



# **DRUŠTVENO ODGOVORNO POSLOVANJE ZA SVE**

NACIONALNA STUDIJA

REPUBLIKA HRVATSKA



“Ovaj projekt financira  
Europska unija.”



## **DRUŠTVENO ODGOVORNO POSLOVANJE ZA SVE**

NACIONALNA STUDIJA

REPUBLIKA HRVATSKA



**"Ovaj projekt financira  
Europska unija."**

Ova publikacija objavljena je u okviru projekta „Corporate Social Responsibility for All“ koji financira Europska unija.

Odgovornost za sadržaj snose isključivo autori. Europska unija nije odgovorna za bilo kakvu uporabu sadržanih informacija.

Publikaciju možete dobiti od Hrvatske udruge poslodavaca ili preuzeti na internet stranicama: [www.hup.hr](http://www.hup.hr).

Nakladnik:  
Hrvatska udruga poslodavaca  
Radnička cesta 52, 10000 Zagreb, Hrvatska

Za nakladnika:  
Davor Majetić

© Hrvatska udruga poslodavaca, 2013. Sva prava pridržana.  
Zabranjeno je reproduciranje, distribuiranje ili uporaba ovog autorskog djela bez pisane suglasnosti nakladnika.

Naklada: 1.000 primjeraka (900 primjeraka na hrvatskom jeziku, 100 primjeraka na engleskom jeziku)

ISBN 978-953-97410-6-6

Zagreb, Republika Hrvatska, 2013.

## SAŽETAK

Istraživanje je pokazalo da u Hrvatskoj gotovo uopće ne postoje Vladine aktivnosti poticanja DOP-a. Ne postoje dodatni zahtjevi prema poduzećima u državnom vlasništvu za primjenu DOP-a uz iznimku postojanja Antikorupcijske politike. Jedina naznaka razvoja DOP-a deklariran je interes Ministarstva gospodarstva za izradu Strategije DOP-a, no rano je reći hoće li se ova nakana realizirati, i ako hoće, kada. Osim formalne odgovornosti za DOP Ministarstva gospodarstva, nema organizacije ili vladine agencije koja bi se sustavno bavila ovim temama. Nadalje, u regulatornom smislu nema politika ili zakona koji bi eksplicitno poticali DOP, no postoje različiti standardi u sferi zaštite okoliša ili zaštite ljudskih i radnih prava koji postavljaju minimume standarda u ovim područjima, no ne postoje mehanizmi koji bi poticali dobrovoljnu praksu.

Jedini sustavni promotori DOP-a u Hrvatskoj su poslovne organizacije. U tome prednjači Hrvatski poslovni savjet za održivi razvoj (HR PSOR), zatim Zajednica za DOP pri HGK-u, koja je u mirovanju te Global Compact, čije aktivnosti tek očekujemo. Poslovni je sektor iskazao vrlo slab interes za sudjelovanje u ovom istraživanju, o čemu svjedoči podatak da je povrat ankete iznosio samo 4 %. Razlog je dijelom u niskom interesu poslovnog sektora za teme društveno odgovornog poslovanja koji je takav jer poduzeća još uvijek jasno ne vide poslovne koristi od primjene DOP-a.

Istraživanje je provedeno na relativno malom uzorku koji ne predstavlja prosječni uzorak hrvatskog gospodarstva jer je za očekivati da su se na ispunjavanje ankete odlučila uglavnom ona poduzeća koja se DOP-om bave ili imaju interesa za unapređenje u ovom području. Veličina uzorka je također utjecala na to da su pojedini sektorski rezultati rađeni na vrlo malom uzorku, stoga ove rezultate treba promatrati više kao smjernice nego kao egzaktno pokazatelje.

Rezultati pokazuju da značajno veći broj poduzeća koja ulaze u kategoriju velikih imaju saznanja o DOP-u. Nadalje, poduzeća koja posluju u kategoriji okolišno intenzivnih industrija imaju bolja saznanja o DOP-u (kao što je to npr. Rudarstvo i vađenje i Prerađivačka industrija). Bolje poznavanje DOP-a na kraju pronalazimo u onim poduzećima koja posluju na stranim tržištima. Velika se poduzeća također DOP-om bave dulji niz godina, dok su mala i mikro poduzeća počela ovu praksu nedavno, često tijekom proteklih godinu dana.

Rezultati istraživanja su vrlo pozitivni i u većini poduzeća postoje odjeli koji se bave DOP-om. Iskazana je sustavna briga za zaposlenike i okoliš te su poduzeća aktivna u ulaganju u projekte lokalne zajednice. U zadovoljavajućoj mjeri poznaju alate DOP-a te ih određeni broj poduzeća i primjenjuje te izvještava o DOP-u.

Opći je dojam da su rezultati koje je pokazalo istraživanje bolji od očekivanih te je za pretpostaviti da je dio pozitivnih odgovora temeljen na deklariranom DOP-u ili pojedinačnim aktivnostima koje nisu dio sustava. Zbog toga je potrebna edukacija kako bi se poduzeća educirala o dobroj praksi te dobila realnu sliku o svojim DOP praksama. Edukacija je posebno potrebna malom i srednjem poduzetništvu, koje pokazuje lošije rezultate u DOP-u.



Zbog iznimno niske angažiranosti države predlaže se i edukacija državnih službenika te podrška Vladi u kreiranju poticajnih mjera i okruženja kako bi se DOP uz edukaciju počeo značajnije primjenjivati i u praksi. Treba raditi na jačanju angažmana javnog sektora kroz poticajne mjere u javnoj nabavi, javno isticanje najboljih i njihovo nagrađivanje, podršku postojećim inicijativama kao što su to Indeks DOP-a, Konferencije, okrugli stolovi, javne rasprave i slične aktivnosti koje se već organiziraju. Dugoročno treba raditi i na jačanju pritisaka lanca vrijednosti kako bi i poduzeća koja posluju pretežito na domaćem tržištu imala poslovnog opravdanja da snažnije ulažu u društveno odgovorno poslovanje.



## Sadržaj

SAŽETAK .....	3
I. UVOD.....	11
1. Opće informacije o projektu .....	11
2. Konzultantske usluge .....	13
2.1. Kratak opis Promocije plus.....	13
2.2. Reference Promocije plus .....	13
2.3. Konzultant (Kordinator istraživanja).....	16
3. Vrijeme provođenja istraživanja .....	17
4. Broj kontaktiranih poduzeća.....	17
5. Broj vraćenih, odnosno ispunjenih upitnika .....	17
II. PROFIL HRVATSKE .....	19
1. Stanovništvo.....	19
1.1. Stanovništvo u tisućama .....	19
1.2. Dobna struktura stanovništva.....	19
1.3. Stopa prirodnog kretanja stanovništva (Prirodni prirast).....	20
1.4. Očekivani životni vijek pri rođenju.....	20
1.5. Urbanizacija.....	20
1.6. Gini indeks.....	21
1.7. Populacija ispod granice siromaštva.....	21
1.8. Etničke skupine .....	22
1.9. Jezici .....	23
1.10. Vjeroispovijesti.....	24



2. Ekonomija.....	24
2.1. BDP po glavi stanovnika .....	24
2.2. BDP – realna stopa rasta .....	24
2.3. Pet najvećih sektora u ekonomiji prema udjelu u BDP-u i zapošljavanju .....	25
2.4. Izravna strana ulaganja (FDI).....	25
2.5. Direktna važnost stranih multinacionalnih poduzeća za ekonomiju zemlje.....	26
3. Tržište rada.....	27
3.1. Radno sposobno stanovništvo .....	27
3.2. Radno aktivno stanovništvo .....	27
3.3. Stopa zaposlenosti .....	28
3.4. Stopa nezaposlenosti .....	28
3.5. Stopa nezaposlenosti mladih (15 – 24).....	28
3.6. Postotak direktno zaposlenih u privatnom sektoru u odnosu na javni sektor.....	28
3.7. Postotak zaposlenih u formalnom sektoru u odnosu na neformalni sektor.....	29
3.8. Sastav poslovne zajednice u kategorijama malih i srednjih poduzeća u odnosu na velika poduzeća.....	29
3.9. Postotak plaćenih radnika koji su direktno zaposleni u stranim multinacionalnim kompanijama....	29
3.10. Sastav poslovne zajednice u kategorijama državnih poduzeća i onih pod kontrolom države u odnosu na privatna poduzeća (ona koja nisu u državnom vlasništvu) .....	29
III. NACIONALNI KONTEKST DOP-a.....	30
1. Kontekst DOP-a u Hrvatskoj.....	30
1.1. Relevantna istraživanja .....	32
2. Zakonodavni okvir.....	34
2.1. Sustav javne nabave.....	35



