Društveno odgovorno poslovanje u bankarstvu

Bratović, Ester

Undergraduate thesis / Završni rad

2015

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Pula / Sveučilište Jurja Dobrile u Puli**

Permanent link / Trajna poveznica: https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:137:158623

Rights / Prava: In copyright / Zaštićeno autorskim pravom.

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

Image not found or type unknown

Repository / Repozitorij:

Digital Repository Juraj Dobrila University of Pula

zir.nsk.hr

Image not found or type unknown

Sveučilište Jurja Dobrile u Puli
Fakultet ekonomije i turizma
«Dr. Mijo Mirković»

ESTER BRATOVIĆ

DRUŠTVENO ODGOVORNO POSLOVANJE U BANKARSTVU

Završni rad

Pula, 2015.

Sveučilište Jurja Dobrile u Puli
Fakultet ekonomije i turizma
«Dr. Mijo Mirković»

ESTER BRATOVIĆ

DRUŠTVENO ODGOVORNO POSLOVANJE U BANKARSTVU

Završni rad

JMBAG: 0303034481

Studijski smjer: Menadžment i poduzetništvo

Predmet: Menadžment održiva razvoja

Mentor: doc. dr. sc. Kristina Afrić-Rakitovac

Pula, rujan 2015.

IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

Ja, dolje potpisana ESTER BRATOVIĆ, kandidat za prvostupnika MENADŽMENTA I PODUZETNIŠTVA ovime izjavljujem da je ovaj Završni rad rezultat isključivo mojega vlastitog rada, da se temelji na mojim istraživanjima te da se oslanja na objavljenu literaturu kao što to pokazuju korištene bilješke i bibliografija. Izjavljujem da niti jedan dio Završnog rada nije napisan na nedozvoljen način, odnosno da je prepisan iz kojega necitiranog rada, te da ikoji dio rada krši bilo čija autorska prava. Izjavljujem, također, da nijedan dio rada nije iskorišten za koji drugi rad pri bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj ili radnoj ustanovi.

Student:

U Puli, 29. 09. 2015. _____

SADRŽAJ

UVOD 1
1. DRUŠTVENO ODGOVORNO POSLOVANJE 3
1.1. Čimbenici razvoja DOP-a 8
1.2. Interna dimenzija DOP-a 9
1.3. Eksterna dimenzija DOP-a 10
1.4. Indeks DOP-a 11
1.5. ISO 26000 14
2. DRUŠTVENO ODGOVORNO POSLOVANJE BANAKA 16
2.1. Poslovna etika banaka 18
2.2. Uloga financijskih institucija u razvoju DOP-a u RH 20
2.3. Društvena odgovornost središnjih banaka 21
2.4. Razmjer društvenog odgovornog poslovanja u bankarskoj djelatnosti 22
3. PRIMJERI DRUŠTVENO ODGOVORNOG POSLOVANJA U BANKARSTVU RH 24
3.1. Privredna banka Zagreb 25
3.2. Zagrebačka banka 27
3.3. Erste banka 29
3.4. KFW banka 30
3.5. Komparativna analiza 32
ZAKLJUČAK 34
LITERATURA 36
POPIS SLIKA, TABLICA, PRIKAZA I GRAFIKONA 39

UVOD

Cilj poslovanja poduzeća je stvaranje profita. Poslovanjem poduzeće stvara troškove koje treba podmiriti a oni uključuju i sve društvene troškove. Menadžeri trebaju procijeniti koju vrstu aktivnosti i kada će ih provesti kako bi se ti troškovi smanjili i kako bi zadovolji društvene standarde.

Društveno odgovorno poslovanje odnosi se na način na koji organizacija donosi odluke i postupa na način koji štiti, poboljšava i jača blagostanje svih dionika odnosno društva u cjelini. To znači da moraju i sprječavati negativne utjecaje svog poslovanja, što na jedan način znači i odricanje profita na račun dobrobiti šire zajednice. Pravilnim ponašanjem ispunjavaju se interesi organizacija ali i društva što dovodi do uzajamne koristi. Pojam i praksa društvene odgovornosti odnosi se na sve odnose, odnosno što organizacija proizvodi i nudi, koje resurse koristi i kako ih iskorištava, kako se odnosi prema zaposlenicima i kako utječe na njihov osobni razvoj, kako utječe na okoliš i društvenu zajednicu te dali poštuje ljudska prava.

U bankarstvu društveno odgovorno poslovanje većinom se odnosi na mjere koje se provode unutar same banke poput raznih načina ušteda materijala, energije i vode, politike izbjegavanja financiranja sumnjivih i ne ekoloških projekata, do nižih kamata na kredite za mlade i raznih povoljnih paketa, dužih rokova otplate, edukacije kako zaposlenika tako i građana i sl.

Cilj rada je istražiti implementiranost društveno odgovornog poslovanja u bankarstvu odnosno u kojoj mjeri banke vide svoju odgovornost prema društvu, koje postupke i metode koriste kako bi udovoljile društvenim standardima i kako se to odnosi na njihovu politiku poslovanja. Pri tome se analizira poslovanje jednih od vodećih banaka u Republici Hrvatskoj i jedne njemačke banke. Analiziraju se postupci i metode koje koriste, na koji način doprinose zaštiti okoliša i razvoju zajednice, koje pogodnosti nude prilikom uzimanja kredita i sl.

U prvom poglavlju rada govori se općenito o društveno odgovornom poslovanju, što ono predstavlja, kako se definira, koji su interne i eksterne dimenzije društvene odgovornosti i kako poduzeća shvaćaju odgovornost koju donosi izbor provođenja neke aktivnosti. Posebno se ističe norma ISO 26000 koja pruža smjernice u poslovanju na društveno odgovoran način te se navodi njen koncept i značenje.

Drugi dio rada odnosi se na društveno odgovorno poslovanje u bankarstvu. Na mjere koje banke provode kako bi zadovoljile društvene standarde i etičnost u poslovanju, koja je uloga središnjih banaka i na koji način održavaju stabilnost cijena, razinu inflacije odnosno stabilnost gospodarstva. U posljednjem dijelu rada navode se prakse društveno odgovornog poslovanja. U kojoj je mjeri DOP integriran u poslovanje hrvatskih banaka, na koji način i koliko često izvještavaju o svom društveno odgovornom poslovanju te na koji se način nagrađuje i potiče takvo ponašanje. Rad je obuhvatio poslovanje triju hrvatskih banaka i jedne njemačke banke koja je 2011. godine proglašena kao jedna od najsigurnijih svjetskih banaka te će se usporediti njihovo društveno odgovorno ponašanje.

Metode koje su korištene u ovom radu su; metoda dedukcije gdje se na temelju općih stavova i znanja izvode zaključci i stavovi, metoda analize i sinteze pomoću kojih se objašnjava i istražuje stvarnost i pojedini elementi vezani uz poslovanje banaka. Metodom deskripcije opisuje se način na koji banke usklađuju svoje poslovanje i razvijaju pakete koji su u skladu s društvenom odgovornosti te je korištena i metoda komparacije kojom se uspoređuje poslovanje navedenih banaka i integriranosti DOP-a u njihovo poslovanje.

1. DRUŠTVENO ODGOVORNO POSLOVANJE

Društveno odgovorno poslovanje odnosi se na aktivnost poduzeća koja može pozitivno utjecati na odnos i brigu poduzeća prema zajednici u kojoj posluje, svojim zaposlenicima, pravednom odnosu prema poslovnim partnerima, samom funkcioniranju tvrtke i okolišu. Uzima u obzir interese više stranaka tj. interese onih strana na koje svojim poslovanjem i djelovanjem poduzeće utječe. Time se donose odluke koje povećavaju dioničarsku ali i društvenu vrijednost.

Organizacija World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) definira DOP ili korporacijsku društvenu odgovornost kao „konstantnu obvezu i odgovornost gospodarstva kako bi se doprinijelo održivom ekonomskom razvoju uz poboljšavanje suradnje i kvalitete života radnika i njihovih obitelji, kao i zajednice i društva u cjelini“.[1] Poduzeća na dobrovoljnoj bazi pristupaju ovakvom načinu poslovanja te se uključuju u pitanja opće dobrobiti društva i okoliša.

Društvena odgovornost definira se kao „inteligentna i objektivna briga za dobrobit društva što ograničava ponašanje pojedinaca i korporacija od krajnje destruktivnih aktivnosti, bez obzira koliko one brzo bile profitabilne te vodi u smjer pozitivnih doprinosa dobru ljudi, što može biti definirano na različite načine“.[2]

Poduzeća imaju obvezu da uz maksimiziranje profita nastoje maksimizirati pozitivne učinke za društvo i okoliš, te stoga razlikujemo četiri dimenzije društvene odgovornosti: ekonomska, pravna, etička i filantropijska. Ekonomska dimenzija odnosi se na profitabilnost i uspješnost poslovanja poduzeća, na taj način dioničari ostvaruju željeni povrat uloženih sredstava. Profitabilnost je temeljni cilj poduzeća i omogućuje provođenje aktivnosti koji su od interesa svih sudionika. Danas opstanak poduzeća ovisi o žrtvovanju kratkoročnih profita kako bi se mogli ostvariti pozitivni učinci u budućnosti, koji će zadovoljiti sve interesne grupe, što će se opet na neki način odraziti na uspješnost poduzeća.

Pravna dimenzija podrazumijeva pokoravanje zakonu i pod zakonskim odredbama i igranje po „pravilima igre“. Na temelju njih poduzeća i korporacije lakše određuju prioritetne ciljeve i pitanja koje trebaju rješavati.

---

[1] World Business Council for Sustainable Development
http://www.wbcsd.org/work-program/business-role/previous-work/corporate-social-responsibility.aspx
(20.08.2015.)

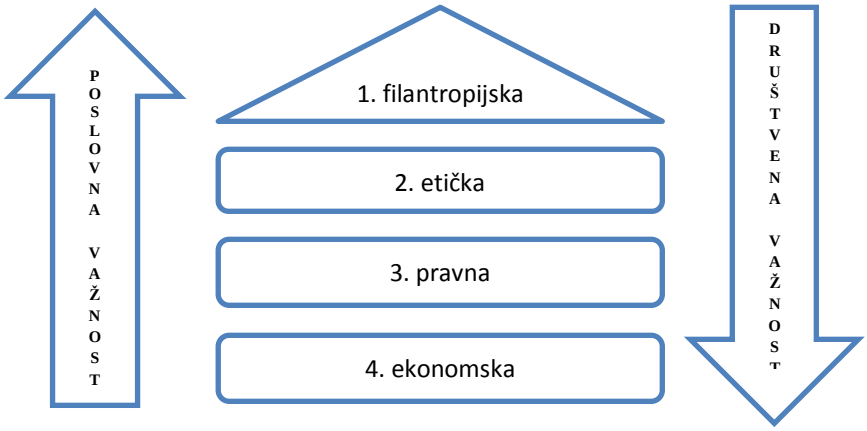
[2] Kundid, A. (2012.): *Društveno odgovorno poslovanje banaka u Republici Hrvatskoj* (Online) Ekonomski fakultet, Sveučilište u Splitu, str. 489. Dostupno na:
http://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=138611

Etička dimenzija označava postupanje na način koji je moralan, ispravan i ne nanosi štetu drugima, poštivanje onih načela koja nisu obvezujuća već ih poduzeće prihvaća dobrovoljno i ne postupa na način da stvara štetu društvu ili okolišu. Ovisi o moralnosti samih zaposlenika, menadžera i vlasnika poduzeća te je stoga potrebno podučiti zaposlenike o razlikovanju ispravnog i neispravnog u poslovnom svijetu te kako se nositi s time i potrebno je definirati poslovnu etiku poduzeća.

Filantropijska dimenzija označuje aktivnosti koje doprinose zajednici, boljoj kvaliteti života i pojmu što znači biti uzoran tj. dobar građanin. Odnosi se na dobrotvorne donacije, stipendiranje i ostale aktivnosti koje se poduzimaju jer se smatraju ispravnima i ne gleda se na povećanje same koristi i vrijednosti poduzeća.

Njihov hijerarhijski odnos prema poslovnoj i društvenoj važnosti prikazuje se u sljedećoj slici (Slika 1.)

Slika 1. Hijerarhija dimenzija društvene odgovornosti



Izvor: Krkač, K. (2007.): Uvod u poslovnu etiku i korporacijsku društvenu odgovornost, MATE d.o.o, Zagreb, str. 230., obrada autora

Poslovanje na društveno odgovoran način osim što doprinosi poboljšanju kvalitete življenja svih dionika ono doprinosi i održivom gospodarskom razvoju. Postoji tzk. trostruka osnova koja znači da se prilikom donošenja poslovne odluke gledaju ekonomska isplativost poslovanja, ali i društvena i ekološka odgovornost budućih odluka, što znači da poduzeća ne teže samo ekonomskim rezultatima već i održivom razvoju.

