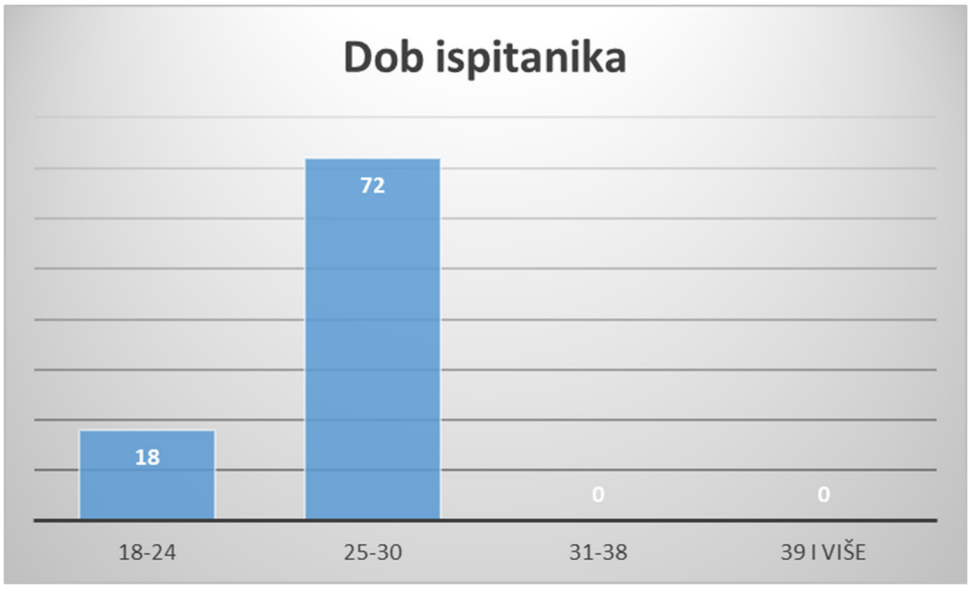
Grafikon 1: Spol ispitanika



Izvor: Izradila autorica

Što se tiče dobi ispitanika, u istraživanju nije sudjelovao niti jedan ispitanik u dobi od 31 pa nadalje, dok je bilo 18 kandidata u dobi od 18 do 24, te 72 ispitanika u dobi od 25 do 30.

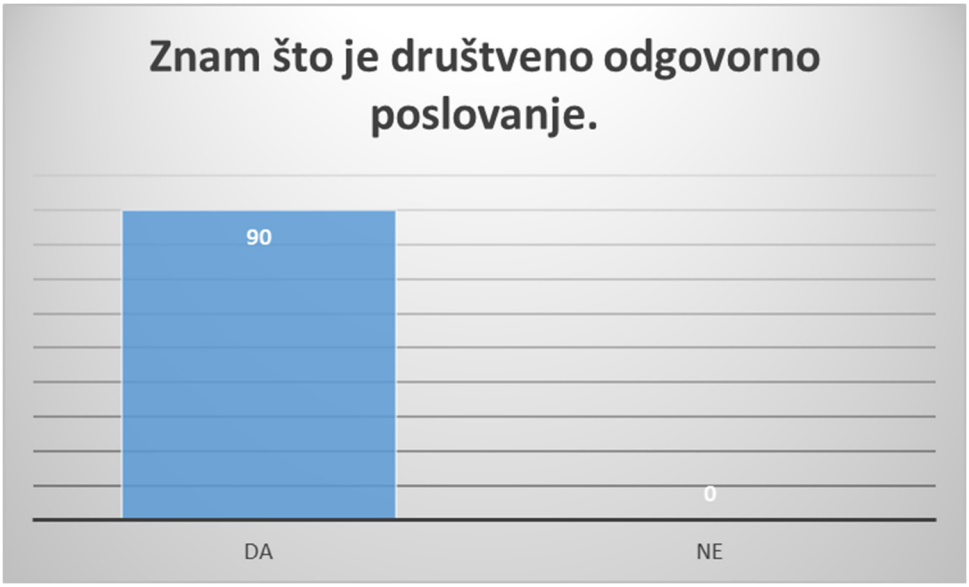
Grafikon 2: Dob ispitanika



Izvor: Izradila autorica

Svi ispitanici, njih 90, znaju što je društveno odgovorno poslovanje.

