DRUŠTVENO ODGOVORNO POSLOVANJE OSIGURAVAJUĆIH I REOSIGURAVAJUĆIH DRUŠTAVA U RH

Berić, Tea

Master's thesis / Diplomski rad

2016

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://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:124:272340

Rights / Prava: In copyright / Zaštićeno autorskim pravom.

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

Repository / Repozitorij:

REFST - Repository of Economics faculty in Split

zir.nsk.hr

UNIVERSITY OF SPLIT

dabar

DIGITALNI AKADEMSKI ARHIVI I REPOZITORIJI

SVEUČILIŠTE U SPLITU
EKONOMSKI FAKULTET

DIPLOMSKI RAD

DRUŠTVENO ODGOVORNO POSLOVANJE OSIGURAVAJUĆIH I REOSIGURAVAJUĆIH DRUŠTAVA U RH

Mentor:
doc. dr. sc. Ivana Dropulić

Student:
Tea Berić
Broj indeksa: 2141477

Split, kolovoz, 2016.

SADRŽAJ:

1. UVOD 4

1.1. Problem i predmet istraživanja 4

1.2. Istraživačka pitanja i ciljevi istraživanja 6

1.3. Metode istraživanja 7

1.4. Doprinos istraživanja 7

1.5. Struktura diplomskog rada 8

2. DRUŠTVENO ODGOVORNO POSLOVANJE 10

2.1. Definicija pojma društvene odgovornosti 10

2.2. Povijesni razvoj društveno odgovornog poslovanja 14

2.3. Dimenzije i područja društveno odgovornog poslovanja 16

2.3.1. Ekonomska održivost 17

2.3.2. Opredijeljenost poduzeća za stratešku primjenu društveno odgovornog poslovanja 17

2.3.3. Radna okolina 18

2.3.4. Zaštita okoliša 20

2.3.5. Odnosi na tržištu 20

2.3.6. Ulaganje u zajednicu 21

2.4. Vrste društvene odgovornosti 22

2.5. Modeli društvene odgovornosti 25

2.6. Strategije društvene odgovornosti 27

2.7. Indeks DOP-a 28

2.7.1. Povijest projekta 29

2.7.2. Metodologija Indeksa DOP-a 29

2.7.3. Sudjelovanje u Indeksu DOP-a 30

3. OSIGURAVAJUĆA I REOSIGURAVAJUĆA DRUŠTVA 32

3.1. Definicija društva za osiguranje i reosiguranje 32

3.1.1. Poslovi osiguranja 33

3.1.2. Poslovi reosiguranja 35
3.1.3. Oblik i djelatnost društva 36
3.1.4. Temeljni kapital i dionice 37
3.1.5. Odobrenje za obavljanje poslova 38
3.2. Tržište osiguranja 38
3.2.1. Zakon o osiguranju 39
3.2.2. Zakon o obveznim osiguranjima u prometu 39
3.2.3. Sudionici tržišta osiguranja 40
3.3. Hrvatski ured za osiguranje 40
4. DRUŠTVENA ODGOVORNOST OSIGURAVAJUĆIH I REOSIGURAVAJUĆIH DRUŠTAVA U RH 43
4.1. Osnovni podaci u osiguravajućim i reosiguravajućim društvima 43
4.2. Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti 46
4.3. Rezultati istraživanja 74
5. ZAKLJUČAK 80
LITERATURA 82
SAŽETAK 85
SUMMARY 86
POPIS TABLICA, DIJAGRAMA, SLIKA I GRAFIKONA 87

1. UVOD

1.1.Problem i predmet istraživanja

Kada se govori o primjeni društveno odgovornog poslovanja u poduzeću onda se smatra da ono promiče brigu za društvo i okolinu u kojoj posluje. Sama primjena društveno odgovornog poslovanja utječe na uspješnost poduzeća koja se više ne mjeri samo dobrim poslovnim rezultatima već se u obzir uzimaju aktivnosti poduzeća na svim područjima koje obuhvaća društvena odgovornost.

Može se reći da se društveno odgovorno poslovanje najviše očituje kroz zaštitu okoliša, brigu za zajednicu, osiguranje dobre radne okoline i uključenost društveno odgovornog poslovanja u poslovnu strategiju.

Društveno odgovorno poslovanje mogu primjenjivati sva poduzeća i sve je zastupljeniji takav način poslovanja. Poduzeća koja provode društveno odgovorno poslovanje mogu ostvariti niz koristi od takvog načina poslovanja što je često prepoznato od strane šire javnosti, a tako i samih klijenata, poslovnih partnera i drugih važnih sudionika ključnih za uspješno poslovanje poduzeća. Poduzeće koje ima bolju reputaciju u javnosti privući će kvalitetnije zaposlenike koji će se duže zadržati u poduzeću zbog povoljne radne okoline koju nalaže društveno odgovorno poslovanje. Prema tome, društveno odgovorno poslovanje je prednost svakom poduzeću pri ostvarivanju boljih rezultata poslovanja kako i ostvarivanja konkurentskih prednosti.

Društveno odgovorno poslovanje nema neki određeni trenutak koji je zabilježio njegovu pojavu već se s vremenom počeo razvijati takav način poslovanja zbog sve većih potrošačkih zahtjeva, povećane inicijative za zaštitu okoliša te sve većeg naglaska na važnost ljudskog potencijala odnosno resursa znanja. Svakako se može primijetiti da sve veći broj poduzeća primjenjuje društveno odgovorno poslovanje i izvještava o tome širu javnost što upućuje na sve veću osviještenost prilikom donošenja poslovnih odluka i načina obavljanja gospodarske djelatnosti.

Istraživanjem osiguravajućih i reosiguravajućih društava u Republici Hrvatskoj utvrdit će se da li oni primjenjuju društveno odgovorno poslovanje i kakva je njihova praksa izvještavanja o društveno odgovornom poslovanju.

Predmet istraživanja ovog rada je primjena društveno odgovornog poslovanja u djelatnosti osiguravajućih i reosiguravajućih društava u Republici Hrvatskoj. Društvo za osiguranje je pravna osoba koja obavlja poslove životnog ili neživotnog osiguranja. Društvo za reosiguranje je pravna osoba koja obavlja poslove reosiguranja, odnosno prenošenje viška rizika društva za osiguranje društvu za reosiguranje. Njihovo poslovanje je definirano zakonima, a prije svega Zakonom o osiguranju.

Kao i u svakoj drugoj djelatnosti i u ovoj je prisutno društveno odgovorno poslovanje. Osiguravajuća i reosiguravajuća društva nisu obvezna primjenjivati društveno odgovorno poslovanje niti o tome izvještavati jer je primjena društveno odgovornog poslovanja stvar izbora i ne nalaže strogu strukturu primjene. Najčešće se o tome izvještava na internetskim stranicama samih društava iako to uvijek ne pokazuje cjelokupnu sliku same primjene društveno odgovornog poslovanja.

Ovim radom želi se istražiti i analizirati da li i u kolikoj mjeri osiguravajuća i reosiguravajuća društva primjenjuju društveno odgovorno poslovanje. Također se želi istražiti kakva je njihova praksa izvještavanja o društveno odgovornom poslovanju te iz koje domene društveno odgovornog poslovanja osiguravajuća i reosiguravajuća društva najviše objavljuju poduzete aktivnosti.

Na temelju podataka prikupljenih istraživanjem i analiziranjem prikazat će se rezultati o primjeni društveno odgovornog poslovanja osiguravajućih i reosiguravajućih društava. Osim toga osiguravajućim i reosiguravajućim društvima će se dodijeliti vrijednosti za svaku aktivnost iz pojedine domene društveno odgovornog poslovanja na temelju indeksa izvještavanja o društvenoj odgovornosti. Indeks će biti kreiran tako da će se šest domena društveno odgovornog poslovanja podijeliti na najvažnije aktivnosti i njima će biti dodjeljivane vrijednosti 0 ili 1 ovisno da li društvo o tome izvještava ili ne.

1.2.Istraživačka pitanja i ciljevi istraživanja

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

- Da li i u kolikom opsegu osiguravajuća i reosiguravajuća društva primjenjuju društveno odgovorno poslovanje?
- Da li osiguravajuća i reosiguravajuća društva izvještavaju o društveno odgovornom poslovanju na svojim internetskim stranicama?
- Kakva je praksa izvještavanja osiguravajućih i reosiguravajućih društava o društveno odgovornim aktivnostima?
- Iz koje domene društveno odgovornog poslovanja osiguravajuća i reosiguravajuća društva najviše objavljuju poduzete aktivnosti?
- Kako je ocjenjeno društveno odgovorno poslovanje osiguravajućih i reosiguravajućih društava putem indeksa izvještavanja o društvenoj odgovornosti?

Istraživanje ovog diplomskog rada započinje prikupljanjem podataka o tome koliko osiguravajućih i reosiguravajućih društava primjenjuje društveno odgovorno poslovanje i o tome izvještava na svojim internetskim stranicama te kakva je praksa izvještavanja o društvenoj odgovornosti. Na temelju prikupljenih podataka analizirat će se svaka domena društveno odgovornog poslovanja te će se donijeti zaključak koje aktivnost osiguravajuća i reosiguravajuća društva najviše primjenjuju odnosno o njima izvještavaju širu javnost.

Društveno odgovorno poslovanje postaje sve zastupljeniji način predstavljanja tržištu pa je cilj ovog rada prikazati kako je ova djelatnost prihvatila takav način poslovanja i koliko s tim upoznaje svoje poslovne partnere, klijente i druge sudionike bitne za njihovo poslovanje.

Nakon što se istraži koliko su osiguravajuća i reosiguravajuća društva aktivna na ovom području prikazat će se praksa izvještavanja o društvenoj odgovornosti. Dobivenim rezultatima istraživanja ustanovit će se koju domenu društveno odgovornog poslovanja osiguravajuća i reosiguravajuća društva najviše primjenjuju.

Osim prethodno navedenog, cilj ovog istraživanja i provedene analize je formiranje indeksa izvještavanja o društvenoj odgovornosti na temelju kojeg će se dodijeliti vrijednosti svakom osiguravajućem i reosiguravajućem društvu te će se dobiti ocjena djelatnosti osiguranja i

reosiguranja kreirana na vrednovanju svake pojedine aktivnosti društveno odgovornog poslovanja.

1.3.Metode istraživanja

Znanstvene metode su postupci koji se primjenjuju u istraživanjima i imaju svrhu tumačenja pojava ili svojstava te se pomoću njih dolazi do novih zaključaka. Postoji niz znanstvenih metoda kojima se znanstvenik može poslužiti prilikom svog istraživanja, a trebao bi izabrati one koje će mu omogućiti što objektivnije utvrđivanje znanstvenih činjenica.

U izradi i istraživanju diplomskog rada primijenit će se sljedeće metode:[1]

- Induktivna metoda pomoću koje se od općeg suda dolazi do pojedinih činjenica i spoznaja
- Deduktivna metoda koja od pojedinih činjenica i spoznaja dovodi do općeg suda
- Metoda analize raščlanjuje složene misaone tvorevine na jednostavnije dijelove
- Metoda sinteze koja spaja jednostavne misaone tvorevine u složene
- Metoda klasifikacije pomoću koje će se izvršiti sistematska i potpuna podjela općeg pojma na posebne, koje taj pojam obuhvaća
- Metoda deskripcije je postupak jednostavnog opisivanja ili ocrtavanja činjenica te se koristi u početnoj fazi istraživanja
- Metoda kompilacije je preuzimanje tuđih rezultata, opažanja, stavova, zaključaka i spoznaja
- Komparativna metoda kojom se uspoređuju iste ili srodne činjenice

Osim primjene navedenih metoda proučit će se stručna i znanstvena literatura, obradit će se podaci prikupljeni istraživanjem, kreirati indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti te će se donijeti zaključci na temelju analiziranih podataka.

1.4.Doprinos istraživanja

Doprinos istraživanja ovog diplomskog rada usmjeren je na istraživanje primjene društveno odgovornog poslovanja osiguravajućih i reosiguravajućih društava u Republici Hrvatskoj.

[1] Kulenović, Z., Slišković, M.: Metodologija znanstvenoistraživačkog rada, Pomorski fakultet, Split, [Internet], raspoloživo na: http://www.pfst.unist.hr/uploads/MZIR-Prilog_Predavanju4.pdf

Na temelju prikupljenih informacija i podataka formirat će se odgovori na istraživačka pitanja kako bi se donio zaključak o zastupljenosti takvog načina poslovanja u osiguravajućim i reosiguravajućim društvima. Samim time pokazat će se koliko su osiguravajuća i reosiguravajuća društva osviještena i koliko pokazuju brigu za okoliš i zajednicu u kojoj djeluju kao i za svoje zaposlenike koji su bitni element njihovog poslovnog uspjeha. Osim toga istražit će se koliko osiguravajuća i reosiguravajuća društva o društveno odgovornom poslovanju izvještavaju javnost što će se također vrednovati indeksom izvještavanja o društvenoj odgovornosti.

Osim empirijskog dijela rada postoji i teorijski dio u kojem će se pobliže objasniti djelatnost osiguranja i reosiguranja te će se definirati društveno odgovorno poslovanje i sve njegove sastavnice.

1.5.Struktura diplomskog rada

Diplomski rad sastojat će se od pet tematskih jedinica.

Prvi dio je uvod koji obuhvaća problem i predmet istraživanja. Također su definirana istraživačka pitanja i ciljevi istraživanja te navedene metode i doprinos istraživanja.

Drugi i treći dio rada se odnosi na teorijski dio. Drugi dio obuhvaća definiranje društveno odgovornog poslovanja gdje će se prvo objasniti pojam društvene odgovornosti kao i povijesni razvoj, a zatim će se detaljnije razraditi tematika društvene odgovornosti koja obuhvaća vrste, područja, strategije, modele i dimenzije. Također će se spomenuti i indeks DOP-a koji je razvijen u Hrvatskoj po uzoru na slične svjetske metodologije.

Treći dio definira poslovanje osiguravajućih i reosiguravajućih društava. To se prije svega odnosi na definicije, poslove, oblik i djelatnost, dozvole za rad i sol. Osim toga će se definirati i zakonodavni okvir koji regulira tržište osiguranja te uloga Hrvatskog ureda za osiguranje.

Četvrta tematska jedinica obuhvaća empirijski dio rada. Prvo će se prikazati opći podaci o osiguravajućim i reosiguravajućim društvima na kojima je provedeno istraživanje. Zatim će se analizirati prikupljeni podaci o društveno odgovornom poslovanju koji će dati odgovore na istraživačka pitanja te će se osiguravajuća i reosiguravajuća društava bodovati putem indeksa

izvještavanja o društvenoj odgovornosti na način da će se vrednovati svaka pojedina aktivnost društveno odgovornog poslovanja.

Zadnji dio obuhvaća zaključak koji će predstavljati osvrt na rezultate istraživanja i primjenu društveno odgovornog poslovanja osiguravajućih i reosiguravajućih društava u Republici Hrvatskoj.

2. DRUŠTVENO ODGOVORNO POSLOVANJE

2.1.Definicija pojma društvene odgovornosti

Pojam društveno odgovornog poslovanja proširio se diljem Europe i svijeta jer sve veći broj kompanija želi promovirati sebe i svoju strategiju na način da pošalju poruku društvene odgovornosti svim dionicima koji su uključeni u njihovo poslovanje. Dionici koji imaju doticaj s poslovanjem društva su zaposlenici, dioničari, investitori, potrošači i javni sektor, a svi oni su ključni za uspješno poslovanje poduzeća.[2]

Kako bi što detaljnije približili pojam društvene odgovornosti najbolje je usporediti definicije različitih autora.

Pavić-Rogošić smatra da je društveno odgovorno poslovanje „koncept u kojem poslovni subjekt odlučuje na dobrovoljnoj osnovi doprinositi boljem društvu i čišćem okolišu, u interakciji s ostalim dionicima“.[3]

Kotle i Lee smatraju da korporativna društvena odgovornost ili društvena odgovornost poslovanja (DOP) predstavlja „opredjeljenje tvrtke za unapređenje dobrobiti zajednice kroz diskrecionu – dragovoljnu - poslovnu praksu i doprinose na račun vlastitih resursa“.[4]

Bubale smatra da društvena odgovornost podrazumijeva „obvezu menadžmenta da pravi izbore i poduzima akcije koje će doprinijeti dobrobiti i interesima društva i poduzeća. Drugim riječima, društvena odgovornost znači razlikovanje pravog od krivog i činjenje pravog“.[5]

[2] Pavić-Rogošić, L.: Društveno odgovorno poslovanje (DOP), ODRAZ, [Internet], raspoloživo na: http://www.odraz.hr/media/21845/dop.pdf
[3] Pavić-Rogošić, L.: Društveno odgovorno poslovanje (DOP), ODRAZ, [Internet], raspoloživo na: http://www.odraz.hr/media/21845/dop.pdf
[4] Kotler,P., Lee, N. (2009): DOP: društveno odgovorno poslovanje: suvremena teorija i najbolja praksa, M.E.P. d.o.o., Zagreb.
[5] Buble, M. (2000): Menadžment, Ekonomski fakultet Splitu, Split, str. 102.

Kreitner sa svojih deset zapovijedi definira pravila koja pomažu u jednakom vrednovanju akcija koje doprinose dobrobiti i interesima društva:[6]

Tablica 1: Deset zapovjedi društvene odgovornosti poduzeća

Deset zapovjedi društvene odgovornosti poduzeća
1. Poduzmi korektivne akcije prije nego što se to izričito zahtijeva.
2. Radi s građanima i društvenim grupama na rješavanju zajedničkih problema.
3. Radi na uspostavljanju industrijskih standarda i propisa.
4. Javno priznaj svoje greške.
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.

Izvor: Buble, M.(2009): Menadžment, Ekonomski fakultet Split, Split

Rašić društveno odgovorno poslovanje definira kao „etičko poslovanje usmjereno zadovoljavanju potreba poduzeća, ali i različitih interesno-utjecajnih skupina radi ostvarivanja održivog razvoja i poboljšanja ukupne kvalitete života“.[7]

Krkač društveno odgovorno poslovanje definira kao „obvezu svih koji posluju uz cilj da maksimiziranjem profita maksimiziraju i pozitivan utjecaja svog poslovanja na društvo, a minimiziraju negativan utjecaj“. Često se pojam društvene odgovornosti poistovjećuje s pojmom poslovne etike. Poslovna etika se odnosi na pojedinca ili radnu skupinu te se njihovo ponašanje i donošenje odluka procjenjuje kao moralno ispravno ili neispravno, dok se društvena odgovornost promatra kroz širi kontekst jer se kao moralno ispravno ili neispravno procjenjuje cjelokupno poslovanje u odnosu na cjelokupno društvo.[8]

Bebek i Kolumbić poslovnu etiku promatraju kao sustav pravila i normi usklađivanja poslovnih i etičkih aspekata poslovanja. Poslovna etika ima za cilj realizaciju i usklađenje djelovanja poslovne organizacije, i to s obzirom na subjektivne i objektivne interese kako vlasnika tako i klijenata.[9] Društvena odgovornost korporacije je „praksa uključivanja interesa

[6] Buble, M. (2009): Menadžment, Ekonomski fakultet Split, Split, str. 102.
[7] Rašić, S. (2011): Društveno odgovorno poslovanje u Galetić, L. (Urednik), Organizacija velikih poduzeća, Sinergija nakladništvo d.o.o., Zagreb, str. 455-473.
[8] Krkač, K. (2007): Uvod u poslovnu etiku i korporacijsku društvenu odgovornost, MATE d.o.o./ZŠEM, Zagreb, str. 224.
[9] Bebek, B, Kolumbić, A. (2000): Poslovna etika, Sinergija, Zagreb, str. 9

dioničara i dionika u donošenje odluka korporacije s ciljem povećanja društvene i dioničarske vrijednosti".[10]

Svi autori složni su oko toga da je društveno odgovorno poslovanje način poslovanja koji je ključan za dobrobit zajednice i okoliša u kojem poslovni subjekt djeluje. Interes u takvom načinu poslovanja trebao bi imati i poslovni subjekt i svi njegovi dionici odnosno zajednica.

Osim definicija prema različitim autorima društveno odgovorno poslovanje pojmovno su definirale i brojne organizacije.

Europska komisija u svojim Smjernicama za politiku društvene odgovornosti poduzeća (EC White Paper on Corporate Social Responsibility, 2003), društvenu odgovornost poduzeća promatra kao „koncept prema kojem poduzeće na dobrovoljnom principu integrira brigu o društvenim pitanjima i zaštiti okoliša u svoje poslovne aktivnosti i odnose s dionicima (vlasnicima, dioničarima, zaposlenicima, potrošačima, dobavljačima, vladom, medijima i širom javnošću)".[11]

Europska komisija smatra da je „poštivanje mjerodavnih zakona te kolektivnih ugovora između socijalnih partnera preduvjet za ispunjenje te odgovornosti. U svrhu potpunog ispunjenja korporativne društvene odgovornosti, poduzeća trebaju uspostaviti proces za integraciju ljudskih prava, socijalnih, ekoloških, etičkih i potrošačkih pitanja u vlastito poslovanje i ključnu strategiju, u uskoj suradnji sa svojim dionicima te u cilju:

- kreiranja zajedničkih vrijednosti za vlasnike/dioničare i ostale dionike te društvo u cjelini;
- utvrđivanja, sprječavanja i ublažavanja njihovih mogućih nepovoljnih utjecaja".[12]

Europska komisija u svojoj Strategiji DOP-a za razdoblje 2011. – 2014. objavila je posljednju, najnoviju definiciju društveno odgovornog poslovanja koja glasi „odgovornost

[10] Kundid, A. (2012): Društveno odgovorno poslovanje banaka u Republici Hrvatskoj, Hrčak, [Internet], raspoloživo na: http://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=138611, citirano prema Detomasi, D.A.(2008): The Political Roots of Corporate Social Responsibility

[11] Ćorić, G. (2008): Što je društvena odgovornost, Magazin za društveni razvitak Pomakonline, [Internet], raspoloživo na: http://www.pomakonline.com/content/view/100/60/

[12] Hrvatska udruga poslodavaca (2014): Društveno odgovorno poslovanje za sve (DOP za sve), Priručnik za organizacije poslodavaca, raspoloživo na: http://www.hup.hr/EasyEdit/UserFiles/Petra%20Senti%C4%87/Prirucnik%20DOP%20HR.pdf

poduzeća za svoj utjecaj na društvo“. Društveno odgovorno poslovanje danas je vrlo široko zastupljen koncept koji je prihvaćen od strane mnogih poslovnih subjekata. Primjenjujući takav način poslovanja primjenjuje se takozvana teorija stvaranja zajedničke vrijednosti u kojoj je poslovni subjekt nerazdvojni dio zajednice i svojim radom pridonosi i sudjeluje u uspjesima, ali i neuspjesima društvene zajednice u kojoj djeluje.[13]

International Business Leaders Forum (IBLF) smatra da je društveno odgovorno poslovanje „promicanje odgovorne prakse u gospodarstvu koja gospodarstvu i društvu koristi te olakšava ostvarenje društvenoga, gospodarskog, ekološki održivog razvoja maksimirajući pozitivan utjecaj gospodarstva na društvo uz istovremeno svođenje negativnih učinaka na minimum“.[14]

Organizacija World Business Council for Sustainable Development (WBCSD – Svjetski poslovni savjet za održivi razvoj) koncept društvene odgovornosti poduzetnika definira kao “opredijeljenost gospodarstva da pridonosi održivom gospodarskom razvoju, radeći sa zaposlenicima, njihovim obiteljima, lokalnom zajednicom i cjelokupnim društvom na unapređenju kvalitete života“.[15]

Business for Social Responsibility (BSR - Poslovni svijet za društvenu odgovornost) tumači društveno odgovorno poslovanje kao „postizanje komercijalnog uspjeha na način da se poštuju etičke vrijednosti, ljudi, zajednice i prirodni okoliš“.[16]

Međunarodna organizacija za normizaciju (ISO) u normi HRN ISO 26000 pod nazivom „*Smjernice o društvenoj odgovornost“* daje upute o osnovnim načelima društvene odgovornosti, prepoznavanju društvene odgovornosti i suradnji s dionicima, ključnim temama i pitanjima koji se odnose na društvenu odgovornost i načinima integracije društveno odgovornoga ponašanja u organizaciju.[17]

---

[13] Matešić, M., Pavlović, D., Bartoluci, D. (2015): Društveno odgovorno poslovanje, VPŠ Libertas, Zagreb, str.10.
[14] Ćorić, G. (2008): Što je društvena odgovornost, Magazin za društveni razvitak Pomakonline, [Internet], raspoloživo na: http://www.pomakonline.com/content/view/100/60/
[15] Ćorić, G. (2008): Što je društvena odgovornost, Magazin za društveni razvitak Pomakonline, [Internet], raspoloživo na: http://www.pomakonline.com/content/view/100/60/
[16] Bagić, A., Škrabalo, M., Narančić, L. (2004): Pregled društvene odgovornosti poduzeća u Hrvatskoj, Zagreb: AED – Academy for Educational Development, str. 9.
[17] Hrvatski zavod za norme, HRN ISO 26000 – Društvena odgovornost, raspoloživo na: http://www.hzn.hr/default.aspx?id=54

Norma 26000 definira društvenu odgovornost kao „odgovornost neke organizacije za utjecaj njezinih odluka i aktivnosti na društvo i okoliš transparentnim i etičnim ponašanjem koje pridonosi održivom razvoju te zdravlju i dobrobiti društva, uzima u obzir očekivanja dionika, usklađeno je s važećim zakonima i međunarodnim normama ponašanja te je integrirano u organizaciju koja ga provodi u svojim odnosima s dionicima“.[18]

Društveno odgovorno poslovanje bi trebalo integrirati u poslovnu strategiju poduzeća i fokusirati se da takav način djelovanja stvori što više pozitivnih učinaka za zajednicu. To bi značilo da je društveno odgovorno poslovanje jedinstveni dio procesa djelovanja organizacije. Društveno odgovorno poslovanje je koncept koji se primjenjuje na dobrovoljnoj bazi i donosi poduzeću brojne prednosti. Ako se društveno odgovornim poslovanjem pravilno upravlja to dovodi do povećanja vrijednosti poduzeća i stvaranja konkurentskih prednosti. Ulaganje u društvenu odgovornost stvara pozitivni image poduzeća što je jako bitno u današnje vrijeme zbog privlačenja potencijalnih partnera koji će prije poslovati s poduzećem koje je društveno i ekološki odgovorno.