2.2.	Zakoni iz područja zaštite okoliša.....	35
2.3.	Ulaganje u zajednicu .....	36
2.4.	Strategija održivog razvoja Republike Hrvatske.....	36
2.5.	Strateške odrednice za razvoj zelenog gospodarstva Hrvatske .....	38
2.6.	Strateške smjernice za DOP .....	38
3.	Inicijative i aktivnosti u promicanju DOP-a .....	40
3.1.	Organizacije.....	40
3.2.	Alati i priručnici .....	41
3.3.	Projekti .....	44
3.4.	Ostalo .....	46
IV.	REZULTATI ISTRAŽIVANJA PODUZEĆA .....	47
1.	Obilježja uzorka.....	47
1.1.	Struktura realiziranog uzorka.....	47
1.2.	Broj zemalja u kojima poduzeća posluju i/ili u koja izvoze .....	48
1.3.	Tržišta na kojima djeluju poslovni partneri poduzeća .....	48
1.4.	Tržišta na kojima su prisutni direktni dobavljači poduzeća .....	49
1.5.	Tržišta na kojima su prisutni kupci poduzeća.....	50
2.	DRUŠTVENO ODGOVORNO POSLOVANJE.....	51
1.	Upoznatost s pojmom društveno odgovorno poslovanje.....	51
2.	Vrijeme otkad poduzeće primjenjuje DOP.....	51
3.	Postojanje odjela u poduzeću koji vodi brigu o DOP-u.....	52
4.	Odjel koji vodi brigu o DOP-u.....	53
5.	Prioritetna područja društveno odgovornog poslovanja poduzeća .....	53





6.	Posvećenost zaposlenicima.....	54
7.	Poštivanje ljudskih prava.....	57
8.	Uključenost u zajednicu .....	58
9.	Ulaganje u okoliš .....	60
10.	Uključenost u lanac dobavljača .....	62
11.	Pošteno poslovno ponašanje .....	63
12.	Pružanje pravnog lijeka .....	64
13.	Razlozi za primjenu društveno odgovornog poslovanja .....	65
14.	Poznavanje instrumenata, alata i inicijativa DOP-a .....	66
15.	Korištenje alata za DOP .....	66
16.	Instrumenti koji se koriste.....	66
17.	Članstvo u dobrovoljnim inicijativama .....	66
18.	Duljina trajanja sudjelovanja u dobrovoljnim inicijativama.....	67
19.	Javna obveza DOP-a .....	67
20.	Kodeks ponašanja.....	67
21.	Upoznatost dobavljača s kodeksom ponašanja i očekivanje primjene kodeksa od strane dobavljača .....	68
22.	Pridržavanje kodeksa drugih poduzeća.....	68
23.	Izveštavanje o DOP-u .....	68
24.	Način izvještavanja .....	68
25.	Sastanci poduzeća s vanjskim dionicima.....	68
26.	Tko su vanjski dionici s kojima se poduzeće savjetuje .....	68
27.	Izazovi u primjeni DOP-a .....	69



28.	Upoznatost s Vladinom politikom i mjerama.....	69
29.	Vladine mjere koje poduzeća poznaju .....	69
30.	Korisnost Vladinih inicijativa .....	70
31.	Zašto su Vladine mjere korisne .....	70
32.	Potreba za podupiranjem DOP-a državnim mjerama .....	70
33.	Mjere koje država treba poduzeti.....	70
34.	Budući razvoj DOP-a.....	70
35.	Područja DOP-a koja dobivaju na važnosti.....	71
36.	Zainteresiranost za sudjelovanje u programima usavršavanja .....	71
<b>V. DUBINSKI INTERVJUI S PREDSTAVNICIMA AKADEMSKE ZAJEDNICE, POSLOVNE ZAJEDNICE, CIVILNOG I JAVNOG SEKTORA. ....</b>		
		<b>72</b>
1.	Uvod.....	72
2.	Općenita ocjena DOP-a u Hrvatskoj s naglaskom na „najugroženija“ područja primjene DOP-a te poticajnost okruženja za primjenu DOP-a.....	72
2.1.	„Najugroženija“ područja primjena DOP-a u Hrvatskoj.....	75
2.2.	Poticajnost okruženja za primjenu DOP-a u Hrvatskoj i najodgovorniji akteri za njegovo kreiranje. ....	76
3.	Pojedinačni doprinos DOP-u pojedinih interesnih skupina uz poseban osvrt na Vladine aktivnosti u potpori i promociji DOP-a .....	78
3.1.	Doprinos akademske zajednice DOP-u .....	78
3.2.	Doprinos poslovne zajednice DOP-u.....	79
3.3.	Doprinos civilnog sektora DOP-u .....	80
3.4.	Doprinos javnog sektora DOP-u.....	81
4.	Konkretne mjere i aktivnosti koje se poduzimaju za primjenu DOP-a s naglaskom na razloge, motive i koristi kao i najveće izazove u primjeni DOP-a .....	83
4.1.	Razlozi, motivi i koristi od primjene DOP-a.....	86



4.2. Izazovi u primjeni DOP-a .....	87
5. Ključne spoznaje dubinskih intervjua.....	88
VI. ZAKLJUČCI I PREPORUKE .....	90



## I. UVOD

### 1. Opće informacije o projektu

Ovaj je istraživački izvještaj dio projekta financiranog od strane EU-a (Ref: EuropeAid/132438/C/ACT/Multi) i vođenog od strane Turske konfederacije udruga poslodavaca (TISK). Partneri TISK-a na ovom projektu su:

- Međunarodna organizacija poslodavaca (IOE)
- Hrvatska udruga poslodavaca (HUP)
- Konfederacija poslodavaca Makedonije (BCM)
- Unija poslodavaca Crne Gore (MEF)
- Nacionalno vijeće za mala i srednja privatna poduzeća u Rumunjskoj (CNIPMMR)

Projekt ima dva specifična cilja: prvo, podignuti svijest i sposobnost u partnerstvu/s mrežom organizacija poslodavaca u jugoistočnoj Europi u odnosu na DOP s ciljem unapređenja njihova sudjelovanja u dijalogu više zainteresiranih dionika (kao i njihova utjecaja na proces reformi javnog sektora) na nacionalnoj i međunarodnoj razini. Drugi cilj je kreirati svijest i izgraditi sposobnost u mreži organizacija poslodavaca u regiji s ciljem usmjeravanja poduzeća prema pozitivnim učincima na društvo te integriranju društvenih, okolišnih i etičkih standarda, ljudskih prava i interesa potrošača u njihove poslovne operacije i osnovne strategije.

U cilju ostvarivanja specifičnih ciljeva projekta i kako bi daljnje projektne aktivnosti imale temelj, projekt obuhvaća pripremu izvještaja nacionalnog pregleda u svakoj partnerskoj zemlji. Ovaj izvještaj nacionalnog pregleda DOP-a predviđen je kao jedna od osnovnih aktivnosti projekta. Sve ostale aktivnosti oblikovat će se na temelju nalaza nacionalnih pregleda koji će biti provedeni u 5 partnerskih zemalja. Međunarodna organizacija poslodavaca (IOE) pruža tehničku potporu provođenju studija nacionalnih pregleda. Nacrt okvira provedbe (uključujući metodologiju, alate, proces prikupljanja podataka, izgled izvještaja) pripremila je Međunarodna organizacija poslodavaca (IOE).

Izvještaj nacionalnog pregleda obuhvaća dva glavna istraživanja: istraživanje profila zemlje i istraživanje poduzeća. Prvo se temelji na kompiliranju već dostupnih informacija, podataka i literature, dok se potonje temelji na primjeni upitnika među poduzećima. Hrvatski izvještaj nacionalnog pregleda pripremili su neovisni istraživački konzultanti u suradnji s ekspertima projektnog ureda iz HUP-a. Istraživački je tim zajedno s ekspertima projektnog ureda pregledao nacrt okvira provedbe uključujući metodologiju, alate, prikupljanje podataka i izgled izvještaja koji je pripremila Međunarodna organizacija poslodavaca (IOE) i napravio potrebne prilagodbe i izmjene. U svim se tim aktivnostima očuvala usporedivost alata, procedure prikupljanja podataka i oblika izvješćivanja sa zemljama koje su sudjelovale u istraživanju.

U nastavku ćemo sažeti profil zemlje koji uključuje, među ostalim, demografsku, ekonomsku te situaciju na tržištu rada kao i aktivnosti DOP-a u Hrvatskoj. U sljedećem poglavlju, poglavlju II., prikazat ćemo istraživanje



i uzorak istraživanja poduzeća. Ovo će poglavlje omogućiti jasnije razumijevanje nalaza istraživanja poduzeća. U poglavlju III. prezentirat ćemo nalaze istraživanja poduzeća u skladu s metodologijom analize razvijene od strane Međunarodne organizacije poslodavaca (IOE). Na kraju završavamo izvještaj nacionalnog pregleda ističući kako ostatak projektnih aktivnosti koristi ključne nalaze istraživanja.



## 2. Konzultantske usluge

Konzultantske usluge obavila je agencija Promocija plus d.o.o., Kruge 48, Zagreb, u suradnji s dr. sc. Mirjanom Matešić, vodećim ekspertom za DOP u Republici Hrvatskoj. U nastavku slijede kratki opis referenci agencije i gospođe Matešić.

### 2.1. Kratak opis Promocije plus

Agencija Promocija plus započela je svoj poslovni put kao agencija naziva „Promocija“ u Koprivnici s poslovnim aktivnostima usmjerenim na promociju. 1995. godine otvara ured u Zagrebu i proširuje poslovne aktivnosti na istraživanje tržišta i javnog mnijenja. 1997. godine mijenja svoj naziv u „Promocija plus“, pod kojim i dalje djeluje.