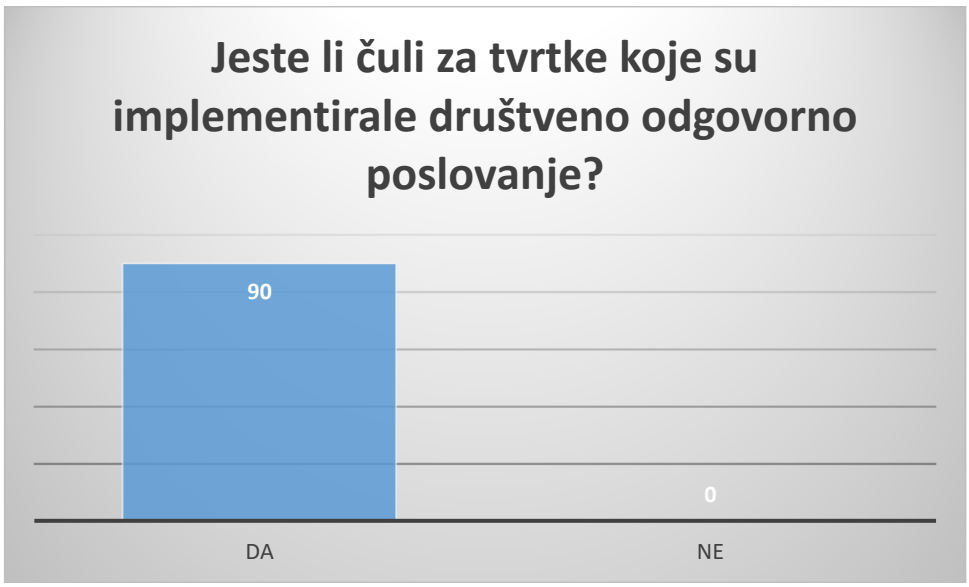
Grafikon 3:Znam što je društveno odgovorno poslovanje



Izvor: Izradila autorica

Svi ispitanici su čuli za tvrtke koje su implementirale društveno odgovorno poslovanje.

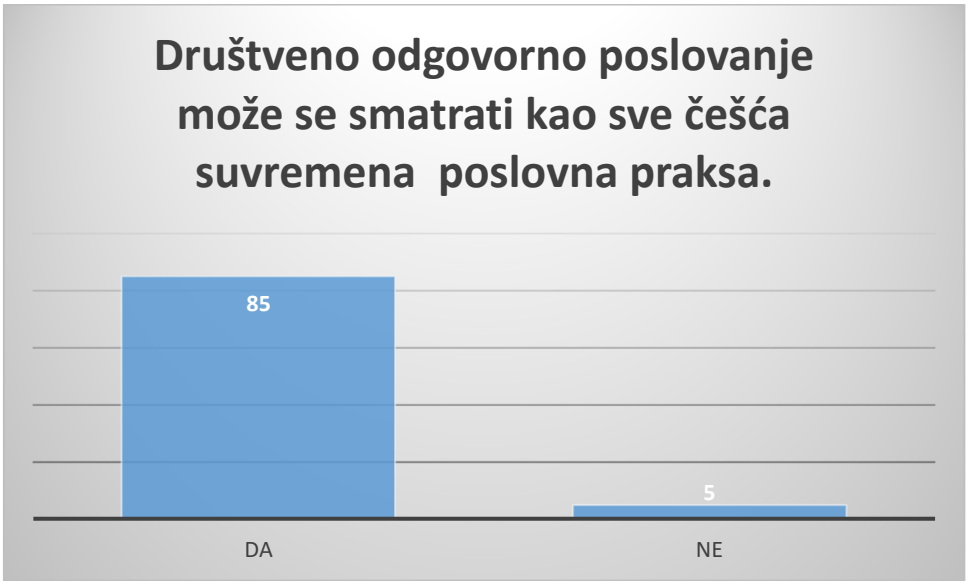
Grafikon 4: Jeste li čuli za tvrtke koje su implementirale društveno odgovorno poslovanje?



Izvor: Izradila autorica

Većina ispitanika, njih 85, smatraju kako je društveno odgovorno poslovanje sve češća suvremena poslovna praksa.