Društveno odgovorna poslovna praksa primjenjuje se na mnogo načina i pomaže poduzećima da postanu konkurentniji na tržištu. Evoluciju društveno odgovornog poslovanja i način na koji se menadžeri odnose i postupaju u svom poslovanju te način na koji se odnose prema društvu i okolišu prikazuje slijedeći prikaz (Prikaz 1.).

Prikaz 1. Evolucija koncepta društvene odgovornosti

Vrijeme	**Naziv faze**	**Fokus menadžera**
Od industrijske revolucije do 30-tih godina XX. stoljeća	Maksimiziranje profita	Sve akcije, aktivnosti i odluke menadžera usmjerene su ka ostvarivanju osnovne ciljne funkcije- maksimiziranje profita poslovnog sistema
Od 30-tih godina (vremena velike ekonomske krize pa do 60-tih godina XX. stoljeća	Menadžment povjerenja	Briga menadžera za zaposlene, potrošače i društvo sve dok štite interese vlasnika
Od 60-tih godina do 90-tih godina XX. stoljeća	Aktivizam	Pitanja jednakosti u zapošljavanju, zaštita čovjekove okoline, konzumerizam
Posljednja decenija XX. i početak XXI. stoljeća	Društvena osjetljivost	Sposobnost da se efektivno i efikasno ostvaruju zahtjevi društvene odgovornosti; Menadžeri razvijaju procese odlučivanja gdje se anticipiraju reakcije okruženja i uvažavaju socijalne i društvene vrijednosti (proaktivno djelovanje).

Izvor: Kurtić, A., Društvena odgovornost – Novi svjetski pokret i poslovni imperativ suvremenog menadžmenta, Tranzicija, Vol. 11, No. 23-24, 2009., http://hrcak.srce.hr/45989

Europska unija u posljednjih nekoliko godina ulaže brojne napore kako bi se koncept društvene odgovornosti prihvatio u svim članicama jer se smatra važnim sredstvom za ostvarivanje Lisabonskih ciljeva.

Glavni cilj Lisabonskog ugovora jest modernizacija institucija Europske unije kako bi Unija sa svim članicama mogla djelotvornije, demokratičnije i transparentnije funkcionirati. Koncept društvene odgovornosti u posljednjih 50 godina se razvio u jedan svakidašnji pojam kojemu se sve više teži i kojeg se nastoji unaprijediti. Klasični primjeri DOP-a su donacije školama, volontiranje zaposlenika i organizacija u svrhu pomoći lokalnoj zajednici, sponzoriranju sportskih klubova, umjetničkih društava, stipendiranje, sudjelovanje u humanitarnim akcijama i sl. Osim ovog oblika organizacije također postaju usmjerenije na zaštitu nego na poboljšanje ugleda pa svoja poduzeća nastoje držati podalje od bilo kakvih kompromitirajućih situacija koje bi dovele u pitanje njihov ugled i poziciju na tržištu.

Na drugi način poduzeća mogu razviti i razvijaju posebnu poslovnu politiku koja se bavi upravo tematikom društvene odgovornosti. Bave se pitanjima siromaštva, socijalne ugroženosti, uništavanja životne sredine i sličnim etičkim i moralnim pitanjima. Te na taj način djeluju dobrovoljno jer nadilaze sve zakonske propise i norme. Prema Zadeku, Raynardu i Olivieri društvena odgovornost poduzeća prošla je kroz pet razvojnih faza:

- Defanzivna faza – poriče praksu, rezultate i odgovornost.
- Popustljiva faza – prihvaća odgovornosti koje baziraju na plaćanju troškova.
- Upravljačka faza – uključuje etičku, socijalnu i ekološku dimenzija u bit poslovne aktivnosti.
- Strateška faza – sastoji se od integracije etičkih, socijalnih i ekoloških dimenzija poslovanja u bit poslovne strategije.
- Civilna fraza – promovira šire industrijske percepcije i društvene odgovornosti poduzeća kao standardne poslovne prakse.[3]

Prema istraživanju neprofitne organizacije Bussines for Social Responsibility 2001. godine, tvrtke preuzimajući tu odgovornost ostvaruju niz prednosti kao što je povećanje prodaje i udjela na tržištu jer ljudi imaju pozitivniju sliku o tvrtki koja čini nešto kako bi poboljšala svijet te radije kupuju proizvode koji su povezani s nekim društvenim ciljem do kojeg im je stalo i sl. Zatim jačaju poziciju brenda i korporativni imidž, jačaju mogućnost za privlačenje i zadržavanje zaposlenika.

[3] VRDOLJAK R. I., HAZDOVAC K. (2014.) *Društveno odgovorno poslovanje i hrvatska gospodarska praksa,* Odjel za ekonomiju i poslovnu ekonomiju Sveučilište u Dubrovniku, file:///C:/Users/Etore/Desktop/Downloads/Drustveno_odgovorno_poslovanje_i_hrvatska_gospodarska_praksa_Vrdoljak_Raguz_Hazdovac.pdf

Prema istraživanju 2001. godine 76% ispitanika izjavilo je da im je predanost tvrtke nekom društvenom cilju važna, a 80% ispitanika godinu kasnije odbilo bi raditi za tvrtku ukoliko bi otkrili da se ona ponaša kao „neodgovoran građanin“.

Tvrtke koje usvajaju korporativno društvene i ekološke inicijative mogu ostvariti pravo na bespovratna sredstva i razne olakšice te na taj način smanjuju troškove poslovanja ali mogu i povećati vrijednost dionica što utječe na privlačenje investitora, no bit koncepta je stvaranje sve veće vrijednosti za interesno-utjecajne skupine uz istovremeno smanjivanje nepoželjnih aktivnosti, što utječe na zadovoljstvo svih strana i sam uspjeh poduzeća.[4]

Potrebe javnosti se mijenjaju a stvaranje boljeg društvenog okruženja koristi društvima i poduzeću. Društveno angažiranje i uključivanje poduzeća smanjuje potrebu za državnim intervencijama i reguliranju, kako poduzeća jačaju i dobivaju sve veću moć u skladu s time trebala bi i rasti njihova odgovornost.

Angažman poduzeća u zajednici danas sve više ima filantropijski karakter. Danas filantropija obuhvaća širok pojam, ambicioznija je i zahtijeva vidljive rezultate. Smatra se zdravom poslovnom praksom koja je u interesu svih sudionika. Pristupanje korporativnoj filantropiji uključuje:

- identificiranje cilja davanja (što želi promijeniti i koju poruku poslati)
- identificiranje načina davanja (efikasno iskorištavanje uloženih sredstava
- određivanje resursa

Jedan je od načina na koji kompanija uspješno i jasno pokazuje svoje vrijednosti i uvjerenja svim uključenim sudionicima. Razna istraživanja pokazuju da društveno odgovorno poslovanje utječe na ponašanje potrošača, njihovu lojalnost kao i lojalnost zaposlenih. Dobro smišljena strategija davanja, kao dio koncepta općeg ponašanja kompanije, može ojačati njenu poziciju na tržištu. Poduzeće može pozitivno djelovati na stvaranje radnih mjesta i stvaranje bogatstva u vidu osiguravanja radnih mjesta. Pravednom raspodjelom bogatstva i profita te redovitim isplatama plaća i pravilnim razvojem ljudskih resursa organizacije mogu poboljšati svoj ugled i samu uspješnost poslovanja jer omogućuju zaposlenicima prostor i uvjete za napredovanje. Kako bi se poboljšala klima unutar tvrtke odnosno unapređenje timske atmosfere, zdravlja, dobrobiti i osobnog razvoja zaposlenika postoje razna sportska i kulturna udruženja unutar tvrtke, kao i obiteljski te otvoreni dani.

[4] Kotler, P., i Lee, N. (2009.), *Društveno odgovorno poslovanje*, M.E.P. d.o.o, Zagreb, str. 22. – 25.

Većom ekološkom osviještenosti potrošača, oni postaju skloniji kupnji onih proizvoda i usluga koji ne štete okolišu, te su takvi proizvodi i usluge konkurentniji i duže opstaju. Širenjem i poštivanjem međunarodnih normi poslovanja i poslovnih praksi na području upravljanja zaštitom okoliša, ljudskih prava, etike i kvalitete jača se pozicija na tržištu te razmjenom iskustava dolazi se do novih načina i suradnji koje pomažu pri poslovanju na društveno odgovoran način.

1.1. Čimbenici razvoja DOP-a

Na proces tranzicije u Hrvatskoj, ali i na proces razvoja DOP-a, utjecali su rat i ratna razaranja, prisilna preseljavanja te porast nacionalizma. Iznad aspekata tranzicije postoji potreba za stvaranje poticajnog okruženja u smislu politika i mjera koje bi trebale osigurati poticajno okruženje. Godinama porezne olakšice bile su ograničene, te tek 2001.godine novim Zakonom o porezu na dobit i Zakonu o porezu na dohodak omogućeno je gospodarskim subjektima da na iznose poklonjene neprofitnim organizacijama do razine od 2 postu ukupnih prihoda umanje poreznu osnovicu.

Vlasnička struktura uvelike utječe na razvoj DOP-a, pa tako tvrtke u hrvatskom vlasništvu pokazuju veće zanimanje za poticanje lokalnih dobavljača. Na temelju toga pokrenuta je inicijativa Hrvatske gospodarske komore „Kupujmo hrvatsko“ koja je za cilj imala povećati udio hrvatskih proizvoda u turističkom sektoru te poticati konkurentnost i očuvanje radnih mjesta. HGK već 18 godina provodi akciju “Kupujmo hrvatsko” kako bi naglasila važnost promocije domaćih proizvoda vrhunske kvalitete, nositelja znakova “Izvorno hrvatsko” i “Hrvatska kvaliteta“.[5]

Praksa DOP-a najuočljivija je u većim gospodarskim subjektima, dok mali i srednji poduzetnici u manjoj mjeri ulažu u lokalne zajednice u kojima posluju te se primjećuje nedostatak kapitala ali i saznanja o novim praksama i aktivnostima vezanim uz DOP. Razvoj DOP-a u Hrvatskoj pretežito se orijentira na tri područja: razvoj ljudskih resursa, investiranje u zajednicu i zaštitu okoliša. Područja su prisutna u svim industrijskim sektorima ali uslužni sektor, osobito banke , ističu se češćim aktivnostima na tim područjima.[6]

[5] HGK http://www.hgk.hr/zk/zagreb/kupujmo-hrvatsko-hrvatski-proizvod-za-hrvatski-turizam (20.09.2015.)
[6] Miletić R. (2008.), Primjena koncepcije društveno odgovornog poslovanja u financijskim institucijama RH, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli. Dostupno na: http://eknjiznica.unipu.hr/695/1/2008_79.pdf

Na razvoj DOP-a prema Međunarodnom institutu za održivi razvoj utjecalo je devet faktora: održivi razvoj, globalizacija, upravljanje, utjecaj korporativnog sektora, razvoj informacijskih tehnologija, financije, etika, dosljednost i zajednica, vodstvo i poslovni instrumenti.[7]

1.2. Interna dimenzija DOP-a

Interna dimenzija uključuje zaposlenike i radnu okolinu, odnosi se na investicije u ljudski kapital u vidu obrazovanja i specijalizacije, zdravlja, sigurnosti i zaštiti na poslu te na upravljanje promjenama. Uključuje i upravljanje resursima koje poduzeće koristi u proizvodnji.

Poduzeća posebnu pažnju moraju posvetiti odnosu prema zaposlenicima, osobito se to odnosi na uvjete rada, sigurnost proizvoda, kakvoću života zaposlenih te otklanjanju nepravedne diskriminacije, poštivanju ljudskih prava i otpuštanju osoblja. Moraju imati razvijene metode privlačenja i zadržavanja upravo onih zaposlenika koji imaju odgovarajuća znanja i vještine.

Metode mogu uključivati različite programe za cijelo životno učenje, jednakost u plaćama, bolju sigurnosti na poslu, bolju komunikaciju i razumijevanje unutar same organizacije, omogućavati radniku lakše usklađivanje poslovnih i privatnih obveza uključujući i brigu o obitelji i sl. Poduzeća trebaju osigurati povoljno radno okruženje koje će za sve biti isto te koje će ih moći motivirati za daljnji rad.

Zaštita i zdravlje na radu moraju biti na prvom mjestu i ono se obično rješava propisima i obveznim mjerama ali i različitim obukama koje informiraju i uče radnike kako postupati i raditi na određenim radnim mjestima. Što se tiče diskriminacije društveno odgovorne tvrtke nastoje zapošljavati radnike sa invaliditetom i omogućuju im donekle normalan život i mogućnost za napredovanjem i druženjem. U tom pogledu zapošljavaju i starije radnike, žene i pripadnike manjina te na taj način smanjuju njihovu nezaposlenost ali i svoje troškove.