Promocija plus jedna je od tri vodeće istraživačke agencije u Hrvatskoj s tržišnim udjelom od 12 %. Kao član ESOMAR-a, Promocija plus zasniva svoje istraživačke aktivnosti na primjenjivim etičkim i kvalitativnim standardima. Isto tako, svoje istraživačke projekte provodi u cijelog regiji (Slovenija, BIH, Srbija, Makedonija i Crna Gora) preko svojih partnerskih agencija, a prema metodologiji utvrđenoj od strane naše agencije. Promocija plus zapošljava 11 visoko obrazovanih djelatnika, 4 konzultanta za istraživanja te 2 konzultanta za komunikacije uz potporu mreže koja broji preko 1000 za te poslove posebno obučeni suradnika u cijeloj Hrvatskoj.

### 2.2. Reference Promocije plus

Promocija plus provodi istraživanja kako *offline*, tako i *online*, uključujući uzorkovanje, programiranje istraživanja, prikupljanje podataka kao i analizu te izradu izvještaja za potrebe klijenata. Agencija pruža usluge prikupljanja podataka u zadanim rokovima koristeći sljedeće tehnike:

Tehnike kvantitativnih istraživanja:

- telefonski intervju ( CATI)
- *WEB* ankete (CAWI)
- osobni intervju („licem u lice“)
- centralna lokacija

Tehnike kvalitativnih istraživanja:

- fokusne skupine
- dubinski intervju



Promocija plus pruža istraživačke usluge u sljedećim sektorima:

- automobilska industrija
- ICT industrija
- turizam
- finansijski sektor
- građevinska industrija
- prehrambena industrija
- FMCG industrija
- logistika i prijevoz
- mediji
- državne institucije
- političke stranke
- jedinice lokalne i regionalne samouprave
- civilni sektor

Imamo istraživačka iskustva u sljedećim tipovima istraživanja:

- istraživanje zadovoljstva proizvodima/uslugama
- istraživanje zadovoljstva zaposlenika
- imidž studije
- istraživanje lojalnosti kupaca
- istraživanje profila kupaca
- evaluacija učinaka komunikacijskih kampanja
- segmentacija tržišta
- pozicioniranje proizvoda/usluga
- testiranje koncepta novog proizvoda
- testiranje oglašivačkih poruka
- projekt tajnih kupaca (Mystery Shopping)
- analiza cijena i pozicioniranje
- analiza prodaje i efikasnosti prodajne sile
- rejting političkih stranaka i koalicija
- organizacijska klima i korporativna kultura
- poslovna očekivanja
- percepcija poduzetnika
- tematska istraživanja



Slijede neki od naših dosadašnjih projekata:

Klijent: Transparency International Hrvatska  
Projekt: Doživljaj postupka javne nabave (2013.)  
Ciljana skupina: poduzeća  
Tehnika prikupljanja podataka: CATI

Klijent: Hrvatska udruga poslodavaca  
Projekt: Poslovna očekivanja u 2013. godini (2012.)  
Ciljana skupina: poduzeća  
Tehnika prikupljanja podataka: CAWI, E-pošta, CATI

Klijent: CAT Logistika vozila  
Projekt: Zadovoljstvo RNHR mreže uslugama CAT-a (2013.)  
Ciljana skupina: poduzeća  
Tehnika prikupljanja podataka: CATI

Klijent: Hewlett Packard  
Projekt: Sigurnost i rizici IT okruženja (2012.)  
Ciljana skupina: poduzeća  
Tehnika prikupljanja podataka: CATI

Klijent: Grad Varaždin  
Projekt: Percepcija transparentnosti i otvorenosti rada Grada Varaždina (2013.)  
Ciljana skupina: opća populacija s pravom glasa (Varaždin)  
Tehnika prikupljanja podataka: CATI

Klijent: Liburnia Riviera Hoteli  
Projekt: Doživljaj hotelskih usluga i destinacije (2012.)  
Ciljana skupina: gosti, turoperatori, Grad Opatija, tvorcji javnog mnijenja u Opatiji, zaposlenici hotela  
Tehnika prikupljanja podataka: Dubinski intervju

Klijent: Podravka  
Projekt: Zadovoljstvo zaposlenika i organizacijska klima (2012.)  
Ciljana skupina: zaposlenici  
Metoda prikupljanja podataka: Radionice na lokacijama poduzeća

Gore naveden popis samo je djelomičan popis odrađenih projekata. Ostatak projekata nismo u mogućnosti prikazati zbog potpisanog sporazuma o tajnosti podataka sa svojim klijentima.

U prilogu izvještaja nalazi se popis klijenata abecednim redoslijedom.





### 2.3. Konzultant (Kordinator istraživanja)

Gospođa Mirjana Matešić inženjer je ekologije sa završenim magistarskim specijalističkim studijem poslovne ekonomije, kandidat s velikim iskustvom u uvođenju DOP-a u Hrvatsku. Već 9 godina vodi organizaciju koja je uvela DOP u poslovnu zajednicu te je inicijatorica svih važnih događaja iz područja DOP-a. Autorica je brojnih knjiga i radova na temu DOP-a, održivog razvoja i zaštite okoliša. Slijedi dio referenci i ključnih kvalifikacija gospođe Matešić.

Obrazovanje: Doktor znanosti iz područja održivog razvoja

Radno iskustvo:

- lipanj 2004 – Ravnateljica Hrvatskog poslovnog savjeta za održivi razvoj  
2012. – Članica radne skupine za izradu Zakona o otpadu i članica radne skupine za izradu Zakona o zaštiti okoliša  
2012. – Članica Upravnog vijeća Agencije za zaštitu okoliša  
2011. – Članica radne skupine za izradu Akcijskog plana održiva proizvodnja i potrošnja Nacionalne strategije održivog razvoja  
2011. – Članica radne skupine za izradu Strategije razvoja civilnog društva RH  
2010. – Članica Savjeta za gospodarstvo Predsjednika Republike Hrvatske

Ključne kvalifikacije:

- upravljanje projektima vezanima za razna pitanja i teme održivog razvoja i njegove primjene u poslovanju
- suradnja u razvoju nacionalnih politika kao predstavnik hrvatske poslovne zajednice
- zagovaranje primjene održivog razvoja u strateškom razvoju Hrvatske
- razvoj obrazovnih programa za predstavnike poslovne zajednice i drugih interesnih skupina u području održivog razvoja i društveno odgovornog poslovanja
- organizacija radionica, seminara i raznih projekata u suradnji s drugim partnerima i partnerskim organizacijama
- podizanje svijesti o važnosti primjene održivog razvoja u Hrvatskoj s posebnim naglaskom na zaštitu okoliša i društveno odgovorno poslovanje
- sudjelovanje u velikom broju konferencija u organizaciji poslovnih, vladinih ili inozemnih organizacija sa stručnim prezentacijama o održivom razvoju
- suradnik u razvoju priručnika „Časno do pobjede“ UNDP-a o primjeni društveno odgovornog poslovanja u poduzećima
- suradnik u prijevodu GRI (Global Reporting Initiative) Smjernica za izvještavanje o održivosti na hrvatski jezik i revizor i urednik hrvatskoga tiskanog izdanja Smjernica
- savjetovanje i revizija izvješća o održivosti hrvatskih poduzeća u skladu s GRI smjernicama
- inicijator i urednik biltena „Gospodarstvo i održivost“ koji izdaje HR PSOR od 2005. godine čime se aktivno promovira održivi razvoj



- suautor metodologije Indeksa DOP-a, metodologije za rangiranje i nagrađivanje poduzeća prema nefinancijskim pokazateljima (u suradnji s Hrvatskom gospodarskom komorom)
- službeni predstavnik HR PSOR-a u Svjetskom poslovnom savjetu za održivi razvoj s kojim blisko surađuje, razmjenjuje znanje i iskustvo te predstavlja Hrvatsku i hrvatsku poslovnu zajednicu
- poslovna razina engleskog jezika, komunikacijska razina francuski jezik te talijanski jezik pasivno.

### 3. Vrijeme provođenja istraživanja

Istraživanje poduzeća u sklopu projekta „DOP za SVE“ u Hrvatskoj proveden je u razdoblju od 11. srpnja do 1. kolovoza 2013. godine. U tom je razdoblju za potrebe istraživanja upitnik poslan na elektroničku adresu 2491 poduzeća iz cijele Hrvatske.

### 4. Broj kontaktiranih poduzeća

Upitnik je na elektroničke adrese poduzeća slan u tri etape. U prvoj fazi je poslan na adrese 500 poduzeća, zatim na 300 poduzeća te je u posljednjoj fazi poslan na 1691 adresu što ukazuje na izuzetno nisku zainteresiranost poduzeća za sudjelovanje u istraživanju. Ovaj iznimno niski povrat od 4 % dijelom možemo pripisati ljetnim mjesecima i korištenju odmora, no sigurno da je dijelom uzrok i u nedostatku interesa za ove teme ili jednostavno nedostatku resursa za bilo kakva razvojna pitanja pa i pitanje DOP-a.