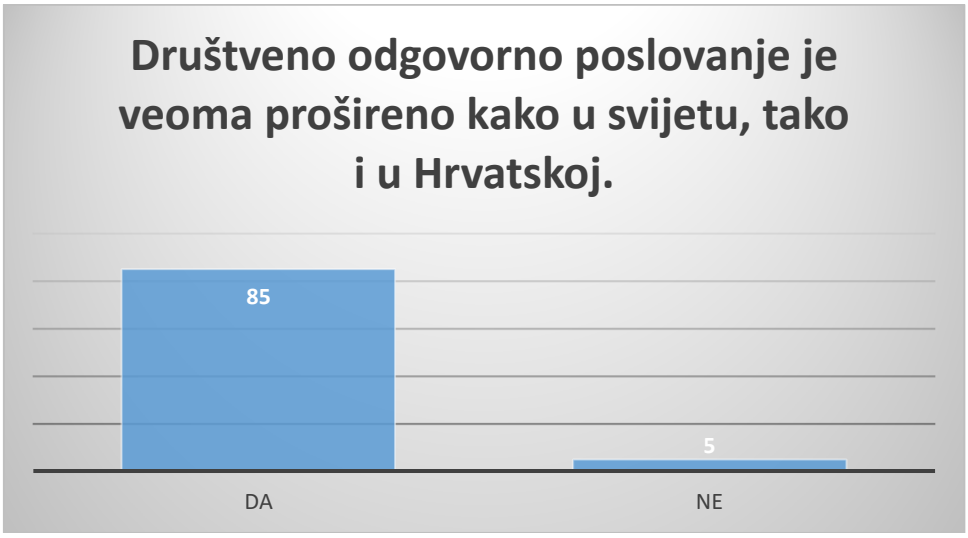
Grafikon 5: Društveno odgovorno poslovanje može se smatrati kao sve češća suvremena poslovna praksa



Izvor: Izradila autorica

Gotovo svi ispitanici, njih 85, smatra kako je društveno odgovorno poslovanje prošireno kako u svijetu, tako i u Hrvatskoj.

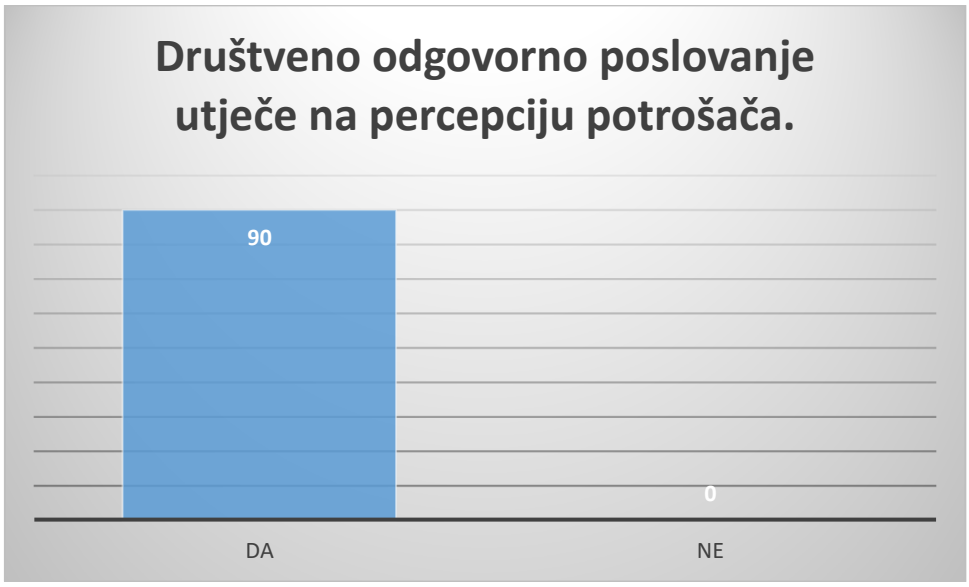
Grafikon 6: Društveno odgovorno poslovanje je veoma prošireno kako u svijetu, tako i u Hrvatskoj



Izvor: Izradila autorica

Ispitanici su složni u tome da društveno odgovorno poslovanje utječe na percepciju potrošača.

Grafikon 7: Društveno odgovorno poslovanje utječe na percepciju potrošača



Izvor: Izradila autorica

Zatim, svi ispitanici smatraju kako društveno odgovorno poslovanje pozitivno utječe na ugled tvrtke.