[7] Vukalović J. (2013.), Značaj društvenog odgovornog poslovanja za konkurentnost u turizmu, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli. Dostupno na: http://eknjiznica.unipu.hr/3730/1/2013_288.pdf

Racionalnom uporabom resursa i maksimalnim iskorištavanjem kapaciteta proizvodnje tvrtke mogu ostvariti značajne uštede u sirovinama i materijalima koje nose dvostruku korist. Ta dvostruka korist ogleda se u činjenici da će poduzeće smanjiti svoje troškove proizvodnje i izvući više koristi iz dostupnih resursa, dok sa druge strane racionalnom uporabom smanjiti će trošenje prirodnih resursa i samo uništavanje prirode.

Posebno se treba paziti na prekomjerno trošenje neobnovljivih resursa i treba se okrenuti budućnosti tj. održivom gospodarenju kako bi daljnji razvoj bio usklađen sa potrebama budućih generacija. Osim toga važno je smanjiti emisiju CO_2, smanjiti količinu otpada, pročišćavati otpadne vode prije nego dospiju u prirodu kako bi se smanjilo zagađenje ali i provoditi razne akcije sakupljanja otpada i recikliranja koje pomažu zaštiti prirode a i ljudi.

1.3. Eksterna dimenzija DOP-a

Eksterna dimenzija proteže se izvan samog poduzeća i obuhvaća lokalnu zajednicu, dobavljače, potrošače, poslovne partnere, javnu upravu i sl.

Način na koji društveno odgovorno poslovanje djeluje na lokalnu zajednicu je višestruko, ponajprije osiguravanjem radnih mjesta i sudjelovanjem u razvoju lokalne zajednice. Poduzeća sponzoriraju lokalne manifestacije i doniraju u humanitarne svrhe, pomažu pri izgradnji dječjih igrališta, parkova, škola, očuvanja okoliša i sl. Znanja i vještine koje ima lokalno stanovništvo mogu biti od velike koristi poduzećima koja dođu na to područje i zbog toga žele iskoristiti potencijal koji se nudi.

Lokalno stanovništvo predstavlja moguće potrošače te stoga s njima treba izgraditi povjerenje i prisan odnos. Vrlo je važan kakav će utisak poduzeće ostaviti i hoće li uspjeti stvoriti pozitivan imidž.

Što se tiče odnosa sa potrošačima, poslovnim partnerima i dobavljačima, on mora biti što je moguće korektan, etičan i pošten. Pozitivan odnos može se postići kvalitetnom komunikacijom i stjecanjem povjerenja, zadovoljavanjem želja i potreba potrošača, dobavljača i poslovnih partnera a to se može ostvariti igranjem prema pravilima, fer cijenom, poštivanjem rokova, poštivanjem trgovačkih običaja te isporukom kvalitetnih i provjerenih proizvoda. Treba težiti izgradnji dugoročnih pozitivnih odnosa sa dobavljačima i poslovnim partnerima jer omogućavaju obostrane koristi.

Poduzeća su u današnje vrijeme pod medijskim pritiskom i pritiskom potrošačkih grupa više nego ikada prije, stoga sve više usvajaju i poštuju ljudska prava i teže očuvanju okoliša. Potrošači vrlo brzo i lako dolaze do željenih informacija i sve su više obrazovaniji i socijalno osviješteni, procjenjuju koristi svake kupovine i okreću se zdravijem načinu života, stoga poduzeća trebaju prilagoditi svoj asortiman upravo njima, a kako bi to postigli trebaju poznavati potrošače i njihove interese, pratiti trendove i postupati prema poslovnoj etici.

Briga o okolišu postaje globalni problem i traži uključenje svih dionika. Ujedinjeni narodi i Europska unija preko različitih komisija i djelovanja utječu na utvrđivanje ciljeva i politiku zaštite okoliša. Osim toga u poduzećima se počinje javljati potreba za ekološkim menadžmentom koji ima zadaću postaviti ciljeve poduzeća glede zaštite okoliša, predviđati i minimizirati negativne posljedice mjera državne politike zaštite okoliša, pratiti i iskazati troškove zaštite okoliša u poduzeću, te obavljati istraživanja i projekcije razvoja u novom ekološkom svijetu. Zamjenom sirovina i materijala, čišćim tehnologijama i proizvodima u proizvod ili uslugu unosi se više dodatne vrijednosti, trošeći pri tome manje resursa i stvarajući sve manje otpada.[8]

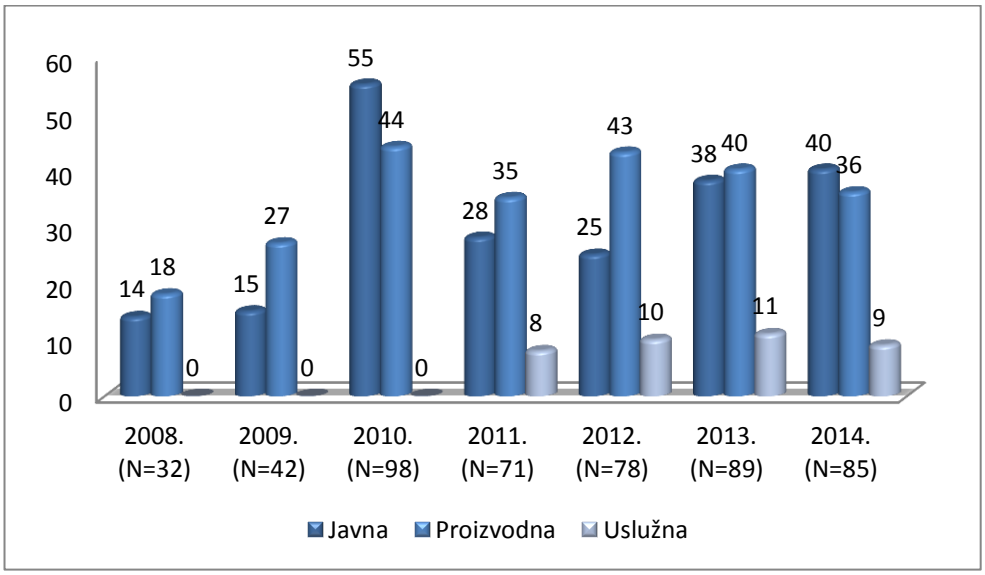
1.4. Indeks DOP-a

Indeks DOP-a je zajednička inicijativa HGK i HR PSOR-a koja je nastala s ciljem da se istaknu ona hrvatska poduzeća koja na ispravan način implementiraju društveno odgovorno poslovanje. Djeluje na način da omogućuje uvid u društveno odgovorne prakse te vrši njihovu usporedbu prema rezultatima drugih poduzeća. Uspoređuju se rezultati iz šest, a to su: usmjerenost poduzeća na ekonomsku održivost, uključenost društveno odgovornog poslovanja i održivog razvoja u poslovnu strategiju, odgovorne politike i prakse u radnoj okolini, odgovorne politike i prakse upravljanja okolišem, društveno odgovorno ponašanje u tržišnim odnosima i društveno odgovorni odnosi sa zajednicom. Poduzeća se natječu svake godine u četiri kategorije s obzirom na veličinu i tip vlasništva i dodjeljuju se tri nagrade za najbolji rezultat u područjima odgovorne politike i prakse upravljanja okolišem, odgovornim politikama i praksama u radnoj okolini i društveno odgovornim odnosima sa zajednicom.[9]

[8] Črnjar, M., i Črnjar, K. (2009.): "*Menadžment održivog razvoja*", Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu u Opatiji Sveučilišta u Rijeci Glosa, Rijeka, str. 204. – 205.
[9] Društveno dogovorno poslovanje u Hrvatskoj, http://www.dop.hr/?p=1383 (20.08.2015.)

Prema indeksu DOP-a 2008.-2014. godine sljedeći grafikon prikazuje broj poduzeća u indeksu prema tipu djelatnosti (Grafikon 1.). Pomoću grafikona jasno se može iščitati da integracija DOP-a u poduzećima uslužnih djelatnosti kasni u odnosu na druge djelatnosti. Razlog tomu može biti manjak kreativnosti u uslugama koje određena poduzeća nude jer DOP u tim djelatnostima poprima drugu dimenziju i ne ograničava se samo smanjenom uporabom resursa, uštedom energije i vode, donacijama i sl.

Grafikon 1. Broj poduzeća u indeksu 2008.-2014. prema tipu djelatnosti



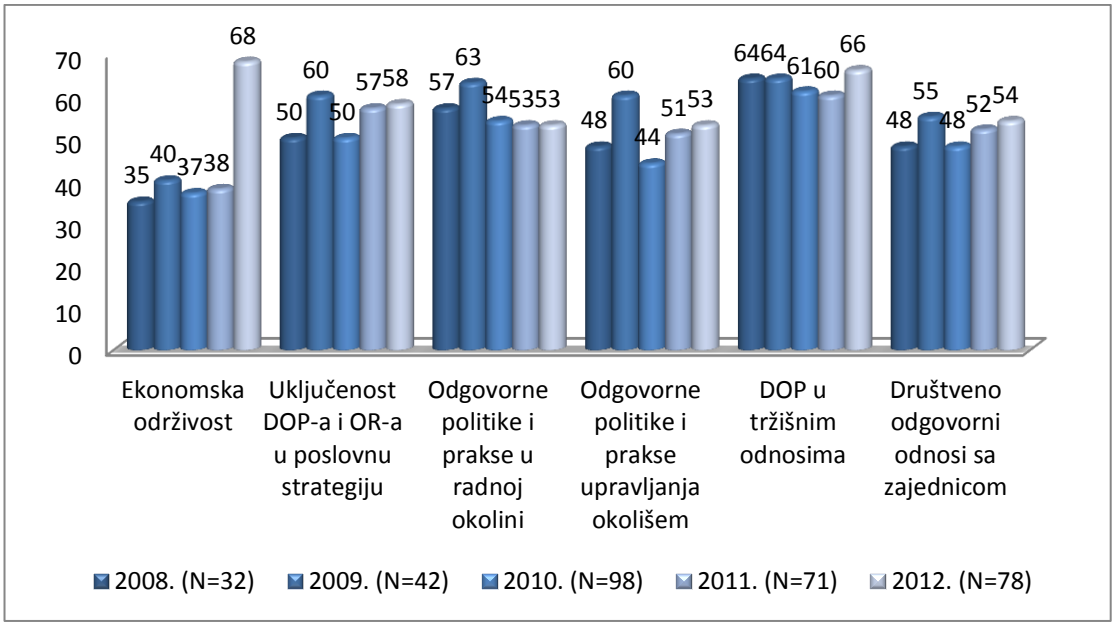
Izvor: Hrvatski poslovni savjet za održivi razvoj, GiO, 6. nacionalna konferencija o DOP-u, prosinac 2014., http://www.hrpsor.hr/admin/uploads/article/files/gio40.pdf (09/2015.)

Sljedeći grafikon (Grafikon 2.) prikazuje prosječnu ostvarenost bodova kroz kategorije i godine 2008. – 2012. Promatranjem stupaca kod kategorije ekonomske održivosti vidljivo je da se godinama ostvareni postotak bodova sve više povećava pogotovo u 2012.g, odnosno da poduzeća posluju uspješnije i da mogu pravovremeno podmiriti svoje obveze. To može biti i posljedica uspješnog provođenja DOP-a i svih prednosti koje se time dobivaju.

Kategorija društveno odgovorni odnosi sa zajednicom također imaju pozitivnu putanju što znači da se više pozornosti pridaje utjecaju poduzeća na razvoj, odnose i obrazovanje zajednice u kojoj djeluje.

Politika upravljanja okolišem sve se više razvija i pruža nova rješenja za smanjenje emisije ispuštanja opasnih plinova i njihovo filtriranje, pohranu i skladištenje opasnih tvari, pročišćavanje vode te inovativna rješenja za uštedu obnovljivih i neobnovljivi izvora energije. Ostale kategorije pokazuju manje varijacije u ostvarenim prosječnim bodovima, ali također slijede pozitivan trend.

Grafikon 2. Prosječna ostvarenost bodova kroz kategorije i godine 2008. – 2012.



Izvor: Matešić M., Indeks DOP-a, Društveno odgovorno poslovanje u Hrvatskoj, Komparativni pregled nalaza 2008.-2013., http://web.efzg.hr/dok/OIM/momazic//dop%20-%202103/20140116%20-%20IndeksDOP.pdf

Dobitnici nagrade indeks DOP-a za 2014. godinu su:

1. Katerogija velikih poduzeća; JGL d.d. - najbrže rastuća domaća farmaceutska tvrtka.
2. Kategorija srednjih poduzeća; Hartmann Hrvatska d.o.o. - dio je grupacije Brodrene Hartmann A/S, najvećeg svjetskog proizvođača ekološke ambalažne.
3. Kategorija malih poduzeća; Globtour Event d.o.o. - vodeća hrvatska putnička agencija.

4. Kategorija odgovorne politike i prakse u radnoj okolini; Ericsson Nikola Tesla d.d.
5. Kategorija javnih poduzeća; Odašiljači i veze d.o.o
6. Kategorija odgovorne politike i prakse upravljanja okolišem; DM d.o.o
7. Kategorija odgovorni odnosi sa zajednicom; CEMEX Hrvatska d.d.
8. Kategorija za najveći napredak; HBOR d.d.