### 5. Broj vraćenih, odnosno ispunjenih upitnika

U razdoblju od 11. srpnja do 1. kolovoza 2013. vraćeno je 100 ispunjenih upitnika od kojih je samo jedan ispunjen „licem u lice“ s predstavnikom poduzeća. Struktura uzorka je sljedeća:

*Uzorak prema veličini poduzeća*

Veličina poduzeća	Ispitanici	Udio
Mikro poduzeća	28	28,0 %
Mala poduzeća	24	24,0 %
Srednje velika poduzeća	19	19,0 %
Velika poduzeća	29	29,0 %
Ukupno	100	100,0 %



*Uzorak prema 5 najvećih sektora prema BDP-u*

5 najvećih sektora	Ispitanici	Udio
Prerađivačka industrija	16	16,0 %
Trgovina na veliko i malo	20	20,0 %
Rudarstvo i vađenje	4	4,0 %
Poslovanje nekretninama	4	4,0 %
Građevinarstvo	10	10,0 %
Ostalo	46	46,0 %
Ukupno	100	100,0 %

*Uzorak prema tipu vlasništva poduzeća*

Tip vlasništva	Ispitanici	Udio
Državno vlasništvo	9	9,0 %
Privatno vlasništvo	85	85,0 %
Zadružno vlasništvo	0	0,0 %
Mješovito vlasništvo	6	6,0 %
Ukupno	100	100,0 %

*Uzorak prema tipu sjedišta poduzeća*

Sjedište poduzeća	Ispitanici	Udio
Domaće	100	100,0 %
Strano	0	0,0 %
Ukupno	100	100,0 %

*Uzorak prema poduzećima koja dominantno ostvaruju prihode na domaćem ili stranom tržištu*

Tržište	Ispitanici	Udio
Na domaćem tržištu	78	78,0 %
Na stranom tržištu	12	12,0 %
Podjednako na domaćem i stranom tržištu	10	10,0 %
Ukupno	100	100,0 %



## II. PROFIL HRVATSKE

### 1. Stanovništvo

#### 1.1. Stanovništvo u tisućama

U Hrvatskoj prema zadnjem popisu stanovništva iz 2011. godine živi 4,284.889 stanovnika.

*Izvor: Državni zavod za statistiku – Popis stanovništva 2011.*

#### 1.2. Dobna struktura stanovništva

**Tablica 1:** Struktura stanovništva Republike Hrvatske prema dobnim skupinama

Dobna skupina	Broj stanovnika	Udio
0 – 4	212.709	4,96 %
5 – 9	204.317	4,77 %
10 – 14	235.402	5,49 %
15 – 19	244.177	5,70 %
20 – 24	261.658	6,11 %
25 – 29	289.066	6,75 %
30 – 34	294.619	6,88 %
35 – 39	284.754	6,65 %
40 – 44	286.933	6,70 %
45 – 49	307.561	7,18 %
50 – 54	320.502	7,48 %
55 – 59	311.818	7,28 %
60 – 64	272.740	6,37 %
65 – 69	202.002	4,71 %
70 – 74	212.401	4,96 %
75 – 79	175.526	4,10 %
80 – 84	108.104	2,52 %
85 – 89	47.641	1,11 %
90 – 94	10.758	0,25 %
95 i više	2.201	0,05 %
<b>Ukupno</b>	<b>4,284.889</b>	<b>100,00 %</b>

*Izvor: Državni zavod za statistiku – Popis stanovništva 2011.*



### 1.3. Stopa prirodnog kretanja stanovništva (Prirodni prirast)

Stopa prirodnog prirasta je negativna prema podacima za 2012. godinu i iznosi -2,3 na tisuću stanovnika.

*Izvor: Državni zavod za statistiku – Mjesečno statističko izvješće broj 6, 2013.*

### 1.4. Očekivani životni vijek pri rođenju

Očekivano trajanje života – muškarci: 73,9 godina

Očekivano trajanje života – žene: 80,1 godinu

Ukupno očekivano trajanje života: 77,0 godina

Prosječna starost stanovništva: 42,0 godine

Prosječna starost – muškarci: 40,2 godine

Prosječna starost – žene: 43,7 godina

*Izvor: Državni zavod za statistiku – Mjesečno statističko izvješće broj 6, 2013. (podaci za 2012.)*

### 1.5. Urbanizacija

**Tablica 2:** Broj gradova i općina u Hrvatskoj

Gradovi/općine	Broj	Udio %
Gradovi	127	22,84 %
Općine	429	77,16 %
Ukupno	556	100,00 %

*Izvor: Državni zavod za statistiku – Popis stanovništva 2011.*

**Tablica 3:** Broj stanovnika u gradovima i općinama u Hrvatskoj

Stanovnici – gradovi/općine	Broj stanovnika	Udio
Broj stanovnika u gradovima	3,016.137	70,39 %
Broj stanovnika u općinama	1,268.752	29,61 %
Ukupno	4,284.889	100,00 %

*Izvor: Državni zavod za statistiku – Popis stanovništva 2011.*



**Tablica 4.** Broj naselja i stanovnika prema veličini naselja

Veličina naselja	Broj naselja	Broj stanovnika	Udio naselja	Udio stanovnika
Bez stanovnika	150	-	2,22 %	-
Do 100 stanovnika	2.653	113.914	39,27 %	2,66 %
101 – 200	1.318	192.193	19,51 %	4,49 %
201 – 500	1.448	461.114	21,43 %	10,76 %
501 – 1 000	658	462.788	9,74 %	10,80 %
1 001 – 1 500	195	240.133	2,89 %	5,60 %
1 501 – 2 000	113	194.258	1,67 %	4,53 %
2 001 – 5 000	143	434.201	2,12 %	10,13 %
5 001 – 10 000	39	264.060	0,58 %	6,16 %
10 001 – 20 000	20	274.938	0,30 %	6,42 %
20 001 – 50 000	11	342.971	0,16 %	8,00 %
50 001 – 100 000	5	320.651	0,07 %	7,48 %
100 001 – 200 000	2	295.505	0,03 %	6,90 %
200 001 i više stanovnika	1	688.163	0,01 %	16,06 %
<b>Ukupno</b>	<b>6.756</b>	<b>4,284.889</b>	<b>100,00 %</b>	<b>100,00 %</b>

Izvor: Državni zavod za statistiku – Popis stanovništva 2011.

## 1.6. Gini indeks

Gini indeks u Hrvatskoj pri posljednjim podacima za 2011. godinu je iznosio 0,31.

Izvor: Državni zavod za statistiku – Pokazatelji siromaštva u 2011. – Konačni rezultati (Priopćenje 14.1.3.)

## 1.7. Populacija ispod granice siromaštva

**Tablica 5:** Stopa rizika od siromaštva ukupno i prema dobnim skupinama

Dobna skupina	Ukupno
0 – 17 godina	21,5 %
18 – 24 godine	21,8 %
25 – 54 godine	17,8 %
55 – 64 godine	20,6 %
65 i više godina	27,3 %
<b>Ukupno</b>	<b>21,1 %</b>

Izvor: Državni zavod za statistiku – Pokazatelji siromaštva u 2011. – Konačni rezultati (Priopćenje 14.1.3.)

Prema posljednjim podacima Ankete o dohotku stanovništva, stopa rizika od siromaštva u 2011. iznosi 21,1 %.



## 1.8. Etničke skupine

**Tablica 6:** Etničke skupine u Hrvatskoj

Etničke skupine	Broj stanovnika	Udio
Hrvati	3.874.321	90,42 %
Srbi	186.633	4,36 %
Bošnjaci	31.479	0,73 %
Istrani	25.491	0,59 %
Talijani	17.807	0,42 %
Albanci	17.513	0,41 %
Romi	16.975	0,40 %
Mađari	14.048	0,33 %
Slovenci	10.517	0,25 %
Česi	9.641	0,22 %
Muslimani	7.558	0,18 %
Slovaci	4.753	0,11 %
Crnogorci	4.517	0,11 %
Makedonci	4.138	0,10 %
Nijemci	2.965	0,07 %
Pravoslavci	2.560	0,06 %
Bosanci	2.059	0,05 %
Rusini	1.936	0,05 %
Ukrajinci	1.878	0,04 %
Rusi	1.279	0,03 %
Dalmatinci	705	0,02 %
Poljaci	672	0,02 %
Ostale regionalne pripadnosti	572	0,01 %
Kosovari	568	0,01 %
Židovi	509	0,01 %
Kinezi	492	0,01 %
Rumunji	435	0,01 %
Goranci	428	0,01 %
Amerikanci	419	0,01 %
Turci	367	0,01 %
Bugari	350	0,01 %
Jugoslaveni	331	0,01 %
Austrijanci	297	0,01 %
Francuzi	273	0,01 %
Ostali narodi Europe	265	0,01 %
Ostali*	3.767	0,09 %
Nepoznato	8.877	0,21 %
Ne izjašnjavaju se	26.763	0,62 %
Neraspoređeno	731	0,02 %
<b>Ukupno</b>	<b>4.284.889</b>	<b>100,00 %</b>

Izvor: Državni zavod za statistiku – Popis stanovništva 2011.