2.2.Povijesni razvoj društveno odgovornog poslovanja

Društveno odgovorno poslovanje je koncept koji primjenjuju poduzeća kako bi promaknula svoju brigu za društvo i okoliš. Neki oblici takvog načina poslovanja pojavljuju se još u vrijeme uspostave prvih korporacija. Već tada se očekivalo da voditelj korporacije djeluje u skladu s moralnim načelima i da djelovanje korporacije nema štetnih djelovanja za okolinu i društvo. Veći razvoj društveno odgovornog poslovanja zabilježen je u drugoj polovici dvadesetog stoljeća zbog povećane brige za okoliš jer su zagađenja okoliša počela štetno djelovati na kvalitetu života u nekim industrijskim gradovima.[19]

Društveno odgovorno poslovanje ima podrijetlo u društvenom aktivizmu 60-ih i 70-ih godina prošlog stoljeća. Svijest o pitanjima kao što su jednake šanse za sve, rasna jednakost te sigurnost i zdravlje na radnom mjestu prvo je potaknula javnost na pomnije preispitivanje

[18] Bačun, D., Matešić, M., Omazić, M.A. (2012): Leksikon održivog razvoja, Hrvatski poslovni savjet za održivi razvoj, Zagreb.
[19] Matešić, M., Pavlović, D., Bartoluci, D. (2015): Društveno odgovorno poslovanje, VPŠ Libertas, Zagreb, str. 7.

poslovnih običaja nego što se činilo prije, a zatim i na stavljanje tih obveza u zakonske okvire.[20]

"Korporacijska filantropija" jedan je od najranijih pojavnih oblika DOP-a i naziv koji u Sjevernoj Americi još uvijek prevladava. Tijekom 1960-ih širenju ovog koncepta potpomogla je rastuća profinjenost potrošačkih zahtjeva, nakon čega je 1970-ih uslijedio pokret za zaštitu okoliša te porast zabrinutosti zbog utjecaja gospodarstva na društvo u 1990-ima.[21]

Neki od glavnih vanjskih činitelja i konteksta koji su utjecali na razvoj koncepta društvene odgovornosti poduzeća, krajem 20. i početkom 21. stoljeća, su:[22]

- Revolucija informacijske tehnologije i međusobno približavanje koje vodi prema ekonomiji znanja
- Otvaranje novih tržišta i regionalne političke promjene
- Pojava gospodarstva koje se ravna prema potrošaču
- Uspon nevladinih organizacija (NVO-i)
- Nedostatak povjerenja u institucije tržišnog gospodarstva.

Na temelju brojnih razmatranja posljednjih godina otvaraju se nova područja kojima se društveno odgovorno poslovanje bavi. Može se reći da se sljedeća tri područja najviše ističu i smatraju se glavnim temama DOP-a, a to su:[23]

- **Okoliš:** Odgovornost prema okolišu prioritet je gospodarstva već godinama. Na temu upravljanja okolišem formulirane su brojne vanjske norme, te su utvrđena mjerila i smjernice. Neke od njih su: standard Međunarodne organizacije za normizaciju ISO 14000, Povelja o održivom razvoju za poslovni sektor Međunarodne trgovinske komore, CERES-ova načela, UN-ov Globalni sporazum i Globalna inicijativa za izvještavanje (GRI), Program ekološkog upravljanja i nadzora (EMAS) Europske Unije.

[20] Tafra Vlahović, M. (2009): Konceptualni okvir društveno odgovornog poslovanja, Hrčak, [Internet], raspoloživo na: http://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=142659
[21] Bagić, A., Škrabalo, M., Narančić, L. (2004): Pregled društvene odgovornosti poduzeća u Hrvatskoj, Zagreb: AED – Academy for Educational Development, str.11.
[22] Bagić, A., Škrabalo, M., Narančić, L. (2004): Pregled društvene odgovornosti poduzeća u Hrvatskoj, Zagreb: AED – Academy for Educational Development, str.11.
[23] Bagić, A., Škrabalo, M., Narančić, L. (2004): Pregled društvene odgovornosti poduzeća u Hrvatskoj, Zagreb: AED – Academy for Educational Development, str.15.

- **Norme poslovanja i upravljanje:** Poslovno upravljanje smatralo se pitanjem kojim se prvenstveno bave tranzicijske zemlje i tržišta u razvoju. Ipak, brojni skandali u sferi poslovnog upravljanja, iznijeli su na svjetlo daleko raširenij problem. Loše norme poslovnog upravljanja najveća su prepreka ulaganjima u novonastalim tržišnim gospodarstvima te se bez primjerenih ulaganja država često nije sposobna suočiti s pritiskom socijalnih potreba svojih građana. Sve je veći broj inicijativa u svijetu koje nastoje unaprijediti norme poslovnog upravljanja.

- **Ljudska prava:** U posljednjih nekoliko godina sve više se prepoznaje veza između gospodarstva i ljudskih prava. Mnoga načela ljudskih prava su u izravnom ili neizravnom suodnosu s aktivnostima privatnog sektora, npr. korištenje dječje odnosno zatvoreničke radne snage. Kao rezultat, ljudska prava uključena su u globalna načela poslovanja u obliku:
    - sve većeg broja kodeksa ponašanja u poduzećima koji su nastali ugrađivanjem Univerzalne deklaracije o ljudskim pravima u vlastite kodekse, a koji štite ljudska i radna prava radnika i radnica
    - trgovinske sankcije uvedene protiv zemalja koje se oglušuju o međunarodne norme ljudskih prava
    - odluke dioničara kojima se tvrtke pozivaju da osiguraju obavljanje vlastite djelatnosti u skladu s normama ljudskih prava.

2.3.Dimenzije i područja društveno odgovornog poslovanja

Poslovati kao društveno odgovorno poduzeće ne znači samo poštivati i ispunjavati zakonske obveze. Društvena odgovornost je znatno više od toga jer obuhvaća investiranje u ljudski kapital, okoliš, tehnologije koje nisu opasne po okoliš, odnose s dionicima i sl. Sve prethodno navedeno može se sagledati kroz dvije dimenzije društvene odgovornosti, a to su:

- interna dimenzija i
- eksterna dimenzija.

Društveno odgovorno poslovanje je koncept koji se bavi pitanjima, aspektima i kriterijima s više različitih područja koja predstavljaju osnovne domene putem kojih se može definirati i opisati društvena odgovornost poduzeća kroz različite aktivnosti.

2.3.1. Ekonomska održivost

Područje ekonomske održivosti ne odnosi se na ekonomsku održivost poduzeća već na pozitivan utjecaj kojeg poduzeće može pružiti zajednici kroz svoje djelovanje što spada u eksternu dimenziju društvene odgovornosti. Prvi kriterij kojeg treba istaknuti je izravno stvorena i distribuirana vrijednost koja se očituje kroz prihode poduzeća kao i vrijednosti koje poduzeće isplaćuje davateljima kapitala, radnicima, vladi i zajednici.[24] Poduzeća pokazuju svoju odgovornost prije svega ispunjenjem svojih obveza prema lokalnoj zajednici, a najčešće se to očituje kroz plaćanje poreza. Poduzeća također doprinose lokalnim zajednicama na način da osiguravaju radna mjesta.[25]

Jedan od kriterija je i omjer početne plaće po spolu i minimalne lokalne plaće koji pokazuje koliko poduzeće ulaže u svoje zaposlenike i doprinosi njihovom blagostanju. Ukoliko poduzeće nudi plaću veću od minimalne to predstavlja prvi korak u izgradnji jačih odnosa sa zajednicom, lojalnosti zaposlenika i jačanju društvene dozvole za rad u zajednici.[26]

Osim ulaganja u ljudski kapital poduzeće može svoju društvenu odgovornost pokazati i ulaganjem u infrastrukturu lokalne zajednice. Ta ulaganja mogu se protezati i izvan djelokruga poslovne djelatnosti poduzeća te obuhvaćati prometne veze, komunalne službe, društvene objekte zajednice, sportske centre, centre za zdravstvenu i socijalnu skrb i sl.[27]

2.3.2. Opredijeljenost poduzeća za stratešku primjenu društveno odgovornog poslovanja

Poduzeće je ozbiljno pristupilo društveno odgovornom poslovanju kada se takav način poslovanja provodi na razini uprave. Kada je odgovornost za uvođenje i ostvarene rezultate

[24] Matešić, M., Pavlović, D., Bartoluci, D. (2015): Društveno odgovorno poslovanje, VPŠ Libertas, Zagreb, str. 39.
[25] Pavić-Rogošić, L.: Društveno odgovorno poslovanje (DOP), ODRAZ, [Internet], raspoloživo na: http://www.odraz.hr/media/21845/dop.pdf
[26] Matešić, M., Pavlović, D., Bartoluci, D. (2015): Društveno odgovorno poslovanje, VPŠ Libertas, Zagreb, str. 39-40.
[27] Matešić, M., Pavlović, D., Bartoluci, D. (2015): Društveno odgovorno poslovanje, VPŠ Libertas, Zagreb, str. 40 .

provođenja društvene odgovornosti dodijeljena članu uprave to upućuje na razumijevanje svrhe uvođenja takvog koncepta poslovanja u poduzeće.[28]

Još jedan dokaz da je poduzeće ozbiljno pristupilo konceptu društvene odgovornosti je postojanje društveno odgovornog poslovanja u strateškim dokumentima. Pri tom se ne misli da je društveno odgovorno poslovanje samo spomenuto u misiji i viziji poduzeća već postoje razrađeni planovi, budžeti, ciljevi i mjerljivi pokazatelji za provedbu takve strategije te su određene osobe ili odjeli odgovorni za provođenje planiranih aktivnosti.[29]

Svaka odluka koju poduzeće donosi mora biti razmotrena s aspekta društveno odgovornog poslovanja pa tako i promjene koje su nužne kako bi poduzeća smanjila troškove, povećala produktivnost, kvalitetu te usluge za potrošače. Restrukturiranje poslovanja, koje predstavlja internu dimenziju društvene odgovornosti, često vodi zatvaranju pogona ili otpuštanju radnika što može imati loše posljedice te dovesti do socijalnih kriza.[30]

Restrukturiranje na društveno odgovoran način znači da poduzeće treba pronaći ravnotežu između mogućih alternativa. Uvođenje promjena je jako veliki korak te mora bit pažljivo isplanirano, uz uključivanje svih potencijalnih rizika, troškova, alternativnih strategija i sl.[31]

2.3.3. Radna okolina

Područje radne okoline spada u internu dimenziju društvene odgovornosti i prije svega se odnosi na odgovornu politiku zapošljavanja što obuhvaća udio žena u menadžmentu, zapošljavanje teško zapošljivih skupina, omogućavanje cjeloživotnog učenja i redovnu isplatu plaća.[32] Upravljanje ljudskim resursima predstavlja veliki zadatak za sva poduzeća jer se pred

[28] Matešić, M., Pavlović, D., Bartoluci, D. (2015): Društveno odgovorno poslovanje, VPŠ Libertas, Zagreb, str. 41.
[29] Matešić, M., Pavlović, D., Bartoluci, D. (2015): Društveno odgovorno poslovanje, VPŠ Libertas, Zagreb, str. 41.
[30] Pavić-Rogošić, L.: Društveno odgovorno poslovanje (DOP), ODRAZ, [Internet], raspoloživo na: http://www.odraz.hr/media/21845/dop.pdf
[31] Pavić-Rogošić, L.: Društveno odgovorno poslovanje (DOP), ODRAZ, [Internet], raspoloživo na: http://www.odraz.hr/media/21845/dop.pdf
[32] Matešić, M., Pavlović, D., Bartoluci, D. (2015): Društveno odgovorno poslovanje, VPŠ Libertas, Zagreb, str. 42.

njih postavlja izazov kako privući i zadržati zaposlenike koji imaju odgovarajuća znanja i vještine.[33]

Kako bi zadržala zaposlenike poduzeća trebaju ulagati u njih i pružiti im odgovarajuću sigurnost kako bi oni dali svoj maksimum u obavljanju radnih zadataka. U tom kontekstu, odgovarajuće mjere mogu uključivati cjeloživotno učenje, edukacije, seminare, bolji protok informacija među zaposlenicima, bolju uravnoteženost između rada, obitelji i slobodnog vremena, jednake plaće, ravnopravnost među zaposlenicima, sigurnost na poslu, zaštita zaposlenih i sl.[34]

Društveno odgovornom poduzeću je cilj privući različito kvalificirane zaposlenike i otkloniti praksu diskriminacije prilikom zapošljavanja. Otvorenost poduzeća za zapošljavanje svih skupina zaposlenika omogućuje mu raznolikost unutar radne snage što stvara mogućnost kreiranja kvalitetnijih i kreativnijih timova koji su spremni za stvaranje boljih rješenja.

Poduzeće koje posluje prema konceptu društvene odgovornosti brine se za kvalitetu i sigurnost radnih uvjeta uvođenjem sustava upravljanja zaštitom na radu. Sigurnost i zdravlje zaposlenika poduzeću bi trebalo biti na prvom mjestu jer na taj način stječe povjerenje zaposlenika, ali i smanjuje troškove potencijalnih nezgoda. Jako je bitno da su svi zaposlenici upoznati s uvjetima rada i da se pridržavaju pravila te da postoji sustav kontrola koji je zadužen pratiti provođenje zaštite na radu. [35]

Kako bi se poslovanje nesmetano odvijalo bitno je razviti radnu klimu koja potiče zaposlenike na komunikaciju što osigurava bolji protok informacija i bolju suradnju timova, iskoristivost kapaciteta te kvalitetnije procese donošenja odluka.[36]

[33]Pavić-Rogošić, L.: Društveno odgovorno poslovanje (DOP), ODRAZ, [Internet], raspoloživo na: http://www.odraz.hr/media/21845/dop.pdf
[34] Pavić-Rogošić, L.: Društveno odgovorno poslovanje (DOP), ODRAZ, [Internet], raspoloživo na: http://www.odraz.hr/media/21845/dop.pdf
[35] Matešić, M., Pavlović, D., Bartoluci, D. (2015): Društveno odgovorno poslovanje, VPŠ Libertas, Zagreb, str. 45.
[36] Matešić, M., Pavlović, D., Bartoluci, D. (2015): Društveno odgovorno poslovanje, VPŠ Libertas, Zagreb, str. 45.

2.3.4. Zaštita okoliša

Odluke poduzeća utječu na okoliš bez obzira gdje se ono nalazi i djeluje. Taj utjecaj može bit povezan s upotrebom resursa, zagađivanjem i stvaranjem otpada, mjestom aktivnosti i utjecajem na prirodna staništa. Društvo se susreće s mnogim okolišnim izazovima poput osiromašivanja prirodnih resursa, zagađenjima, klimatskim promjenama, nestankom vrsta, uništavanjem staništa, propasti cijelih ekosustava i propadanjima urbanih i ruralnih naselja. Zbog povećanja broja stanovnika kao i potrošnje do ovakvih promjena dolazi sve češće i to predstavlja prijetnju ljudskoj sigurnosti, zdravlju i dobrobiti zajednice.[37]

Ova kategorija društveno odgovornog poslovanja bitna je za strateško planiranje i donošenje odluka jer se smatra da bi se u strategiju poduzeća trebala uključiti i procjena učinka poduzeća i pojedinih poslovnih odluka na okoliš. Poduzeća ne mjere učinke na okoliš zbog zakonske obveze već taj segment praćenja aktivnosti i utjecaja na okoliš doprinosi dobrobiti zajednice u kojoj posluje što rezultira brojnim pogodnostima poput pozitivnog imidža u javnosti i stvaranju konkurentnih prednosti.[38]

Mnoga poduzeća su aktivna na području zaštite okoliša te takve akcije mogu sezati od lokalnih djelovanja pa sve do međunarodnih i globalnih te se na taj način stvara globalna briga za okoliš što predstavlja eksternu dimenziju društvene odgovornosti. Poslovni sektor zauzima sve veću ulogu u postizanju održivog razvoja.[39]

2.3.5. Odnosi na tržištu

U eksternu dimenziju društvene odgovornosti spadaju i odnosi na tržištu koji su bitan segment u poslovanju poduzeća, a obuhvaćaju politiku poduzeća prema konkurenciji, ali i odnose sa dobavljačima i kupcima.

Kako bi poduzeće uopće poslovalo potrebni su mu dobavljači koji mu osiguravaju resurse potrebne za rad pa je važno da poštuje uvjete koji su dogovoreni za neometano odvijanje

[37] Matešić, M., Pavlović, D., Bartoluci, D. (2015): Društveno odgovorno poslovanje, VPŠ Libertas, Zagreb, str. 48.
[38] Matešić, M., Pavlović, D., Bartoluci, D. (2015): Društveno odgovorno poslovanje, VPŠ Libertas, Zagreb, str. 49.
[39] Pavić-Rogošić, L.: Društveno odgovorno poslovanje (DOP), ODRAZ, [Internet], raspoloživo na: http://www.odraz.hr/media/21845/dop.pdf

poslovanja. Ponajprije se tu radi o podmirivanju obveza na vrijeme što pokazuje odgovornost poduzeća. U suprotnom, nepoštivanje obveza plaćanja unutar ugovorenog roka diskvalificira poduzeće iz kruga poduzeća koja se mogu smatrati društveno odgovornima.[40]

Drugi faktor o kojem je poduzeće ovisno na tržištu su kupci odnosno potrošači pa je potrebno posvetiti posebnu pažnju pristupu prema njima. Odgovornost proizvođača očituje se prije svega u tome da kupcu ponudi siguran proizvod ili uslugu koji će na zadovoljavajući način ispuniti predviđenu funkciju bez rizika za zdravlje i sigurnost. Također bi se trebalo pridržavati zakonskih propisa kod označavanja proizvoda kako bi kupcima bile raspoložive sve potrebne informacije prilikom donošenja odluke o kupnji.[41]

Zadnju, ali ne manje važnu, kariku u lancu tržišnih odnosa čini konkurencija. Ponašanje suprotno načelu tržišnog natjecanja, antitrustovske i monopolističke prakse mogu utjecati na izbor kupca, određivanje cijena i druge čimbenike koji su bitni za učinkovitost tržišta.[42]

Odnosi se grade kroz stjecanje povjerenja, fer poslovanje, poštivanje želja i potreba potrošača, dobavljača i partnera te dobrom kvalitetom proizvoda i usluga. Fer cijene, poštivanje rokova izrade i dostave te dobra komunikacija može doprinijeti društveno odgovornom poslovanju kroz cijeli dobavljački lanac.[43]

2.3.6. Ulaganje u zajednicu

Posljednje, ali ne manje važno, područje društveno odgovornog poslovanja predstavlja lokalna zajednica odnosno ulaganje u zajednicu. Kako bi se kreirali razvojni programi i pravilno procijenile potrebe lokalne zajednice ključan element je komunikacija s predstavnicima lokalne zajednice.[44]

---

[40] Matešić, M., Pavlović, D., Bartoluci, D. (2015): Društveno odgovorno poslovanje, VPŠ Libertas, Zagreb, str. 52.
[41] Matešić, M., Pavlović, D., Bartoluci, D. (2015): Društveno odgovorno poslovanje, VPŠ Libertas, Zagreb, str. 52-53.
[42] Matešić, M., Pavlović, D., Bartoluci, D. (2015): Društveno odgovorno poslovanje, VPŠ Libertas, Zagreb, str. 45.
[43] Pavić-Rogošić, L.: Društveno odgovorno poslovanje (DOP), ODRAZ, [Internet], raspoloživo na: http://www.odraz.hr/media/21845/dop.pdf
[44] Matešić, M., Pavlović, D., Bartoluci, D. (2015): Društveno odgovorno poslovanje, VPŠ Libertas, Zagreb, str. 54-55.

Kada se ustanove potrebe zajednice na temelju informacija dobivenih konzultacijama poduzeće kreira program potpore. Najkorisniji su projekti koje zajednički provode poduzeće i lokalni predstavnici, a takve aktivnosti prilika su da se aktiviraju volonteri iz poduzeća i pruže svoj maksimum u ostvarivanju postavljenih ciljeva.[45]

Briga za zajednicu u kojoj poduzeće posluje spada u eksternu dimenziju društvene odgovornosti. Poduzeća su često uključena u život lokalne zajednice kroz razna partnerstva sa zajednicama, humanitarne projekte, donacije, očuvanja okoliša, sponzoriranja lokalnih sportskih klubova i kulturnih manifestacija, a brigu za zajednicu pokazuju i kroz zapošljavanje ljudi s posebnim potrebama.[46]

Da bi se projekti ostvarili poduzeća doniraju novčana sredstva neprofitnom sektoru (organizacijama civilnog društva, lokalnoj upravi i samoupravi, institucijama obrazovnog i zdravstvenog tipa) u postotku od ostvarenih prihoda. Međutim, poduzeća mogu sudjelovati u razvoju zajednice i na druge načine osim doniranja novčanih sredstava. Radno vrijeme zaposlenika za rad na nekom društveno korisnom projektu, doniranje robe te stručne pomoći u upravljanju projektima također su vrijedne donacije civilnom sektoru i neprofitnim organizacijama.[47]

2.4.Vrste društvene odgovornosti

Prema Daftu društvena odgovornost poduzeća ima svoju hijerarhiju u kojoj se na najnižoj razini nalazi odgovornost za ostvarenje profita, zatim slijedi poštivanje zakona, nakon toga etičnost u poslovanju i konačno doprinos poduzeća društvu. Ove su odgovornosti poredane odozdo prema gore u zavisnosti o njihovoj veličini i frekvenciji kojom im menadžer pristupa.[48]

[45] Matešić, M., Pavlović, D., Bartoluci, D. (2015): Društveno odgovorno poslovanje, VPŠ Libertas, Zagreb, str. 55.
[46] Pavić-Rogošić, L.: Društveno odgovorno poslovanje (DOP), ODRAZ, [Internet], raspoloživo na: http://www.odraz.hr/media/21845/dop.pdf
[47] Matešić, M., Pavlović, D., Bartoluci, D. (2015): Društveno odgovorno poslovanje, VPŠ Libertas, Zagreb, str. 55.
[48] Buble, M. (2000): Menadžment, Ekonomski fakultet Split, Split, str. 104.



Dijagram 1: Hijerarhija društvene odgovornosti poduzeća prema Daftu 1997.

Izvor: Buble, M. (2000): Menadžment, Ekonomski fakultet Split, Split

Značenje svake od navedenih vrsta društvene odgovornosti poduzeća s dijagrama 1 je sljedeće:[49]

- *Ekonomska odgovornost*

Temeljna ekonomska jedinica društva je ekonomska odgovornost koja ujedno predstavlja i prvu razinu društvene odgovornosti. Ekonomska odgovornost označava proizvodnju dobara i usluga koje društvo želi uz maksimizaciju profita za vlasnike i dioničare. Poduzeće treba operirati na profitno orijentiranoj osnovi s njegovom jedinom misijom rasta profita tako dugo dok se drži pravila igre.

- *Zakonska odgovornost*

Zakonska odgovornost definira što društvo smatra kao važno s obzirom na primjereno ponašanje poduzeća. Od poduzeća se očekuje da ispunjava svoje ekonomske ciljeve unutar zakona koje su donijeli nadležni organi.

[49] Buble, M. (2000): Menadžment, Ekonomski fakultet Split, Split, str. 104-105.