1.5. ISO 26000

Međunarodna organizacija za standardizaciju (ISO) razvila je smjernice ISO 26000 za društvenu odgovornost poduzeća. Norma sadrži temeljne smjernice i sedam principa društvene odgovornosti. Smjernice su primjenjive u svim tipovima organizacija. Njihova svrha je pomoći organizacijama u nastojanjima da posluju na društveno odgovoran način.

Norma ISO 26000 je „srž međunarodnoga stručnog znanja o društvenoj odgovornosti što ona znači, kojim se pitanjima organizacije trebaju baviti kako bi poslovale na društveno odgovoran način i koja je najbolja praksa u uvođenju društvene odgovornosti. Norma je snažan alat koji će pomoći organizacijama da prijeđu sa dobrih namjera na dobre postupke.“[10] Koncept norme ISO 26000 prikazuje sljedeća tablica (Tablica 1.).

[10] Lazibat T., Samardžija J., Sutić I., *ISO 26000 SR – DRUŠTVENA ODGOVORNOST*, Ekonomski fakultet Sveučilišta u Zagreb, https://bib.irb.hr/datoteka/472578.Lazibat_T_Samardzija_J_Sutic_I-rad.pdf

Tablica 1. Koncept ISO 26000

Naziv klauzule	Opis sadržaja klauzule
Klauzula 1- Opseg	Definira se sadržaj te se identificiraju određena ograničenja i isključenja
Klauzula 2-Nazivi, definicije i skraćeni nazivi	Identificira i daje definicije ključnih pojmova koji su od temeljne važnosti za razumijevanje društvene odgovornosti i za korištenje norme
Klauzula 3-Razumijevanje društvene odgovornosti	Opisuje važne čimbenike i uvjete koji su utjecali na razvoj društvene odgovornosti i koji i dalje utječe na njezinu prirodu i praksu. Opisuje koncept same društvene odgovornosti – njegovo značenje i način apliciranja u samim organizacijama
Klauzula 4-Načela društvene odgovornosti	Uvodi i objašnjava temeljna načela
Klauzula 5-Prepoznavanje socijalne odgovornosti i privlačenje interesnih skupina	Daje smjernice u odnosu između organizacije, dionika i društva, prepoznajući temeljne teme i pitanja društvene odgovornosti i organizacijske sfere utjecaja
Klauzula 6-Smjernice temeljnih predmeta društvene odgovornosti	Objašnjava osnovne predmete i pitanja koja su povezana sa društvenom odgovornošću. Za svaki predmet, dane su informacije o njegovom dosegu, odnosu prema društvenoj odgovornosti, relevantnim načelima i odgovornosti kao i odgovarajućim akcijama i očekivanjima
Klauzula 7-Smjernice za integriranje društvene odgovornosti u cijelu organizaciju	Daje smjernice o stavljanju društvene odgovornosti u praksu unutar organizacije. Upute za integriranje društvene odgovornosti u cijelu organizaciju, komunikacije vezane uz društvenu odgovornost, poboljšanje kredibiliteta organizacije o društvenoj odgovornosti, pregledavanje napretka i poboljšanje performansi i sl.
Annex A	Neiscrpan popis dobrovoljnih inicijativa i alata vezanih uz društvenu odgovornost koji je namijenjen jednom ili većem broju ključnih tema ili integraciji društvene odgovornosti unutar organizacije

Izvor : Lazibat T., Samardžija J., Sutić I., ISO 26000 SR – DRUŠTVENA ODGOVORNOST, Ekonomski fakultet Sveučilišta u Zagreb,
https://bib.irb.hr/datoteka/472578.Lazibat_T_Samardzija_J_Sutic_I-rad.pdf

Postoji sedam načela društvene odgovornosti koja se integriraju u društveno odgovorno ponašanje, postojeće organizacijske strategije, sustave, prakse i postupke, a ta načela su;

- Odgovornost – organizacija treba biti odgovorna za svoj utjecaj na društvo i okoliš.
- Transparentnost – organizacija bi trebala biti transparentna u svojim odlukama i aktivnostima koje utječu na društvo i okoliš.
- Etičko ponašanje – organizacije se trebaju ponašati etično u svakom trenutku.
- Poštovanje interesa dionika – organizacija bi trebala poštovati, razmotriti i odgovoriti na interese svojih dionika.
- Poštivanje pravne države – prihvatiti da je poštivanje vladavine prava obavezno.
- Poštivanje međunarodnih normi ponašanja – poštivati međunarodne norme ponašanja istovremeno se držeći načela poštivanja vladavine prava.
- Poštivanje ljudskih prava - poštivati ljudska prava i prepoznati kako njihov značaj tako i univerzalnost.

2. DRUŠTVENO ODGOVORNO POSLOVANJE BANAKA

Banke implementiranjem društvene odgovornosti u svoju domenu poslovanja postižu „reputacijski kapital“ koji im omogućava privlačenje visokokvalitetnih radnika, zaračunavanje viših naknada, privlačenje investitora, bolje poslovne prilike, proširenje baze komitenata te veće povjerenje javnosti. Društvenu odgovornost banke mogu prakticirati neposredno na način da racionaliziraju vlastite resurse i okrenu se štednji energije i vode dok posredno to mogu činiti preko komitenata na način da uvjetuju pružanje bankarskih usluga.

U europskom je bankarstvu česta praksa da banke uvjetuju otvaranje računa, naročito u slučaju privremenih rezidenata, potpisivanjem izjava o tome da podnositelji zahtjeva nisu u krvnom srodstvu s visokim političkim dužnosnicima, odbijaju financirati organizacije, režime i djelatnosti koje krše ljudska prava i slobode te nisu moralna.[11] Banke imaju veliku moć te stoga društvo može od njih zahtijevati veću uključenost u društvene probleme, pomoć u borbi protiv korupcije i pranja novca, zaštitu financijske privatnosti, zaštite okoliša i sl.

[11] Kundid, A., op. cit., str. 502.-503.

Dionici koji utječu na poslovanje banaka mogu biti interni i eksterni. Interne dionike banaka predstavljaju zaposlenici banke, uprava i dioničari dok eksterne dionike predstavljaju dobavljači, konkurenti, vlada, društvo, mediji, komitenti, nevladine organizacije i druge financijske institucije. Prema njima banke imaju potencijalne odgovornosti koje smatramo društveno odgovornim ponašanjem a to nam pokazuju slijedeći prikaz (Prikaz 2.).

Prikaz 2. Interni i eksterni aspekti društvene odgovornosti banaka

Aktivnosti DOP-a banaka
Interne aktivnosti (politike korištenja resursa)
Osiguranje jednakih prilika i mogućnosti na radnom mjestu
Odabir ekološki i etički osviještenih dobavljača
Educiranje zaposlenika o ekološkim i etičkim aspektima poslovanja
Štednja energije i vode
Reduciranje emisija klimatiziranih uređaja
Razvoj politika recikliranja
Smanjenje uporabe fosilnih goriva i povećanje potrošnje energije iz obnovljivih izvora
Ekološki vođeno korištenje ispisivanja
Osiguranje ekoloških financijskih proizvoda i usluga
Eksterne aktivnosti (politike financiranja)
Podržavanje ljudskih prava ili odbijanja pružanja financijskih usluga režimima i organizacijama koja krše ljudska prava i slobode
Odbijanje pružanja financijskih usluga u svrhu pranja novca, terorizma, trgovanja drogom i oružjem, proizvodnje duhanskih proizvoda, pornografske industrije, testiranja na životinjama, proizvodnje i trgovine krznom, organiziranja borbi među životinjama, neodržive eksploatacije šumskog fonda, neprimjerenog uzgoja životinja na farmama, genetskog manipuliranja, proizvodnje nuklearne energije
Poticanje „zelenog“ i ekološki osviještenog ponašanja komitenata te razvijanje etičkih standarda uvažavajući njihova stajališta

Izvor: Kundid, A. (2012.): Društveno odgovorno poslovanje banaka u Republici Hrvatskoj (Online), Ekonomski fakultet, Sveučilište u Splitu, str.502. Dostupno na: http://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=138611

Interne aktivnosti banaka uglavnom se odnose na uštedu uredskih materijala i energije. Banke taj dio uspješno provode ali više pozornosti trebale bi posvetiti osiguravanjem jednakih prilika i mogućnosti na radnom mjestu. Razviti program koji zaposlenicima nudi mogućnost kreiranja rješenja koja će biti upotrebljiva u pružanju usluga klijentima, npr. novi način kreditiranja uz snižene kamate, tako Erste banka za svaku novu zaposlenu osobu nudi određeno smanjenje kamatnih stopa. Dok kod eksternih aktivnosti trebale bi više pažnje posvetiti sprječavanju korupcije i pranju novca, redovitije kontrolirati sumljive klijente i račune te razviti sustav praćenja uplaćivanja i kontrolirati njihovu opravdanost.

S vanjskog aspekta vrlo je važna etičnost banaka a ona se postiže transparentnim poslovanjem, dugoročnim investiranjem projekata koji uvažavaju etičke, društvene i ekološke norme, solidarnošću između depodenata i zajmotražitelja tako da mladima i slabije stojećima pružaju niže kamatne stope, težnjom za jednakosti i ravnopravnosti te tako doprinose održivome razvoju.

2.1. Poslovna etika banaka

Kako bi banka bila etična mora udovoljavati nizu kriterija etičnog bankarstava, do kojih su najvažniji kriteriji transparentnost, solidarnost, reinvestiranje profita natrag u zajednicu, participacija korisnika i zaposlenika banke u upravljanju bankom, fleksibilniji odnos prema instrumentima osiguranja kredita te usmjerenost na financiranje projekata realne ekonomije i projekata neprofitnih organizacija. Etična banka efikasno i racionalno upravlja raspoloživim resursima zajednice i teži održivom razvoju. Odobrava one projekte koji zadovoljavaju ekonomske, etične, društvene i ekološke vrijednosti, ostvaruje povjerenje i blizak odnos s klijentima i poslovnim partnerima što dovodi do veće stabilnosti. Etične banke kroz svoje aktivnosti potiču društvenu inkluziju, održivi razvoj, razvoj socijalne ekonomije i socijalnog poduzetništva, također podižu svijest javnosti o ulozi novca i propasti ekonomije bazirane isključivo na kratkoročnim profitima.[12]

Poslovna etika raspravlja pitanja o zakonskoj regulativi koja regulira djelovanje banaka i njihov nadzor te o etičkim dimenzijama njihovoga djelovanja na određenim tržištima. Etički kodeks bankara sadrži sve dužnosti i zabrane koje su tipične za poslovno područje i za struku, kao i tipične propuste koje bankar može počiniti. Između klijenta i banke

[12]FEBEA-ina (Europska federacija etičkih i alternativnih banaka) načelna etičnih banaka http://www.ebanka.eu/nacela.pdf (26.08.2015)

postoji odnos povjerenja i načela čuvanja tajnosti podataka koji se izmjenjuju tijekom poslovanja, to povjerenje jednim dijelom klijent poklanja bankaru jer ne može znati radi li bankar u svome osobnom interesu, u interesu banke čiji je zaposlenik, u interesu klijenta ili nastoji balansirati između svih tih interesa. Povjerenje, tajnost i profesionalizam dovode do etičkoga kodeksa iz standardnih načina postupanja proizlaze moralne norme koje bankar treba slijediti.

Etički kodeks bankara navodi sve tipične slučajeve najčešćih moralno neispravnih radnji bankara. Svaki kodeks započinje temeljnim načelom koje povezuje moralnost, zakonitost i stručnosti, to je vrlo važno jer profesionalizam ne uključuje vlastitu provedbu, a dužnost biti profesionalan temeljna je oznaka i postavka etičkoga kodeksa svih struka.[13]

Etično bankarstvo stavlja banke u funkciju upravljanja resursima zajednice s ciljem ostvarivanja maksimalne dodatne vrijednosti za zajednicu.

U praksi se to odnosi na poštivanje nekoliko osnovnih načela: transparentnost, demokratsko upravljanje dobro poznavanje klijenata kroz ponudu individualiziranih bankarskih usluga i sl., ulaganje u projekte realne ekonomije (nema ulaganja u "financijske proizvode") i solidarnost. Glavna razlika između etičnih i drugih banaka je u tome da su etične banke orijentirane na dobrobit zajednice, a ne profit, financiraju projekte po znatno nižim kamatnim stopama i odnose se na sve razvojne projekte. U modelu e-banke svaki pojedinac ili tvrtka ujedno su i suvlasnici banke i banka je partner koja zajednički s klijentom ulazi u projekt investiranja i itekako joj je stalo do toga da projekt uspije, a ne štiti unaprijed sebe visokim kamatnim stopama i instrumentima osiguranja.