\*Napomena – ostale etničke skupine (59) s pojedinačnim udjelom u stanovništvu od 0,00 %.



## 1.9. Jezici

**Tablica 7:** Jezici u Hrvatskoj

Jezici	Broj stanovnika	Udio
Hrvatski	4,096.305	95,60 %
Srpski	52.879	1,23 %
Talijanski	18.573	0,43 %
Albanski	17.069	0,40 %
Bosanski	16.856	0,39 %
Romski	14.369	0,34 %
Mađarski	10.231	0,24 %
Slovenski	9.220	0,22 %
Srpskohrvatski	7.822	0,18 %
Češki	6.292	0,15 %
Slovački	3.792	0,09 %
Makedonski	3.519	0,08 %
Hrvatskosrpski	3.059	0,07 %
Njemački	2.986	0,07 %
Engleski	1.644	0,04 %
Ruski	1.592	0,04 %
Rusinski	1.472	0,03 %
Ukrajinski	1.008	0,02 %
Rumunjski	955	0,02 %
Crnogorski	876	0,02 %
Poljski	639	0,01 %
Francuski	522	0,01 %
Arapski	501	0,01 %
Kineski	495	0,01 %
Španjolski	477	0,01 %
Goranski	405	0,01 %
Ostali jezici	373	0,01 %
Turski	342	0,01 %
Bugarski	293	0,01 %
Ostalo*	994	0,02 %
Nepoznato	9.329	0,22 %
<b>Ukupno</b>	<b>4,284.889</b>	<b>100,00 %</b>

Izvor: Državni zavod za statistiku – Popis stanovništva 2011.

\*Napomena – ostali jezici (23) s pojedinačnim udjelom u stanovništvu od 0,00 %





## 1.10. Vjeroispovijesti

**Tablica 8:** Vjeroispovijesti u Hrvatskoj

Vjerska skupina	Broj stanovnika	Udio
Katolici	3,697.143	86,28 %
Pravoslavci	190.143	4,44 %
Protestanti	14.653	0,34 %
Ostali kršćani	12.961	0,30 %
Muslimani	62.977	1,47 %
Židovi	536	0,01 %
Istočne religije	2.550	0,06 %
Ostale religije, pokreti i svjetonazori	2.555	0,06 %
Agnostici i skeptici	32.518	0,76 %
Nisu vjernici i ateisti	163.375	3,81 %
Ne izjašnjavaju se	93.018	2,17 %
Nepoznato	124.60	0,29 %
<b>Ukupno</b>	<b>4,284.889</b>	<b>100,00 %</b>

*Izvor: Državni zavod za statistiku – Popis stanovništva 2011.*

## 2. Ekonomija

### 2.1. BDP po glavi stanovnika

U Hrvatskoj, prema podacima iz 2011. godine, bruto domaći proizvod po glavi stanovnika iznosi 10,205 eura.

*Izvor: Državni zavod za statistiku – Statističke informacije 2012.*

### 2.2. BDP – realna stopa rasta

Realna stopa rasta BDP-a je u padu te prema procjeni za prvo tromjesečje 2013. iznosi -1,50 % u odnosu na isto tromjesečje 2012.

*Izvor: Državni zavod za statistiku – Procjena u BDP-a za prvo tromjesečje 2013. (Priopćenje 12.1.1/1.)*



## 2.3. Pet najvećih sektora u ekonomiji prema udjelu u BDP-u i zapošljavanju

### 2.3.1. Pet najvećih sektora ekonomije prema udjelu u BDP-u

**Tablica 9:** Pet najvećih sektora prema udjelu u BDP-u

Sektor	Udio u BDP-u	Udio u zapošljavanju
Prerađivačka industrija	13,30 %	17,97 %
Trgovina na veliko i na malo; popravak motornih vozila i motocikala	9,50 %	16,06 %
Rudarstvo i vađenje	9,00 %	0,48 %
Poslovanje nekretninama	9,00 %	0,52 %
Građevinarstvo	6,80 %	6,81 %
Ostalo	52,40 %	58,16 %
<b>Ukupno</b>	<b>100,00 %</b>	<b>100,00 %</b>

Izvor: Državni zavod za statistiku – Statistički ljetopis 2012 (podaci za 2009. god.)

### 2.3.2. Pet najvećih sektora prema udjelu u zapošljavanju (podaci za 2009.)

**Tablica 10:** Pet najvećih sektora prema udjelu u zapošljavanju

Sektor	Udio u zapošljavanju	Udio u BDP-u
Prerađivačka industrija	17,97 %	13,30 %
Trgovina na veliko i na malo; popravak motornih vozila i motocikala	16,06 %	9,50 %
Obrazovanje	9,35 %	3,80 %
Javna uprava i obrana; obvezno socijalno osiguranje	9,22 %	5,30 %
Djelatnosti zdravstvene zaštite i socijalne skrbi	7,34 %	4,00 %
Ostalo	40,06 %	64,10 %
<b>Ukupno</b>	<b>100,00 %</b>	<b>100,00 %</b>

Izvor: Državni zavod za statistiku – Statistički ljetopis 2012. (podaci za 2009. god.)

## 2.4. Izravna strana ulaganja (FDI)

Izravna strana ulaganja u Hrvatsku (prema posljednjim podacima HNB-a) u prvom tromjesečju 2013. bila su 460,2 milijuna eura, dok ukupna izravna strana ulaganja u Hrvatsku od 1993. do završno s prvim tromjesečjem 2013. godine iznose 27,303.8 eura.

Izvor: Hrvatska narodna banka – Inozemna izravna ulaganja u Republiku Hrvatsku; prvo tromjesečje 2013.



## 2.5. Direktna važnost stranih multinacionalnih poduzeća za ekonomiju zemlje

U teoriji su izravne i neizravne koristi multinacionalnih poduzeća te općenito izravnih stranih ulaganja sljedeće. Izravne koristi su:

1. povećanje bruto investicija u nacionalnoj ekonomiji
2. povećanje zaposlenosti i povećanje dohotka domaće radne snage
3. povećanje poreznih prihoda države
4. pozitivan utjecaj na bilancu plaćanja zemlje primatelja
5. transfer novih tehnologija i znanja.

Neizravne koristi ili tzv. učinci prelijevanja obuhvaćaju različite učinke koji utječu na konkurentnost i proizvodnost domaćih poduzeća kao što su transfer znanja i iskustva u organizaciji proizvodnje, viši zahtjevi u pogledu kvalitete i pravodobne isporuke, povećanje potražnje za sirovinama, energijom i poluproizvodima te mogućnost zamjene uvoza domaćom proizvodnjom.

Postoji mogućnost i negativnih učinaka poput smanjenja proizvodnje domaćih proizvođača. Isto tako, može doći i do smanjenja zaposlenosti zbog istiskivanja domaćih poduzeća ili racionalizacije radne snage. Nadalje, postoji i mogućnost da multinacionalna poduzeća povuku znanje i potrebne stručnjake u svoja središta.

Brojne analize i rasprave o inozemnim direktnim investicijama u Hrvatsku često ističu da ona ni po veličini niti po učincima ne odgovaraju potrebama i očekivanjima u vezi s njihovom ulogom u razvoju Hrvatske.

Unatoč relativno visokoj razini inozemnih izravnih ulaganja u Hrvatskoj, izostao je uobičajeni pozitivan učinak na domaće gospodarstvo, odnosno na rast zaposlenosti, proizvodnje i izvoza ponajprije uslijed nepovoljne strukture ulaganja, budući da se vrlo malo stranih ulaganja odnosi na *greenfield* ulaganja. Inozemna su ulaganja uglavnom usmjeravana u uslužne i visoko profitabilne sektore orijentirane većinom na poslovanje na domaćem tržištu, dok su ulaganja u proizvodni sektor značajno manjeg iznosa.

Možemo reći kako nije došlo do povećavanja zaposlenosti domaće radne snage (smanjio se broj zaposlenih i povećao broj nezaposlenih), nije došlo do poboljšanja platne bilance niti do supstitucije uvoza domaćom proizvodnjom. Povećanje produktivnosti domaće proizvodnje je sporije u odnosu na rast produktivnosti u razvijenim zemljama. Sve u to u konačnici nije dovelo do kvalitativne promjene u gospodarskoj strukturi niti se dogodio učinak značajnijeg povećanja BDP-a.