Grafikon 8: Društveno odgovorno poslovanje pozitivno utječe na ugled tvrtke



Izvor: Izradila autorica

8. ZAKLJUČAK

Društveno odgovorno poslovanje koje se zasniva na uzajamnom povjerenju i ulaganju u zajedničku bolju budućnost postalo je poveznica između poslovnog svijeta i zajednice. Od poduzeća se očekuje da svojim djelima i misijom bude društveno odgovorno. Povećana odgovornost tvrtki za procese u društvu pokazuje se kao preduvjet sreće, opstanka i razvoja.

U ovom završnom radu se pristupilo istraživanju veoma zanimljive teme, a to je društvene odgovorno poslovanje u Hrvatskoj. Tema ovog završnog rada je veoma aktualna, zbog toga jer tvrtke danas teže tome da budu što uspješnije, te da ih potrošači prepoznaju među svim brojnim organizacijama koje posluju na tržištu.

Provedena je anketa, dana 25. listopada, kako bi se izradio završni rad. Anketiranje se odnosi na stavove, mišljenje ispitanika o samoj temi završnog rada, „Društveno odgovorno poslovanje u Hrvatskoj“. U nastavku su prezentirani dobiveni rezultati.

Provedeno istraživanje, odnosno anketa, se sastoji od sljedećih hipoteza, dakle prva hipoteza se odnosi na to da društveno odgovorno poslovanje se može smatrati kao sve češća suvremena poslovna praksa, a druga se odnosi na to da društveno odgovorno poslovanje pozitivno utječe na ugled tvrtke.

Izabrana metoda ispitivanja je provedba ankete za koju je karakteristično da je u skladu sa istraživačkom etikom. U anketiranju je sudjelovalo 90 ispitanika. Istraživanje se provelo na način da su pitanja napisana pomoću Google obrasca, zatim je anketa poslana preko društvene mreže Facebook, te prvih 90 pojedinaca koji su se povratno javili kako bi dobrovoljno sudjelovali u istraživanju, su informirani kako i na koji način će se provoditi anketa.

Prvo pitanje se odnosilo na spol ispitanika, te se anketiranjem došlo do rezultata da je u istraživanju sudjelovalo 25 ženskih i 65 muških osoba. Što se tiče dobi ispitanika, u istraživanju nije sudjelovao niti jedan ispitanik u dobi od 31 pa nadalje, dok je bilo 18 kandidata u dobi od 18 do 24, te 72 ispitanika u dobi od 25 do 30. Svi ispitanici, njih 90, znaju što je društveno odgovorno poslovanje, te su čuli za tvrtke koje su implementirale društveno odgovorno poslovanje.

Većina ispitanika, njih 85, smatraju kako je društveno odgovorno poslovanje sve češća suvremena poslovna praksa, a njih 85, smatra kako je društveno odgovorno poslovanje

proširenо kako u svijetu, tako i u Hrvatskoj. Ispitanici su složni u tome da društveno odgovorno poslovanje utječe na percepciju potrošača, te smatraju kako društveno odgovorno poslovanje pozitivno utječe na ugled tvrtke.

9. IZJAVA

Izjava o autorstvu završnog rada i akademskoj čestitosti

Ime i prezime studenta: Marina Resman

Matični broj studenta:

Naslov rada: Društveno odgovorno poslovanje u Hrvatskoj

Pod punom odgovornošću potvrđujem da je ovo moj autorski rad čiji niti jedan dio nije nastao kopiranjem ili plagiranjem tuđeg sadržaja. Prilikom izrade rada koristila sam tuđe materijale navedene u popisu literature, ali nisam kopirala niti jedan njihov dio, osim citata za koje sam navela autora i izvor te ih jasno označila znakovima navodnika. U slučaju da se u bilo kojem trenutku dokaže suprotno, spremna sam snositi sve posljedice uključivo i poništenje javne isprave stečene dijelom i na temelju ovoga rada.

Potvrđujem da je elektronička verzija rada identična onoj tiskanoj te da je to verzija rada koju je odobrio mentor.