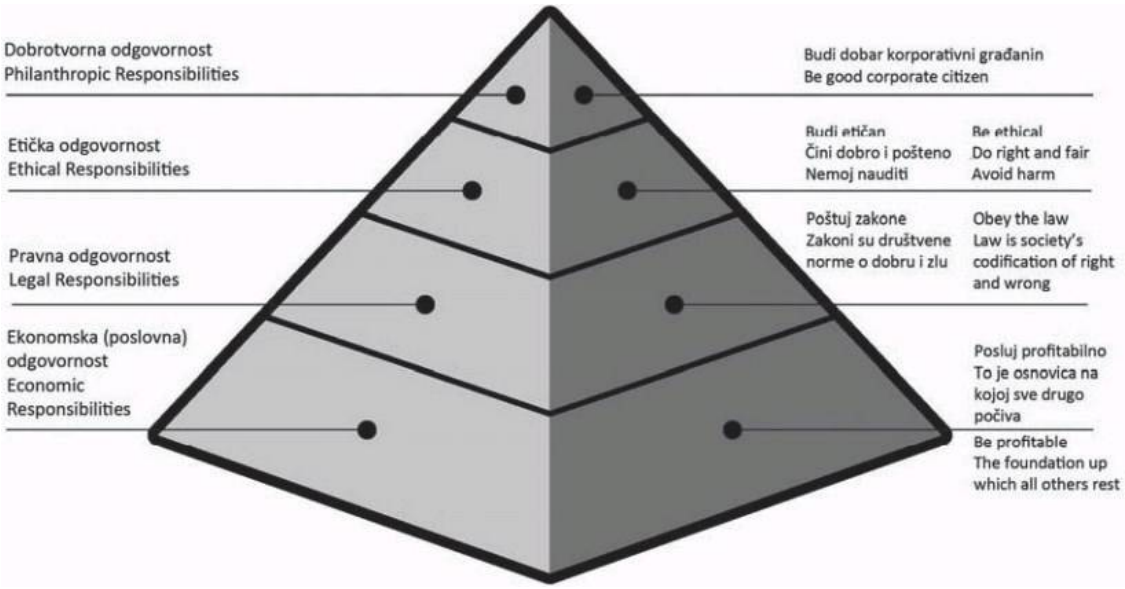
- *Etička odgovornost*

Treću razinu odgovornosti predstavlja etička odgovornost koja uključuje ponašanja koja nisu neophodno definirana u zakonu i ne smiju služiti direktnim ekonomskim interesima poduzeća. Pravičnost, poštenje i pravednost, respektiranje prava pojedinca te osiguranje različitih tretmana pojedinca, kada je to važno za ciljeve i zadatke poduzeća, označavaju etičnog donositelja odluka u poduzeću.

- *Diskrecijska odgovornost*

Društveni doprinosi bez obzira na ekonomiju, pravo i etiku koji su isključivo dobrovoljni i vode se željama poduzeća spadaju pod diskrecijsku odgovornost. To podrazumijeva aktivnosti koje obuhvaćaju filantropski doprinos koji ne nudi povrat poduzeću, niti se on očekuje. Diskrecijska odgovornost prelazi socijalna očekivanja za doprinosom dobrobiti zajednice te označava najviši kriterij socijalne odgovornosti.

Drugu podjelu društvene odgovornosti pod nazivom „piramida društvene odgovornosti“ je dao profesor Archie B. Carroll, direktor Centra za neprofitne organizacije na poslovnoj školi Terry College of Business, što se vidi na slici 1.



Slika 1: Piramida društvene odgovornosti Archiea Carolla iz 1991.

Izvor: Cerjan-Letica, G. (2010): Piramida profesionalne i poslovne odgovornosti u hrvatskoj stomatologiji, Acta Stomatologica Croatica, 44 (2)

Slika 1 pokazuje četiri vrste društvene odgovornosti:[50]

- *Ekonomska odgovornost* (eng. Economic Responsibility)

  Ekonomska odgovornost prema vlasnicima primarna je i najvažnija odgovornost korporacije. Profitabilnost je preduvjet za ostale oblike društvene odgovornosti.

- *Pravna odgovornost* (eng. Legal Responsibility)

  Carroll smatra da svaka korporacija mora biti odgovorna pravna osoba koja poštuje slovo i duh svih zakona te ostalih propisa kodificiranih kao pravila ponašanja, a odnose se na tvrtke i/ili građane.

- *Etička odgovornost* (eng. Ethical Responsibility)

  Na toj razini nije dostatno da je tvrtka profitabilna i da poštuje zakone, nego se traži etičnost, tj. da se ponaša u skladu s etičkim normama korporativne društvene odgovornosti.

- *Filantropska odgovornost* (eng. Philanthropic Responsibility)

  Na vrh piramide društvenih odgovornosti Carroll je postavio obvezu tvrtke da bude dobar korporativni građanin, tj. da donacijama i dobročinstvom pridonosi boljitku ljudi i zajednice u kojoj djeluje.

2.5.Modeli društvene odgovornosti

Menadžment društveno odgovornog poduzeća postavlja pitanje „odgovornosti prema komu?“. Iz tog razloga javlja se dilema oko toga da li je poduzeće ekonomski entitet pa mu je stoga cilj ostvarivanje profita za svoje vlasnike ili je socioekonomski entitet koje ima za cilj ostvarivanje ekonomskog i socijalnog doprinosa društvu.[51]

Kao odgovor na ova dva pitanja razlikujemo dva modela društvene odgovornosti, a to su:

- stockholder model
- stakeholder model

[50] Cerjan-Letica, G. (2010): Piramida profesionalne i poslovne odgovornosti u hrvatskoj stomatologiji, Acta Stomatologica Croatica, 44 (2), Hrčak, [Internet], raspoloživo na: http://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=84578

[51] Buble, M. (2000): Menadžment, Ekonomski fakultet Split, Split, str. 102.

Stockholder model

Stockohlder model naziva se još i klasični ekonomski model koji polazi od toga da je poduzeće u privatnom vlasništvu te za cilj ima isključivo maksimiziranje profita. Društvena odgovornost poduzeća najbolje se manifestira tržišnim transakcijama u odnosu na različite interesne grupe kao što su zaposlenici, kupci, dobavljači i drugi. Što se tiče menadžmenta oni pak najbolje svoju društvenu odgovornost manifestiraju brigom o financijskim interesima dioničara.[52]

Stakeholder model

Stakeholder model poznat i pod nazivom socioekonomski model polazi od toga da poduzeće treba služiti cjelokupnom društvu te nema samo jedan cilj već više njih. Stakeholdere možemo promatrati u užem i širem smislu. U užem smislu to su grupe o kojima zavisi opstanak poduzeća (dioničari, zaposlenici, kupci, dobavljači i drugi), a u širem smislu to su grupe pojedinaca koje mogu utjecati na poduzeće i na koje ono utječe svojim proizvodima, politikama i radnim procesima (grupe od javnog interesa, protestantske grupe, lokalna društva, vladine organizacije, trgovačka udruženja, konkurenti, sindikati i tisak). Poduzeće se smatra društveno odgovornim ako vodi brigu o interesima različitih stakeholder grupa.[53]

Tablica 2 prikazuje bitne razlike između ova dva modela.

Tablica 2: Suprotstavljeni modeli poslovanja prema Kreitneru

Ekonomski model (osnovni naglasak na):	Socioekonomski model (osnovni naglasak na):
Proizvodnja	Kvaliteta života
Eksploatacija resursa	Očekivanje resursa i sklad s prirodom
Tržišno utemeljenje	U nekim područjima društvena kontrola tržišnih odluka
Ekonomski povrat resursa	Uravnoteženi ekonomski i društveni povrat resursa
Individualni interesi	Zajednički interesi: ljudi rade u međuzavisnom sistemu koji zahtjeva koordinaciju
Mala uloga države	Aktivna uloga države

Izvor: Buble, M. (2000): Menadžment, Ekonomski fakultet Split, Split

[52] Buble, M. (2000): Menadžment, Ekonomski fakultet Split, Split, str. 102-103.
[53] Buble, M. (2000): Menadžment, Ekonomski fakultet Split, Split, str. 103.

Različita stajališta o društvenoj odgovornosti rezultirala su i argumentima *za* i *protiv* društvene odgovornosti poduzeća. U tom smislu se ističu četiri argumenta *za* i četiri argumenta *protiv* društvene odgovornosti.[54]

Argumenti *za*:

- poduzeće je neizbježno uključeno u društvena pitanja,
- poduzeće raspolaže resursima kojima se može uhvatiti u koštac sa složenim društvenim problemima,
- bolje društvo znači i bolju okolinu za poduzeće,
- društveno odgovorna akcija poduzeća spriječit će vladinu intervenciju.

Argumenti *protiv*:

- maksimizacija profita osigurava efikasnu upotrebu društvenih resursa,
- kao ekonomska institucija poduzeće nema sposobnost da ostvaruje društvene ciljeve,
- poduzeće već ima previše moći,
- budući da menadžeri nisu izabrani, nisu direktno ni odgovorni narodu.

2.6.Strategije društvene odgovornosti

Različiti i specifični društveni zahtjevi stvorili su četiri tipa strategija društvene odgovornosti, a to su:[55]

- *Opstruktivna (Obstructive)*

  Poduzeća negiraju odgovornost u nastojanju da se održi status quo.

- *Defenzivna (Defensive)*

  Koriste se zakonska sredstva i marketing akcije da bi se izbjeglo preuzimanje dodatnih odgovornosti.

[54] Buble, M. (2000): Menadžment, Ekonomski fakultet Split, Split, str. 103.
[55] Buble, M. (2000): Menadžment, Ekonomski fakultet Split, Split, str. 105.

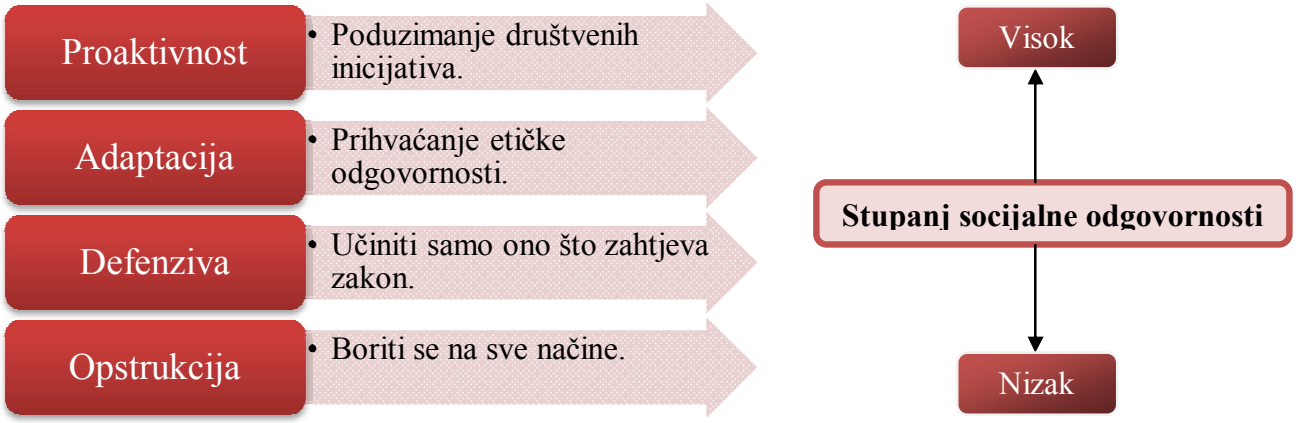
- *Adaptivna (Accommodative)*

Poduzeće prihvaća društvenu odgovornost za svoje akcije pokušavajući ispuniti ekonomsku, zakonsku i etičku odgovornost.

- *Proaktivna (Proactive)*

Poduzeće preuzima vodstvo u društvenim pitanjima definiranjem programa društvene odgovornosti koje služi kao model drugima.

Dijagram 2 pokazuje odgovor poduzeća na društvene zahtjeve putem različitih strategija.



Dijagram 2: Odgovor korporacije na društvene zahtjeve prema Daftu

Izvor: Buble, M. (2000): Menadžment, Ekonomski fakultet Split, Split

2.7.Indeks DOP-a

Indeks DOP-a je metodologija za ocjenjivanje odgovornih praksi u poslovanju hrvatskih tvrtki. Business in the Community CR Index, kao i slične svjetske metodologije, je uzorak po kojem je napravljen indeks DOP-a u Hrvatskoj. Nagrada se jednom godišnje dijeli u kategoriji malih, srednjih, velikih i javnih tvrtki zajednički od strane Hrvatske gospodarske komore (*HGK*) i Hrvatskog poslovnog savjeta za održivi razvoj (*HR PSOR*).[56]

[56] Hrvatska gospodarska komora, Indeks DOP-a [Internet], raspoloživo na: https://dop.hgk.hr/

2.7.1. Povijest projekta

Prva Konferencija o društveno odgovornom poslovanju u Hrvatskoj je održana 8. prosinca 2004. godine na kojoj je sudjelovalo više od 150 predstavnika poduzeća, poslovnih udruženja, Vlade, stručnih organizacija, akademske zajednice, sindikata i nevladinih organizacija. Na Prvoj konferenciji definirana su osnovna područja djelovanja i moguća poboljšanja u društveno odgovornim praksama hrvatskih poduzeća.[57]

Sporazum o suradnji između Hrvatskog poslovnog savjeta za održivi razvoj i Hrvatske gospodarske komore potpisan je 15. studenoga 2006. godine čija je svrha bila razvoj metodologije vrednovanja društveno odgovornih praksi članova HR PSOR-a i HGK-a te osmišljavanje nagrade kojom bi se vrednovale odgovorne poslovne prakse poduzeća te bi se ta nagrada dodjeljivala na godišnjoj razini.[58]

Realizacija inicijative kroz zajedničku suradnju HR PSOR-a i HGK-a ostvarena je u travnju 2007. godine. Podršku projektu pružio je i UNDP Hrvatska, a financijska sredstva za projekt izrade metodologije osigurana su putem AED-a (Academy for Educational Development).[59]

Cilj projekta bio je popularizirati društveno odgovorno poslovanje u RH, u smislu jačanja tržišne pozicije poduzeća i izgradnje dobre reputacije, kroz sve segmente poslovanja. To znači odgovornost uprave i menadžmenta, kroz sve poslovne procese uz osiguranje profitabilnosti, upravljanje okolišem i zajednicom, uključujući ključne zainteresirane dionike.[60]

2.7.2. Metodologija Indeksa DOP-a

Metodologija definira niz kriterija za ocjenjivanje dobrovoljnih praksi hrvatskih poduzeća u šest područja kao što se vidi na dijagramu 3.[61]

---

[57] Hrvatski poslovni savjet za održivi razvoj, Povijesni razvoj Indeksa DOP-a [Internet], raspoloživo na: http://www.hrpsor.hr/povijesni-razvoj-projekta-indeks-dop-a-2-536.html

[58] Hrvatski poslovni savjet za održivi razvoj, Povijesni razvoj Indeksa DOP-a [Internet], raspoloživo na: http://www.hrpsor.hr/povijesni-razvoj-projekta-indeks-dop-a-2-536.html

[59] Hrvatski poslovni savjet za održivi razvoj, Povijesni razvoj Indeksa DOP-a [Internet], raspoloživo na: http://www.hrpsor.hr/povijesni-razvoj-projekta-indeks-dop-a-2-536.html

[60] Hrvatski poslovni savjet za održivi razvoj, Povijesni razvoj Indeksa DOP-a [Internet], raspoloživo na: http://www.hrpsor.hr/povijesni-razvoj-projekta-indeks-dop-a-2-536.html

[61] Hrvatska gospodarska komora, Indeks DOP-a [Internet], raspoloživo na: https://dop.hgk.hr/



Dijagram 3: Metodologija Indeksa DOP-a

Izvor: Glavočević, A., Radman Peša, A. (2013): Društveno odgovorno poslovanje i CRM kao način integriranja društvene odgovornosti u marketinške aktivnosti, Oeconomica Jardertina, Sveučilište u Zadru, Zadar,

U izradi metodologije sudjelovali su stručnjaci iz Hrvatske okupljeni u tijela projekta čime se entuzijazam stručnjaka pretočio u aktivan rad u smislu određivanja kriterija i definiranja načina, rokova i tijeka provedbe metodologije. Metodologija s ovih šest područja je pretočena u upitnike. Veliki upitnik sadrži 119 pitanja i njega ispunjavaju velike i srednje tvrtke, mali upitnik sadrži 61 pitanje prilagođeno za male tvrtke, a upitnik za javna poduzeća sadrži 92 pitanja.[62]

2.7.3. Sudjelovanje u Indeksu DOP-a

HGK svake godine upućuje poziv na 2.000 malih, srednjih, velikih i javnih tvrtki koje su prema kriterijima Zlatne kune u proteklom financijskim razdoblju poslovale pozitivno i rangirane su prema poslovnoj uspješnosti. Natječaj Indeksa DOP-a provodi se na godišnjoj razini temeljeno na financijskim pokazateljima za prethodno razdoblje. Za sudjelovanje je potrebno popuniti upitnik Indeksa DOP-a kojem može pristupiti svaki zainteresirani gospodarski subjekt koji je zadovoljio prethodno navedene uvjete. Svake godine upitnik je

[62] Hrvatska gospodarska komora, Indeks DOP-a [Internet], raspoloživo na: https://dop.hgk.hr/

moguće popunjavati od sredine rujna i u trajanju od minimalno 45 dana, a svako pozvano poduzeće dobije svoju poveznicu pod kojom ispunjava upitnik.[63]

Poduzeća koja ispune upitnik dobiju cjelovit uvid u razinu primjene društveno odgovornih praksi u tvrtki i mogućnost za uočavanje područja u kojima mogu unaprijediti svoje prakse. Temeljem rezultata iz upitnika i odluke stručnog povjerenstva najbolje tvrtke budu i nagrađene.[64]

Sve je više poduzeća koja primjenjuju koncept društveno odgovornog poslovanja jer u njemu vide djelotvorno sredstvo za stjecanje konkurentnih prednosti. Sve je više onih potrošača koji žele dobiti i veću vrijednost ne samo za sebe već i za cijelu zajednicu. Stoga dolazi do odabira onih poduzeća i/ili organizacija koje nude koristi za sve uključene strane. Potrošači postaju privrženiji onim poduzećima i organizacijama koji pokazuju zabrinutost za zajednicu i doprinose razvoju i dobru društvene zajednice.[65]

Indeks DOP-a kao nagrada za društveno odgovorno poslovanje u Republici Hrvatskoj dodatno utječe na poduzeća da ulažu u društveno odgovorno poslovanje i brinu se za zajednicu. Naravno, uvijek će se težiti boljem poslovanju i većim zaradama, ali uz to poduzeća sve više ističu zabrinutost za društvenu zajednicu jer tu zabrinutost vide kao glavno sredstvo diferencijacije među konkurentima.[66]

[63] Hrvatska gospodarska komora, Indeks DOP-a [Internet], raspoloživo na: https://dop.hgk.hr/
[64] Hrvatska gospodarska komora, Indeks DOP-a [Internet], raspoloživo na: https://dop.hgk.hr/
[65] Glavočević, A., Radman Peša, A. (2013): Društveno odgovorno poslovanje i CRM kao način integriranja društvene odgovornosti u marketinške aktivnosti, Oeconomica Jardertina, Sveučilište u Zadru, Zadar, str. 33., Hrčak, [Internet], raspoloživo na: http://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=170022
[66] Glavočević, A., Radman Peša, A. (2013): Društveno odgovorno poslovanje i CRM kao način integriranja društvene odgovornosti u marketinške aktivnosti, Oeconomica Jardertina, Sveučilište u Zadru, Zadar, str. 33., Hrčak, [Internet], raspoloživo na: http://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=170022

3. OSIGURAVAJUĆA I REOSIGURAVAJUĆA DRUŠTVA

3.1.Definicija društva za osiguranje i reosiguranje

Postoje razne definicije pojma osiguranja od strane mnogih teoretičara koji su pokušali taj pojam pobliže objasniti.

Njemački klasik u znanosti osiguranja Manes definirao je osiguranje kao „uzajamno namirivanje potreba mnogobrojnih i na isti način ugroženih subjekata, a koje nastaju slučajno i daju se procijeniti“.[67] Schutte smatra da su samo Grawe/Lunz opisali pojam osiguranja slično njegovoj definiciji, a oni pod osiguranjem smatraju „isplatu novčanih iznosa jednog fonda koji je formiran iz premije svih onih osoba koji su sudionici u odgovarajućoj vrsti osiguranja“.[68] Karl Marx je dao pravo znanstveno objašnjenje osiguranja kao ekonomske kategorije koje ističe nužnost postojanja pričuvnog fonda. Taj fond je ekonomska nužnost iz kojeg se financira otklanjanje šteta nastalih od elementarnih i sličnih nepogoda.[69]

Sama riječ osiguranje asocira na sigurnost i zaštitu. Naime, čovjeku i njegovoj imovini oduvijek su prijetile i prijete raznovrsne opasnosti, koje kad se ostvare, imaju za posljedicu štetu. Zbog toga se već davno javila potreba da se štetne posljedice nekog događaja prebace na širu zajednicu, u pravilu zajednicu osoba povezanih nekim bližim vezama. Tehnika raspodjele opasnosti prvobitno je izgledala kao uzajamno dijeljenje gubitaka odnosno šteta između članova neke zajednice, a u današnjici je to profesionalna organizacija koja se rasporedom rizika na širi krug osoba bavi kao zanimanjem. Ipak, podloga svake definicije osiguranja je da je to zajednica osoba izložena istoj vrsti rizika, u kojoj se plaćanjem premije svih članova prikupljaju sredstva potrebna da bi se članu koji ima štetu ta šteta i nadoknadila.[70]

[67] Bijelić, M. (2002): Osiguranje i reosiguranje, Tectus, Zagreb, str. 25.
[68] Bijelić, M. (2002): Osiguranje i reosiguranje, Tectus, Zagreb, str. 25. prema Schutte, E. (1966.): Das Versicherungswesen der Sovjer Union, Verlag, Duncker Humbolt, Berlin, str. 336.
[69] Bijelić, M. (2002): Osiguranje i reosiguranje, Tectus, Zagreb, str. 25.
[70] Ćurković, M. (2007): Obvezna osiguranja u prometu, Inženjerski biro d.d., Zagreb, str. 6-7.

3.1.1. Poslovi osiguranja

Kada se govori o poslovima osiguranja to podrazumijeva sklapanje i ispunjavanje ugovora o neživotnom odnosno ugovora o životnom osiguranju osim obveznih zdravstvenih, obveznih mirovinskih osiguranja i obveznih socijalnih osiguranja.[71]

Neživotna osiguranja dijele se na sljedeće vrste osiguranja:[72]

1. Osiguranje od nezgode, uključujući ozljede na radnom mjestu i profesionalne bolesti
2. Zdravstveno osiguranje
3. Osiguranje cestovnih vozila, osim tračnih vozila koje pokriva sva oštećenja ili gubitak cestovnih motornih vozila na vlastiti pogon i cestovnih vozila bez vlastitog pogona
4. Osiguranje tračnih vozila koje osigurava sva oštećenja ili gubitak tračnih vozila
5. Osiguranje zračnih letjelica koje pokriva sva oštećenja ili gubitak zračnih letjelica
6. Osiguranje plovila (morskih, riječnih, jezerskih plovila i plovila za plovidbu kanalima) koje pokriva sva oštećenja ili gubitak plovila za plovidbu kanalima i u riječnoj plovidbi, plovila u jezerskoj plovidbi i plovila u morskoj plovidbi
7. Osiguranje robe u prijevozu, uključujući robu, prtljagu i druga dobra, koje pokriva sva oštećenja ili gubitak robe u prijevozu ili prtljage, bez obzira na oblik prijevoza
8. Osiguranje od požara i elementarnih šteta koje pokriva sva oštećenja ili gubitak imovine, osim imovine uključene u vrste iz točaka 3., 4., 5., 6. i 7., kao posljedica djelovanja požara, eksplozije, oluje, elementarnih nepogoda osim oluje, atomske energije, pomicanja tla i ostalih dopunskih opasnosti
9. Ostala osiguranja imovine koja pokrivaju sva oštećenja ili gubitak imovine, osim imovine iz vrste osiguranja iz točaka 3.,4.,5.,6. i 7. kao posljedica svakog drugog događaja kao što je primjerice krađa
10. Osiguranje od odgovornosti za upotrebu motornih vozila koje pokriva sve vrste odgovornosti koje proizlaze iz upotrebe motornih vozila na vlastiti pogon, uključujući odgovornost prijevoznika

[71] Zakon HR: Zakon o osiguranju, NN 30/15, čl. 7, st. 1, [Internet], raspoloživo na: http://www.zakon.hr/z/369/Zakon-o-osiguranju
[72] Zakon HR: Zakon o osiguranju, NN 30/15, čl. 7, st. 2, [Internet], raspoloživo na: http://www.zakon.hr/z/369/Zakon-o-osiguranju

11. Osiguranje od odgovornosti za upotrebu zračnih letjelica koje pokriva sve vrste odgovornosti koje proizlaze iz upotrebe zračnih letjelica, uključujući odgovornost prijevoznika
12. Osiguranje od odgovornosti za upotrebu plovila koje pokriva sve vrste odgovornosti koje proizlaze iz upotrebe morskih, riječnih, jezerskih plovila i plovila za plovidbu kanalima, uključujući odgovornost prijevoznika
13. Ostala osiguranja od odgovornosti koja pokrivaju sve vrste odgovornosti, osim onih pod točkama 10., 11. i 12.
14. Osiguranje kredita koje pokriva nesolventnost, izvozne kredite, kredite s obročnim otplatama, hipotekarne kredite, poljoprivredne kredite te druge kredite i zajmove
15. Osiguranje jamstava koje pokriva izravno jamstvo i neizravno jamstvo
16. Osiguranje raznih financijskih gubitaka koje pokriva profesionalne rizike, nedostatne prihode, loše vrijeme, izgubljenu dobit, nepredviđene poslovne troškove, gubitak tržišne vrijednosti, gubitak najamnine, odnosno prihoda, druge posredne poslovne gubitke, druge neposlovne financijske gubitke te druge oblike financijskih gubitaka
17. Osiguranje troškova pravne zaštite pokriva troškove pravne zaštite i troškove sudskog ili kojeg drugog postupka
18. Osiguranje pomoći je osiguranje koje pokriva pomoć pruženu osobama koje zapadnu u teškoće za vrijeme puta, izvan doma ili uobičajenog boravišta.