\*\*\*Napomena: gore navedeni zaključci posredno su izvedeni iz dolje navedenih izvora



*Izvori:*

*Babić, A., Pufnik, A., Stučka, T. (2001.): Teorija i stvarnost inozemnih izravnih ulaganja u svijetu i u tranzicijskim zemljama s posebnim osvrtom na Hrvatsku, Pregledi P-9, Hrvatska Narodna Banka, Zagreb.*

*Bogdan, Ž. (2009.): Utjecaj FDI-a na gospodarski rast europskih tranzicijskih zemalja, Serija članaka u nastajanju Ekonomskog fakulteta u Zagrebu, br. 09 – 06, 1. – 27.*

*Čuić, P. (2010.): Makroekonomski učinci investicijske potrošnje u Republici Hrvatskoj. Diplomski rad, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli.*

*Kersan-Škabić, C. Zubin (2009.): Utjecaj izravnih inozemnih ulaganja na rast BDP, na zaposlenost i na izvoz u Hrvatskoj, Ekonomski pregled, 60 (3 – 4) 119. – 151.*

*Lovrinčević, Ž., Buturac, G., Marić, Z. (2004.): Priljev inozemnog kapitala – utjecaj na domaće investicije i strukturu robne razmjene, Ekonomski pregled, 55 (11 – 12): 894. – 934.*

*Martišković, Ž., Vojak, N., Požega, S. (2012.): Značaj inozemnih izravnih ulaganja u Republiku Hrvatsku, Zbornik Veleučilišta u Karlovcu, Godina II. Broj 1, 125. – 135.*

*Sisek, B (2005.): Strane izravne investicije u Hrvatskoj – uzroci neuspjeha, Zbornik Ekonomskog fakulteta u Zagrebu, Godina 3, Broj 1.*

### **3. Tržište rada**

#### **3.1. Radno sposobno stanovništvo**

Prema rezultatima Ankete o radnoj snazi (ARS) za prvo tromjesečje 2013. godine, u Hrvatskoj ima 3,792.000 radno sposobnih stanovnika.

*Izvor: Državni zavod za statistiku – Aktivno stanovništvo u RH u prvom tromjesečju 2013. (Priopćenje 9.2.7/1.)*

#### **3.2. Radno aktivno stanovništvo**

Prema rezultatima Ankete o radnoj snazi (ARS) za prvo tromjesečje 2013. godine u Hrvatskoj ima 1,640.000 radno aktivnog stanovništva. U istom razdoblju je bilo ukupno 1,344.000 zaposlenih.

*Izvor: Državni zavod za statistiku – Aktivno stanovništvo u RH u prvom tromjesečju 2013. (Priopćenje 9.2.7/1.)*



### 3.3. Stopa zaposlenosti

Prema rezultatima Ankete o radnoj snazi (ARS) za prvo tromjesečje 2013. godine, stopa zaposlenosti iznosi 35,4 %.

*Izvor: Državni zavod za statistiku – Aktivno stanovništvo u RH u prvom tromjesečju 2013. (Priopćenje 9.2.7/1.)*

### 3.4. Stopa nezaposlenosti

Prema rezultatima Ankete o radnoj snazi (ARS) za prvo tromjesečje 2013. godine stopa, nezaposlenosti iznosi 18,1 % .

*Izvor: Državni zavod za statistiku – Aktivno stanovništvo u RH u prvom tromjesečju 2013. (Priopćenje 9.2.7/1.)*

### 3.5. Stopa nezaposlenosti mladih (15 – 24)

Prema rezultatima Ankete o radnoj snazi (ARS) za prvo tromjesečje 2013. godine, stopa nezaposlenosti mladih iznosi 59,0 %.

*Izvor: Državni zavod za statistiku – Aktivno stanovništvo u RH u prvom tromjesečju 2013. (Priopćenje 9.2.7/1.)*

### 3.6. Postotak direktno zaposlenih u privatnom sektoru u odnosu na javni sektor

**Tablica 11:** Zaposleni u javnom odnosno privatnom sektoru

Zaposleni po sektorima	Broj zaposlenih	Udio
Zaposleni u javnom sektoru <sup>1</sup>	224.186	16,2 %
Zaposleni u privatnom sektoru	1,163.781	83,8 %
Ukupno	1,387.967 <sup>2</sup>	100,00 %

*Izvor<sup>1</sup>: Ministarstvo uprave, iz Registra zaposlenih u javnom sektoru (stanje 8.8.2013.);*

*Izvor<sup>2</sup>: Državni zavod za statistiku – Zaposleni prema djelatnostima u lipnju 2013. (Priopćenje 9.2.1/6.)*

Napomena: Podatak o broju zaposlenih u privatnom sektoru izveden je kao razlika podataka o registriranoj zaposlenosti iz lipnja 2013. i podataka o broju zaposlenih u javnom sektoru iz registra zaposlenih u javnom sektoru 8. kolovoza 2013. Ovako izveden podatak predstavlja procjenu.

Ne postoji direktan podatak, odnosno službena statistika zaposlenih koja mjeri odnos zaposlenosti u javnom sektoru i privatnom sektoru.



### 3.7. Postotak zaposlenih u formalnom sektoru u odnosu na neformalni sektor

Prema procjeni Friedricha Schenidera, jednog od najvećih stručnjaka za sivu ekonomiju, udio sive ekonomije u Hrvatskoj za 2013. će iznositi 28,4 % u odnosu na ostvareni BDP.

*Izvor: The Shadow Economy in Europe 2013, Professor Dr Friedrich Schneider, Johannes Kepler University of Linz, Austria; A.T. Kearney analysis*

### 3.8. Sastav poslovne zajednice u kategorijama malih i srednjih poduzeća u odnosu na velika poduzeća

**Tablica 12:** Aktivni subjekti prema broju zaposlenih (stanje 31.ožujka 2013.)

Kategorija poduzeća				Ukupno
Mikro (< 10)	Mala (< 50)	Srednja (< 250)	Velika (250 +)	
129.887	10.826	3.066	577	144.356
89,98 %	7,50 %	2,12 %	0,40 %	100,00 %

*Izvor: Državni zavod za statistiku – Broj i struktura poslovnih subjekata u ožujku 2013. (Priopćenje 11.1.1/1.)*

### 3.9. Postotak plaćenih radnika koji su direktno zaposleni u stranim multinacionalnim kompanijama

O tom se pitanju ne vode službene statistike u Hrvatskoj i ne postoje relevantne stručne procjene.

### 3.10. Sastav poslovne zajednice u kategorijama državnih poduzeća i onih pod kontrolom države u odnosu na privatna poduzeća (ona koja nisu u državnom vlasništvu)

**Tablica 13:** Aktivni subjekti prema oblicima vlasništva (stanje 31.ožujak 2013)

Oblik vlasništva poduzeća					
Državno	Privatno	Zadružno	Mješovito	Nema vlasništva	Ukupno
1.048	118.118	2.032	1.404	21.754	144.356
0,73 %	81,82 %	1,41 %	0,97 %	15,07 %	100,00 %

*Izvor: Državni zavod za statistiku – Broj i struktura poslovnih subjekata u ožujku 2013. (Priopćenje 11.1.1/1.)*



### III. NACIONALNI KONTEKST DOP-a

#### 1. Kontekst DOP-a u Hrvatskoj

Društveno odgovorno poslovanje kao dio europske politike započinje u 1993. godini Bijelom knjigom Europske komisije o rastu i zapošljavanju. Europska komisija je 2001. godine objavila Zelenu knjigu „Promocija europskog okvira za društveno odgovorno poslovanje” koja DOP definira kao „koncept prema kojem poduzeća na dobrovoljnom principu integriraju brigu za društvena pitanja i zaštitu okoliša u svoje poslovne aktivnosti i odnose s vlasnicima, dioničarima, zaposlenicima, potrošačima, dobavljačima, vladom, medijima i širom javnošću” (EK, 2001). Na te se dokumente nadovezuje Strategija održivog razvoja EU-a iz 2006., koja naglašava važnost stvaranja održivih zajednica koje su u stanju učinkovito upravljati i koristiti resurse te iskoristiti ekološki i društveni inovacijski potencijal za razvoj gospodarstva koji će osigurati napredak, zaštitu okoliša i društvenu koheziju radi unapređenja sadašnje i buduće kvalitete života (European Communities, 2006). Posljednji dokument Europske komisije o DOP-u objavljen je u listopadu 2011. godine, kada je i objavljena nova definicija DOP-a kao odgovornost poduzeća za svoj utjecaj na društvo. Ovom Komunikacijom Europska komisija snažno potiče nacionalne vlade na uspostavu poticajnog okruženja za primjenu DOP-a, a sama definicija dodatno proširuje područje odgovornosti poslovnih subjekata na sve utjecaje i učinke koje njihovo poslovanje ima na najšire okruženje. U pripremi je i direktiva Europske komisije koja uvodi obvezu nefinancijskog izvještavanja za velika poduzeća te obveznu politiku raznolikosti članova uprave prema više kriterija.

Zbog iznimno složenog političkog i ekonomskog konteksta 1990-ih prepoznatljivost je DOP-a u poslovnoj zajednici u Hrvatskoj u zadnjem desetljeću prošlog stoljeća zanemariva, iako bilježimo osnutak Hrvatskog poslovnog savjeta za održivi razvoj (HR PSOR), koji je na temelju potpisanog memoranduma o razumijevanju sa Svjetskim poslovnim savjetom za održivi razvoj (WBCSD) iz 1995. osnovan 1997. godine. Organizaciju je osnovalo 18 hrvatskih poduzeća, osnivača HR PSOR-a koji su se ovim činom obvezali primjenjivati i promicati održivu praksu u svojem poslovanju s ciljem zaštite okoliša i postizanja održivog razvoja Republike Hrvatske. Iako je HR PSOR aktivan sve do danas, u prvim godinama svog rada uglavnom je ograničen na malobrojna poduzeća okupljena u organizaciji te se koncentrira uglavnom na komunikaciju prema javnom sektoru. Započinjanjem procesa europskih integracija, 2001. godine i potpisivanjem Sporazuma o stabilizaciji i pridruživanju, kad je Hrvatska dobila status zemlje kandidatkinje u lipnju 2004., počinje jačanje interesa za prakse kakve promiče i europski politički i tržišno-ekonomski model. Značajan događaj zbio se krajem 2004. godine kada je održana Prva nacionalna konferencija o DOP-u *Agenda 2005*, okupivši na jednom mjestu više od 120 praktičara i istraživača, omogućivši tako formuliranje zajedničkih prioriteta za razvitak DOP-a u Hrvatskoj.