Prema uzoru na inozemne etične banke do konca 2016. godine planira se otvoriti prva etična banka u Hrvatskoj pod nazivom „ebanka" koja će financirati projekte realne ekonomije vezane uz (ekološku) poljoprivredu, zelenu energiju, društvena poduzeća i socijalne inovacije, ekološki turizam, proizvodnju i preradu, IT sektor, projekte civilnog društva i lokalnih samouprava i sl. Prioritetne investicije određivati će skupština, a provodit će ih uprava banke na temelju procjene rizika koja uključuje, osim ekonomskog, i ekološki i socijalni/društveni aspekt.

Ebanka biti će namijenjena onima koji žele sudjelovati u solidarnom ekonomskom sustavu čiji je cilj održivi razvoj zajednice.

[13] Krkač K., Volarević H., Jerkovic H. (2012.), *Poslovna etika banaka* (Online), str. 118.-119. Dostupno na: http://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=138478

To se odnosi na fizičke i pravne osobe poput obiteljskih, malih i srednjih poduzeća, zadruga, obrtnika, OPG-ova, organizacija civilnog društva i vjerskih zajednica, jedinica lokalne samouprave i drugih. Posebnu pažnju posvetiti će financiranju projekata koji potiču; inovacije, energetsku učinkovitost (energetsku obnovu obiteljskih kuća i stambenih zgrada, nabavu i ugradnju obnovljivih izvora energije, gradnju energetski pozitivnih kuća i sl.), proizvodnju i distribuciju zdrave hrane ekološke projekte (zbrinjavanje otpada, zaštitu biljnih i životinjskih vrsta, održivo iskorištavanje prirodnih resursa) te društvene projekte (društveno poduzetništvo, zadruge, tvrtke koje kao primarni cilj imaju ostvarivanje društvene koristi).

Kamate na kredite će ovisiti o vrsti klijenta i rizičnosti plasmana. Ebanka sredstva za kreditne plasmane pribavljati će iz jeftinih izvora (zadružnih uloga članova, depozita, razvojnih banaka i fondova) te cilj joj je da visina kamatnih stopa ne prelazi kamatne stope razvojnih banaka (npr. HBOR-a), odnosno da će se kretati od jedan do četiri posto.

Banka će biti u vlasništvu svojih klijenata te bez obzira na visinu financijskih sredstava uloženih u ebanku svi klijenti imati će jednako pravo glasa u skupštini. Odnosno ebanka biti će u stopostotnom vlasništvu Zadruge za etično financiranje (ZEF). Početi će s radom nakon što joj HNB izda licencu za obavljanje bankarskih usluga te nakon što prikupi temeljni kapital potreban za osnivanje banke (minimalno 40 milijuna kuna).[14]

2.2. Uloga financijskih institucija u razvoju DOP-a u RH

Djelovanje bankarskoga sektora u području DOP-a danas se najviše odnosi na financiranje i donaciju sredstva u projekte zajednice. Financiraju se ekološki prihvatljivi projekti iz područja privatnog i neprofitnog sektora. Takav način financiranja dobiva naziv „zeleno bankarstvo“. Pod tim pojmom banke svojim klijentima pružaju i odabir zelenih kredita koji sadržavaju manje kamatne stope i služe za financiranje eko projekata koji štite prirodu i društvo. Za njihovo odobravanje projekti prolaze kroz nekoliko analiza kojima se utvrđuje njihova razina prihvatljivosti te financijske institucije odbijaju financirati, bar bi trebale, ekološki neprihvatljive projekte. Ovakav način ponašanja financijskih institucija najčešće je vođen boljom reputacijom, državnim stimulacijama te poreznim olakšicama.

[14] Slobodna Dalmacija (2014.), Jeras G., http://slobodnadalmacija.hr/Spektar/tabid/94/articleType/ArticleView/articleId/246612/Default.aspx (10.09.2015.)

Hrvatski financijski sektor za razliku od prije pet godina kad je bio u defanzivnoj fazi odnosa prema okolišu, danas aktivno sudjeluje u rješavanju ekoloških i socijalnih pitanja što je vidljivo iz poslovanja i samih banaka u nastavku. Hrvatska banka za obnovu i razvitak nositelj je programa za kreditiranje projekata zaštite okoliša, energetske učinkovitosti i obnovljivih izvora, u tu suradnju uključeno je 20 banaka. Kamate za takve kredite kreću se oko 4% godišnje i postoji mogućnost njenog smanjivanja, te nude i povoljan rok otplate do 14 godina, uključujući i poček.[15] Sniženje kamatnih stopa za jedan postotni bod moguće je u okviru sljedećih programa kreditiranja: zaštita okoliša, gospodarstvo, turizam, poljoprivreda i ujednačeni razvoj, nova proizvodnja, malo i srednje poduzetništvo, početnici, pronalasci i IPARD Mjera 101. i 103. [16]

2.3. Društvena odgovornost središnjih banaka

Cilj osnivanja središnjih banaka bilo je nesmetano financiranje ratovanja vladajućih garnitura i to sve do 19. stoljeća kada se osnivaju središnje banke u sve više zemalja i njihovi ciljevi se šire na druge oblike djelovanja te od tada je moguće govoriti o modernom središnjem bankarstvu.

Mijenjanjem ciljeva, proširivao se i značaj njihove društvene odgovornosti. Većina svjetskih središnjih banaka kao glavni cilj ima postizanje i održavanje stabilnosti cijena, sprječavanje velike inflacije u gospodarstvu, pod druge ciljeve spadaju tiskanje novca održavanje deviznih tečajeva i financijske stabilnosti, rast bruto domaćega proizvoda i zaposlenosti, funkcioniranje platnoga prometa i slično. Navedeni ciljevi posljedica su društvene odgovornosti središnjih banaka koja se vidi u želji za očuvanje makroekonomske stabilnosti cijeloga gospodarstva.

Većina središnjih banaka konstituirana je poput javnih ustanova u državnome vlasništvu, ali postoje i iznimke poput američke banke za savezne pričuve (Federal Reserve Bank) koja je u prihvatnom vlasništvu. U tom slučaju javlja se pitanje u čijem interesu djeluje takva središnja banka, stoga je poželjno regulirati rad središnjih banaka kao javnih ustanova uz veliku razinu neovisnosti u poslovanju.

[15] HBOR, http://www.hbor.hr/sec1406 (10.09.2015.)
[16] HBOR, file:///C:/Users/Korisnik/Downloads/Snizenje%20kamatnih%20stopa%2001.07.2015.%20-%2031.12.2015%20(2).pdf

Važna je i financijska neovisnost koja se donosi na sposobnost samofinanciranja i donošenja godišnjih proračuna bez odobravanja državnih institucija. Neovisnost se treba očuvati jer ukoliko se u politiku središnje banke umiješaju političari mogli bi se javiti problemi oko konačnih ciljeva i rezultat bi bio neizvjestan. Što je središnja banka samostalnija i neovisnija tako može bolje i brže ostvariti dugoročne ciljeve čija je korist usmjerena na cijelu društvenu zajednicu što na jedan način dokazuje društvenu odgovornost.

2.4. Razmjer društvenog odgovornog poslovanja u bankarskoj djelatnosti

Značajnije agencije koje mjere i promiču društveno odgovorno poslovanje su World Business Council for Sustainable Development (WBCSD), United Nations Environment Programme Finance Initiative (UNEP-FI) te Global Responsibility Initiative. Kako bi se društveno odgovorno poslovanje bolje intergriralo u poslovanje banaka postoji niz smjernica od kojih su najpoznatija Equator načela i Načela odgovornog investiranja.[17]

Equator načela predstavljaju okvir za upravljanje rizicima koje usvajaju financijske institucije kako bi lakše utvrđivale, procjenjivale i upravljale društvenim i ekološkim rizikom projekata te pruža minimalne standarde za podršku odgovornog rizika donošenja odluka. Međunarodne su smjernice za podršku financijskih institucija koje se dobrovoljno obvezuju za financiranje projekata koji se odnose na velike infrastrukturne i industrijskih objekata kao što su elektrane, petrokemijska, rudarstvo, infrastrukture u prometu i telekomunikacijama. Pokrenuta su 2003. godine te ih je usvojilo deset financijskih institucija, a danas oko 80 institucija u 35 zemalje, te se priznaju kao mjerilo za financijski sektor koji najbolje zadovoljava potrebu zaštite okoliša i društva u cjelini. Odnose se na sadržaj financijskih institucija a ne i na utjecaj banaka na društvo i ekologiju, ali također ona su dobrovoljnog tipa što znači da nisu obevujuća i ne nose sankcije. Postoji deset načela te je poželjno da ih se sve financijske institucije drže, a ona redom glase:

1) *Pregled i kategorizacija* – kada je projekt predložen za financiranje, prolazi kroz ekološku i socijalnu procjenu te se kategorizira na temelju ekoloških i socijlnih rizika i utjecaja.

[17] Kundid, A., op. cit., str. 506.

2) *Ekološka i socijalna procjena* – kako bi se zadovoljili EPFI[18] standardi potrebno je predložiti listu mjera kojima bi se smanjile, ublažile i pomakli nepovoljni utjecaji u smjeru koji je prikladan za prirodu i opsegu predloženog projekta.
3) *Ekološki i socijalni standardi* – projekt treba biti u skladu sa zakonima, propisima i dozvolama koji se odnose na zaštitu okoliša i socijalna pitanja zemlje domaćina.
4) *Ekološki i socijalni menadžment sistem i akcijski plan Equatorskih načela* – od klijenata se zahtjeva razvijanje i održavanje tog sistema te za one standarde koji nisu ispunjeni izrađuje se akcijski plan za njihovo rješavanje.
5) *Angažiranje dionika*
6) *Mehanizam pritužba* – uspostavljanje žalbenog mehanizma namijenjen primanju i olakšavanju rješavanja pritužba o okolišu i društvenog učinka projekta.
7) *Nezavisni pregled* – provjerava se usklađenost sve dokumentacije, ESMS-a[19] i angažiranosti dionika sa Equatorskim načelima.
8) *Odredbe* – usklađivanje financijske dokumentacije s ekološkim i socijalnim zakonima, propisima i dozvolama u svim značajnijim aspektima zemlje domaćina.
9) *Nezavisna kontrola i izvještavanje*
10) *Izvještavanje i transparentnost* – EPFI javno izvješćuje, jedanput godišnje, izvješća koja se odnose na transakcije koje su zaključene u provedbi procesa i iskustva implementacije Equator načela.[20]

Grupa Intesa Sanpaolo pristupnica je Equatorskih načela od 2006. godine te uredno svoje poslovanje odnosno financiranje projekata vrši pridržavajući se upravo tih načela i standarda koji su integrirani u grupu. U 2014. godini projekti koji su ocjenjivani prema Equatorskim načelima, u operativnom smislu, predstavljaju oko 7,7% ukupnih kredita u okviru refinanciranja. Uz usvajanje načela financijske institucije također se obvezuju da će se pridružiti međunarodnoj raspravi. Ona se sastoji od sudjelovanja u tematskim radnim skupinama, konferencijskih poziva s ostalim bankama članicama, ali i usporedba s Intesa Sanpaolo dionicima, uglavnom IFC[21], nevladinih organizacija i poslovnih udruženja u sektoru.[22]

[18] EPFI - Equator Principles Financial Institution
[19] ESMS - Ekološki i socijalni menadžment sistem
[20] Equator načela (2013.), http://www.equator-principles.com/resources/equator_principles_III.pdf
[21] IFC - International Finance Corporation
[22] Grupa Intesa Sanpaolo, http://www.group.intesasanpaolo.com/scriptIsir0/si09/sostenibilita/ita_equator_principles.jsp#/sostenibilita/ita_equator_principles.jsp%3FtabId%3Dep_isp%26tabParams%3Deyd0YWJJZCc6J2VwX2lzcCd9 (24.08.2015.)

3. PRIMJERI DRUŠTVENO ODGOVORNOG POSLOVANJA U BANKARSTVU RH

Banke u Republici Hrvatskoj izvještavaju o svojem društveno odgovornom djelovanju, većinom o planovima i akcijama poduzetih u tom smjeru. Kvantiteta i kvaliteta objava o društvenim aktivnostima pozitivno utječe na zajednicu jer omogućuje uvid u aktivnosti kojima određena banka utjeće na razvoj zajednice i poboljšanje kvalitete života. Smatra se da objavljivanje pozitivnih i negativnih utjecaja na određenu skupinu i doprinosi transparentnosti poslovanja i usmjerenja ka održivom razvoju. Izvješćivanje o društveno odgovornom djelovanju u Republici Hrvatskoj je dobrovoljno te ga stoga banke samostalno reguliraju.

Hrvatska udruga banaka je od 2010. godine uključena u projekt financiran od strane Europske komisije, koji promiće društvenu odgovornost. Pojedine banke samostalno se uključuju u promocanje DOP-a, primjerice Zagrebačka banka članica je Hrvatskoga poslovnog savjeta za održivi razvoj, Hrvatska poštanska banka i Privredna banka Zagreb članice su UN Global Compact Local Network Hrvatska, više o tome govoriti čemo u nastavku.