Datum | Potpis studenta

_____ _____

10. POPIS LITERATURE

10.1. KNJIGE I ČLANCI

- ✓ Grbac, B. (2005). Osvajanje ciljnog tržišta. Ekonomski fakultet Sveučilišta u Rijeci. Rijeka.
- ✓ Lacković, Vincek, Z., Dvorski, S., Novak, E. (2017). Usporedba društveno odgovornog poslovanja u proizvodnim i uslužnim poduzećima Republike Hrvatske. Ekonosmki pregled, 68 (3).
- ✓ Lazibat, T., Samardžija, J., Sutić, I. (2010). ISO 26000 SR – Društvena odgovornost. Zbornik radova 10. Hrvatske konferencije o kvaliteti i 1. znanstveni skup Hrvatskog društva za kvalitetu. Zagreb.
- ✓ Vrdoljak Raguž I., Hazdovac, K. (2014). Društveno odgovorno poslovanje i hrvatska gospodarska praksa. Oeconomica Jadertina. Vol. 4. No. 1..

10.2. INTERNETSKI IZVORI

- ✓ Dobra Hrvatska (2019). HEINEKEN Hrvatska predstavlja dostignuća na području održivosti u godini 2018.. Preuzeto sa https://odgovorno.hr/aktualno/heineken-hrvatska-predstavlja-dostignuca-na-podrucju-odrzivosti-u-godini-2018/ (27. listopada 2020.).
- ✓ Erste banka (n.d.). O nama. Preuzeto sa https://www.erstebank.hr/hr/o-nama (24. listopada 2020.).
- ✓ Erste banka (n.d.). Zaposlenici. Preuzeto sa https://www.erstebank.hr/hr/o-nama/drustveno-odgovorno-poslovanje/zaposlenici (24. listopada 2020.).
- ✓ Erste banka (n.d.). Društvo i zajednica. Preuzeto sa https://www.erstebank.hr/hr/o-nama/drustveno-odgovorno-poslovanje/drustvo-i-zajednica (25. listopada 2020.).
- ✓ Generali (n.d.). Generali u Hrvatskoj. Preuzeto sa https://www.generali.hr/o-nama (23. listopada 2020.).

- ✓ Generali (n.d.). Društveno odgovorno poslovanje. Preuzeto sa https://www.generali.hr/o-nama/drustveno-odgovorno-poslovanje (25. listopada 2020.).
- ✓ HEP (n.d.). Inicijative. Preuzeto sa https://www.hep.hr/drustvena-odgovornost/inicijative/178 (28. listopada 2020.).
- ✓ HEP (n.d.). O HEP grupi. Preuzeto sa http://www.hep.hr/o-hep-grupi/25 (28. listopada 2020.).
- ✓ Hrvatska gospodarska komora (n.d.). Heineken Hrvatska d.o.o.. Preuzeto sa https://znakovi.hgk.hr/tvrtka/heineken-hrvatska-d-o-o/ (24. listopada 2020.).
- ✓ Hrvatska gospodarska komora (n.d.). O projektu Indeks DOP-a. Preuzeto sa https://dop.hgk.hr/ (12. listopada 2020.).
- ✓ Hrvatska udruga poslodavaca (n.d.). Deset načela UN Global Compacta. Preuzeto sa https://www.hup.hr/program-rada-13.aspx (14. listopada 2020.).
- ✓ Hrvatska udruga poslodavaca (2014). Društveno odgovorno poslovanje za sve (DOP za sve). Preuzeto sa https://www.hup.hr/EasyEdit/UserFiles/Petra%20Senti%C4%87/Prirucnik%20DOP%20HR.pdf (15. listopada 2020.).
- ✓ Institut za društveno odgovorno poslovanje (2020). Primjeri društveno odgovornog poslovanja hrvatskih poduzeća u vrijeme koronavirusa. Preuzeto sa http://idop.hr/hr/dop-trendovi/dop-u-vrijeme-covid-19/primjeri-drustveno-odgovornog-poslovanja-hrvatskih-poduzeca-u-vrijeme-koronavirusa/ (05. listopada 2020.).
- ✓ Institut za društveno odgovorno poslovanje (2020). Društveno odgovorno poslovanje u vrijeme koronavirusa. Preuzeto sa idop.hr/hr/dop-trendovi/dop-u-vrijeme-covid-19/drustveno-odgovorno-poslovanje-u-vrijeme-koronavirusa/ (14. listopada 2020.).
- ✓ Konzum (n.d.). Društvena odgovornost. Preuzeto sa https://www.konzum.hr/drustvena-odgovornost (28. listopada 2020.).