Prvotna se praksa DOP-a u Hrvatskoj uglavnom oslanja na praksu u području zaštite okoliša (ponajprije među industrijskim proizvođačima). U drugoj se fazi interes poduzeća proširio na ljudske resurse i brigu o lokalnoj zajednici, iako je manjkava njegova integracija u sustave upravljanja. Društvena se odgovornost često



percipira i kroz dosljednost u poštivanju zakonske regulative primarno u području visoko regulirane zaštite okoliša i radnih prava što je razumljivo s obzirom da zbog slabe primjene zakonske regulative provedba propisa nije zadovoljavajuća. Važan je poticaj primjeni DOP-a izvozna orijentacija koja pojačano vrši pritisak na uvođenje standarda za upravljanje pojedinim sustavima. U području korporativnog upravljanja DOP praksa je slabo razvijena, što možemo dovesti u vezu s nedostatkom vanjskih poticaja. Posebno je slabo razvijen sustav za zaštitu potrošača usprkos Zakonu o zaštiti potrošača koji je usvojen 2003. godine.

Opća je procjena da je, gotovo deset godina nakon Prve nacionalne konferencije o DOP-u *Agenda 2005*, društveno odgovorno poslovanje postalo važan dio percepcije o uspješnom poslovanju predstavnika poslovne zajednice, akademske zajednice, organizacija civilnog društva i drugih stručnih organizacija. Postoje pokazatelji da se počinje razvijati međusektorska suradnja na promicanju DOP-a te nastaju međusektorske mreže kao što je Nacionalna mreža za DOP, koja okuplja predstavnike javnog, poslovnog i civilnog sektora. Generalna je percepcija da je DOP važan za hrvatsko društvo, važna tema koju promovira EU te se razvijaju mnogi oblici suradnje, projekti, edukativni programi i alati za primjenu DOP-a. Svakako najvažniji i prepoznatljiv alat u promicanju DOP-a je metodologija za rangiranje poduzeća prema uspješnosti u DOP-u, Indeks društvene odgovornosti, koji su razvili domaći stručnjaci i na temelju kojeg HR PSOR i HGK već pet godina dodjeljuju nagrade najboljim hrvatskim poduzećima u području DOP praksi. Promoviraju se i međunarodni alati za DOP pa su prevedene Smjernice za izvještavanje o održivosti GRI-a, a u pripremi je i prijevod međunarodne norme o društvenoj odgovornosti ISO 26000. Prijenos dobre prakse uglavnom se bilježi među inicijativama poslovnog sektora, dok je uloga organizacija civilnog društva i sindikata u poticanju primjene DOP-a puno manje sistematična, a nedostatak specifičnih vladinih politika, poticaja i sankcija utječe na primjenu DOP aktivnosti kod mahom velikih, češće kompanija u stranom vlasništvu. Upravo je jačanje uloge vlade u promociji DOP-a, i to u partnerstvu s poslovnim sektorom, ključno područje poboljšanja u narednom razdoblju.

U Hrvatskoj za sada još ne postoje zakoni koji se eksplicitno odnose na društveno odgovorno poslovanje. S druge strane, postoje područja (zaštita okoliša) koja su vrlo visoko regulirana i propisuju stroge norme i standarde poslovanja, što ne ostavlja puno prostora poduzećima za dobrovoljnu praksu iznad zakona. Zbog relativno slabog gospodarstva i strogih standarda velikom broju poduzeća ispunjavanje zakonske regulative još uvijek predstavlja problem.

Organizacije civilnog društva novijeg vremena se vrlo često okupljaju oko želje za promjenom javnih politika. U kontekstu DOP-a organizacije civilnog društva mogu donositi rezolucije s namjerom poticanja poslovnog sektora na provođenje strategija DOP-a. Iako se često smatraju neutemeljenima, zahtjevi organizacija civilnog društva unijeli su znatne promjene u korporativno upravljanje i poslovne strategije. Ipak, ni organizacije civilnog društva niti sindikati nisu razumjeli važnost primjene DOP-a u gospodarstvu te ne pružaju gotovo nikakvu podršku njegovu uvođenju. Organizacije civilnog društva koje se bave zaštitom okoliša u pravilu su sklone aktivnosti društvene odgovornosti poduzeća ocijeniti *green washingom* te ne pružiti podršku niti dati pozitivnu ocjenu takvim aktivnostima.





### 1.1. Relevantna istraživanja

Jedno od najznačajnijih dosadašnjih istraživanja praksi DOP-a u Hrvatskoj komparativno je istraživanje naziva *Accelerating CSR practices in the new EU member states and candidate countries as a vehicle for harmonization, competitiveness, and social cohesion in the EU*, koje je proveo UNDP 2007. godine. Ovo je istraživanje procijenilo da je u Hrvatskoj u oko 200 poduzeća prisutna neka razina DOP prakse u barem jednom od ključnih područja DOP-a (brizi za okoliš, radnim pravima, ulaganju u zajednicu, strateškoj ili vrijednosnoj orijentaciji).

Drugo slično istraživanje napravljeno je u sklopu magistarskog rada (Matešić, 2008.) na uzorku od 12 kompanija Delfi metodom. Rezultati tog istraživanja su pokazali da ispitanici smatraju zakonodavni okvir u Hrvatskoj nedostatan poticajnim za snažniju primjenu DOP-a, a na isti su način ocijenili i osviještenost potrošača i njihovu spremnost da podrže odgovorne proizvođače. Ispitanici su ocijenili DOP važnim elementom za privlačenje potrošača, no istovremeno su potrošače u Hrvatskoj ocijenili nedovoljno osviještenima. Ispitanici su se također složili da je obrazovanje o DOP-u i OR-u nedostatan te da ne postoji dovoljno dokaza o isplativosti ulaganja u DOP ili OR što bi, prema njihovu mišljenju, potaknulo njihovu značajniju primjenu. Nedostatnim su ocijenili i stupanj zastupljenosti ovih pitanja na dnevnom redu uprava. Istraživanje provedeno 2008. godine pokazalo je da iako ispitanici prepoznaju važnost DOP-a, on istovremeno nije značajnije zastupljen zbog nedostatka opravdanosti njegove primjene i nepoticajnog okruženju. Zbog nedostatka dokaza o isplativosti DOP-a ove se teme još nisu značajnije probile na dnevni red uprava te su ostale na razini sporadičnih aktivnosti, uglavnom s ciljem jačanja reputacije poduzeća.

Ispitivanje je pokazalo da većina ispitanih poduzeća ima održivi razvoj ili društvenu odgovornost spomenutu u strateškim dokumentima društva te ih većina smatra da su njihova poduzeća integrirala DOP na strateškoj razini. Međutim, dubinski su intervjui uglavnom pokazali nedostatak dokaza o postojanju DOP-a i OR-a u operativnim dokumentima i planovima te ove teme nisu kvantificirane, određene specifičnim ciljevima, i ne postoji sustavno mjerenje i evaluacija postignutog; odnosno, kada to i jesu, uglavnom se radi o sporadičnim aktivnostima koje nisu dio ni šireg niti sustavnog procesa.

Ovo je istraživanje pokazalo da iako postoji teorijsko znanje i značajan angažman za primjenu DOP-a u ispitanim poduzećima, nedostaje strateški pristup, angažman uprave poduzeća i integracija procesa planiranja DOP-a u poslovno planiranje na razini uprave. Jednako su tako sva ova poduzeća deklarativno integrirala DOP, no samo manji dio njih integrirao ga je na strateškoj razini, što pokazuje podatak o postojanju programa DOP-a u samo 58 % slučajeva, a ako u obzir uzmemo sastav uzorka ispitanika (odabrana su poduzeća za koja se pretpostavljalo da imaju integriran neki oblik programa DOP-a), radi se o relativno malom broju. Dodatno, u pravilu ne postoji sustavna analiza dionika u većini ovih poduzeća, suprotno tvrdnjama ispitanika, što pokazuje da ne postoji zadovoljavajući stupanj primjene ovih aktivnosti. Proaktivan pristup koji na strateškoj razini integrira DOP u poslovne procese prisutan je kod manjeg broja najčešće vodećih poduzeća za koja je vrlo često slučaj da su predvođena poslovnim vodstvom s dugoročnom vizijom



napretka. Istraživanje je pokazalo odstupanja teorijskog shvaćanja DOP-a od strane ispitanika i praktične primjene jer je deklarativna važnost DOP-a prepoznata i zastupljena, dok je stvarna primjena na nižem stupnju. Razlog tome je prepoznavanje šire koristi za društvo od društveno odgovornog i etičnog poslovanja s jedne strane i relativno slaba zastupljenost empirijskih dokaza o koristi primjene DOP-a za poduzeće koje bi dovele do značajnije stvarne primjene. Postoji vrlo malo dokaza o angažmanu javne uprave na stvaranju uvjeta za primjenu DOP-a te je većina ispitanika konstatirala nedostatnu ulogu javnog sektora u promicanju i poticanju DOP-a.