Životna osiguranja dijele se na sljedeće vrste osiguranja:[73]

1. Životna osiguranja:
    - Osiguranje života (za slučaj doživljenja, za slučaj smrti, mješovito osiguranje života za slučaj smrti i doživljenja, s povratom premija, osiguranja kritičnih bolesti, doživotno osiguranje za slučaj smrti i ostala osiguranja)
    - Rentno osiguranje je osiguranje periodičnih isplata tijekom određenog razdoblja ili doživotno
    - Dopunska osiguranja uz osiguranje života su osiguranja koja se ugovaraju uz životno osiguranje i pokrivaju primjerice rizike: ozljede uključujući nesposobnost za rad, smrti zbog nezgode i invaliditeta zbog nezgode ili bolesti

[73] Zakon HR: Zakon o osiguranju, NN 30/15, čl. 7, st. 3, [Internet], raspoloživo na: http://www.zakon.hr/z/369/Zakon-o-osiguranju

2. Osiguranja za slučaj vjenčanja ili sklapanja životnog partnerstva ili rođenja je osiguranje koje pokriva rizik vjenčanja ili sklapanja životnog partnerstva ili doživljenja unaprijed određene dobi ili rođenja
3. Osiguranje života i rentno osiguranje kod kojih ugovaratelj osiguranja snosi rizik ulaganja je osiguranje vezano uz vrijednost udjela UCITS fonda kako je definiran zakonom kojim se uređuje osnivanje i poslovanje otvorenih investicijskih fondova s javnom ponudom, uz vrijednost imovine unutarnjeg fonda ili uz dionički indeks, odnosno drugu referentnu vrijednost
4. Tontine su osiguranja u kojima se osnivaju udruženja članova kako bi zajednički kapitalizirali svoje doprinose i potom raspodijelili tako prikupljena sredstva preživjelim članovima ili korisnicima umrlih članova
5. Osiguranje s kapitalizacijom isplate je osiguranje temeljeno na aktuarskim izračunima kod kojeg se u zamjenu za jednokratno, odnosno višekratno plaćanje unaprijed ugovorenog iznosa premije preuzimaju obveze isplate iznosa u određenoj visini kroz određeno razdoblje
6. Upravljanje sredstvima zajedničkih mirovinskih fondova koji uključuju očuvanje kapitala ili plaćanje minimalnih kamata

3.1.2. Poslovi reosiguranja

Poslovi reosiguranja su sklapanje i ispunjavanje ugovora o reosiguranju kojim se prenosi višak rizika iznad samopridržaja društva za osiguranje društvu za reosiguranje, odnosno društvu za osiguranje koje ima odobrenje za obavljanje poslova reosiguranja.[74]

Društvo za osiguranje mora kod ugovora o reosiguranju pokriti samo onaj dio preuzetih osiguranih rizika koji prema tablicama maksimalnog pokrića prelaze udjele u kompenzaciji rizika. Iznimno, kod pojedinačnih ugovora o reosiguranju samopridržaj društva za osiguranje može biti manji nego u tablicama maksimalnog pokrića.[75]

[74] Zakon HR: Zakon o osiguranju, NN 30/15, čl. 9, st. 1, [Internet], raspoloživo na: http://www.zakon.hr/z/369/Zakon-o-osiguranju
[75] Zakon HR: Zakon o osiguranju, NN 30/15, čl. 10, st. 1, [Internet], raspoloživo na: http://www.zakon.hr/z/369/Zakon-o-osiguranju

Društvo za osiguranje dužno je za svaku poslovnu godinu prihvatiti program planiranog reosiguranja. Program planiranog reosiguranja mora obuhvaćati:[76]

1. Izračunati samopridržaj prema pojedinim vrstama osiguranja.
2. Tablicu maksimalnog pokrića sastavljenu na temelju prethodne točke.
3. Postupke, osnovice i mjerila za utvrđivanje najveće vjerojatne štete za pojedine preuzete osigurane rizike.

3.1.3. Oblik i djelatnost društva

Društvo za osiguranje može biti osnovano samo kao dioničko društvo, europsko društvo ili kao društvo za uzajamno osiguranje. Društvo za reosiguranje može biti osnovano samo kao dioničko društvo ili europsko društvo.[77]

Prema Zakonu o računovodstvu društva za osiguranje i reosiguranje su osnovana sukladno propisima Republike Hrvatske čiji su vrijednosni papiri uvršteni na uređeno tržište bilo koje države članice kako je uređeno zakonom kojim se uređuje tržište kapitala i smatraju se subjektima od javnog interesa i spadaju u kategoriju velikih poduzetnika.[78] Obvezi revizije godišnjih financijskih izvještaja podliježu godišnji odvojeni i konsolidirani financijski izvještaji društava za osiguranje i reosiguranje.[79]

Društvo za osiguranje mora ograničiti svoje ciljeve na poslove osiguranja i poslove koji izravno proizlaze iz osiguranja, pri čemu su isključene sve druge poslovne djelatnosti osim poslova reosiguranja ako za obavljanje tih poslova društvo za osiguranje ima odobrenje Hrvatske agencije za nadzor financijskih usluga (HANFA). Društvo za reosiguranje mora ograničiti svoje ciljeve na poslove reosiguranja i povezane poslove koji izravno proizlaze iz reosiguranja, pri čemu su isključene sve druge poslovne djelatnosti osim funkcije holdinga i

[76] Zakon HR: Zakon o osiguranju, NN 30/15, čl. 11, st. 1-2, [Internet], raspoloživo na: http://www.zakon.hr/z/369/Zakon-o-osiguranju
[77] Zakon RH: Zakon o osiguranju, NN 30/15, čl. 19, st. 1-2, [Internet], raspoloživo na: http://www.zakon.hr/z/369/Zakon-o-osiguranju
[78] Zakon RH: Zakon o računovodstvu, NN 78/15, 134/15, čl. 3, čl. 5, st. 5, [Internet], raspoloživo na: http://www.zakon.hr/z/118/Zakon-o-ra%C4%8Dunovodstvu
[79] Zakon RH: Zakon o računovodstvu, NN 78/15, 134/15, čl. 20, st. 1, [Internet], raspoloživo na: http://www.zakon.hr/z/118/Zakon-o-ra%C4%8Dunovodstvu

djelatnosti u vezi s djelatnostima financijskog sektora u skladu sa zakonom kojim se uređuje dodatna supervizija financijskih konglomerata.[80]

3.1.4. Temeljni kapital i dionice

Temeljni kapital pri osnivanju društva za osiguranje i društva za reosiguranje odnosno proširenju odobrenja za obavljanje poslova osiguranja društva za osiguranje ne smije biti manji od iznosa apsolutnog praga minimalnog potrebnog kapitala.[81] Prag minimalnog potrebnog kapitala iznosi:[82]

- 19.500.000,00 kn za društva za neživotno osiguranje, uključujući vlastita društva
- 28.860.000,00 kn za društva za životno osiguranje, uključujući vlastita društva
- 28.080.000,00 kn za društva za reosiguranje, osim u slučaju vlastitih društava (prag 9.360.000,00 kn)
- Zbroj prve dvije točke (48.360.000,00 kn) za društva koja istodobno obavljaju djelatnosti životnih i neživotnih osiguranja

Sredstva temeljnog kapitala društva za osiguranje i reosiguranje ne smiju potjecati iz zajmova ili kredita niti biti opterećena na bilo koji način.[83]

Dionice društva za osiguranje moraju glasiti na ime, izdane u nematerijaliziranom obliku i biti u cijelosti uplaćene u novcu prije upisa osnivanja ili upisa povećanja temeljnog kapitala dioničkog društva za osiguranje u sudski registar. Povlaštene dionice društva za osiguranje mogu biti do najviše 25 % ukupnih dionica dioničkog društva za osiguranje.[84]

---

[80] Zakon RH: Zakon o osiguranju, NN 30/15, čl. 20, st. 1-2, [Internet], raspoloživo na: http://www.zakon.hr/z/369/Zakon-o-osiguranju

[81] Zakon RH: Zakon o osiguranju, NN 30/15, čl. 22, st. 1, [Internet], raspoloživo na: http://www.zakon.hr/z/369/Zakon-o-osiguranju

[82] Zakon RH: Zakon o osiguranju, NN 30/15, čl. 158, st. 1, [Internet], raspoloživo na: http://www.zakon.hr/z/369/Zakon-o-osiguranju

[83] Zakon RH: Zakon o osiguranju, NN 30/15, čl. 22, st. 2, [Internet], raspoloživo na: http://www.zakon.hr/z/369/Zakon-o-osiguranju

[84] Zakon RH: Zakon o osiguranju, NN 30/15, čl. 23, st. 1-4, [Internet], raspoloživo na: http://www.zakon.hr/z/369/Zakon-o-osiguranju

3.1.5. Odobrenje za obavljanje poslova

Hrvatska agencija za nadzor financijskih usluga izdaje društvu za osiguranje odobrenje za obavljanje poslova osiguranja i poslova reosiguranja, a društvu za reosiguranje izdaje odobrenje za obavljanje poslova reosiguranja.[85]

Odobrenje za obavljanje poslova osiguranja može sadržavati odobrenje za obavljanje poslova osiguranja za:[86]

- skupinu neživotnih osiguranja ili
- skupinu životnih osiguranja
- pojedinu vrstu osiguranja unutar skupine neživotnog ili životnog osiguranja
- rizike koji pripadaju određenoj vrsti osiguranja
- podskupine neživotnih osiguranja

Društvo za reosiguranje ne može dobiti odobrenje za obavljanje poslova osiguranja već za obavljanje poslova reosiguranja za skupinu neživotnih osiguranja, za skupinu životnih osiguranja ili za skupinu životnih i skupinu neživotnih osiguranja.[87]

3.2. Tržište osiguranja

Tržište osiguranja u RH, kao i djelokrug i nadležnost Hanfe, uređeno je Zakonom o osiguranju, Zakonom o obveznim osiguranjima u prometu te pripadajućim podzakonskim aktima.

Radi sigurnosti i stabilnosti tržišta osiguranja te zaštite interesa korisnika osiguranja Hanfa provodi kontrolu tržišta osiguranja. Osim nadzora društava za osiguranje i reosiguranje Hanfa nadzire i fizičke i pravne osobe koje obavljaju poslove zastupanja i posredovanja u osiguranju i reosiguranju. Osim utvrđivanja udovoljavaju li subjekti propisanim zakonskim uvjetima,

[85] Zakon RH: Zakon o osiguranju, NN 30/15, čl. 24, st. 1, [Internet], raspoloživo na: http://www.zakon.hr/z/369/Zakon-o-osiguranju
[86] Zakon RH: Zakon o osiguranju, NN 30/15, čl. 24, st. 2, [Internet], raspoloživo na: http://www.zakon.hr/z/369/Zakon-o-osiguranju
[87] Zakon RH: Zakon o osiguranju, NN 30/15, čl. 24, st. 9-10, [Internet], raspoloživo na: http://www.zakon.hr/z/369/Zakon-o-osiguranju

prije izdavanja dozvole za obavljanje poslova, Hanfa organizira i provjeru stručnih znanja putem ispita za dobivanje ovlaštenja za obavljanje poslova zastupanja i posredovanja u osiguranju i reosiguranju te izdaje ovlaštenja za obavljanje navedenih poslova.[88]

3.2.1. Zakon o osiguranju

Zakon o osiguranju uređuje sljedeća područja:[89]

- pojam, poslove i načela poslovanja društava za osiguranje i društava za reosiguranje
- uvjete za osnivanje, poslovanje, nadzor i prestanak postojanja društava za osiguranje i društava za reosiguranje
- imenovanje i poslovanje ovlaštenog aktuara
- obavljanje unutarnje revizije i revizije društava za osiguranje i društava za reosiguranje
- obvezu izvještavanja
- obavljanje poslova zastupanja u osiguranju i posredovanja u osiguranju i reosiguranju
- osnivanje Udruge (pool) osiguranja, odnosno reosiguranja
- poslovanje Hrvatskog ureda za osiguranje

3.2.2. Zakon o obveznim osiguranjima u prometu

Zakon o obveznim osiguranjima u prometu uređuje sljedeća obvezna osiguranja u prometu:[90]

- osiguranje putnika u javnom prometu od posljedica nesretnog slučaja
- osiguranje vlasnika, odnosno korisnika vozila od odgovornosti za štete nanesene trećim osobama

[88] Hanfa: Tržište osiguranja, [Internet], raspoloživo na: http://www.hanfa.hr/nav/258/naslovni-tekst---osiguranje.html
[89] Hanfa: Tržište osiguranja, [Internet], raspoloživo na: http://www.hanfa.hr/nav/258/naslovni-tekst---osiguranje.html
[90] Hanfa: Tržište osiguranja, [Internet], raspoloživo na: http://www.hanfa.hr/nav/258/naslovni-tekst---osiguranje.html

- osiguranje zračnog prijevoznika, odnosno operatora zrakoplova od odgovornosti za štete nanesene trećim osobama i putnicima
- osiguranje vlasnika, odnosno korisnika brodice na motorni pogon, odnosno jahte od odgovornosti za štete nanesene trećim osobama

3.2.3. Sudionici tržišta osiguranja

Sudionici tržišta osiguranja u Republici Hrvatskoj su:[91]

- društva za osiguranje i društva za reosiguranje
- pravne i fizičke osobe koje obavljaju poslove zastupanja u osiguranju odnosno posredovanja u osiguranju i reosiguranju
- Hrvatski nuklearni POOL gospodarsko interesno udruženje
- Hrvatski ured za osiguranje

3.3. Hrvatski ured za osiguranje

Hrvatski ured za osiguranje (HUO) je neprofitna pravna osoba koja u pravnom prometu s trećim osobama predstavlja udruženje društava za osiguranje sa sjedištem u Zagrebu, Republika Hrvatska. Poslovi Hrvatskog ureda za osiguranje uređeni su Zakonom o osiguranju, Zakon o obveznim osiguranjima u prometu te drugim propisima. [92]

Poslovi koje HUO obavlja su:[93]

- poslovi Udruženja društava za osiguranje sa sjedištem u RH
- poslovi predstavljanja i zastupanja interesa društva za osiguranje u međunarodnim institucijama
- poslovi nacionalnog *Ureda zelene karte* osiguranja i druge poslove utvrđene međunarodnim sporazumima o osiguranju vlasnika vozila od odgovornosti za štete nanesene trećim osobama

[91] Hanfa: Tržište osiguranja, [Internet], raspoloživo na: http://www.hanfa.hr/nav/258/naslovni-tekst---osiguranje.html
[92] Hrvatski ured za osiguranje, O nama, [Internet], raspoloživo na: http://www.huo.hr/hrv/o-nama/8/
[93] Hrvatski ured za osiguranje, O nama, [Internet], raspoloživo na: http://www.huo.hr/hrv/o-nama/8/

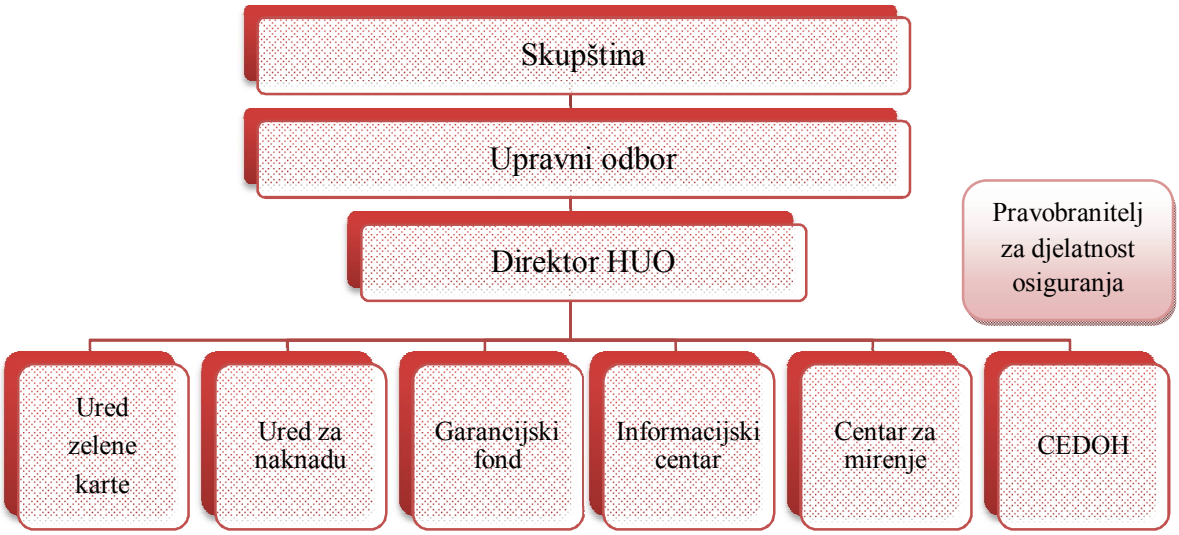
- poslovi vođenja *Garancijskog fonda*
- poslovi provođenja *graničnog osiguranja od automobilske odgovornosti*
- poslovi vođenja *Informacijskog centra*
- poslovi *Ureda za naknadu*
- poslovi statistike osiguranja
- poslovi rješavanja pritužbi osiguranika odnosno oštećenih osoba – *Pravobranitelj osiguranja*
- poslovi izvansudskog rješavanja sporova između osiguranika odnosno ugovaratelja osiguranja i društava za osiguranje kao ponuditelja usluge osiguranja – *Centar za mirenje*

Tijela upravljanja Hrvatskog ureda za osiguranje su skupština koju čine predstavnici svih članova Ureda, upravni odbor kojeg čine članovi Ureda sukladno odredbama Statuta Ureda te direktor Ureda.[94]

Stalne stručne komisije su tijela HUO-a, osnovane za pojedine vrste i grupe osiguranja kao i za pojedine poslove koji su od značaja za društava za osiguranje. Članovi su priznati stručnjaci za pojedine vrste i grupe osiguranja odnosno poslove za koje je komisija osnovana. Stalne stručne komisije HUO-a su komisija za motorna vozila, za statistiku i normizaciju, za imovinska osiguranja, za osiguranja od odgovornosti iz djelatnosti, za osobna osiguranja, za transportna i kreditna osiguranja te za pravne poslove i zakonodavstvo.[95]

Dijagram 4 prikazuje organizaciju Hrvatskog ureda za osiguranje.

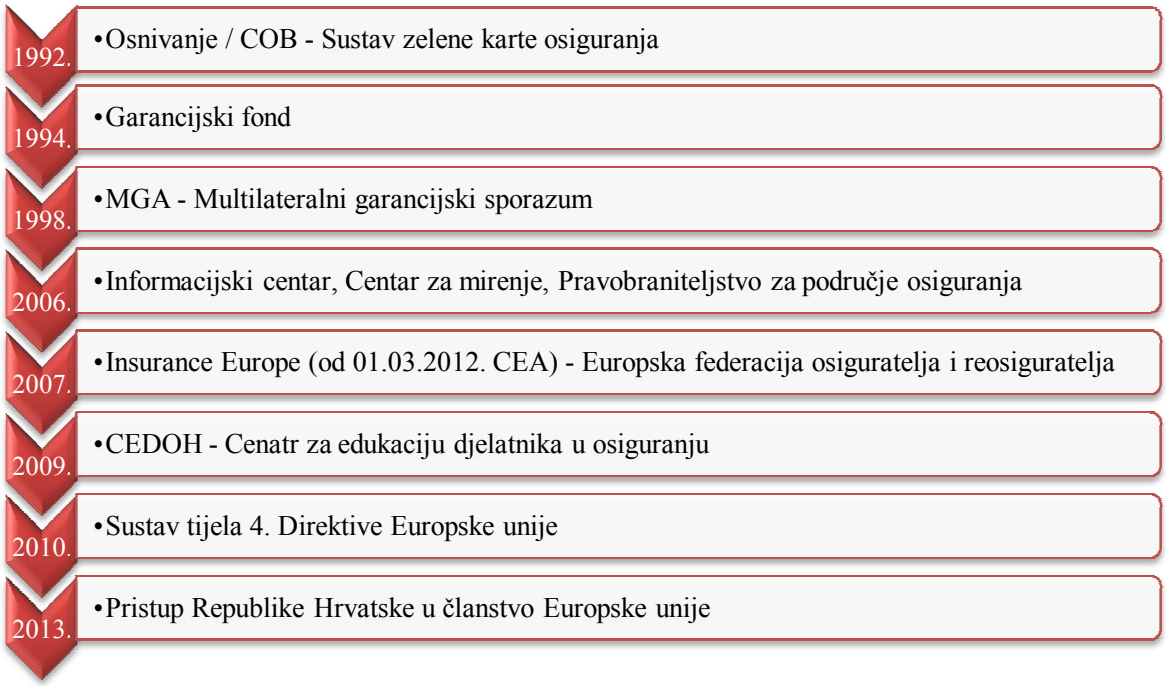
[94] Hrvatski ured za osiguranje, O nama, [Internet], raspoloživo na: http://www.huo.hr/hrv/o-nama/8/
[95] Hrvatski ured za osiguranje, Organizacija ureda, [Internet], raspoloživo na: http://www.huo.hr/hrv/organizacija-ureda/67/



Dijagram 4: Organizacija HUO

Izvor: Hrvatski ured za osiguranje, Organizacija ureda, [Internet], raspoloživo na: http://www.huo.hr/hrv/organizacija-ureda/67/

Hrvatski ured za osiguranje osnovan je 1992. godine ugovorom o osnivanju kojega su potpisnici bila tada četiri postojeća hrvatska društva za osiguranje odnosno reosiguranje. Kratki prikaz povijesnog razdoblja prikazuje Dijagram 5.



Dijagram 5: Povijesni razvoj HUO-a

Izvor: Hrvatski ured za osiguranje, Povijest Hrvatskog ureda za osiguranje, [Internet], raspoloživo na: http://www.huo.hr/hrv/povijest-hrvatskog-ureda-za-osiguranje/88/

4. DRUŠTVENA ODGOVORNOST OSIGURAVAJUĆIH I REOSIGURAVAJUĆIH DRUŠTAVA U RH

Aktivnosti društveno odgovornog poslovanja mogu se priopćavati javnosti putem godišnjeg izvješća, posebnog izvještaja o društvenoj odgovornosti ili na internetskoj stranici bez propisane forme. Dobrovoljna priroda načina izvještavanja o društveno odgovornom poslovanju daje društvima slobodu da izaberu formu i sadržaj izvještaja.[96]

Predmet istraživanja je izvještavanje na internetskim stranicama o primjeni društveno odgovornog poslovanja osiguravajućih i reosiguravajućih društava koja djeluju na području Republike Hrvatske. Istražuju se društva koja se nalaze u registru Hrvatske agencije za nadzor financijskih usluga, a u nastavku će se detaljnije razraditi problem istraživanja i prikazati rezultati.

4.1.Osnovni podaci u osiguravajućim i reosiguravajućim društvima

Tablica 3 prikazuje popis osiguravajućih i reosiguravajućih društava na kojima se provodi istraživanje o društvenoj odgovornosti. U tablici su prikazani podaci o obliku trgovačkog društva, sjedištu društva, godini osnivanja na području Republike Hrvatske, temeljnom kapitalu i broju dionica.

Sva društva su osnovana kao dionička društva kako je propisano Zakonom o osiguranje te imaju sjedište u Zagrebu. Prvo osiguravajuće društvo osnovano na području Republike Hrvatske 1832. godine je Generali osiguranje, a iza njega je osnovano Croatia osiguranje 1884. godine. Najmlađe osiguravajuće društvo na području Republike Hrvatske je Wustenrot životno osiguranje osnovano 2012. godine, a dvije godine prije njega osnovana su dva društva, Hrvatsko kreditno osiguranje i Izvor osiguranje.