- ✓ Konzum (n.d.). O nama. Preuzeto sa https://www.konzum.hr/o-nama (28. listopada 2020.).
- ✓ OECD (2011). OECD-ove smjernice za multinacionalna poduzeća, OECD Publishing. Preuzeto sa http://dx.doi.org/10.1787/9789264115415-en (20. listopada 2020.).
- ✓ Poslovni.hr (2011). Dobri primjeri velikih domaćih kompanija. Preuzeto sa https://www.poslovni.hr/domace/dobri-primjeri-velikih-domacih-kompanija-187296 (28.09.2020.).
- ✓ Poslovni.hr (2019). Dodijeljene 12. nagrade Indeks DOP-a. Preuzeto sa https://www.poslovni.hr/hrvatska/dodijeljene-12-nagrade-indeks-dop-a-359734 (17. listopada 2020.).
- ✓ Sindikat metalaca Hrvatske (2013). Tripartitna deklaracija o principima u vezi sa multinacionalnim kompanijama i socijalnom politikom. Preuzeto sa http://www.smh.hr/wp-content/uploads/2013/10/Deklaracija-HR.pdf (25. listopada 2020.).

10.3. POPIS GRAFIKONA, TABLICA

Grafikon 1: Spol ispitanika……...….26

Grafikon 2: Dob ispitanika……26

Grafikon 3:Znam što je društveno odgovorno poslovanje…….27

Grafikon 4: Jeste li čuli za tvrtke koje su implementirale društveno odgovorno poslovanje?.....27

Grafikon 5: Društveno odgovorno poslovanje može se smatrati kao sve češća suvremena poslovna praksa…….28

Grafikon 6: Društveno odgovorno poslovanje je veoma prošireno kako u svijetu, tako i u Hrvatskoj……..….28

Grafikon 7: Društveno odgovorno poslovanje utječe na percepciju potrošača……..…….29

Grafikon 8: Društveno odgovorno poslovanje pozitivno utječe na ugled tvrtke……...…….29

Tablica 1: Kratki pregled norme ISO 26000……7

Tablica 2: Komponente interne dimenzije društveno odgovornog poslovanja……..10

Tablica 3: Komponente eksterne dimenzije društveno odgovornog poslovanja……11

11. ŽIVOTOPIS

<table>
<tr><td>OSOBNI PODACI</td><td></td></tr>
<tr><td>Prezime/ime</td><td>Resman Marina</td></tr>
<tr><td>Adresa</td><td>Moslavačka 75, 10315 Novoselec</td></tr>
<tr><td>Telefonski broj</td><td>091/ 786 2733</td></tr>
<tr><td>E-mail</td><td>marina.resman@grawe.hr</td></tr>
<tr><td>Državljanstvo</td><td>Hrvatsko</td></tr>
<tr><td>Datum rođenja</td><td>21.08.1985.</td></tr>
<tr><td>Spol</td><td>Ženski</td></tr>
<tr><td>Radno iskustvo</td><td>01.04.2013. GRAWE HRVATSKA d.d.
Radno mjesto prodajnog predstavnika
07.07.2008.-31.03.2013. EUROHERC OSIGURANJE d.d.
Radno mjesto zastupnik u prodaji</td></tr>
<tr><td>Završeno obrazovanje</td><td>2017.- 2020. Veleučilište Baltazar Zaprešić, smjer Poslovanje i upravljanje
2012. stručno osposobljavanje POU Zagreb - administrator
2000.-2004. opća gimnazija Ivan Švear Ivanić Grad</td></tr>
<tr><td>Materinski jezik</td><td>✓ Hrvatski</td></tr>
<tr><td>Drugi jezici
Samoprocjena
Europska razina
Engleski</td><td>
<table>
<tr><th colspan="2">Razumijevanje</th><th colspan="2">Govor</th><th rowspan="2">Pisanje</th></tr>
<tr><td>Slušanje</td><td>Čitanje</td><td>Govorna interakcija</td><td>Govorna produkcija</td></tr>
<tr><td>C 2</td><td>C 2</td><td>C 2</td><td>C 2</td><td>C 1</td></tr>
</table>
</td></tr>
</table>

Društvene vještine i kompetencije	✓ timski duh, ✓ smisao za organizaciju, ✓ sposobnost prilagođavanja kulturalnim sredinama, ✓ iskustvo u vođenju projekata i volenterskih akcija
Računalne vještine i kompetencije	✓ Word, ✓ Ecxcel, ✓ Powerpoint
Dodatne informacije	✓ Položen vozački ispit B kategorije.