Hrvatska gospodarska komora nagrađuje najuspiješnije banke i to u tri kategorije; financijske uspješnosti, veličine plasmana uloženoga u razvoj hrvatskog gospodarstva u odnosu na ukupni plasman banke i razvijenosti bankarskih proizvoda namijenjenih gospodarstvu i stanovništvu, što se tiće inovativnosti te novih proizvoda i usluga. Nagrada koja se dodjeluje naziva se „Zlatna kuna“. Banke se također mogu prijaviti i za nagradu Indeks DOP-a.

U nastavku rada istražit će se primjeri društveno odgovornog poslovanja sljedećih banaka; Privredna banka Zagreb, Zagrebačka banka, Erste banka i KfK Banka.

3.1. Privredna banka Zagreb

Privredna banka Zagreb je financijska institucija koja od 2007. godine posluje pod okriljem grupacije Intesa Sanpaolo s kojom dijeli strategiju. Nastoji igrati proaktivnu ulogu u društvu te svojim aktivnostima želi unaprijediti kvalitetu života u državi. Ulaže u obrazovanje i profesionalni razvoj zaposlenika, aktivno donira i sponzorira projekte koji pridonose razvoju lokalnih zajednica, društveno korisne projekte te značajnu pozornost pridaje utjecaju vlastitog poslovanja na okoliš. Godine 2006. pokreće projekt "Upravljanje osobnim financijama" koji je pokrenut u suradnji s Hrvatskom udrugom banaka i još pet banaka članica namijenjen građanima. Radi se o interaktivnim radionicama a cilj tih radionica je naučiti građane kako da donose financijske odluke, kako da odrede svoje kratkoročne i dugoročne ciljeve te kako da uravnoteže svoja sredstva i želje s obzirom na svoje prihode i rashode. Radionice su veoma bitne za ostvarivanje dugoročnih odnosa sa klijentima, a pohvalna je i međubankovna suradnja gdje se cilj edukacije stanovništva stavlja ispred međusobne konkurencije. Skrbi o zdravlju zaposlenika kroz redovite sistematske preglede, fizikalne terapije, psihološku podršku i slično. Nudi zaposlenicima dodatna obrazovanja u sklopu „PBZ poslovne škole" i „IT akademije" te svake godine nadograđuje platformu za e-učenje. Nudi radnicima mogućnost upisa svoje djece u PBZ-ov vrtić koji uvelike doprinosi manjoj brizi roditelja za vrijeme radnog vremena i samoj blizini posla i vrtića.

Godine 2014. dobiva priznanje MAMFORCE COMPANY®[23] za izvrsnost u provođenju obiteljski osviještene politike. Dugi niz godina podržava program međunarodne razmjene učenika u dobi od 15 do 18 godina u organizaciji AFS-a (Associated Field Service), gdje svake godine sponzorira dvije stipendije za godišnji program boravka u inozemstvu. Od 2006. pokreće projekt „PBZ Bridge" koji se odnosi na studentske kredite koji se izdaju po iznimno povoljnim uvjetima koji omogućavaju studentima da lakše premoste razdoblje od studiranja do zapošljavanja. U sklopu PBZ stambenih kredita nudi razne pogodnosti, pa tako *PBZ Energo krediti* namijenjeni su za financiranje kupnje i izgradnje stambene nekretnine višeg energetskog razreda A, A+ i B, te za poboljšanje energetske učinkovitosti postojećeg objekta, a samim time i štednju energije ali i vlastitog novca.

[23] MAMFORCE© je jedinstvena metodologija procjene i poslovne certifikacije koja objedinjuje kompanijsku odgovornost prema obitelji i rodnu ravnopravnost jer su upravo majke najčešće suočene s nemogućnošću napredovanja.

Pogodnosti koje se ostvaruju ovim kreditom su; bez zaloga nekretnine za kredite do 115.000,00 HRK , rok otplate do 30 godina , izbor načina i datuma otplate kredita i odobrenje kredita bez jamaca i bez depozita.

U sklopu pomoći studentima otvorili su internetsku stranicu *„student.pbz.hr“* gdje studentima nude PBZ Educa kredite, razne studenske pakete i mogućnost ostvarenja raznih popusta koji olakšavaju studentske dane.

PBZ stambeni kredit- model START omogućuje korisnicima kredita do 40 godina starosti posebno stimulirajuće kamatne stope, niže mjesečne anuitete, odobrenje kredita bez jamaca i bez depozita, mogućnost korištenja počeka otplate do 12 mjeseci, iznos kredita do 250.000 EUR, odnosno do 100 % procijenjene vrijednosti nekretnine; za adaptaciju do 70.000 EUR, odobravanje kredita za adaptaciju, dogradnju, nadogradnju, dovršenje i rekonstrukciju i u slučaju da tražitelj kredita nije vlasnik kreditirane nekretnine, izbor načina otplate kredita: standardni u ratama i anuitetima, izbor datuma otplate mjesečnih anuiteta/rata (bilo koji dan u mjesecu), mogućnost ugovaranja polica osiguranja u poslovnicama banke kao zastupnika u prodaji polica osiguranja, mogućnost prijevremene otplate postojećeg stambenog kredita, sredstvima novog kredita.[24] Korist od društveno odgovornog poslovanja izražava se u zajednici na način da se financiraju projekti koji i nisu atraktivni, ponajprije financijski. Kako zajednica ima korist od veće uloge banaka u društvu, tako i banke imaju korist kroz poboljšanje imidža u zajednici. U sklopu toga 2014. godine objavljuje natječaj pod nazivom „PBZ prilika za uspjeh“ za dodjelu donacija za realizaciju projekata koji doprinose poboljšanju kvalitete života društvene zajednice u Republici Hrvatskoj i to u četiri kategorije; kreativni inovativni projekti, humanitarni projekti i projekti zaštite zdravlja, zaštita okoliša i kultura i umjetnost.

Što se tiče odgovorne politike i prakse upravljanja okolišem PBZ banka prati potrošnju energije, razvrstava otpad, sakuplja papir i prakticira obostrano kopiranje. Službena vozila banke imaju hibridne motore s manjom emisijom fosilnih goriva te na taj način sudjeluju u zaštiti okoliša. Kako bi pomogla u očuvanju šuma koristi reciklirani papir za izdavanje financijskih izvještaja klijentima i razvila je potpisnu pločicu koja omogućuje jednostavnu i sigurnu autorizaciju digitalnim potpisom ili pinom te korištenje elektronskih dokumenata umjesto u papirnatom obliku.

[24] Privredna banka Zagreb, http://www.pbz.hr/stambeni_krediti#.VeDevSXtlHz (24.08.2015.)

3.2. Zagrebačka banka

Zagrebačka banka jedna je od tvrtki začetnica društvene odgovornosti u Hrvatskoj, ulaže u zajednicu i partnerstvo, svodi brigu i skrb o zaposlenicima te potiče njihovu edukaciju. Prva u hrvatskoj bankarskoj praksi uvela je ekološke klauzule u ugovorima o dugoročnim investicijskim kreditima. Te razvija koncept realizacije ekoloških projekata, kao oblika direktne financijske pomoći projektima očuvanja krajobrazne raznolikosti.

Godine 2011. Zagrebačka banka je na Facebooku pokrenula eko-aplikaciju *„Živim zeleno"* na kojoj su korisnici virtualno mogli saditi i zalijevati sadnice pomažući tako svojoj županiji da osvoji 300.000 kuna za realizaciju aktualnog eko-projekta u stvarnom životu, a pobjednik je bila Istarska županija.

Posluje u skladu s načelima održivog razvoja i to u područjima kreditnog poslovanja, upravljanju proizvodima i uslugama, gospodarenju imovinom, marketingu, sponzorstvima, donacijama te odnosima s javnošću, edukaciji i skrbi o radnicima. Prva je i jedina financijska institucija članica HR PSOR-a.[25]

U 2011. pokrenuli su program „obrtnik&partner" u suradnji s Hrvatskom obrtničkom komorom, gdje su svim registriranim obrtnicima izdane Visa obrtničke kartice kojima ostvaruju popuste i razne modele pogodnosti na prodajno-uslužnim mjestima ugovornih partnera programa. Već 14 godina za redom organiziraju *„Natječaj za dodjelu dotacija"* gdje na transparentan i objektivan način pružaju financijsku pomoć vrijednim projektima udruga i javnih stanova, te je do sada donirano 21 milijun kuna.

Od 2005. godine objavljuje socijalna izvješća i izvješće o održivosti Grupe UniCredit gdje prezentira svoje aktivnosti usmjerene dionicima i području društveno odgovornog poslovanja.

Studentima nude mogućnost odabira „Student Lepeze" gdje dobivaju sve kartice koje su im potrebne odnosno tekući račun, žiroračun i devizni tekući račun kojima mogu raspolagati u Hrvatskoj i u inozemstvu, plaćajući i podižući gotovinu na tisućama prodajnih mjesta i bankomata te kupujući na internetu. Sadržava i mobilne aplikacije m-zabu (mobilno bankarstvo) i e-zabu (internetsko bankarstvo) koje omogućavaju plaćanje uvijek i svugdje. Servis centar pruža brzu i učinkovitu pomoć na putovanju prilikom nezgode, omogućuje ostvarivanje popusta u trgovinama, hotelima i restoranima u cijeloj Hrvatskoj te se naplaćuje naknada od samo 5 kn mjesečno s besplatnom prvom godinom članstva.

[25] Hrvatski poslovni savjet za održivi razvoj

Kako bi studenti bolje upravljali svojim osobnim financijama, izradili su financijski priručnik za studente koji na jednostavan i pristupačan način informira o svim bankarskim uslugama, rješava financijske dvojbe i omogućuje uspješno upravljanje novcem. Zagrebačka banka nudi studentske kredite za obrazovanje gdje nudi posebne kreditne programe za plaćanje svih vrsta školovanja uz fleksibilnost uporabe i vračanja kredita, rok otplate kredita počinje završetkom školovanja do 120 mjeseci.

U sklopu poticanja inovativnosti i zaštiti okoliša otvara natječaj *„Moj Zaba Start“* za dodjelu financijskih potpora najboljim poduzetničkim idejama, projektima zelene tehnologije, kreativnu industriju i bankarski sektor. Moj Zaba Start se sastoji od tri natječaja; *„Moja prilika“* za inovativne projekte, *„Moja zelena zona“* za zeleno poduzetništvo i *„Moja kreativna crta“* za kreativno poduzetništvo i poduzetništvo u kulturi. Potpora Zagrebačke banke ide najboljim projektima u iznosu od 100.000 kuna po projektu izabranom od strane stručne komisije, odnosno 33.000 kuna po projektu koji glasovanjem odabere javnost. Uz financiranje nudi besplatne edukacije za finaliste natječaja prilagođene njihovom profilu, tematske radionice za unaprjeđenje poslovanja uhodanih poduzetnika, promociju projekta putem kanala Zagrebačke banke, partnera i ambasadora te nudi priliku za sklapanje novih poslovnih kontakata, suradnju i networking.

Zaposlenici Zagrebačke banke i Grupe Zagrebačke banke svake godine imaju mogućnost sudjelovanja u *Programu zajedničkog doniranja*, projektu koji organizira Zaklada UniCredit i kojem se mogu pridružiti svi zaposlenici Grupe UniCredit[26]. Cilj je senzibiliziranje zaposlenika i društva za probleme i potrebe najosjetljivijih i najugroženijih članova društva te pružanje potpore humanitarnim, razvojnim i društveno odgovornim inicijativama. Po završetku projekta Zaklada UniCredit uvećava prikupljena sredstva, tako da udruge uključene u projekt dobivaju udvostručen iznos donacija. U 2014. godini promovirane su u donirali su u udruge „Noina arka“, „Udruga anđeo Gabrijel“, „Sveta Bakhita“, „SOS dječje selo“, „Marijini obroci“ i sl. [27]

U sklopu akcija i pogodnosti za korisnike kartica Zagrebačke banke nudi popuste za nabavu školskih knjiga i opreme, računala, obuću (Shooster), namještaja Hervey Norman) , kupnju na 12 rata i sl.

[26]UniCredit je vodeća europska komercijalna banka s jakim korijenima u 17 europskih zemalja, posjeduje jedan do najvećih tržišnih udjela u Zapadnoj, Centralnoj i Istočnoj Europi, značajno međunarodno prisustvo i veliku bazu klijenata, te je u mogućnosti pružiti rješenja prema potrebama klijenta, najsuvremnenije proizvode i usluge kao i mogućnost za poticanje razvoja zajednice i podršku u profesionalnim izazovima, https://www.unicreditbank.ba/home/wps/wcm/connect/ucb_ba/public/o_banci/poslovanje/grupa+unicredit

[27] Zagrebačka banaka, http://www.mojzabastart.hr/home/zs/mzs , http://www.zaba.hr/home/wps/wcm/connect/zaba_hr/zabapublic/drustvena_odgovornost/donacije (23.08.2015.)