[96] Rogošić, A., Čaljkušić, A. (2015): Disclosure of the Socially Responsible Activities of the Banks in Croatia and Slovenia, Ekonomski fakultet Split, Split

Tablica 3: Osiguravajuća i reosiguravajuća društva

R.B.	Naziv	Oblik trgovačkog društva	Godina osnivanja	Sjedište	Temeljni kapital	Broj dionica
1.	Agram Life osiguranje	dioničko društvo	1997.	Zagreb	68.471.000,00 kn	163.026
2.	Allianz Zagreb	dioničko društvo	1999.	Zagreb	101.722.400,00 kn	254.306
3.	BNP Paribas Cardif osiguranje	dioničko društvo	2007.	Zagreb	37.663.100,00 kn	50.063
4.	Croatia Lloyd za reosiguranje	dioničko društvo	1991.	Zagreb	116.060.800,00 kn	145.076
5.	Croatia osiguranje	dioničko društvo	1884.	Zagreb	601.575.800,00 kn	429.697
6.	Croatia zdravstveno osiguranje	dioničko društvo	2004.	Zagreb	44.363.000,00 kn	44.363
7.	Ergo osiguranje	dioničko društvo	2009.	Zagreb	28.875.000,00 kn	57.750
8.	Ergo životno osiguranje	dioničko društvo	2008.	Zagreb	28.875.000,00 kn	57.750
9.	Erste osiguranje Vienna Insurance Group	dioničko društvo	2005.	Zagreb	30.000.000,00 kn	30.000
10.	Euroherc osiguranje	dioničko društvo	1992.	Zagreb	61.002.000,00 kn	305.010
11.	Generali osiguranje	dioničko društvo	1832.	Zagreb	81.000.000,00 kn	202.500
12.	Grawe Hrvatska	dioničko društvo	1993.	Zagreb	90.000.000,00 kn	90.000
13.	HOK osiguranje	dioničko društvo	2001.	Zagreb	29.800.000,00 kn	298.000
14.	Hrvatsko kreditno osiguranje	dioničko društvo	2010.	Zagreb	37.500.000,00 kn	37.500
15.	Izvor osiguranje	dioničko društvo	2010.	Zagreb	40.000.000,00 kn	400.000
16.	Jadransko osiguranje	dioničko društvo	1991.	Zagreb	50.000.000,00 kn	125.000
17.	Merkur osiguranje	dioničko društvo	1996.	Zagreb	83.779.200,00 kn	23.272
18.	Societe Generale Osiguranje	dioničko društvo	2009.	Zagreb	40.900.000,00 kn	409.000
19.	Triglav osiguranje	dioničko društvo	1967.	Zagreb	209.656.000,00 kn	99.836
20.	Uniqa osiguranje	dioničko društvo	1999.	Zagreb	62.700.000,00 kn	76
21.	Velebit osiguranje	dioničko društvo	2007.	Zagreb	45.513.000,00 kn	1.517.100
22.	Velebit životno osiguranje	dioničko društvo	2007.	Zagreb	42.400.000,00 kn	1.060.000
23.	Wiener osiguranje Vienna Insurance Group	dioničko društvo	1999.	Zagreb	235.795.140,00 kn	374.278
24.	Wustenrot životno osiguranje	dioničko društvo	2012.	Zagreb	28.860.000,00 kn	28.860

Izvor: prikaz autora na temelju godišnjih financijskih izvještaja za 2015. godinu

Tablica 4 kreirana je na temelju financijskih izvještaja društva iz 2015. godine te prikazuje broj zaposlenih, ukupne prihode ostvarene tijekom godine te poslovni rezultat, dobit ili gubitak.

Društvo koje je ostvarilo najveću dobit u 2015. godini u iznosu od 109.750.958,00 kn je Croatia osiguranje, a društvo s najvećim gubitkom od 34.489.000,00 kn je Triglav osiguranje. Najveće prihode u 2015. godini u iznosu od 3.294.772.304,00 kn također je ostvarilo Croatia osiguranje, a najmanje prihode je imalo Ergo životno osiguranje u iznosu od 4.750.680,00 kn.

Na dan 31.12.2015. godine Croatia osiguranje je imalo 3.700 zaposlenih što je najveći broj od promatranih društava, a po 15 zaposlenih su imali Croatia Lloyd za reosiguranje i Hrvatsko kreditno osiguranje što čini najmanji broj zaposlenih kod promatranih društava.

Veliki broj zaposlenih u 2015. godini, osim Croatia osiguranja, imali su i Allianz Zagreb (1.106 zaposlenih) i Euroherc osiguranje (1.075 zaposlenih), dok su ostala društva imala znatno manji broj zaposlenih.

Tablica 4: Poslovni rezultati osiguravajućih i reosiguravajućih društava u 2015. godini

R.B.	Naziv	Broj zaposlenih (31.12.2015.)	Prihod 31.12.2015.	Dobit/gubitak 31.12.2015.
1.	Agram Life osiguranje	182	301.067.375,00 kn	27.526.740,00 kn
2.	Allianz Zagreb	1106	1.272.061.723,00 kn	103.454.472,00 kn
3.	BNP Paribas Cardif osiguranje	24	77.210.711,00 kn	10.606.327,00 kn
4.	Croatia Lloyd za reosiguranje	15	82.034.000,00 kn	42.182.000,00 kn
5.	Croatia osiguranje	3700	3.294.772.304,00 kn	109.750.958,00 kn
6.	Croatia zdravstveno osiguranje	190	204.591.188,00 kn	8.713.102,00 kn
7.	Ergo osiguranje	117	33.837.295,00 kn	-20.302.661,00 kn
8.	Ergo životno osiguranje	18	4.750.680,00 kn	-1.594.206,00 kn
9.	Erste osiguranje Vienna Insurance Group	41	259.982.758,00 kn	12.306.246,00 kn
10.	Euroherc osiguranje	1075	903.577.677,00 kn	108.977.641,00 kn
11.	Generali osiguranje	573	494.935.164,00 kn	11.360.923,00 kn
12.	Grawe Hrvatska	719	546.433.000,00 kn	44.296.000,00 kn
13.	HOK osiguranje	277	189.129.836,00 kn	16.793.627,00 kn
14.	Hrvatsko kreditno osiguranje	15	9.343.000,00 kn	451.000,00 kn
15.	Izvor osiguranje	117	41.430.667,00 kn	-5.380.670,00 kn
16.	Jadransko osiguranje	778	579.184.916,00 kn	51.835.547,00 kn
17.	Merkur osiguranje	248	358.932.222,00 kn	23.778.246,00 kn
18.	Societe Generale Osiguranje	18	47.320.721,00 kn	2.750.678,00 kn
19.	Triglav osiguranje	528	334.733.000,00 kn	-34.489.000,00 kn
20.	Uniqa osiguranje	722	748.313.255,00 kn	54.745.278,00 kn
21.	Velebit osiguranje	206	50.866.853,00 kn	34.239,00 kn
22.	Velebit životno osiguranje	131	27.469.510,00 kn	-3.217.275,00 kn
23.	Wiener osiguranje Vienna Insurance Group	701	585.029.956,00 kn	25.644.878,00 kn
24.	Wustenrot životno osiguranje	17	33.215.530,00 kn	-4.451.814,00 kn

Izvor: prikaz autora na temelju godišnjih financijskih izvještaja za 2015. godinu

4.2.Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti

Tablica 5 prikazuje Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti društava za osiguranje i reosiguranje koji se sastoji od šest domena DOP-a unutar kojih se nalaze aktivnosti djelovanja. Indeks je kreiran kombinacijom Indeksa izvještavanja o društvenoj odgovornosti banaka[97] (Identification of the Observed Social Disclosure Information[98]) i stručne literature[99].

Tablica 5: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti

Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti	
Ljudski resursi	1. Edukacija (seminari, usavršavanja i sl.) 2. Poštivanje osnovnih ljudskih i radničkih prava 3. Sigurnost na radu 4. Zapošljavanje (broj novozaposlenih) 5. Ispitivanje i maksimalizacija zadovoljstva 6. Jednakost među spolovima (ravnopravnost muškaraca i žena u upravi)
Uključenost u zajednicu i dobročinstvo	7. Donacije za zdravstvo 8. Donacije za znanost i obrazovanje 9. Donacije i sponzorstva u umjetnosti i kulturi 10. Donacije i sponzorstva sporta 11. Donacije u humanitarne svrhe i organizacija humanitarnih programa 12. Donacije humanitarnim organizacijama
Poslovna strategija i tržišni odnosi	13. Antikorupcijski program 14. Etički kodeks 15. Zaštita osobnih podataka potrošača 16. Politika odnosa prema konkurenciji
Odnosi s klijentima	17. Nagrade 18. Posebne usluge
Proizvodi/usluge	19. Nagrade za proizvode/usluge 20. Razvoj proizvoda/usluga
Zaštita okoliša	21. Donacije za ekološke projekte 22. Interna politika zaštite okoliša 23. Eksterna politika zaštite okoliša 24. Posebni proizvodi za ekološke projekte

Izvor: prikaz autora kao kombinacije Indeksa izvještavanja o društvenoj odgovornosti banaka i stručne literature

Istraživanjem osiguravajućih i reosiguravajućih društava na internetskim stranicama dodijelit će se bodovi svakom pojedinom poduzeću na način da će se svaka pojedina aktivnost vrednovati sa 1 ili 0.

[97] Rogošić, A., Kundid, A.: Izvještavanje o društvenoj odgovornosti banaka u Hrvatskoj, Praktični menadžment, Vol. III, br. 5, str. 15-20, Ekonomski fakultet u Splitu, Split
[98] Kundid, A., Rogošić, A. (2011): Bank Online Reporting:Comparative Advantage, Formalism or Fashion?, Faculty of Economics, University of Split, Croatia
[99] Matešić, M., Pavlović, D., Bartoluci, D. (2015): Društveno odgovorno poslovanje, VPŠ Libertas, Zagreb

Ako društvo izvještava o navedenoj aktivnosti dodijelit će mu se vrijednost 1, a ako ne izvještava dodijelit će mu se vrijednost 0. Visina bodova pokazat će koliko osiguravajuća i reosiguravajuća društva izvještavaju o aktivnostima društveno odgovornog poslovanja, o kojoj domeni najviše izvještavaju te će se donijeti zaključak koliko je izvještavanje o društvenoj odgovornosti prisutno u djelatnosti osiguranja.

Najveći broj bodova je 24, što znači da društvo izvještava o svim aktivnostima društvene odgovornosti, a najmanji je 0 što bi značilo da društvo o nijednoj domeni društveno odgovornog poslovanja ne izvještava na internetskim stranicama.

Za svako osiguravajuće i reosiguravajuće društvo će se dati kratak osvrt na Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti, a na kraju će se na temelju istraživanja i prikupljenih podataka donijeti zaključak o kojem području društvene odgovornosti se najviše izvještava, o koliko područja društvene odgovornosti koje osiguravajuće/reosiguravajuće društvo izvještava te će se izračunati prosječan broj bodova djelatnosti osiguranja u Republici Hrvatskoj na temelju Indeksa izvještavanja o društvenoj odgovornosti.

Agram Life osiguranje

Tablica 6 prikazuje Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti za Agram Life osiguranje. Od ukupno 24 boda kojih može prikupiti društvo je dobilo 6 bodova, odnosno 25 % od ukupnog broja bodova što znači da poduzeće izvještava o društveno odgovornom poslovanju na svojoj internetskoj stranici, ali ne obuhvaća sve domene.

Područje o kojem najviše izvještavaju su aktivnosti vezane za ljudske resurse što i nosi 5 bodova, odnosno 20,83 % od ukupnog broja bodova, dok samo jedan bod, odnosno 4,17 % nosi područje proizvoda/usluga. Agram Life osiguranje nema nijedan bod u čak četiri domene, a to su uključenost u zajednicu i dobročinstvo, poslovna strategija i tržišni odnosi, odnosi s klijentima te zaštita okoliša.

Tablica 6: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti Agram Life osiguranja

Agram Life osiguranje				
Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti		DA (1)	NE (0)	Ukupno
Ljudski resursi	1. Edukacija (seminari, usavršavanja i sl.)	1		5
	2. Poštivanje osnovnih ljudskih i radničkih prava	1		
	3. Sigurnost na radu	1		
	4. Zapošljavanje	1		
	5. Ispitivanje i maksimalizacija zadovoljstva		0	
	6. Jednakost među spolovima (ravnopravnost muškaraca i žena u upravi)	1		
Uključenost u zajednicu i dobročinstvo	7. Donacije za zdravstvo		0	0
	8. Donacije za znanost i obrazovanje		0	
	9. Donacije i sponzorstva u umjetnosti i kulturi		0	
	10. Donacije i sponzorstva sporta		0	
	11. Donacije u humanitarne svrhe i organizacija humanitarnih programa		0	
	12. Donacije humanitarnim organizacijama		0	
Poslovna strategija i tržišni odnosi	13. Antikorupcijski program		0	0
	14. Etički kodeks		0	
	15. Zaštita osobnih podataka potrošača		0	
	16. Politika odnosa prema konkurenciji		0	
Odnosi s klijentima	17. Nagrade		0	0
	18. Posebne usluge		0	
Proizvodi/usluge	19. Nagrade za proizvode/usluge		0	1
	20. Razvoj proizvoda/usluga	1		
Zaštita okoliša	21. Donacije za ekološke projekte		0	0
	22. Interna politika zaštite okoliša		0	
	23. Eksterna politika zaštite okoliša		0	
	24. Posebni proizvodi za ekološke projekte		0	
	UKUPNO:			**6**

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

Allianz Zagreb osiguranje

Allianz Zagreb osiguranje na svojoj internetskoj stranici izvještava o društveno odgovornom poslovanju u svim domenama i njegov Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti nosi 15 bodova od ukupnih 24, odnosno 62,50 % što prikazuje tablica 7.

Aktivnosti o kojima najviše izvještava su s područja uključenosti u zajednicu i dobročinstvo što uključuje donacije i sponzorstva i nosi 5 bodova, odnosno 20,83 % te s područja ljudskih resursa što nosi 4 boda, odnosno 16,67 %. Područja zaštite okoliša i odnosa s klijentima nose po 2 boda što zajedno čini 16,67%, dok su područja o kojima najmanje izvještava poslovna strategija i tržišni odnosi te proizvodi i usluge što nosi po 1 bod što zajedno čini ostatak bodova odnosno 8,33 %.

Tablica 7: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti Allianz Zagreb osiguranja

Allianz Zagreb osiguranje				
Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti		DA (1)	NE (0)	Ukupno
Ljudski resursi	1. Edukacija (seminari, usavršavanja i sl.)	1		4
	2. Poštivanje osnovnih ljudskih i radničkih prava		0	
	3. Sigurnost na radu		0	
	4. Zapošljavanje	1		
	5. Ispitivanje i maksimalizacija zadovoljstva	1		
	6. Jednakost među spolovima (ravnopravnost muškaraca i žena u upravi)	1		
Uključenost u zajednicu i dobročinstvo	7. Donacije za zdravstvo	1		5
	8. Donacije za znanost i obrazovanje		0	
	9. Donacije i sponzorstva u umjetnosti i kulturi	1		
	10. Donacije i sponzorstva sporta	1		
	11. Donacije u humanitarne svrhe i organizacija humanitarnih programa	1		
	12. Donacije humanitarnim organizacijama	1		
Poslovna strategija i tržišni odnosi	13. Antikorupcijski program		0	1
	14. Etički kodeks		0	
	15. Zaštita osobnih podataka potrošača	1		
	16. Politika odnosa prema konkurenciji		0	
Odnosi s klijentima	17. Nagrade	1		2
	18. Posebne usluge	1		
Proizvodi/usluge	19. Nagrade za proizvode/usluge		0	1
	20. Razvoj proizvoda/usluga	1		
Zaštita okoliša	21. Donacije za ekološke projekte		0	2
	22. Interna politika zaštite okoliša		0	
	23. Eksterna politika zaštite okoliša	1		
	24. Posebni proizvodi za ekološke projekte	1		
	UKUPNO:			**15**

Izvor: prikaz autora na temelju istraživanja web stranice osiguranja, [Internet], raspoloživo na: https://www.allianz.hr/#AO

BNP Paribas Cardif osiguranje

PNB Paribas Cardif osiguranje prikupilo je 11 bodova od ukupno 24 što nosi 45,83 % i uključuje izvještavanje o društveno odgovornim aktivnostima u gotovo svim područjima društvene odgovornosti. Tablica 8 prikazuje bodove prema Indeksu po svim segmentima te se može zaključiti da je područje uključenosti u zajednicu i dobročinstvo domena o kojoj se najviše izvještava jer nosi 5 bodova odnosno 20,83 % od ukupnog broja bodova, a o poslovnoj strategiji i tržišnim odnosima nema objavljenih podatka na internetskoj stranici.

Tablica 8: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti BNP Paribas Cardif osiguranja

BNP Paribas Cardif osiguranje				
Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti		DA (1)	NE (0)	Ukupno
Ljudski resursi	1. Edukacija (seminari, usavršavanja i sl.)	1		3
	2. Poštivanje osnovnih ljudskih i radničkih prava		0	
	3. Sigurnost na radu		0	
	4. Zapošljavanje	1		
	5. Ispitivanje i maksimalizacija zadovoljstva		0	
	6. Jednakost među spolovima (ravnopravnost muškaraca i žena u upravi)	1		
Uključenost u zajednicu i dobročinstvo	7. Donacije za zdravstvo		0	5
	8. Donacije za znanost i obrazovanje	1		
	9. Donacije i sponzorstva u umjetnosti i kulturi	1		
	10. Donacije i sponzorstva sporta	1		
	11. Donacije u humanitarne svrhe i organizacija humanitarnih programa	1		
	12. Donacije humanitarnim organizacijama	1		
Poslovna strategija i tržišni odnosi	13. Antikorupcijski program		0	0
	14. Etički kodeks		0	
	15. Zaštita osobnih podataka potrošača		0	
	16. Politika odnosa prema konkurenciji		0	
Odnosi s klijentima	17. Nagrade		0	1
	18. Posebne usluge	1		
Proizvodi/usluge	19. Nagrade za proizvode/usluge		0	1
	20. Razvoj proizvoda/usluga	1		
Zaštita okoliša	21. Donacije za ekološke projekte		0	1
	22. Interna politika zaštite okoliša	1		
	23. Eksterna politika zaštite okoliša		0	
	24. Posebni proizvodi za ekološke projekte		0	
	UKUPNO:			**11**

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

Tablica 9: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti Croatia Lloyd za reosiguranje

Croatia Lloyd za reosiguranje				
Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti		DA (1)	NE (0)	Ukupno
Ljudski resursi	1. Edukacija (seminari, usavršavanja i sl.)		0	2
	2. Poštivanje osnovnih ljudskih i radničkih prava		0	
	3. Sigurnost na radu		0	
	4. Zapošljavanje	1		
	5. Ispitivanje i maksimalizacija zadovoljstva		0	
	6. Jednakost među spolovima (ravnopravnost muškaraca i žena u upravi)	1		
Uključenost u zajednicu i dobročinstvo	7. Donacije za zdravstvo		0	0
	8. Donacije za znanost i obrazovanje		0	
	9. Donacije i sponzorstva u umjetnosti i kulturi		0	
	10. Donacije i sponzorstva sporta		0	
	11. Donacije u humanitarne svrhe i organizacija humanitarnih programa		0	
	12. Donacije humanitarnim organizacijama		0	
Poslovna strategija i tržišni odnosi	13. Antikorupcijski program		0	0
	14. Etički kodeks		0	
	15. Zaštita osobnih podataka potrošača		0	
	16. Politika odnosa prema konkurenciji		0	
Odnosi s klijentima	17. Nagrade		0	0
	18. Posebne usluge		0	
Proizvodi/usluge	19. Nagrade za proizvode/usluge		0	0
	20. Razvoj proizvoda/usluga		0	
Zaštita okoliša	21. Donacije za ekološke projekte		0	1
	22. Interna politika zaštite okoliša		0	
	23. Eksterna politika zaštite okoliša	1		
	24. Posebni proizvodi za ekološke projekte		0	
UKUPNO:				**3**

Izvor: prikaz autora na temelju istraživanja web stranice reosiguranja, [Internet], raspoloživo na: http://www.croatialloyd.hr/

Croatia Lloyd za reosiguranje

Iz tablice 9 možemo vidjeti Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti za Croatia Lloyd koji pokazuje kako ovo reosiguravajuće društvo jako malo izvještava o svojim društveno odgovornim aktivnostima. Gotovo svaka domena je bodovana s nulom, osim područja ljudskih resursa i zaštite okoliša. Od ukupno 24 boda društvo je prikupilo 3 boda što čini

12,50 % te upućuje na minimalno objavljivanje podataka o društveno odgovornom poslovanju na internetskoj stranici.

Područje ljudskih resursa nosi 2 boda odnosno 8,33 %, a zaštita okoliša nosi samo 1 bod što čini 4,17 %. O preostala četiri područja društvene odgovornosti koja se odnose na uključenost u zajednicu i dobročinstvo, poslovnu strategiju i tržišne odnose, odnose s klijentima te proizvode/usluge Croatia Lloyd za reosiguranje ne objavljuje informacije dostupne javnosti.

Croatia osiguranje

Croatia osiguranje na svojoj internetskoj stranici izvještava o svim domenama društvene odgovornosti što i prikazuje Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti prikazan u tablici 10. Društvo je prikupilo 15 bodova od ukupnih 24 što čini 62,50 %.

Croatia osiguranje najviše izvještava o području ljudskih resursa što nosi 5 bodova odnosno 20,83 %, a zatim o uključenosti u zajednicu i dobročinstvo što nosi 4 boda odnosno čini 16,67 %. Proizvodi/usluge te poslovna strategija i tržišni odnosi su područja društvene odgovornosti koja nose po 2 boda što zajedno čini 16,67 %. Zaštite okoliša i odnosi s klijentima nose po 1 bod što zajedno čini 8,33 % i predstavljaju područja o kojima Croatia osiguranje objavljuje najmanje informacija dostupnih na internetskoj stranici.

Tablica 10: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti Croatia osiguranja

Croatia osiguranje				
Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti		DA (1)	NE (0)	Ukupno
Ljudski resursi	1. Edukacija (seminari, usavršavanja i sl.)	1		5
	2. Poštivanje osnovnih ljudskih i radničkih prava	1		
	3. Sigurnost na radu		0	
	4. Zapošljavanje	1		
	5. Ispitivanje i maksimalizacija zadovoljstva	1		
	6. Jednakost među spolovima (ravnopravnost muškaraca i žena u upravi)	1		
Uključenost u zajednicu i dobročinstvo	7. Donacije za zdravstvo	1		4
	8. Donacije za znanost i obrazovanje		0	
	9. Donacije i sponzorstva u umjetnosti i kulturi	1		
	10. Donacije i sponzorstva sporta	1		
	11. Donacije u humanitarne svrhe i organizacija humanitarnih programa	1		
	12. Donacije humanitarnim organizacijama		0	
Poslovna strategija i tržišni odnosi	13. Antikorupcijski program	1		2
	14. Etički kodeks	1		
	15. Zaštita osobnih podataka potrošača		0	
	16. Politika odnosa prema konkurenciji		0	
Odnosi s klijentima	17. Nagrade	1		1
	18. Posebne usluge		0	
Proizvodi/usluge	19. Nagrade za proizvode/usluge	1		2
	20. Razvoj proizvoda/usluga	1		
Zaštita okoliša	21. Donacije za ekološke projekte		0	1
	22. Interna politika zaštite okoliša		0	
	23. Eksterna politika zaštite okoliša	1		
	24. Posebni proizvodi za ekološke projekte		0	
	UKUPNO:			**15**

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

Croatia zdravstveno osiguranje

Tablica 11 prikazuje Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti za Croatia zdravstveno osiguranje koje na svojim internetskim stranicama ne izvještava o svim domenama društvene odgovornosti već samo o pojedinim aktivnostima što i pokazuje prikupljenih 6 bodova koji čini 25 % od maksimalnog broja bodova.

Poslovna strategija i tržišni odnosi te zaštita okoliša su segmenti društvene odgovornosti o kojima Croatia zdravstveno osiguranje ne izvještava na internetskim stranicama. O segmentu ljudskih resursa te uključenosti u zajednicu i dobročinstvo objavljuje najviše informacija iako nose samo po dva boda što zajedno čini 16,67 % dok područje odnosa s klijentima te proizvoda/usluga nose po 1 bod što zajedno čini 8,33 %

Tablica 11: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti Croatia zdravstvenog osiguranja

Croatia zdravstveno osiguranje				
Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti		DA (1)	NE (0)	Ukupno
Ljudski resursi	1. Edukacija (seminari, usavršavanja i sl.)	1		2
	2. Poštivanje osnovnih ljudskih i radničkih prava		0	
	3. Sigurnost na radu		0	
	4. Zapošljavanje	1		
	5. Ispitivanje i maksimalizacija zadovoljstva		0	
	6. Jednakost među spolovima (ravnopravnost muškaraca i žena u upravi)		0	
Uključenost u zajednicu i dobročinstvo	7. Donacije za zdravstvo	1		2
	8. Donacije za znanost i obrazovanje		0	
	9. Donacije i sponzorstva u umjetnosti i kulturi		0	
	10. Donacije i sponzorstva sporta		0	
	11. Donacije u humanitarne svrhe i organizacija humanitarnih programa		0	
	12. Donacije humanitarnim organizacijama	1		
Poslovna strategija i tržišni odnosi	13. Antikorupcijski program		0	0
	14. Etički kodeks		0	
	15. Zaštita osobnih podataka potrošača		0	
	16. Politika odnosa prema konkurenciji		0	
Odnosi s klijentima	17. Nagrade		0	1
	18. Posebne usluge	1		
Proizvodi/usluge	19. Nagrade za proizvode/usluge		0	1
	20. Razvoj proizvoda/usluga	1		
Zaštita okoliša	21. Donacije za ekološke projekte		0	0
	22. Interna politika zaštite okoliša		0	
	23. Eksterna politika zaštite okoliša		0	
	24. Posebni proizvodi za ekološke projekte		0	
UKUPNO:				**6**

Izvor: prikaz autora na temelju istraživanja web stranice osiguranja, [Internet], raspoloživo na: http://www.czo.hr/info/o-nama/

Tablica 12: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti Ergo osiguranja

Ergo osiguranje				
Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti		DA (1)	NE (0)	Ukupno
Ljudski resursi	1. Edukacija (seminari, usavršavanja i sl.)	1		3
	2. Poštivanje osnovnih ljudskih i radničkih prava		0	
	3. Sigurnost na radu		0	
	4. Zapošljavanje	1		
	5. Ispitivanje i maksimalizacija zadovoljstva		0	
	6. Jednakost među spolovima (ravnopravnost muškaraca i žena u upravi)	1		
Uključenost u zajednicu i dobročinstvo	7. Donacije za zdravstvo		0	0
	8. Donacije za znanost i obrazovanje		0	
	9. Donacije i sponzorstva u umjetnosti i kulturi		0	
	10. Donacije i sponzorstva sporta		0	
	11. Donacije u humanitarne svrhe i organizacija humanitarnih programa		0	
	12. Donacije humanitarnim organizacijama		0	
Poslovna strategija i tržišni odnosi	13. Antikorupcijski program		0	0
	14. Etički kodeks		0	
	15. Zaštita osobnih podataka potrošača		0	
	16. Politika odnosa prema konkurenciji		0	
Odnosi s klijentima	17. Nagrade		0	0
	18. Posebne usluge		0	
Proizvodi/usluge	19. Nagrade za proizvode/usluge		0	1
	20. Razvoj proizvoda/usluga	1		
Zaštita okoliša	21. Donacije za ekološke projekte		0	0
	22. Interna politika zaštite okoliša		0	
	23. Eksterna politika zaštite okoliša		0	
	24. Posebni proizvodi za ekološke projekte		0	
	UKUPNO:			**4**

Izvor: prikaz autora na temelju istraživanja web stranice osiguranja, [Internet], raspoloživo na: http://www.ergo-osiguranje.hr/o-nama/o-nama/

Ergo osiguranje i Ergo životno osiguranje

Ergo osiguranje i Ergo životno osiguranje imaju isti broj bodova i izvještavaju o istim područjima i aktivnostima društvene odgovornosti što prikazuju tablice 12 i 13. Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti za oba osiguranja nosi 4 od ukupno 24 boda odnosno 16,67 % od maksimalnog broja bodova.

Osiguranja izvještavaju o samo dva područja društvene odgovornosti, ljudskim resursima i proizvodima/uslugama. Područje ljudskih resursa nosi 3 boda što čini 12,50 % dok proizvodi/usluge nose samo 1 bod odnosno 4,17 %. O četiri područja društvene odgovornosti osiguranja ne objavljuju informacije na svojim internetskim stranicama, a radi se o uključenosti u zajednicu i dobročinstvo, poslovnoj strategiji i tržišnim odnosima, odnosima s klijentima te zaštiti okoliša.

Tablica 13: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti Ergo životnog osiguranja

Ergo životno osiguranje				
Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti		DA (1)	NE (0)	Ukupno
Ljudski resursi	1. Edukacija (seminari, usavršavanja i sl.)	1		3
	2. Poštivanje osnovnih ljudskih i radničkih prava		0	
	3. Sigurnost na radu		0	
	4. Zapošljavanje	1		
	5. Ispitivanje i maksimalizacija zadovoljstva		0	
	6. Jednakost među spolovima (ravnopravnost muškaraca i žena u upravi)	1		
Uključenost u zajednicu i dobročinstvo	7. Donacije za zdravstvo		0	0
	8. Donacije za znanost i obrazovanje		0	
	9. Donacije i sponzorstva u umjetnosti i kulturi		0	
	10. Donacije i sponzorstva sporta		0	
	11. Donacije u humanitarne svrhe i organizacija humanitarnih programa		0	
	12. Donacije humanitarnim organizacijama		0	
Poslovna strategija i tržišni odnosi	13. Antikorupcijski program		0	0
	14. Etički kodeks		0	
	15. Zaštita osobnih podataka potrošača			
	16. Politika odnosa prema konkurenciji		0	
Odnosi s klijentima	17. Nagrade		0	0
	18. Posebne usluge		0	
Proizvodi/usluge	19. Nagrade za proizvode/usluge		0	1
	20. Razvoj proizvoda/usluga	1		
Zaštita okoliša	21. Donacije za ekološke projekte		0	0
	22. Interna politika zaštite okoliša		0	
	23. Eksterna politika zaštite okoliša		0	
	24. Posebni proizvodi za ekološke projekte		0	
	UKUPNO:			**4**

Izvor: prikaz autora na temelju istraživanja web stranice osiguranja, [Internet], raspoloživo na: http://www.ergo-osiguranje.hr/ergo-zivotno-osiguranje-dd/o-nama/

Erste osiguranje Vienna Insurance Group

Tablica 14 prikazuje Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti Erste osiguranja koji iznosi 6 od ukupna 24 boda što čini 25 %. Društvo izvještava o pojedinim aktivnostima društvene odgovornosti koje obuhvaća područje ljudskih resursa koje nosi 12,50 %, što je ujedno područje o kojem izvještava najviše. Uključenost u zajednicu i dobročinstvo, poslovna strategija i tržišni odnosi te proizvodi/usluge nose po 1 bod što zajedno čini 12,50 %.

Tablica 14: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti Erste osiguranja Vienna Insurance Group

Erste osiguranje Vienna Insurance Group				
Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti		DA (1)	NE (0)	Ukupno
Ljudski resursi	1. Edukacija (seminari, usavršavanja i sl.)		0	3
	2. Poštivanje osnovnih ljudskih i radničkih prava		0	
	3. Sigurnost na radu	1		
	4. Zapošljavanje	1		
	5. Ispitivanje i maksimalizacija zadovoljstva		0	
	6. Jednakost među spolovima (ravnopravnost muškaraca i žena u upravi)	1		
Uključenost u zajednicu i dobročinstvo	7. Donacije za zdravstvo		0	1
	8. Donacije za znanost i obrazovanje		0	
	9. Donacije i sponzorstva u umjetnosti i kulturi		0	
	10. Donacije i sponzorstva sporta		0	
	11. Donacije u humanitarne svrhe i organizacija humanitarnih programa		0	
	12. Donacije humanitarnim organizacijama	1		
Poslovna strategija i tržišni odnosi	13. Antikorupcijski program		0	1
	14. Etički kodeks		0	
	15. Zaštita osobnih podataka potrošača	1		
	16. Politika odnosa prema konkurenciji		0	
Odnosi s klijentima	17. Nagrade		0	0
	18. Posebne usluge		0	
Proizvodi/usluge	19. Nagrade za proizvode/usluge		0	1
	20. Razvoj proizvoda/usluga	1		
Zaštita okoliša	21. Donacije za ekološke projekte		0	0
	22. Interna politika zaštite okoliša		0	
	23. Eksterna politika zaštite okoliša		0	
	24. Posebni proizvodi za ekološke projekte		0	
	UKUPNO:			**6**

Izvor: prikaz autora na temelju istraživanja web stranice osiguranja, [Internet], raspoloživo na: http://www.erste-osiguranje.hr/

Euroherc osiguranje

Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti za Euroherc osiguranje prikazan je u tablici 15, a broj bodova koje je društvo dobilo od ukupnih 24 je 6 što iznosi 25 %. Euroherc osiguranje najviše izvještava o ljudskim resursima kao jednoj od šest domena društvene odgovornosti što nosi 4 boda odnosno 16,67 %. Osiguranje ne izvještava o zaštiti okoliša, odnosima s klijentima i uključenosti u zajednicu i dobročinstvo dok područje poslovne strategije i tržišnih odnosa te proizvoda/usluga nosi po 1 bod što zajedno čini 8,33 %.

Tablica 15: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti Euroherc osiguranja

Euroherc osiguranje				
Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti		DA (1)	NE (0)	Ukupno
Ljudski resursi	1. Edukacija (seminari, usavršavanja i sl.)	1		4
	2. Poštivanje osnovnih ljudskih i radničkih prava		0	
	3. Sigurnost na radu		0	
	4. Zapošljavanje	1		
	5. Ispitivanje i maksimalizacija zadovoljstva	1		
	6. Jednakost među spolovima (ravnopravnost muškaraca i žena u upravi)	1		
Uključenost u zajednicu i dobročinstvo	7. Donacije za zdravstvo		0	0
	8. Donacije za znanost i obrazovanje		0	
	9. Donacije i sponzorstva u umjetnosti i kulturi		0	
	10. Donacije i sponzorstva sporta		0	
	11. Donacije u humanitarne svrhe i organizacija humanitarnih programa		0	
	12. Donacije humanitarnim organizacijama		0	
Poslovna strategija i tržišni odnosi	13. Antikorupcijski program		0	1
	14. Etički kodeks		0	
	15. Zaštita osobnih podataka potrošača	1		
	16. Politika odnosa prema konkurenciji		0	
Odnosi s klijentima	17. Nagrade		0	0
	18. Posebne usluge		0	
Proizvodi/usluge	19. Nagrade za proizvode/usluge		0	1
	20. Razvoj proizvoda/usluga	1		
Zaštita okoliša	21. Donacije za ekološke projekte		0	0
	22. Interna politika zaštite okoliša		0	
	23. Eksterna politika zaštite okoliša		0	
	24. Posebni proizvodi za ekološke projekte		0	
UKUPNO:				**6**

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

Tablica 16: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti Generali osiguranja

Generali osiguranje				
Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti		DA (1)	NE (0)	Ukupno
Ljudski resursi	1. Edukacija (seminari, usavršavanja i sl.)	1		5
	2. Poštivanje osnovnih ljudskih i radničkih prava	1		
	3. Sigurnost na radu	1		
	4. Zapošljavanje	1		
	5. Ispitivanje i maksimalizacija zadovoljstva		0	
	6. Jednakost među spolovima (odnos muškaraca i žena u upravi)	1		
Uključenost u zajednicu i dobročinstvo	7. Donacije za zdravstvo			4
	8. Donacije za znanost i obrazovanje	1		
	9. Donacije i sponzorstva u umjetnosti i kulturi	1		
	10. Donacije i sponzorstva sporta	1		
	11. Donacije u humanitarne svrhe i organizacija humanitarnih programa	1		
	12. Donacije humanitarnim organizacijama		0	
Poslovna strategija i tržišni odnosi	13. Antikorupcijski program	1		4
	14. Etički kodeks	1		
	15. Zaštita osobnih podataka potrošača	1		
	16. Politika odnosa prema konkurenciji	1		
Odnosi s klijentima	17. Nagrade		0	1
	18. Posebne usluge	1		
Proizvodi/usluge	19. Nagrade za proizvode/usluge		0	1
	20. Razvoj proizvoda/usluga	1		
Zaštita okoliša	21. Donacije za ekološke projekte		0	2
	22. Interna politika zaštite okoliša	1		
	23. Eksterna politika zaštite okoliša	1		
	24. Posebni proizvodi za ekološke projekte		0	
	UKUPNO:			**17**

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

Generali osiguranje

Generali osiguranje izvještava o svim područjima društvene odgovornosti na svojoj internetskoj stranici što mu nosi 17 bodova od ukupnih 24 odnosno 70,83 % od ukupnog broja bodova. Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti prikazan je u tablici 16 te prikazuje da društvo detaljno izvještava o gotovo svim aktivnostima društvene odgovornosti.

Područje ljudskih resursa nosi 5 bodova što čini 20,83 % i predstavlja područje iz kojeg Generali osiguranje objavljuje najviše poduzetih aktivnosti. Uključenost u zajednicu i dobročinstvo te poslovna strategija i tržišni odnosi nose po 4 boda što zajedno čini 33,33 % dok zaštita okoliša nosi 2 boda i čini 8,33 %. Odnosi s klijentima te proizvodi/usluge nose po 1 bod što zajedno iznosi 8,33 %.

Tablica 17: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti Grawe osiguranja

Grawe osiguranje				
Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti		DA (1)	NE (0)	Ukupno
Ljudski resursi	1. Edukacija (seminari, usavršavanja i sl.)	1		4
	2. Poštivanje osnovnih ljudskih i radničkih prava		0	
	3. Sigurnost na radu		0	
	4. Zapošljavanje	1		
	5. Ispitivanje i maksimalizacija zadovoljstva	1		
	6. Jednakost među spolovima (odnos muškaraca i žena u upravi)	1		
Uključenost u zajednicu i dobročinstvo	7. Donacije za zdravstvo	1		3
	8. Donacije za znanost i obrazovanje	1		
	9. Donacije i sponzorstva u umjetnosti i kulturi		0	
	10. Donacije i sponzorstva sporta		0	
	11. Donacije u humanitarne svrhe i organizacija humanitarnih programa		0	
	12. Donacije humanitarnim organizacijama	1		
Poslovna strategija i tržišni odnosi	13. Antikorupcijski program		0	0
	14. Etički kodeks		0	
	15. Zaštita osobnih podataka potrošača		0	
	16. Politika odnosa prema konkurenciji		0	
Odnosi s klijentima	17. Nagrade	1		2
	18. Posebne usluge	1		
Proizvodi/usluge	19. Nagrade za proizvode/usluge		0	1
	20. Razvoj proizvoda/usluga	1		
Zaštita okoliša	21. Donacije za ekološke projekte		0	1
	22. Interna politika zaštite okoliša		0	
	23. Eksterna politika zaštite okoliša	1		
	24. Posebni proizvodi za ekološke projekte		0	
	UKUPNO:			**11**

Izvor: prikaz autora na temelju istraživanja web stranice osiguranja, [Internet], raspoloživo na: http://www.grawe.hr/hr/index.htm

Grawe osiguranje

Tablica 17 prikazuje Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti Grawe osiguranja koji prikazuje o kojim sve segmentima društvo izvještava na svojoj internetskoj stranici. Od ukupno 24 boda osiguranje je prikupilo 11 bodova odnosno 45,83 % govori o prosječnoj razini izvještavanja, a rezultati pokazuju da društvo ne izvještava samo o jednom području, a to je poslovna strategija i tržišni odnosi.

Područje ljudskih resursa nosi najveći broj bodova što čini 16,67 %, a područje ljudskih resursa nosi 3 boda odnosno 12,50 %. Područje odnosa s klijentima nosi 2 boda odnosno 8,33 % dok proizvodi/usluge i zaštita okoliša nose po 1 bod što zajedno iznosi 8,33 %.

HOK osiguranje

Tablica 18 prikazuje Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti HOK osiguranja koje na svojoj internetskoj stranici izvještava o aktivnostima društvene odgovornosti, ali samo iz pojedinih domena. Iz područja poslovne strategije i tržišnih odnosa te zaštite okoliša poduzeće ne objavljuje poduzete aktivnosti.

Poduzeće je prikupilo 5 od ukupno 24 boda na temelju objavljenih podataka što čini 20,83 %. Područje ljudskih resursa nosi 2 boda što čini 8,33 % i predstavlja područje iz kojeg HOK osiguranje objavljuje najviše poduzetih aktivnosti. Uključenost u zajednicu i dobročinstvo, odnosi s klijentima te proizvodi/usluge nose po 1 bod što zajedno čini 12,50 %.

Tablica 18: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti HOK osiguranja

HOK osiguranje				
Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti		DA (1)	NE (0)	Ukupno
Ljudski resursi	1. Edukacija (seminari, usavršavanja i sl.)		0	2
	2. Poštivanje osnovnih ljudskih i radničkih prava		0	
	3. Sigurnost na radu		0	
	4. Zapošljavanje	1		
	5. Ispitivanje i maksimalizacija zadovoljstva		0	
	6. Jednakost među spolovima (odnos muškaraca i žena u upravi)	1		
Uključenost u zajednicu i dobročinstvo	7. Donacije za zdravstvo		0	1
	8. Donacije za znanost i obrazovanje		0	
	9. Donacije i sponzorstva u umjetnosti i kulturi		0	
	10. Donacije i sponzorstva sporta		0	
	11. Donacije u humanitarne svrhe i organizacija humanitarnih programa		0	
	12. Donacije humanitarnim organizacijama	1		
Poslovna strategija i tržišni odnosi	13. Antikorupcijski program		0	0
	14. Etički kodeks		0	
	15. Zaštita osobnih podataka potrošača		0	
	16. Politika odnosa prema konkurenciji		0	
Odnosi s klijentima	17. Nagrade		0	1
	18. Posebne usluge	1		
Proizvodi/usluge	19. Nagrade za proizvode/usluge		0	1
	20. Razvoj proizvoda/usluga	1		
Zaštita okoliša	21. Donacije za ekološke projekte		0	0
	22. Interna politika zaštite okoliša		0	
	23. Eksterna politika zaštite okoliša		0	
	24. Posebni proizvodi za ekološke projekte		0	
UKUPNO:				**5**

Izvor: prikaz autora na temelju istraživanja web stranice osiguranja, [Internet], raspoloživo na: http://www.hok-osiguranje.hr/

Hrvatsko kreditno osiguranje

Hrvatsko kreditno osiguranje je na temelju istraživanja web stranice prikupilo 4 od 24 boda što čini 16,67 % kao što prikazuje tablica 19. Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti pokazuje da poduzeće objavljuje informacije o ljudskim resursima što nosi 2 boda odnosno 8,33 % dok uključenosti u zajednicu i dobročinstvo te odnosima s klijentima nose po 1 bod što čini 8,33 %. O poslovnoj strategiji i tržišnim odnosima, proizvodima/usluga te zaštiti okoliša osiguranje ne objavljuje informacije dostupne javnosti.

Tablica 19: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti Hrvatskog kreditnog osiguranja

Hrvatsko kreditno osiguranje				
Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti		DA (1)	NE (0)	Ukupno
Ljudski resursi	1. Edukacija (seminari, usavršavanja i sl.)		0	2
	2. Poštivanje osnovnih ljudskih i radničkih prava		0	
	3. Sigurnost na radu		0	
	4. Zapošljavanje	1		
	5. Ispitivanje i maksimalizacija zadovoljstva		0	
	6. Jednakost među spolovima (odnos muškaraca i žena u upravi)	1		
Uključenost u zajednicu i dobročinstvo	7. Donacije za zdravstvo		0	1
	8. Donacije za znanost i obrazovanje		0	
	9. Donacije i sponzorstva u umjetnosti i kulturi		0	
	10. Donacije i sponzorstva sporta		0	
	11. Donacije u humanitarne svrhe i organizacija humanitarnih programa	1		
	12. Donacije humanitarnim organizacijama		0	
Poslovna strategija i tržišni odnosi	13. Antikorupcijski program		0	0
	14. Etički kodeks		0	
	15. Zaštita osobnih podataka potrošača		0	
	16. Politika odnosa prema konkurenciji		0	
Odnosi s klijentima	17. Nagrade		0	1
	18. Posebne usluge	1		
Proizvodi/usluge	19. Nagrade za proizvode/usluge		0	0
	20. Razvoj proizvoda/usluga		0	
Zaštita okoliša	21. Donacije za ekološke projekte		0	0
	22. Interna politika zaštite okoliša		0	
	23. Eksterna politika zaštite okoliša		0	
	24. Posebni proizvodi za ekološke projekte		0	
	UKUPNO:			**4**

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

Izvor osiguranje

Tablica 20 prikazuje Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti Izvor osiguranja koji od 24 boda ima 6 što čini 25%. Izvor osiguranje izvještava najviše o domeni ljudskih resursa gdje ima čak 4 boda odnosno 16,67 %, dok su poslovna strategija i tržišni odnosi te proizvodi/usluge su druga dva područja o kojima društvo izvještava na svojoj internet stranici i nose po 1 bod što zajedno čini 8,33 %. Osiguranje ne izvještava o aktivnostima uključenosti u zajednicu i dobročinstvo, odnosima s klijentima te zaštiti okoliša.

Tablica 20: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti Izvor osiguranja

Izvor osiguranje				
Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti		DA (1)	NE (0)	Ukupno
Ljudski resursi	1. Edukacija (seminari, usavršavanja i sl.)	1		4
	2. Poštivanje osnovnih ljudskih i radničkih prava		0	
	3. Sigurnost na radu		0	
	4. Zapošljavanje	1		
	5. Ispitivanje i maksimalizacija zadovoljstva	1		
	6. Jednakost među spolovima (odnos muškaraca i žena u upravi)	1		
Uključenost u zajednicu i dobročinstvo	7. Donacije za zdravstvo		0	0
	8. Donacije za znanost i obrazovanje		0	
	9. Donacije i sponzorstva u umjetnosti i kulturi		0	
	10. Donacije i sponzorstva sporta		0	
	11. Donacije u humanitarne svrhe i organizacija humanitarnih programa		0	
	12. Donacije humanitarnim organizacijama		0	
Poslovna strategija i tržišni odnosi	13. Antikorupcijski program		0	1
	14. Etički kodeks		0	
	15. Zaštita osobnih podataka potrošača	1		
	16. Politika odnosa prema konkurenciji		0	
Odnosi s klijentima	17. Nagrade		0	0
	18. Posebne usluge		0	
Proizvodi/usluge	19. Nagrade za proizvode/usluge		0	1
	20. Razvoj proizvoda/usluga	1		
Zaštita okoliša	21. Donacije za ekološke projekte		0	0
	22. Interna politika zaštite okoliša		0	
	23. Eksterna politika zaštite okoliša		0	
	24. Posebni proizvodi za ekološke projekte		0	
UKUPNO:				**6**

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

Jadransko osiguranje

Jadransko osiguranje izvještava o gotovo svim područjima društveno odgovornog poslovanja što mu nosi broj bodova 10 od ukupno 24 što čini 41,67 %. Tablica 21 prikazuje Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti Jadranskog osiguranja gdje je prikazano o kojim aktivnostima društvene odgovornosti društvo izvještava.

Osiguranje najviše poduzetih aktivnosti objavljuje iz područja ljudskih resursa što nosi 4 boda odnosno čini 16,67%. Uključenosti u zajednicu i dobročinstvo nosi 3 boda i čini 12,50 % dok poslovna strategija i tržišni odnosi, odnosi s klijentima te proizvodi/usluge nose po 1 bod što zajedno iznosi 12,50 %. O području zaštite okoliša nema objavljenih informacija na internetskoj stranici Jadranskog osiguranja.

Tablica 21: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti Jadranskog osiguranja

Jadransko osiguranje				
Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti		DA (1)	NE (0)	Ukupno
Ljudski resursi	1. Edukacija (seminari, usavršavanja i sl.)	1		4
	2. Poštivanje osnovnih ljudskih i radničkih prava		0	
	3. Sigurnost na radu		0	
	4. Zapošljavanje	1		
	5. Ispitivanje i maksimalizacija zadovoljstva	1		
	6. Jednakost među spolovima (odnos muškaraca i žena u upravi)	1		
Uključenost u zajednicu i dobročinstvo	7. Donacije za zdravstvo		0	3
	8. Donacije za znanost i obrazovanje		0	
	9. Donacije i sponzorstva u umjetnosti i kulturi	1		
	10. Donacije i sponzorstva sporta	1		
	11. Donacije u humanitarne svrhe i organizacija humanitarnih programa		0	
	12. Donacije humanitarnim organizacijama	1		
Poslovna strategija i tržišni odnosi	13. Antikorupcijski program		0	1
	14. Etički kodeks		0	
	15. Zaštita osobnih podataka potrošača	1		
	16. Politika odnosa prema konkurenciji		0	
Odnosi s klijentima	17. Nagrade		0	1
	18. Posebne usluge	1		
Proizvodi/usluge	19. Nagrade za proizvode/usluge		0	1
	20. Razvoj proizvoda/usluga	1		
Zaštita okoliša	21. Donacije za ekološke projekte		0	0
	22. Interna politika zaštite okoliša		0	
	23. Eksterna politika zaštite okoliša		0	
	24. Posebni proizvodi za ekološke projekte		0	
	UKUPNO:			**10**

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

Tablica 22: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti Merkur osiguranja

Merkur osiguranje				
Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti		DA (1)	NE (0)	Ukupno
Ljudski resursi	1. Edukacija (seminari, usavršavanja i sl.)	1		4
	2. Poštivanje osnovnih ljudskih i radničkih prava		0	
	3. Sigurnost na radu		0	
	4. Zapošljavanje	1		
	5. Ispitivanje i maksimalizacija zadovoljstva	1		
	6. Jednakost među spolovima (odnos muškaraca i žena u upravi)	1		
Uključenost u zajednicu i dobročinstvo	7. Donacije za zdravstvo		0	1
	8. Donacije za znanost i obrazovanje		0	
	9. Donacije i sponzorstva u umjetnosti i kulturi			
	10. Donacije i sponzorstva sporta	1		
	11. Donacije u humanitarne svrhe i organizacija humanitarnih programa		0	
	12. Donacije humanitarnim organizacijama		0	
Poslovna strategija i tržišni odnosi	13. Antikorupcijski program		0	1
	14. Etički kodeks		0	
	15. Zaštita osobnih podataka potrošača	1		
	16. Politika odnosa prema konkurenciji		0	
Odnosi s klijentima	17. Nagrade	1		2
	18. Posebne usluge	1		
Proizvodi/usluge	19. Nagrade za proizvode/usluge	1		2
	20. Razvoj proizvoda/usluga	1		
Zaštita okoliša	21. Donacije za ekološke projekte		0	1
	22. Interna politika zaštite okoliša		0	
	23. Eksterna politika zaštite okoliša		0	
	24. Posebni proizvodi za ekološke projekte	1		
UKUPNO:				**11**

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

Merkur osiguranje

Merkur osiguranje izvještava o svim područjima društvene odgovornosti što vidimo u tablici 21 gdje je prikazan Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti. Ukupni broj bodova za Merkur osiguranje je 11 od maksimalnih 24 što čini 45,83 % što upućuje na prosječnu razinu izvještavanja o društvenoj odgovornosti na internetskim stranicama osiguranja.