3.3. Erste banka

Erste banka veliku pozornost polaže na društveno odgovorno poslovanje kako bi doprinijela adekvatnom razvoju i poboljšanju kvalitete života u zajednici fokusirajući se na četiri skupine sudionika; klijente, zaposlenike, društvo i zajednicu te okoliš. U segmentu klijenata nudi posebne linije mikrofinanciranja za kvalitetnu poduzetničku ideju, investicijske kredite za zapošljavanje te organizira edukativne modele i radionice. U sklopu kampanje „Pogodnosti za umirovljenike“ na koju se odazivalo oviše do 400 umirovljenika upoznali su ih s osnovnim informatičkim pojmovima i vještinama, osnovama korištenja računala te ponudili posebne pogodnosti kao što su krediti za umirovljenike sa fiksnom kamatnom stopom, bez jamca i depozita, Diners Club Standardna Senior karticu, Senior Plan osiguranje i sl.

Erste banka kako bi pokušala dati adekvatan doprinos rješavanju problema nezaposlenosti, krajem 2011. godine uvodi posebnu liniju investicijskih kredita za poticanje zapošljavanja. Naime smanjuje se kamatna stopa kompanijama koje dodatno zaposle određen broj novih zaposlenika. Izvoznici koji zapošljavaju nove radnike stimulirani su smanjenjem kamatne stope za dodatna 0,2 postotna boda. Na taj način kod investicijskog kredita od 200.000 eura kompanija ako zaposli jednu osobu, kamatna stopa biti će smanjena za 0,2 postotna boda, a jedan cijeli postotni bod ukoliko zaposli više od pet osoba.[28]

Svojim zaposlenicima osigurava kvalitetno okuženje i sredstva za rad, omogućuje njihov razvoj i edukaciju. Omogućuje korištenje dodatnih medicinskih usluga na trošak banke te organizira oblike korporativnog volontiranja (pomoć u uređenju kuća, pomoć korisnicima doma koji skrbe o djeci bez roditeljske skrbi i sl.) kako bi senzibilizirala zaposlenike. Volontiranje je postalo dio „Programa razvoja rukovoditelja“ te kroz razne volonterske aktivnosti i dio „Programa razvoja talenta“.

U 2014. godini banka je za donatorske i sponzorske aktivnosti u društvenoj zajednici odvojila oko 8,5 milijuna kuna, koji su donirani u udruge ; SOS dječje Selo Hrvatska, Klinika za dječje bolesti Zagreb, Opća bolnica Pula, Psihijatrijska bolnica Rab, Udruga "Crveni nosevi", Udruga FALA - terapijsko jahanje, Centar za rehabilitaciju "Zagreb", dječji vrtići i osnovne škole širom Hrvatske itd.

[28] Erste banka, http://www.erstebank.hr/hr/O_nama/Drustveno_odgovorno_poslovanje/Klijenti/CID~e1fe5179-f657-4ba6-b570-3d30429aedae/main0render/CP (26.08.2015.)

Na upit, udruga donira i rashodovanu materijalnu imovinu koja je u dobrom stanju i iskoristiva, poput informatičke opreme, namještaja i dr. U sklopu dječje štednje „Medo Štedo“ za svaku uštođenu kunu na računu, dobiva se po jedan Medo Štedo nagradni bod koji se mogu zamijeniti za raznolike nagrade po odabiru, te tim kreativnim rješenjem motiviraju klijente za daljnju štednju.

Erste banka i urbanokulturna platforma Urbanka već nekoliko godina pokreću natječaj za projekt pod nazivom "Erste fragmenti 11", koji pruža potporu mladim i neafirmiranim likovnim umjetnicima do 30 godina i studentima akademija likovnih umjetnosti otkupom njihovih umjetničkih djela te najbolji rad nagrađuju novčanom naknadom i samostalnom izložbom autora pobjedničkog rada. Također, dodjeljuju i jednu godišnju stipendiju za koju se mogu kandidirati studenti likovnih akademija u Zagrebu, Rijeci, Osijeku ili Splitu. Za najbolji rad predviđena je novčana nagrada u iznosu od 10.000,00 kuna, a dobiva i priliku za samostalno izlaganje u prostoru „Galerije Kranjčar“ u veljači 2016. godine. Osim odabira najboljeg rada po izboru stručnog žirija, dodjeljuje se i posebna nagrada publike u iznosu od 3.000,00 kuna.

U segmentu očuvanja okoliša u svom poslovanju koristi štedne žarulje i LED štedne panoe za reklame, nastoji reciklirati što veći dio papira, grijanje i hlađene zgrada provodi na maksimalno efikasan i ekološki način koristeći prihvatljiv, eco-friendly plin za rashladne uređaje, redovito održava opremu kako bi povećala kvalitetu i trajnost. Nudi tzv. eko kredite, kako za građane tako i za kompanije koji potiču iskorištavanje ekoloških oblika energije i upotrebu obnovljivih izvora.[29]

3.4. KFW banka

Banke nose tešku odgovornost i jako utječu na gospodarstvo. Bez banaka obični ljudi ne mogu ostvariti velike planove, ostaju samo snovi. Razvoj Kreditanftalt fur Wiederaufbau (KFW) grupe je usko povezan s ekonomskim razvojem Savezne Republike Njemačke. Od osnutka 1948. godine i prema zakonskoj misiji KfW podupire promjene i potiče inovativnost ideja - u Njemačkoj, Europi i svijetu. U tu svrhu je pružio gotovo trilijun eura kredita iznad 65 godina. KfW je svjestan takve odgovornosti. Nastoji osiguravati i promicati blagostanje u Njemačkoj ali i izvan nje. KfW je "zelena" banka i održivost je veliki dio njezinog globalnog promotivnog mandata. Ipak, održivost je mnogo više od zaštite okoliša.

[29] Erste banka, http://www.erstebank.hr/hr/O_nama/Drustveno_odgovorno_poslovanje/Okolis (26.08.2015.)

Kao promotivnu banku Savezne Republike Njemačke i saveznih država, KfW Bankengruppe ima posebnu odgovornost za održivo poboljšanje gospodarskih, ekoloških i socijalnih uvjeta života ljudi. Promicanje zaštite okoliša i klime je prioritet koji se nalazi u svim poslovnim područjima. Od vjetroelektrana u Africi i Aziji do solarnih elektrana i toplinske izolacije u Njemačkoj. Gotovo svaki treći euro od KfW-ovih promotivnih sredstava ulaže se u ublažavanju klime i projekte zaštite okoliša. KfW u Njemačkoj i inozemstvu podupire obrazovanje i infrastrukturu, te razvoj novih tehnologija te pritom osigurava da sufinancirani projekti ne proizvode neprihvatljive ekološke ili društvene utjecaje i rizike. KfW minimalizira utjecaj na okoliš i klimu primjerice iz vode, papira, grijanja i potrošnje električne energije u svojim objektima i na poslovnim putovanjima.

Preuzimanjem odgovornosti, djeluje odgovorno i omogućuje drugima da učine isto te to predstavlja smjernice KfW-a. Kao "dobar susjed" i "dobar građanin", KfW je svjestan svoje društvene odgovornosti kao javne ustanove i potiče različite projekte koji podupiru kulturnu i društvenu obvezu. Banka promiče dugoročne inicijative s ciljem pomaganja ljudima da pomognu sami sebi. U skladu s misijom, KfW nastoji održivo poboljšati ekonomske, socijalne i ekološke uvjete života i promiče dobrovoljno sudjelovanje u dobrotvorne svrhe.

U okviru svog društveno odgovornog poslovanja, KfW je razvio četiri strateška prioriteta koji se podržavaju kroz sponzorstva, donacija i drugih mjera. Promiče kulturu i društveni angažman; podržava društveni angažman svojih zaposlenika; koristi konkretne promotivne projekte za ilustraciju aktivnosti u području zaštite okoliša i održivosti. U okviru organizacije sukladnosti postoje sustavi za zaštitu podataka, kao i sprječavanje sukoba interesa, pranje novca, financiranje terorizma, korupcije i prijevare. Povezana pravila, postupci i kontrole kontinuirano se prilagođavaju pravnim i regulatornim okvirima i tržišnim uvjeta. Compliance treninzi za zaposlenike KfW-a se održavaju redovito. Ne poštivanjem pravila slijede sankcije. Korporativno upravljanje uzima u obzir načela i standarde dobrog korporativnog upravljanja i nadzora, te time se može poboljšati upravljanje i nadzor poduzeća.

Dana 1. srpnja 2009. godine, Federalna vlada usvojila je "Javni kodeks korporacijskog upravljanja" (PCGC). Koji je formiran na način da Savezna Republika ima većinski udio, te oblikuje standarde dobrog korporativnog upravljanja u obliku preporuka, dizajniranih na način kako bi upravljanje i nadzor u tim poduzećima bio što više transparentan i razumljiv.[30]

[30] KfK banka, https://www.kfw.de/KfW-Group/About-KfW/Verantwortung-und-Corporate-Governance/

3.5. Komparativna analiza

Proučavajući i istraživajući poslovanje odabranih banaka u segmentu društveno odgovornog poslovanja može se zaključiti da je PBZ banka ponajprije orijentirana prema zaposlenicima te im omogućuje razne pogodnosti, edukaciju i mogućnost osobnog razvoja. Nastoji unaprijediti kvalitetu života u zajednici u kojoj djeluje na način da educira zaposlenike ali i građane o društvenoj odgovornosti i održivom razvoju. Pomoću raznih radionica i edukacijskih programa kao što je „PBZ poslovna škola“ ili „IT akademija“ omogućuje napredovanje i osobni razvoj. Također kao i ostale odabrane banke ima razrađen sustav recikliranja i zaštite okoliša koje su vidljive u svakodnevnom poslovanju od korištenja recikliranog papira za ispisivanje obrazaca i raznih izvještaja klijentima do PBZ potpisne pločice čime se smanjuje uporaba papira i štite šume. Pomoću nje se uspostavlja elektronička obrada podataka čime također poslovanje čini brzim, jednostavnijim i organiziranijim te se lakše vodi evidencija i kontrola.

Zagrebačka banka nastoji aktivno uključiti građane te ih nastoji motivirati raznim natječajima za dodjelu financijskih sredstava, kako bi se razvila i našla nova, kreativna rješenja nekih društvenih problema i pitanja. U sklopu poticanja inovativnosti i kreativnosti nudi mogućnost dodjele financijskih potpora onim najboljim poduzetničkim idejama, projektima zelene tehnologije u domeni zaštite okoliša u sklopu natječaja *„Moj Zaba Start“*. Pomaže mladima u prvom susretu sa osobnim financijama i uspješnijem upravljanju novcem kroz financijski priručnik i sl. Za razliku od PBZ banke nudi veću mogućnost sudjelovanja klijenata i partnera u rješavanju i pomoći oko nekih društvenih problema.

Erste banka fokusira se na četiri skupine dionika; klijente, zaposlenike, društvo i zajednicu te okoliš. Aktivno sudjeluje u rješavanju društvenih problema i pitanja pa u skladu s time pomaže pri poticanju zapošljavanja te uvodi posebnu liniju investicijskih kredita gdje se kamate na kredite smanjuju ukoliko poduzeće zaposli određeni broj novih radnika. Ovakav način pristupa problemu vrlo je zahvalan jer ne samo da se banka odriče svog dijela profita već omogućuje i korisnicima kredita jeftinije financiranje i potiče zapošljavanje. To je pravi primjer ponašanja na društveno odgovoran način. Kao i sve ostale analizirane banke svojim zaposlenicima osigurava kvalitetno radno okruženje, razvoj i edukaciju. Prema primjeru PBZ banke također u svom poslovanju nastoji smanjiti uporabu papira i energije te koristi štednje žarulje i LED štedne panoe za reklame.

Dio svog društveno odgovornog poslovanja poklanja i kulturi pa tako svake godine organizira natječaje u suradnji s akademijom likovnih umjetnosti gdje najbolji rad nagrađuju novčanom nagradom i pomaže mladim umjetnicima u njihovoj vlastitoj afirmaciji kao umjetnika. KFW banka za razliku od ostalih gore navedenih banaka svoj utjecaj širi i izvan granica svoje matične države odnosno nastoji djelovati globalno, dok ostale analizirane banke više se fokusiraju na lokalnu zajednicu i poboljšanje situacije u zemlji. Prioritet banke je zaštita okoliša i klime te stoga sudjeluje u raznim projektima vezanim za to područje. Primjerice sudjelovala je u izgradnji vjetroelektrana u Africi i Aziji te izgradnji solarnih elektrana u Njemačkoj, na taj način želi potaknuti iskorištavanje obnovljivih izvora energije. Također kao i ostale analizirane banke štedi na potrošnji vode i energije te podupire obrazovanje u Njemačkoj i inozemstvu. Za razliku od ostalih uvodi sankcije ukoliko se ne poštuju pravila te ima dobro razvijene sustave za sprječavanje pranja novca, korupcije i sl.