Merkur osiguranje najviše poduzetih aktivnosti poduzima iz područja ljudskih resursa što nosi 4 boda odnosno 16,67 %. Dva su područja društvene odgovornosti iz kojih društvo izvještava o svim aktivnostima iako nose samo po 2 boda što zajedno čini 16,67 %, a to su odnosi s klijentima te proizvodi/usluge. Ostala tri područja, uključenost u zajednicu i dobročinstvo, poslovna strategija i tržišni odnosi te zaštita okoliša, nose po 1 bod što zajedno iznosi 12,50 %

Tablica 23: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti Societe Generale osiguranja

Societe Generale Osiguranje				
Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti		DA (1)	NE (0)	Ukupno
Ljudski resursi	1. Edukacija (seminari, usavršavanja i sl.)		0	2
	2. Poštivanje osnovnih ljudskih i radničkih prava		0	
	3. Sigurnost na radu		0	
	4. Zapošljavanje	1		
	5. Ispitivanje i maksimalizacija zadovoljstva		0	
	6. Jednakost među spolovima (odnos muškaraca i žena u upravi)	1		
Uključenost u zajednicu i dobročinstvo	7. Donacije za zdravstvo		0	0
	8. Donacije za znanost i obrazovanje		0	
	9. Donacije i sponzorstva u umjetnosti i kulturi		0	
	10. Donacije i sponzorstva sporta		0	
	11. Donacije u humanitarne svrhe i organizacija humanitarnih programa		0	
	12. Donacije humanitarnim organizacijama		0	
Poslovna strategija i tržišni odnosi	13. Antikorupcijski program		0	0
	14. Etički kodeks		0	
	15. Zaštita osobnih podataka potrošača		0	
	16. Politika odnosa prema konkurenciji		0	
Odnosi s klijentima	17. Nagrade		0	0
	18. Posebne usluge		0	
Proizvodi/usluge	19. Nagrade za proizvode/usluge		0	1
	20. Razvoj proizvoda/usluga	1		
Zaštita okoliša	21. Donacije za ekološke projekte		0	0
	22. Interna politika zaštite okoliša		0	
	23. Eksterna politika zaštite okoliša		0	
	24. Posebni proizvodi za ekološke projekte		0	
UKUPNO:				**3**

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

Societe Generale osiguranje

U tablici 23 je prikazan Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti za Societe Generale osiguranje koje nosi 3 od ukupna 24 boda što čini 12,50 % te pokazuje da društvo minimalno izvještava o poduzetim aktivnostima društveno odgovornog djelovanja. Područja iz kojih je poduzeće prikupilo bodove su ljudski resursi što čini 8,33 % te proizvodi/usluge koje imaju 4,17 %, dok iz ostala četiri područja, uključenost u zajednicu i dobročinstvo, poslovna strategija i tržišni odnosi, odnosi s klijentima te zaštita okoliša, nema objavljenih aktivnosti.

Tablica 24: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti Triglav osiguranja

Triglav osiguranje				
Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti		DA (1)	NE (0)	Ukupno
Ljudski resursi	1. Edukacija (seminari, usavršavanja i sl.)	1		5
	2. Poštivanje osnovnih ljudskih i radničkih prava		0	
	3. Sigurnost na radu	1		
	4. Zapošljavanje	1		
	5. Ispitivanje i maksimalizacija zadovoljstva	1		
	6. Jednakost među spolovima (odnos muškaraca i žena u upravi)	1		
Uključenost u zajednicu i dobročinstvo	7. Donacije za zdravstvo		0	3
	8. Donacije za znanost i obrazovanje	1		
	9. Donacije i sponzorstva u umjetnosti i kulturi	1		
	10. Donacije i sponzorstva sporta	1		
	11. Donacije u humanitarne svrhe i organizacija humanitarnih programa		0	
	12. Donacije humanitarnim organizacijama		0	
Poslovna strategija i tržišni odnosi	13. Antikorupcijski program	1		2
	14. Etički kodeks		0	
	15. Zaštita osobnih podataka potrošača	1		
	16. Politika odnosa prema konkurenciji		0	
Odnosi s klijentima	17. Nagrade		0	1
	18. Posebne usluge	1		
Proizvodi/usluge	19. Nagrade za proizvode/usluge		0	0
	20. Razvoj proizvoda/usluga		0	
Zaštita okoliša	21. Donacije za ekološke projekte		0	0
	22. Interna politika zaštite okoliša		0	
	23. Eksterna politika zaštite okoliša		0	
	24. Posebni proizvodi za ekološke projekte		0	
UKUPNO:				**11**

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

Triglav osiguranje

Od ukupno 24 boda Triglav osiguranje je prikupilo 11 bodova što čini 45,83 %. Tablica 24 prikazuje Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti iz koje se vidi da društvo ne izvještava o svim područjima društvene odgovornosti na svojoj internetskoj stranci.

Triglav osiguranje ne izvještava o dva područja društvene odgovornosti, proizvodima/uslugama te zaštiti okoliša. Najviše objavljenih aktivnosti društvene odgovornosti odnose se na područje ljudskih resursa koje nosi čak 5 bodova odnosno 20,83 %. Uključenosti u zajednicu i dobročinstvo nosi 3 boda što čini 12,50 %, dok poslovna strategija i tržišni odnosi čine 2 boda odnosno 8,33 %. Iz područja odnosa s klijentima objavljene su informacije o jednoj aktivnosti što nosi 1 bod odnosno 4,17 %.

Uniqa osiguranje

Tablica 25 prikazuje Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti za Uniqa osiguranje. Od ukupno 24 boda osiguranje je prikupilo 14 bodova što čini 58,33 % i pokazuje da društvo izvještava o velikom broju poduzetih aktivnosti iz područja društvene odgovornosti.

Uniqa osiguranje iz čak tri područja društveno odgovornog poslovanja izvještava o svim aktivnostima, a to uključuje zajednicu i dobročinstvo što nosi 6 bodova odnosno 25 %, odnose s klijentima te proizvode/usluge koji nose po 2 boda što zajedno čini 16,67 %. Područje ljudskih resursa nosi 3 boda odnosno 12,50 %. Iako Uniqa osiguranje izvještava o više od pola navedenih aktivnosti iz tablice 25 iz područja zaštite okoliša nema objavljenih informacija na svojoj internetskoj stranici.

Tablica 25: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti Uniqa osiguranja

Uniqa osiguranje				
Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti		DA (1)	NE (0)	Ukupno
Ljudski resursi	1. Edukacija (seminari, usavršavanja i sl.)	1		3
	2. Poštivanje osnovnih ljudskih i radničkih prava		0	
	3. Sigurnost na radu		0	
	4. Zapošljavanje	1		
	5. Ispitivanje i maksimalizacija zadovoljstva		0	
	6. Jednakost među spolovima (odnos muškaraca i žena u upravi)	1		
Uključenost u zajednicu i dobročinstvo	7. Donacije za zdravstvo	1		6
	8. Donacije za znanost i obrazovanje	1		
	9. Donacije i sponzorstva u umjetnosti i kulturi	1		
	10. Donacije i sponzorstva sporta	1		
	11. Donacije u humanitarne svrhe i organizacija humanitarnih programa	1		
	12. Donacije humanitarnim organizacijama	1		
Poslovna strategija i tržišni odnosi	13. Antikorupcijski program		0	1
	14. Etički kodeks		0	
	15. Zaštita osobnih podataka potrošača	1		
	16. Politika odnosa prema konkurenciji		0	
Odnosi s klijentima	17. Nagrade	1		2
	18. Posebne usluge	1		
Proizvodi/usluge	19. Nagrade za proizvode/usluge	1		2
	20. Razvoj proizvoda/usluga	1		
Zaštita okoliša	21. Donacije za ekološke projekte		0	0
	22. Interna politika zaštite okoliša		0	
	23. Eksterna politika zaštite okoliša		0	
	24. Posebni proizvodi za ekološke projekte		0	
UKUPNO:				**14**

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

Velebit osiguranje i Velebit životno osiguranje

Tablice 26 i 27 prikazuju Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti Velebit osiguranja i Velebit životnog osiguranja koji imaju jednako bodovane aktivnosti i područja društvene odgovornosti te od ukupno 24 boda imaju po 9 bodova odnosno 37,50 %.

Osiguranja objavljuju poduzete aktivnosti iz svih područja društvene odgovornosti, a najviše iz područja ljudskih resursa što nosi čak 4 boda što čini 16,67 %. Ostalih pet područja

društvene odgovornosti, uključenost u zajednicu i dobročinstvo, poslovna strategija i tržišni odnosi, odnosi s klijentima, proizvodi/usluge te zaštita okoliša, nose po 1 bod što zajedno čini 20,83 %. Premda broj bodova nije visok Velebit osiguranje i Velebit životno osiguranje objavljenim informacijama na svojim internetskim stranicama pokrivaju sva područja društveno odgovornog poslovanja.

Tablica 26: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti Velebit osiguranja

Velebit osiguranje				
Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti		DA (1)	NE (0)	Ukupno
Ljudski resursi	1. Edukacija (seminari, usavršavanja i sl.)	1		4
	2. Poštivanje osnovnih ljudskih i radničkih prava	1		
	3. Sigurnost na radu		0	
	4. Zapošljavanje	1		
	5. Ispitivanje i maksimalizacija zadovoljstva		0	
	6. Jednakost među spolovima (odnos muškaraca i žena u upravi)	1		
Uključenost u zajednicu i dobročinstvo	7. Donacije za zdravstvo		0	1
	8. Donacije za znanost i obrazovanje		0	
	9. Donacije i sponzorstva u umjetnosti i kulturi		0	
	10. Donacije i sponzorstva sporta		0	
	11. Donacije u humanitarne svrhe i organizacija humanitarnih programa		0	
	12. Donacije humanitarnim organizacijama	1		
Poslovna strategija i tržišni odnosi	13. Antikorupcijski program		0	1
	14. Etički kodeks		0	
	15. Zaštita osobnih podataka potrošača	1		
	16. Politika odnosa prema konkurenciji		0	
Odnosi s klijentima	17. Nagrade		0	1
	18. Posebne usluge	1		
Proizvodi/usluge	19. Nagrade za proizvode/usluge		0	1
	20. Razvoj proizvoda/usluga	1		
Zaštita okoliša	21. Donacije za ekološke projekte		0	1
	22. Interna politika zaštite okoliša		0	
	23. Eksterna politika zaštite okoliša		0	
	24. Posebni proizvodi za ekološke projekte	1		
	UKUPNO:			**9**

Izvor: prikaz autora na temelju istraživanja web stranice osiguranja, [Internet], raspoloživo na: http://www.velebit-os.hr/hr/

Tablica 27: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti Velebit životnog osiguranja

Velebit životno osiguranje				
Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti		DA (1)	NE (0)	Ukupno
Ljudski resursi	1. Edukacija (seminari, usavršavanja i sl.)	1		4
	2. Poštivanje osnovnih ljudskih i radničkih prava	1		
	3. Sigurnost na radu		0	
	4. Zapošljavanje	1		
	5. Ispitivanje i maksimalizacija zadovoljstva		0	
	6. Jednakost među spolovima (odnos muškaraca i žena u upravi)	1		
Uključenost u zajednicu i dobročinstvo	7. Donacije za zdravstvo		0	1
	8. Donacije za znanost i obrazovanje		0	
	9. Donacije i sponzorstva u umjetnosti i kulturi		0	
	10. Donacije i sponzorstva sporta		0	
	11. Donacije u humanitarne svrhe i organizacija humanitarnih programa		0	
	12. Donacije humanitarnim organizacijama	1		
Poslovna strategija i tržišni odnosi	13. Antikorupcijski program		0	1
	14. Etički kodeks		0	
	15. Zaštita osobnih podataka potrošača	1		
	16. Politika odnosa prema konkurenciji		0	
Odnosi s klijentima	17. Nagrade		0	1
	18. Posebne usluge	1		
Proizvodi/usluge	19. Nagrade za proizvode/usluge		0	1
	20. Razvoj proizvoda/usluga	1		
Zaštita okoliša	21. Donacije za ekološke projekte		0	1
	22. Interna politika zaštite okoliša		0	
	23. Eksterna politika zaštite okoliša		0	
	24. Posebni proizvodi za ekološke projekte	1		
UKUPNO:				**9**

Izvor: prikaz autora na temelju istraživanja web stranice osiguranja, [Internet], raspoloživo na: http://www.velebit-zivotno-osiguranje.hr/hr/

Wiener osiguranje Vienna Insurance Group

Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti Wiener osiguranja od ukupno 24 ima 11 bodova što čini 45,83 %. Tablica 28 prikazuje da društvo izvještava o poduzetim aktivnostima društvene odgovornosti u svim područjima osim zaštite okoliša. Najviše objavljenih informacija je iz područja uključenosti u zajednicu i dobročinstvo koje nosi 5 bodova odnosno 20,83 %. Područje ljudskih resursa nosi 3 boda odnosno 12,50 %, dok poslovna strategija i tržišni odnosi, odnosi s klijentima te proizvodi/usluge nose po 1 bod što zajedno čini 12,50 %

Tablica 28: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti Wiener osiguranja Vienna Insurance Group

Wiener osiguranje Vienna Insurance Group				
Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti		DA (1)	NE (0)	Ukupno
Ljudski resursi	1. Edukacija (seminari, usavršavanja i sl.)	1		3
	2. Poštivanje osnovnih ljudskih i radničkih prava		0	
	3. Sigurnost na radu		0	
	4. Zapošljavanje	1		
	5. Ispitivanje i maksimalizacija zadovoljstva		0	
	6. Jednakost među spolovima (odnos muškaraca i žena u upravi)	1		
Uključenost u zajednicu i dobročinstvo	7. Donacije za zdravstvo	1		5
	8. Donacije za znanost i obrazovanje	1		
	9. Donacije i sponzorstva u umjetnosti i kulturi	1		
	10. Donacije i sponzorstva sporta	1		
	11. Donacije u humanitarne svrhe i organizacija humanitarnih programa	1		
	12. Donacije humanitarnim organizacijama		0	
Poslovna strategija i tržišni odnosi	13. Antikorupcijski program		0	1
	14. Etički kodeks	1		
	15. Zaštita osobnih podataka potrošača		0	
	16. Politika odnosa prema konkurenciji		0	
Odnosi s klijentima	17. Nagrade		0	1
	18. Posebne usluge	1		
Proizvodi/usluge	19. Nagrade za proizvode/usluge		0	1
	20. Razvoj proizvoda/usluga	1		
Zaštita okoliša	21. Donacije za ekološke projekte		0	0
	22. Interna politika zaštite okoliša		0	
	23. Eksterna politika zaštite okoliša		0	
	24. Posebni proizvodi za ekološke projekte		0	
UKUPNO:				**11**

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

Wustenrot životno osiguranje

Wustenrot životno osiguranje je putem Indeksa izvještavanja o društvenoj odgovornosti dobilo 3 boda od ukupnih 24 što iznosi 12,50 % te pokazuje da društvo izvještava o poduzetim aktivnostima iz samo dva područja, ljudskih resursa koje nose 2 boda, odnosno 8,33 %, te proizvoda/usluga koji nose 1 bod, odnosno 4,17 %. Tablica 29 prikazuje da osiguranje ne izvještava o uključenosti u zajednicu i dobročinstvo, poslovnoj strategiji i tržišnim odnosima, odnosima s klijentima te zaštiti okoliša.

Tablica 29: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti Wustenrot životnog osiguranja

Wustenrot životno osiguranje				
Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti		DA (1)	NE (0)	Ukupno
Ljudski resursi	1. Edukacija (seminari, usavršavanja i sl.)		0	2
	2. Poštivanje osnovnih ljudskih i radničkih prava		0	
	3. Sigurnost na radu		0	
	4. Zapošljavanje	1		
	5. Ispitivanje i maksimalizacija zadovoljstva		0	
	6. Jednakost među spolovima (odnos muškaraca i žena u upravi)	1		
Uključenost u zajednicu i dobročinstvo	7. Donacije za zdravstvo		0	0
	8. Donacije za znanost i obrazovanje		0	
	9. Donacije i sponzorstva u umjetnosti i kulturi		0	
	10. Donacije i sponzorstva sporta		0	
	11. Donacije u humanitarne svrhe i organizacija humanitarnih programa		0	
	12. Donacije humanitarnim organizacijama		0	
Poslovna strategija i tržišni odnosi	13. Antikorupcijski program		0	0
	14. Etički kodeks		0	
	15. Zaštita osobnih podataka potrošača		0	
	16. Politika odnosa prema konkurenciji		0	
Odnosi s klijentima	17. Nagrade		0	0
	18. Posebne usluge		0	
Proizvodi/usluge	19. Nagrade za proizvode/usluge		0	1
	20. Razvoj proizvoda/usluga	1		
Zaštita okoliša	21. Donacije za ekološke projekte		0	0
	22. Interna politika zaštite okoliša		0	
	23. Eksterna politika zaštite okoliša		0	
	24. Posebni proizvodi za ekološke projekte		0	
	UKUPNO:			**3**

Izvor: prikaz autora na temelju istraživanja web stranice osiguranja, [Internet], raspoloživo na: http://www.wuestenrot-osiguranje.hr/

4.3.Rezultati istraživanja

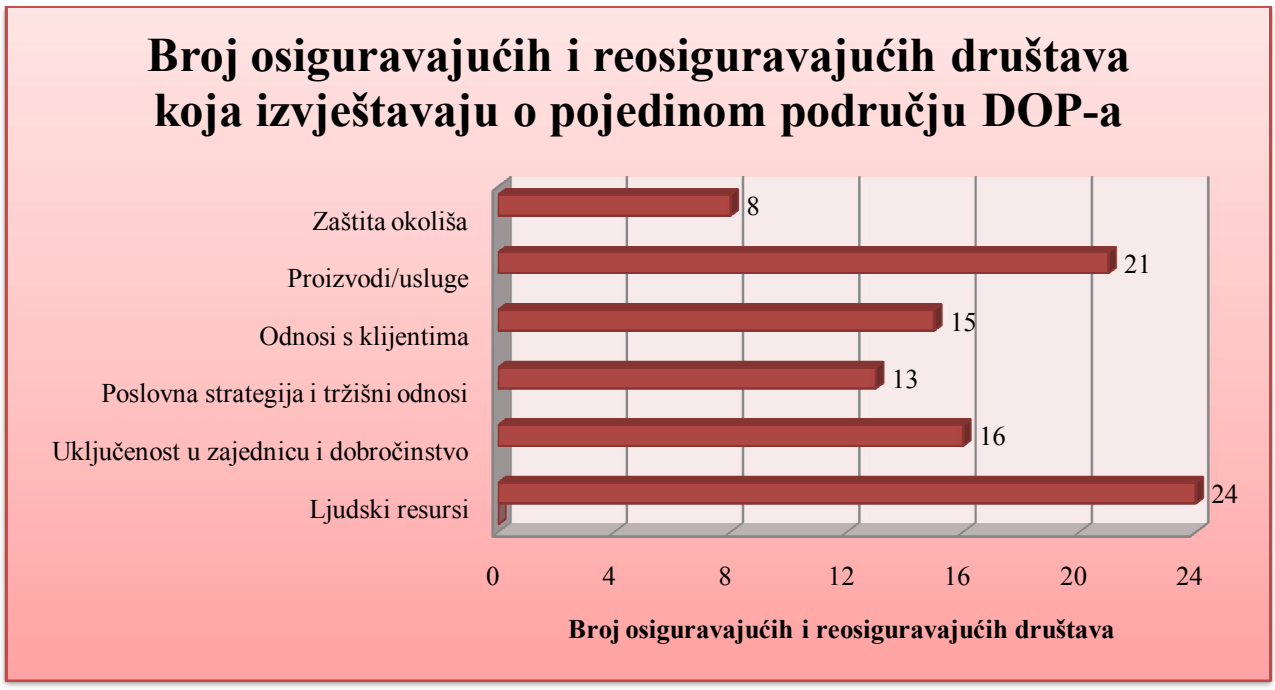
Nakon provedenog istraživanja mogu se prikazati konačni rezultati koji nam pokazuju o kojem području društvene odgovornosti se najviše izvještava, koliki broj osiguravajućih i reosiguravajućih društava izvještava o pojedinom području, o koliko područja društvene odgovornosti pojedino društvo izvještava te prosječnu ocjenu djelatnosti osiguranja i reosiguranja kreiranu putem Indeksa izvještavanja o društvenoj odgovornosti.

Tablica 30: Broj osiguravajućih/reosiguravajućih društava koja izvještavaju o pojedinom području DOP-a

Područja društveno odgovornog poslovanja	Broj društava koja izvještavaju o pojedinom području
Ljudski resursi	24
Uključenost u zajednicu i dobročinstvo	16
Poslovna strategija i tržišni odnosi	13
Odnosi s klijentima	15
Proizvodi/usluge	21
Zaštita okoliša	8

Izvor: prikaz autora na temelju istraživanja

Tablica 30 prikazuje koliki broj osiguravajućih i reosiguravajućih društava izvještava o pojedinoj aktivnosti društvene odgovornosti te o kojem se području najviše izvještava. Rezultati pokazuju da sva društva izvještavaju o području ljudskih resursa što je ujedno i područje o kojem se najviše izvještava na internetskim stranicama. Proizvodi/usluge su područje o kojem izvještava čak 21 društvo, dok aktivnosti vezane za zaštitu okoliša objavljuje samo 8 društava. Na grafikonu 1 su prikazani rezultati gdje se lakše mogu usporediti razlike u izvještavanju o pojedinim područjima društvene odgovornosti.



Grafikon 1: Broj osiguravajućih/reosiguravajućih društava koja izvještavaju o pojedinom području DOP-a

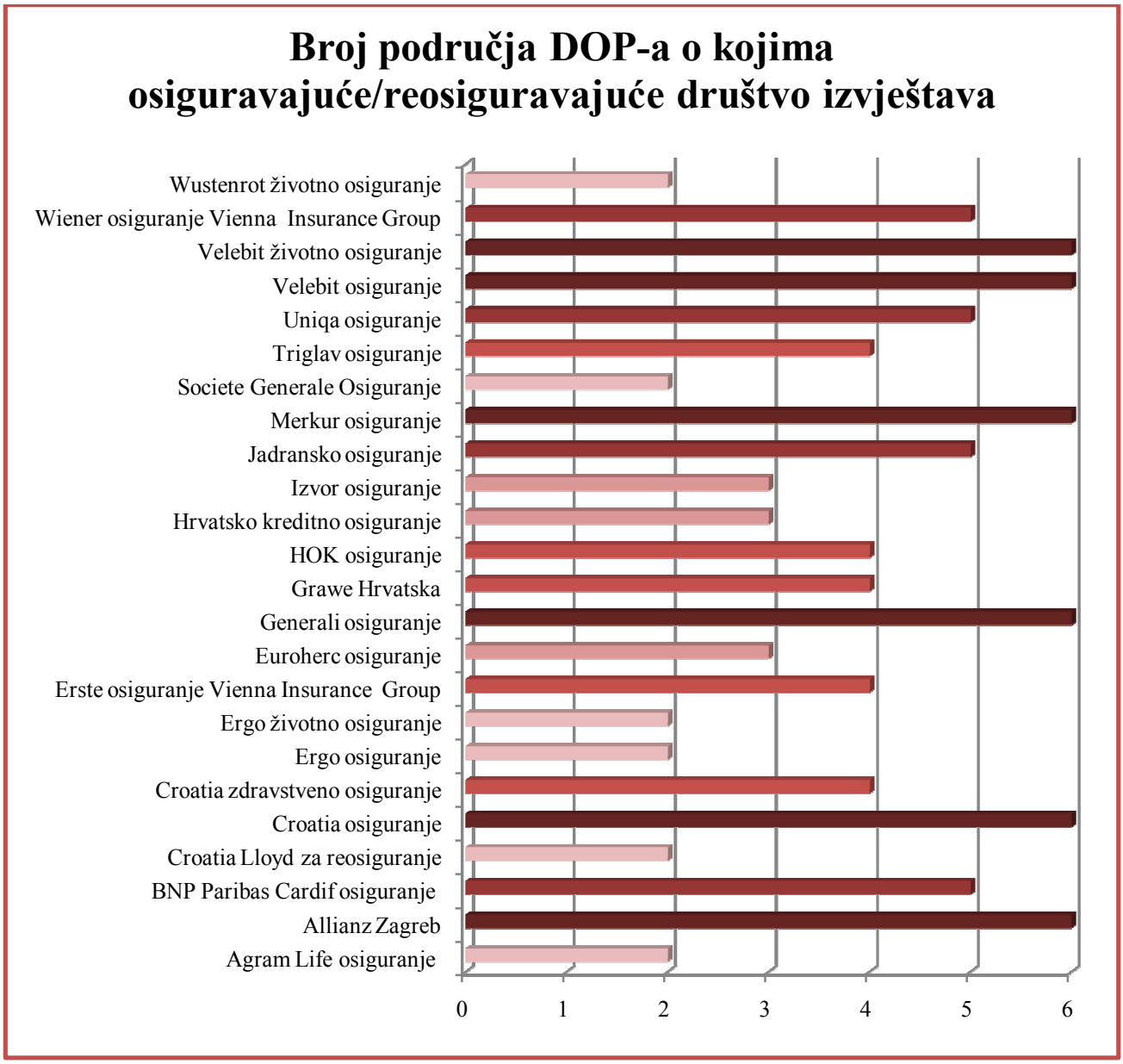
Izvor: prikaz autora na temelju istraživanja

Tablica 31: Broj područja DOP-a o kojima osiguravajuće/reosiguravajuće društvo izvještava

R.B.	Osiguravajuće/reosiguravajuće društvo	Broj područja društveno odgovornog poslovanja o kojima društvo izvještava
1.	Agram Life osiguranje	2
2.	Allianz Zagreb	6
3.	BNP Paribas Cardif osiguranje	5
4.	Croatia Lloyd za reosiguranje	2
5.	Croatia osiguranje	6
6.	Croatia zdravstveno osiguranje	4
7.	Ergo osiguranje	2
8.	Ergo životno osiguranje	2
9.	Erste osiguranje Vienna Insurance Group	4
10.	Euroherc osiguranje	3
11.	Generali osiguranje	6
12.	Grawe Hrvatska	4
13.	HOK osiguranje	4
14.	Hrvatsko kreditno osiguranje	3
15.	Izvor osiguranje	3
16.	Jadransko osiguranje	5
17.	Merkur osiguranje	6
18.	Societe Generale Osiguranje	2
19.	Triglav osiguranje	4
20.	Uniqa osiguranje	5
21.	Velebit osiguranje	6
22.	Velebit životno osiguranje	6
23.	Wiener osiguranje Vienna Insurance Group	5
24.	Wustenrot životno osiguranje	2

Izvor: prikaz autora na temelju istraživanja

Tablica 31 prikazuje o koliko područja društvene odgovornosti pojedino osiguravajuće/reosiguravajuće društvo izvještava što je prikazano i na grafikonu 2 iz kojeg možemo vidjeti da čak šest društava izvještava o svim područjima društvene odgovornosti na svojim internetskim stranicama. Nijedno društvo ne izvještava o samo jednom području ili nijednom, a njih šest izvještava o samo dva područja društvene odgovornosti. Na temelju prikazanog može zaključiti da ne postoji osiguravajuće/reosiguravajuće društvo koje uopće ne izvještava o primjeni društveno odgovornog poslovanja što pokazuje da djelatnost osiguranja i reosiguranja primjenjuje društveno odgovorno poslovanje i o tome izvještava putem internetskih stranica.



Grafikon 2: Broj područja DOP-a o kojima osiguravajuće/reosiguravajuće društvo izvještava

Izvor: prikaz autora na temelju istraživanja

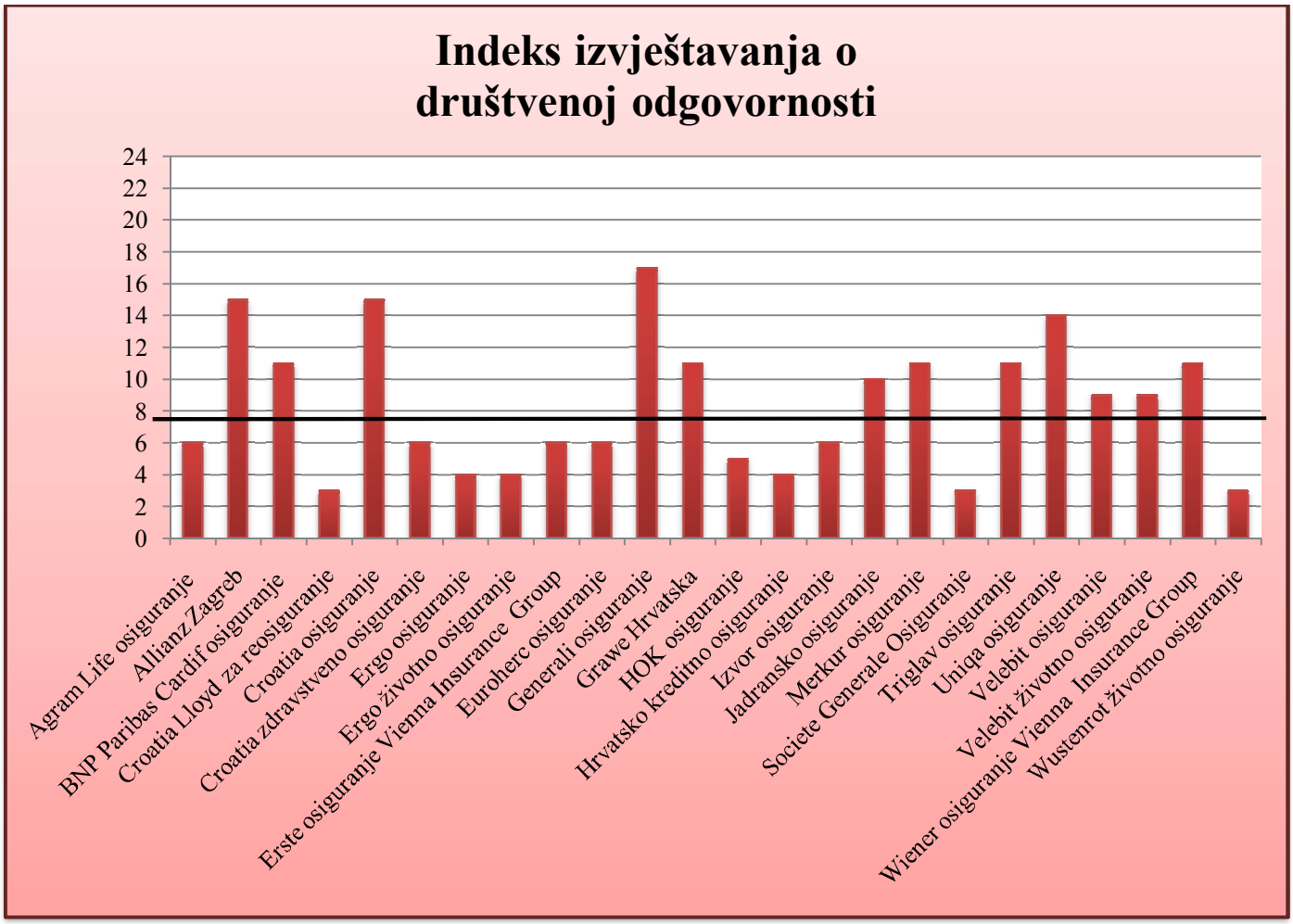
Tablica 32 daje pregled bodova svih osiguravajućih/reosiguravajućih društava na temelju čega je kreiran prosječni broj bodova djelatnosti osiguranja i reosiguranja koji iznosi 8,33 što iznosi 34,71 %. Broj bodova nam govori da je izvještavanje o društvenoj odgovornosti prisutno u djelatnosti osiguranja/reosiguranja, ali je prosjek nizak s obzirom da je maksimalan broj bodova 24. Neka društva odskaču od prosjeka i imaju visok broj bodova, ali veći je broj onih s bodovima bližim prosjeku i manjim brojem bodova odnosno onih koji ne izvještavaju o velikom broju aktivnosti poduzetih na području društvene odgovornosti.

Od 24 osiguravajuća/reosiguravajuća društva njih 12 ima bodovan Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti veći od prosjeka što čini polovicu promatranih društava iako je manji broj onih koji znatno odskaču od prosjeka. Veće odskakanje od prosjeka u pozitivnom smislu vidimo kod 4 društva koja izvještavaju o velikom broju aktivnosti poduzetih na području odgovornog poslovanja.

Tablica 32: Prosječna ocjena djelatnosti osiguranja i reosiguranja

R.B.	Osiguravajuće/reosiguravajuće društvo	Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti (Marx. 24)
1.	Agram Life osiguranje	6
2.	Allianz Zagreb	15
3.	BNP Paribas Cardif osiguranje	11
4.	Croatia Lloyd za reosiguranje	3
5.	Croatia osiguranje	15
6.	Croatia zdravstveno osiguranje	6
7.	Ergo osiguranje	4
8.	Ergo životno osiguranje	4
9.	Erste osiguranje Vienna Insurance Group	6
10.	Euroherc osiguranje	6
11.	Generali osiguranje	17
12.	Grawe Hrvatska	11
13.	HOK osiguranje	5
14.	Hrvatsko kreditno osiguranje	4
15.	Izvor osiguranje	6
16.	Jadransko osiguranje	10
17.	Merkur osiguranje	11
18.	Societe Generale Osiguranje	3
19.	Triglav osiguranje	11
20.	Uniqa osiguranje	14
21.	Velebit osiguranje	9
22.	Velebit životno osiguranje	9
23.	Wiener osiguranje Vienna Insurance Group	11
24.	Wustenrot životno osiguranje	3
UKUPNO (max.576):		**200**
PROSJEČNI BROJ BODOVA:		**8,33**

Izvor: prikaz autora na temelju istraživanja



Grafikon 3: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti

Izvor: prikaz autora na temelju istraživanja

Grafikon 3 prikazuje Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti za svako osiguravajuće/reosiguravajuće društvo te prosječan broj bodova za djelatnost osiguranja/reosiguranja označen crnom linijom (8,33 boda). Iz grafikona se vidi da polovica osiguravajućih/reosiguravajućih društava ima broj bodova veći od prosjeka iako je manji broj onih koji znatno odskaču od prosjeka u pozitivnom smislu, a nešto veći broj onih društava koja se nalaze oko prosjeka ili ispod prosjeka.

Društva koja se ističu po broju bodova su Generali osiguranje sa 17 bodova (70,83 %), Allianz Zagreb i Croatia osiguranje s 15 bodova (62,50 %) te Uniqa osiguranje s 14 bodova (58,33 %) što vodi do zaključka da ova društva izvještavaju o većini aktivnosti s područja društvene odgovornosti.

5. ZAKLJUČAK

Nova dimenzija izvještavanja, koja osim financijskih informacija, uključuje i nefinancijske informacije odnosno aktivnosti odnosi se na društveno odgovorno poslovanje. Velika i profitabilna poduzeća često su predvodnici uvođenja novih način poslovanja u koju skupinu spadaju i osiguravajuća/reosiguravajuća društva čija su praksa i način izvještavanja društvene odgovornosti predmet istraživanja ovog rada.

Rezultat istraživanja o primjeni društveno odgovornog poslovanja osiguravajućih i reosiguravajućih društava te izvještavanju na internetskim stranicama pokazuje da sva društva primjenjuju društveno odgovorno poslovanje barem u nekom obliku. Razlike se stvaraju u praksi izvještavanja i količini informacija koje društva javno dijele. Neka društva imaju posebne odjeljke na svojim stranicama gdje objavljuju informacije o poduzetim aktivnostima iz područja društvene odgovornosti dok druga to objavljuju zajedno s ostalim informacijama na svojim internetskim stranicama. Razlike se također javljaju i u detaljnosti objavljenih informacija gdje se može uočiti da samo pojedina društva potkrjepljuju objavljene informacije primjerima iz prakse.

Ovo istraživanje pokazuje kako je društveno odgovorno poslovanje, kao koncept koji je još uvijek u razvoju i predstavlja relativno novo područje poslovanja, prihvaćen u djelatnosti osiguranja kao sastavni dio poslovne strategije i djelovanja što može pružiti primjer drugim djelatnostima koje još nisu uvele ili prihvatile ovakav način djelovanja.

Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti na temelju kojeg je provedeno bodovanje i kreirani rezultati obuhvaća 6 područja podijeljena na 24 aktivnosti što nosi maksimalno 24 boda. Bodovanje je provedeno na temelju dostupnih informacija na web stranicama poduzeća koje se odnose na aktivnosti društveno odgovornog poslovanja koje su osiguravajuća/reosiguravajuća društva objavila za javnost.

Osim zaključka da je društveno odgovorno poslovanje prisutno u djelatnosti osiguranja rezultati su vidljivi i na drugim područjima. Može se zaključiti da je od šest područja društvene odgovornosti koja poduzeća primjenjuju i o njima izvještava područje ljudskih

resursa najzastupljenije. Drugim riječima aktivnosti društvene odgovornosti o kojima se najviše izvještava odnose se na upravljanje zaposlenicima.

Sljedeća kategorija društveno odgovornog poslovanja koja je također prisutna na gotovo svim internetskim stranicama društava je kategorija proizvoda/usluga što je opravdavajuće s obzirom da sve veći broj poduzeća pa tako i osiguravajućih/reosiguravajućih društava želi javnosti što pobliže prikazati svoje proizvode i ponudu.

Područje društvene odgovornosti o kojem se najmanje izvještava u djelatnosti osiguranja je pitanje zaštite okoliša. Samo osam društava izvještava o aktivnostima poduzetim na tom području što je malo obzirom da je zaštita okoliša postala sastavni dio strategije poslovanja.

Ostala područja društvene odgovornosti podjednako su zastupljena u primjeni, a kao karakteristično se može izdvojiti područje uključenosti u zajednicu i dobročinstvo koje predstavlja stupanj donacija i sponzorstva putem kojih osiguravajuća/reosiguravajuća društva pomažu ugroženim skupinama, sportašima, obrazovnom kadru, bolesnima i svim drugima kojima je pomoć potrebna. Veliki je broj društava koji pomažu zajednici na ovaj način i pružaju primjer dobre prakse. Odnosi s klijentima te poslovna strategija i tržišni odnosi podjednako su zastupljena područja izvještavanja o kojima izvještava više od polovicu društava.

Konačan broj bodova koji se dobio istraživanjem za djelatnost osiguranja u Republici Hrvatskoj iznosi 8,33 što ukazuje da je društveno odgovorno poslovanje prisutno u djelatnosti i prihvaćeno od strane društava, ali još uvijek ima prostora za poboljšanje rezultata i uvođenje dodatnih mjera i aktivnosti na području društvene odgovornosti.

Istraživanje pokazuje da od 24 osiguravajuća/reosiguravajuća društva, na kojima je provedeno istraživanje, njih pola ima iznadprosječan broj bodova prema Indeksu izvještavanja o društvenoj odgovornosti, dok samo 4 društva značajnije odskaču od prosjeka među kojima se svakako može istaknuti Generali osiguranje s najvećim brojem bodova (17) što čini 70,83 % od maksimalnog broja bodova.

LITERATURA

Knjige i članci:

1. Bačun, D., Matešić, M., Omazić, M.A. (2012): Leksikon održivog razvoja, Hrvatski poslovni savjet za održivi razvoj, Zagreb.
2. Bagić, A., Škrabalo, M., Narančić, L. (2004): Pregled društvene odgovornosti poduzeća u Hrvatskoj, Zagreb: AED – Academy for Educational Development.
3. Bebek, B., Kolumbić, A. (2000): Poslovna etika, Sinergija, Zagreb
4. Bijelić, M. (2002): Osiguranje i reosiguranje, Tectus, Zagreb
5. Buble, M. (2000): Menadžment, Ekonomski fakultet Sveučilišta u Splitu, Split.
6. Cerjan-Letica, G. (2010): Piramida profesionalne i poslovne odgovornosti u hrvatskoj stomatologiji, Acta Stomatologica Croatica, 44 (2), Hrčak, [Internet], raspoloživo na: http://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=84578
7. Ćorić, G. (2008): Što je društvena odgovornost, Magazin za društveni razvitak Pomakonline, [Internet], raspoloživo na: http://www.pomakonline.com/content/view/100/60/,
8. Ćurković, M. (2007): Obvezna osiguranja u prometu, Inženjerski biro d.d., Zagreb
9. Glavočević, A., Radman Peša, A. (2013): Društveno odgovorno poslovanje i CRM kao način integriranja društvene odgovornosti u marketinške aktivnosti, Oeconomica Jardertina, Sveučilište u Zadru, Zadar, Hrčak, [Internet], raspoloživo na: http://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=170022
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, Hrčak, [Internet], raspoloživo na: http://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=138611
13. Kundid A, Rogošić, A. (2011): Bank online reporting: Comparative Advantage, Formalism or Fashion?, Ekonomski fakultet Split, Split
14. Matešić, M., Pavlović, D, Bartoluci, D. (2015): Društveno odgovorno poslovanje, VPŠ Libertas, Zagreb
15. Rašić, S. (2011): Društveno odgovorno poslovanje u Galetić, L. (Urednik), Organizacija velikih poduzeća, Sinergija nakladništvo d.o.o., Zagreb

16. Rogošić, A., Čaljkušić, A. (2015): Disclosure of the Socially Responsible Activities of the Banks in Croatia and Slovenia, Ekonomski fakultet Split, Split
17. Rogošić, A., Kundid, A. (2012): Izvještavanje o društvenoj odgovornosti banaka u Hrvatskoj, Hrčak, [Internet], raspoloživo na: http://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=142659
18. Tafra Vlahović, M.:Konceptualni okvir društveno odgovornog poslovanja, Hrčak, [Internet], raspoloživo na: http://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=61695

Pravilnik/Zakon:

1. Zakon o osiguranju, [Internet], raspoloživo na: http://www.zakon.hr/z/369/Zakon-o-osiguranju
2. Zakon o računovodstvu, [Internet], raspoloživo na: http://www.zakon.hr/z/118/Zakon-o-ra%C4%8Dunovodstvu

Izvor s Interneta:

1. Agram Life, [Internet], raspoloživo na: http://www.agramlife.hr/
2. Allianz Zagreb, [Internet], raspoloživo na: https://www.allianz.hr/#AO
3. BNP Paribas Cardif Osiguranje , [Internet], raspoloživo na: http://www.bnpparibascardif.hr/hr/pid2266/bnp-paribas.html
4. Croatia Lloyd za reosiguranje, [Internet], raspoloživo na: http://www.croatialloyd.hr/
5. Croatia osiguranje, [Internet], raspoloživo na: http://www.crosig.hr/hr/
6. Croatia zdravstveno osiguranje, [Internet], raspoloživo na: https://www.czo.hr/
7. Ergo osiguranje, [Internet], raspoloživo na: http://www.ergo-osiguranje.hr/o-nama/o-nama/
8. Ergo životno osiguranje, [Internet], raspoloživo na: http://www.ergo-osiguranje.hr/ergo-zivotno-osiguranje-dd/o-nama/
9. Erste osiguranje Vienna Insurance Group, [Internet], raspoloživo na: http://www.erste-osiguranje.hr/
10. Euroherc osiguranje, [Internet], raspoloživo na: http://www.euroherc.hr/
11. Generali osiguranje, [Internet], raspoloživo na: http://www.generali.hr/
12. Grawe osiguranje, [Internet], raspoloživo na: http://www.grawe.hr/hr/index.htm
13. HOK osiguranje, [Internet], raspoloživo na: http://www.hok-osiguranje.hr/
14. Hrvatska agencija za nadzor financijskih usluga, [Internet], raspoloživo na: http://www.hanfa.hr/
15. Hrvatska gospodarska komora, [Internet], raspoloživo na: http://web.hgk.hr/

16. Hrvatska udruga poslodavaca (2014): Društveno odgovorno poslovanje za sve (DOP za sve), Priručnik za organizacije poslodavaca, raspoloživo na: http://www.hup.hr/EasyEdit/UserFiles/Petra%20Senti%C4%87/Prirucnik%20DOP%20HR.pdf
17. Hrvatski zavod za norme, HRN ISO 26000 – Društvena odgovornost, raspoloživo na: http://www.hzn.hr/default.aspx?id=54
18. Hrvatsko kreditno osiguranje, [Internet], raspoloživo na: http://www.hkosig.hr/
19. Hrvatski poslovni savjet za održivi razvoj, [Internet], raspoloživo na: http://www.hrpsor.hr/
20. Hrvatski ured za osiguranje, [Internet], raspoloživo na: https://www.huo.hr/
21. Izvor osiguranje, [Internet], raspoloživo na: http://www.izvorosiguranje.hr/
22. Jadransko osiguranje, [Internet], raspoloživo na: http://www.jadransko.hr/
23. Kulenović, Z., Slišković, M.: Metodologija znanstvenoistraživačkog rada, Pomorski fakultet, Split, [Internet], raspoloživo na: http://www.pfst.unist.hr/uploads/MZIR-Prilog_Predavanju4.pdf
24. Merkur osiguranje, [Internet], raspoloživo na: http://www.merkur.hr/
25. Pavić-Rogošić, L.: Društveno odgovorno poslovanje (DOP), ODRAZ, [Internet], raspoloživo na: http://www.odraz.hr/media/21845/dop.pdf
26. Societe Generale osiguranje, [Internet], raspoloživo na: http://www.sgosiguranje.hr/
27. Triglav osiguranje, [Internet], raspoloživo na: http://www.triglav.hr/
28. Uniqa osiguranje, [Internet], raspoloživo na: http://www.uniqa.hr/
29. Velebit osiguranje, [Internet], raspoloživo na: http://www.velebit-os.hr/hr/
30. Velebit životno osiguranje, [Internet], raspoloživo na: http://www.velebit-zivotno-osiguranje.hr/hr/
31. Wiener osiguranje Vienna Insurance Group, [Internet], raspoloživo na: http://www.wiener.hr/
32. Wustenrot osiguranje, [Internet], raspoloživo na: http://www.wuestenrot.hr/

SAŽETAK

Pojam društveno odgovornog poslovanja proširio se diljem Europe i svijeta jer sve veći broj kompanija želi promovirati sebe i svoju strategiju na način da pošalju poruku društvene odgovornosti javnosti.

Razni autori definiraju pojam društvene odgovornosti, a skraćeno se može definirati kao način poslovanja koji je ključan za dobrobit zajednice i okoliša u kojem poslovni subjekt djeluje. Interes u takvom načinu poslovanja trebao bi imati i poslovni subjekt i svi njegovi dionici odnosno zajednica.

Djelatnost osiguranja u Republici Hrvatskoj koje je uzeto kao uzorak istraživanja obuhvaća 24 osiguravajuća/reosiguravajuća društva za koje je provedeno istraživanje o primjeni društveno odgovornog poslovanja koje obuhvaća šest domena od kojih je svaka podijeljena na određene aktivnosti.

Rezultati su pokazali da je društveno odgovorno poslovanje prisutno u djelatnosti osiguranja i da sva društva o tome izvještavaju na internetskim stranicama. Rezultati su kreirani na temelju Indeksa izvještavanja o društvenoj odgovornosti.

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

SUMMARY

The term of corporate social responsibility has spred through Europe and the world because more and more companies want to promote itself and its strategy in a way to send a message of social responsibility to the public.

Many authors define the term of corporate social responsibility but we can define it like a way of doing business which is main for benefit of community and environment where the entity operates. Interest in such a way of doing business should have a business entity and all of its stakeholders and communities .

The insurance industry in the Republic of Croatia , which is taken as a sample of the research, includes 24 insurance / reinsurance companies for which the study was conducted on the application of corporate social responsibility that includes six areas where each is divided into certain activities .

The results showed that corporate social responsibility is present in the insurance industry and that all companies report it on their web sites. Results are based on the Index of reporting on social responsibility.

Key terms: corporate social responsibility, insurance industry, Index of reporting on social responsibility

POPIS TABLICA, DIJAGRAMA, SLIKA I GRAFIKONA

Popis tablica:

Tablica 1: Deset zapovjedi društvene odgovornosti poduzeća 11
Tablica 2: Suprostavljeni modeli poslovanja prema Kreitneru 26
Tablica 3: Osiguravajuća i reosiguravajuća društva 44
Tablica 4: Poslovni rezultati osiguravajućih i reosiguravajućih društava u 2015. godini 45
Tablica 5: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti 46
Tablica 6: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti AGRAM LIFE osiguranja 48
Tablica 7: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti ALLIANZ ZAGREB osiguranja 49
Tablica 8: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti BNP Paribas Cardif osiguranja 50
Tablica 9: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti CROATIA LLOYD za reosiguranje 51
Tablica 10: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti CROATIA osiguranja 53
Tablica 11: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti CROATIA zdravstvenog osiguranja 54
Tablica 12: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti ERGO osiguranja.....55
Tablica 13: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti ERGO životnog osiguranja 56
Tablica 14: Indeks izvještavnja o društvenoj odgovornosti Erste osiguranja Vienna Insurance Group 57
Tablica 15: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti Euroherc osiguranja 58
Tablica 16: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti Generali osiguranja 59
Tablica 17: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti Grawe osiguranja 60
Tablica 18: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti HOK osiguranja 62
Tablica 19: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti Hrvatskog kreditnog osiguranja 63
Tablica 20: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti IZVOR osiguranja.....64
Tablica 21: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti Jadranskog osiguranja 65
Tablica 22: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti Merkur osiguranja.....66

Tablica 23: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti Societe Generale osiguranja 67
Tablica 24: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti Trigalav osiguranja 68
Tablica 25: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti UNIQA osiguranja.....70
Tablica 26: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti Velebit osiguranja.....71
Tablica 27: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti Velebit životnog osiguranja 72
Tablica 28: Indeks izvještanja o društvenoj odgovornosti Wiener osiguranja Vienna Insurance Group 73
Tablica 29: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti Wustenrot životnog osiguranja 74
Tablica 30: Broj osiguravajućih/reosiguravajućih društava koja izvještavaju o pojedinom području DOP-a.....75
Tablica 31: Broj područja DOP-a o kojima osiguravajuće/reosiguravajuće društvo izvještava.....76
Tablica 32: Prosječna ocjena djelatnosti osiguranja i reosiguranja.....78

Popis dijagrama:

Dijagram 1: Hijerarhija društvene odgovornosti poduzeća prema Daftu 1997. 23
Dijagram 2: Odgovor korporacije na društvene zahtjeve prema Daftu.....28
Dijagram 3: Metodologija Indeksa DOP-a 30
Dijagram 4: Organizacija HUO 42
Dijagram 5: Povijesni razvoj HUO-a 42

Popis slika:

Slika 1: Piramida društvene odgovornosti Archiea Carolla iz 1991.....24

Popis grafikona:

Grafikon 1: Broj osiguravajućih/reosiguravajućih društava koja izvještavaju o pojedinom području DOP-a 75
Grafikon 2: Broj područja DOP-a o kojima osiguravajuće/reosiguravajuće društvo izvještava.....77
Grafikon 3: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti 79