PBZ, Zagrebačka i Erste banka članice su većih inozemnih grupa koje svoje članice na neki način obvezuju na pravilno ponašanje i slijeđenje određene korporativne klime i morala. Primjerice PBZ banka članica je grupe Intea Sanpaolo dok je Zagrabačka banka članica UniCredit grupe koje u određenoj mjeri utječu na ponašanje, moral i poslovanje banaka putem raznih klauzula, načela i pravila koji su jednaki za sve članice.

ZAKLJUČAK

Poduzeća se sve više počinju okretati održivom načinu poslovanja i sudjeluju u rješavanju društvenih pitanja i problema. Kao ispravan korak u poboljšanju kvalitete života i blagostanja u zajednici korporacije nastoje poslovati na društveno odgovoran način. Okrećući se na banke i bankarsko poslovanje one sudjeluju u rješavanju društvenih problema na način da uvjetuju dobivanje financijskih sredstava, olakšavaju građanima i poduzetnicima dobivanje i isplatu kredita uz nešto povoljnije kamate, izvještavaju o svom odgovornom poslovanju te potiču konkurenciju da postupi jednako ali važnije je da potiču svijest svojih zaposlenika koji se samostalno uključuju u druge akcije i time banka ostvaruje bolju reputaciju.

Društveno odgovorno poslovanje u bankarstvu pretežito se definira kao sudjelovanje u humanitarnim akcijama, donacijama i sponzorstvima jer je medijski najviše popraćeno, upravo iz tog razloga ovaj rad i ukazuje na druge aspekte društveno odgovornog ponašanja u bankarstvu. Uglavnom veće i jače banke više izvještavaju o odgovornom ponašanju i eko aktivnostima koje provode.

Zahtjevi za poslovanjem na društveno odgovoran način dolaze od klijenata, potrošača, partnera, vlasti, udruga i široke javnosti. Takav način poslovanja iziskuje poslovanje bez ugrožavanja okoline jer jednostavna i jeftina isporuka proizvoda i usluga koji zadovoljavaju klijente više nije dovoljna. Kako bi se olakšalo i bolje predočilo pravo shvaćanje društveno odgovornosti ISO je razvio normu koja mijenja globalno shvaćanje o tome što je društvena odgovornost i što organizacije trebaju činiti te će poslužiti kao koristan alat za stvaranje ili jačanje društvene odgovornosti.

Istraživanjem ponašanja hrvatskih banaka koje su analizirane u radu možemo primijetiti da su one sastavne članice većih i poznatijih svjetskih grupa kao što su Intesa Sanpaolo, Unicredit i sl. koje uvjetuju svojim članicama prihvaćanje i postupanje u skladu s održivim razvojem i društveno odgovornim ponašanjem i načelima, te je to jedan od razloga sve veće uključenosti takvog ponašanja u bankarstvu izuzet sve većim zahtjevima stanovništva ka očuvanju i poboljšanju kvalitete društva i okoliša. Banke u hrvatskoj bilježe visoku dobit te stoga mogu lako sudjelovati u raznim akcijama i projektima namijenjenim poboljšanju lokalne zajednice u kojoj djeluju ali imaju manje izraženu praksu angažiranja u tim aktivnostima od svojih matičnih banaka u inozemstvu.

Sve četiri analizirane banke imaju dobro razvijen sustav poslovanja na društveno odgovoran način. Iz istraživanja može se vidjeti da se banke različito odnose pri rješavanju društvenih problema te da za to imaju kreativna i inovativna rješenja. Primjerice Zagrebačka banka ima razvijenu metodu poticanja inovativnih projekata i zelenog poduzetništva putem raznih natječaja te razvija eko-aplikaciju „Živim zeleno“ gdje omogućuje virtualno sađenje sadnica i omogućuje realizaciju najboljeg rješenja. Erste banka na kreativan način potiče zapošljavanje (smanjivanje kamata zapošljavanjem radnika) i omogućuje jeftinije financiranje te pomaže u afirmaciji mladih umjetnika dok se PBZ banka više okreće svojim zaposlenicima (PBZ-ov vrtić i sustavi edukacije). Nastoji reducirati uporabu papira i smanjiti uništavanje šuma te na inovativan način dolazi do rješenja (PBZ-ova potpisna pločica i štednja energije). KFW banka osim što djeluje lokalno nastoji svoj utjecaj proširiti globalno te razvija razne mehanizme zaštite okoliša i klime od donacija do sufinanciranja samo onih projekata koji ne proizvode neprihvatljive ekološke i društvene utjecaje.

Sama regulacija bankarskog poslovanja sprječava nemoralne i neodgovorne postupke ali potrebno je razviti ključne vrijednosti, povjerenje i odgovornost u odnosu između banaka i klijenata te drugih zainteresiranih strana. Važno je poštivanje i pridržavanje etičkih načela i normi te smjernica koje pomažu pri postupanju na odgovoran način.

LITERATURA

POPIS KNJIGA:

1. Črnjar, M., i Črnjar, K. (2009.) *Menadžment održivog razvoja*, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu u Opatiji Sveučilišta u Rijeci Glosa, Rijeka
2. Kotler P. i Lee N. (2009.) *Društveno odgovorno poslovanje,* Zagreb: M.E.P. d.o.o
3. Krkač K. (2007.) *Uvod u poslovnu etiku i korporacijsku društvenu odgovornost*, Zagreb: MATE d.o.o

POPIS RADOVA I ONLINE ČLANKA:

1. Krkač K., Volarević H., Jerkovic H. (2012.) *Poslovna etika banaka* , stručni članak Dostupno na: http://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=138478
2. Krkač K., Volarević H., Josipović M. (2010.) *Načela poslovne etike i korporacijske društvene odgovornosti u području računovodstva, revizije, financija i bankarstva*, pregledni članak, Dostupno na: http://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=101481
3. Kundid, A. (2012.): *Društveno odgovorno poslovanje banaka u Republici Hrvatskoj* (Online) Ekonomski fakultet, Sveučilište u Splitu Dostupno na: http://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=138611
4. Lazibat T., Samardžija J., Sutić I. (2010.) *ISO 26000 SR – Društvena odgovornost,* Ekonomski fakultet Sveučilišta u Zagreb, Dostupno na: https://bib.irb.hr/datoteka/472578.Lazibat_T_Samardzija_J_Sutic_I-rad.pdf
5. Matešić, M., *Održivi razvoj i društveno odgovorno poslovanje*, Ekonomski fakultet Zagreb, Dostupno na: http://web.efzg.hr/dok/OIM/momazic/dop%20-%202012/20121206%20-%20Odrzivi%20razvoj%20i%20DOP.pdf
6. Matešić M., *Indeks DOP-a, Društveno odgovorno poslovanje u Hrvatskoj*, Komparativni pregled nalaza 2008.-2013., http://web.efzg.hr/dok/OIM/momazic//dop%20-%202103/20140116%20-%20IndeksDOP.pdf
7. VRDOLJAK R. I., HAZDOVAC K. (2014.) *Društveno odgovorno poslovanje i hrvatska gospodarska praksa,* Odjel za ekonomiju i poslovnu ekonomiju Sveučilište u Dubrovniku, Dostupno na: file:///C:/Users/Etore/Desktop/Downloads/Drustveno_odgovorno_poslovanje_i_hrvatska_gospodarska_praksa_Vrdoljak_Raguz_Hazdovac.pdf

POPIS INTERNETSKIH IZVORA:

1. Društveno dogovorno poslovanje u Hrvatskoj, http://www.dop.hr/?p=1383 (20.08.2015.)
2. Erste banka, http://www.erstebank.hr/hr/Gradjanstvo/Medo_Stedo_stednja/Medo_Stedo_nagradni_program (26.08.2015.) http://www.erstebank.hr/hr/O_nama/Drustveno_odgovorno_poslovanje/Klijenti/CID~e1fe5179-f657-4ba6-b570-3d30429aedae/main0render/CP (26.08.2015.)
3. Equator načela (2013.), http://www.equator-principles.com/resources/equator_principles_III.pdf (28.08.2015)
4. FEBEA-ina (Europska federacija etičkih i alternativnih banaka) načelna etičnih banaka http://www.ebanka.eu/nacela.pdf (26.08.2015)
5. Grupa Intesa Sanpaolo, http://www.group.intesasanpaolo.com/scriptIsir0/si09/sostenibilita/ita_equator_principles.jsp#/sostenibilita/ita_equator_principles.jsp%3FtabId%3Dep_isp%26tabParams%3Deyd0YWJJZCc6J2VwX2lzcCd9 (24.08.2015)
6. HBOR, http://www.hbor.hr/sec1406 (10.09.2015.) file:///C:/Users/Korisnik/Downloads/Snizenje%20kamatnih%20stopa%2001.07.2015.%20-%2031.12.2015%20(2).pdf
7. HGK http://www.hgk.hr/zk/zagreb/kupujmo-hrvatsko-hrvatski-proizvod-za-hrvatski-turizam (20.09.2015.)
8. Hrvatski poslovni savjet za održivi razvoj, GiO, 6. nacionalna konferencija o DOP-u, prosinac 2014., http://www.hrpsor.hr/admin/uploads/article/files/gio40.pdf (10.09.2015.)
9. KfK banka, https://www.kfw.de/KfW-Group/About-KfW/Verantwortung-und-Corporate-Governance/ (26.08.2015.)
10. Privredna banka Zagreb, http://www.pbz.hr/stambeni_krediti#.VeDevSXtlHz (24.08.2015)
11. Slobodna Dalmacija (2014.), Jeras G., http://slobodnadalmacija.hr/Spektar/tabid/94/articleType/ArticleView/articleId/246612/Default.aspx (10.09.2015)

12. Unicredit banka, https://www.unicreditbank.ba/home/wps/wcm/connect/ucb_ba/public/o_banci/poslovanje/grupa+unicredit (23.08.2015.)
13. Zagrebačka banaka, http://www.mojzabastart.hr/home/zs/mzs , http://www.zaba.hr/home/wps/wcm/connect/zaba_hr/zabapublic/drustvena_odgovornost/donacije (23.08.2015.)
14. World Business Council for Sustainable Development http://www.wbcsd.org/work-program/business-role/previous-work/corporate-social-responsibility.aspx (20.08.2015.)

POPIS SLIKA, TABLICA, PRIKAZA I GRAFIKONA

Slika 1. Hijerarhija dimenzija društvene dogovornosti……..…..4

Tablica 1. Koncept ISO 26000……...14

Prikaz 1. Evolucija koncepta društvene odgovornosti…… ……....5

Prikaz 2. Interni i eksterni aspekti društvene odgovornosti banaka……..16

Grafikon 1. Broj poduzeća u Indeksu 2008.-2014. prema tipu djelatnosti……....12

Grafikon 2. Prosječna ostvarenost bodova kroz kategorije i godine 2008.-2012. ……13

SAŽETAK

Društveno odgovorno poslovanje danas je zahtijevana i sve popularnija praksa, jer od ovakvog načina poslovanja sve interesne skupine imaju koristi, bilo u vidu poboljšanja konkurentnosti, efikasnosti, bolje kvalitete života, očuvanju okoliša i same zaštite zdravlja ljudi. Cilj je rada empirijski istražiti društveno odgovorno ponašanje u bankarstvu odnosno načine na koje se banke aktiviraju i sudjeluju u rješavanju nekih društvenih i ekoloških pitanja i problema. Svrha rada je istražiti i objasniti društveno odgovornu praksu te prikazati dubinu implementacije društveno odgovornog poslovanja u bankarstvu. Istraživanjem pokušati će se prikazati i objasniti načini društvene odgovornosti banaka odnosno prikazati koje metode, načine i postupke koriste kako bi uskladili svoje poslovanje s održivim razvojem te veličinu njihove odgovornosti. Analiza poslovanja ukazuje na dovoljnu angažiranost banaka u društvenoj odgovornosti ali ono se još treba razvijati i usavršavati, a s druge strane trebalo bi poboljšati izvještavanje o aktivnostima društveno odgovornog poslovanja banaka u Hrvatskoj.

SUMMARY

Corporate social responsibility is now required and increasingly popular practice, because of all stakeholders benefit, either in the form of improved competitiveness, efficiency, better quality of life, preserve the environment or the protection of human health. The aim of this paper is to investigate empirically socially responsible behavior in the banking industry and the ways in which banks are activated and involved in addressing some of the social and environmental issues and problems. The purpose of this paper is to explore and explain the socially responsible practices and to demonstrate the depth of implementation CSR in banking. This research will try to explain the ways of social responsibility of banks that shows what methods and procedures are used in order to harmonize their business with sustainable development and the size of their responsibilities. Business analysis indicates sufficient involvement of banks in corporate social responsibility. However, it still needs to be developed and improved, on the other hand it should also improve reporting on the activities of corporate social responsibility of banks in Croatia.