Posljednje relevantno istraživanje DOP-a u Hrvatskoj analiza je rezultata Indeksa DOP-a koja je rađena na petogodišnjim podacima sudjelovanja poduzeća u ispunjavanju upitnika Indeksa DOP-a. Ova je analiza, napravljena 2013. godine, pokazala da postoji stagnacija u interesu poduzeća za DOP praksu (98 sudionika 2010. godine i 78 sudionika 2012. godine). Rezultati pokazuju značajno bolje ekonomske pokazatelje poduzeća u Indeksu od prosjeka hrvatskog gospodarstva temeljenom na podacima koje objedinjuje FINA. Može se vidjeti da je postotak izvoza kod poduzeća Indeksa rastao usprkos padu prosjeka države, kao i to da je prosječni prihod po zaposlenom pao u odnosu na pokazatelje iz 2009. godine. Prosječna bruto novostvorena vrijednost uzorka narasla je u odnosu na rezultate iz 2009. godine, a ako se pogleda ovaj pokazatelj u korelaciji s uspjehom na Indeksu DOP-a, vidljivo je da visina novostvorene vrijednosti raste kako raste i uspješnost na Indeksu, što neupitno u vezu dovodi poslovni uspjeh s društveno odgovornim poslovanjem i potvrđuje tezu da je DOP integralni dio jedne uspješne poslovne filozofije. Udio žena u ukupnom broju menadžera još je jedan pokazatelj odgovornog poslovanja sudionika Indeksa DOP-a. Rezultat pokazuje pozitivan trend i na prosječnoj razini i u odnosu na broj bodova na Indeksu. Istraživanje također pokazuje bolji uspjeh onih poduzeća u Indeksu DOP-a koja imaju odbor, tim ili osobu zaduženu za DOP, koja izrađuju nefinancijska izvješća ili imaju certifikate sustava upravljanja. Brojni drugi pokazatelji pokazuju da je izvedba u poslovnom i neposlovnom smislu bolja kod poduzeća koja imaju integriran neki oblik DOP prakse. Indeks DOP-a, usprkos odličnim poslovnim pokazateljima sudionika natječaja te činjenici da je najjači alat za DOP u Hrvatskoj, pokazuje ograničenost interesa za ovu praksu i nagrađivanje u ovoj praksi, ponovno zbog nedostatka vanjskih pritisaka, neprepoznavanja potrošača kao i nedostatka poticajnih mehanizama javnog sektora.

Danas možemo procijeniti da je broj poduzeća koja primjenjuju praksu DOP-a znatno manji od onog koji je 2007. godine procijenilo istraživanje UNDP-a. Trend rasta interesa za primjenu DOP-a u proteklim godinama pada primarno pod utjecajem višegodišnje recesije koja je smanjila ljudske i financijske resurse poduzeća te su pali i kapaciteti za primjenu DOP-a, dok su istovremeno brojna poduzeća, pa tako i ona velika, otišla u stečaj te je značajno pao ukupan broj velikih poduzeća u Hrvatskoj (s približno 500 u 2008. na oko 250 velikih poduzeća u 2013. godini) koja su uglavnom bila nosioci razvoja DOP prakse. Interes za DOP i dalje je koncentriran u industriji proizvodnje i prerade, financijskom sektoru i telekomunikacijama, i to među liderima u sektoru.



Uspoređujući rezultate prethodnih istraživanja, možemo konstatirati da je došlo do stagnacije razvoja DOP-a u Hrvatskoj. Iako su prethodna istraživanja zabilježila početke upravljačke strukture i specifičnih poslovnih procesa koji osiguravaju integraciju DOP-a u poslovnu strategiju te ostala područja poslovanja, gotovo 6 godina kasnije možemo konstatirati da je ovaj proces i dalje samo u začetku, odnosno da je prisutan u vrlo ograničenom broju uglavnom velikih poduzeća. Iako razmjerno veliki broj poduzeća deklarira svoju predanost DOP-u, većinom se radi o deklarativnom pristupu koji se temelji na pojedinačnim projektima ili humanitarnim donacijama, dok izostaju strateški pristup i primjena politike DOP-a u poslovnim i upravljačkim procesima. Ipak, nekoliko je poduzeća u stranom vlasništvu koja razvijaju praksu DOP-a dulji niz godina, a kod kojih je moguće pronaći odličnu strukturu te primjere dobre prakse koji se temelje na sustavnom višegodišnjem razvoju.

Nalazi ovih istraživanja ukazuju da je, iako postoji percepcija u javnosti da je potrebno snažnije pristupiti edukaciji predstavnika poslovnog sektora o važnosti i koristima DOP-a, u ovoj fazi puno važnije poraditi na percepciji javnosti o važnosti DOP-a, edukaciji civilnog i javnog sektora i jačanju njihova angažmana na stvaranju poticajnog okruženja za primjenu DOP-a. Nakon jačanja vanjskih pritisaka i stvaranja poticajnog okruženja bit će pojačan interes za dodatnu edukaciju koja treba biti paralelna s praktičnim pokušajima uspostave DOP-a u praksi. U ovom trenutku vanjski poticaji praktički ne postoje tako da se praksa DOP-a uglavnom bazira na politikama stranih poduzeća koje se kopiraju u hrvatskim podružnicama, povremene iskorake naprednih poduzeća, vodećih u svojoj industriji te na veliku količinu prakse deklariranja DOP-a koja nema potvrdu u stvarnosti ili se u najboljem slučaju temelji na pojedinačnim filantropskim aktivnostima.

## 2. Zakonodavni okvir

Unatoč izostanku jedinstvenog pravnog okvira za DOP, postoji niz zakona relevantnih za različite aspekte DOP-a, uključujući privatizaciju i pitanja korporativnih upravljanja, javnu nabavu, odnose s radnicima i pitanja sigurnosti na radu, zaštitu okoliša, pa čak i korporativna davanja. Za neka od tih područja možemo slobodno reći da su vrlo visoko, ako ne i preregulirana, što je suprotno filozofiji DOP-a, koji se temelji na dobrovoljnosti praksi, upravo s ciljem stvaranja individualnih rješenja poslovnih subjekata i fokusiranja napora na bitne učinke, temeljeći se na specifičnom okruženju i uvjetima koji su jedinstveni za svaki sustav. Reguliranjem velikog broja aktivnosti opterećuje se gospodarstvo i s druge strane onemogućuje značajnija primjena dobrovoljnih praksi što je skuplje kako za gospodarstvo, tako i za državu koja zakone mora provoditi i njihovo provođenje nadzirati. Dodatno, ako uzmemo u obzir da je relativno slab nadzor nad provedbom zakona te da postoji velik broj poduzeća koja se ne pridržavaju pojedinih odredbi, a pri tome ne trpe sankcije, stvara se okruženje niske motivacije za poslovne subjekte da poštuju zakonske okvire i nadograđuju sustav dobrovoljnim standardima.

Ipak, odrednice društveno odgovornog poslovanja mogu se naći u čitavom nisu propisa koji uređuju gradnju i zgradarstvo, promet, energetiku i energetska učinkovitost i slično. Većina ovih propisa je usklađena sa



zahtjevima i standardima Europske unije, a cilj im je smanjiti utjecaj gospodarstva na okoliš i obnovljive i neobnovljive izvore te utjecaj na klimatske promjene.

## 2.1. Sustav javne nabave

Izmjene Zakona o javnoj nabavi (NN 90/11) sadrže nekoliko odredaba relevantnih za DOP. Na primjer, tražena dokumentacija uključuje izjavu o mjerama zaštite okoliša u slučajevima kada se radi o aktivnostima za koje je takva izjava primjerena. Naime, u člancima 73. i 74. navedena je mogućnost da javni naručitelj zatraži dokaze o postojanju relevantnih sustava upravljanja kvalitetom i upravljanja okolišem. Definicija „najpovoljnije ponude“ predviđa dvije opcije – najnižu cijenu ili ekonomski najprihvatljiviju ponudu prema cijeni i dodatnim kriterijima odabira ako su navedeni u dokumentaciji za nadmetanje. Premda društveni ili okolišni kriteriji sami po sebi nisu navedeni među dodatnim kriterijima za ekonomski najpovoljnije ponude, članak 15. omogućuje naručitelju pravo rezervacije sudjelovanja u postupcima javne nabave zaštitnim radionicama ili mogućnost da se ugovori izvršavaju u kontekstu zaštićenih programa zapošljavanja ako je većina zaposlenih u odnosu na ukupan broj zaposlenih osobe s invaliditetom koje zbog prirode ozbiljnosti svojeg invaliditeta ne mogu obavljati zanimanja u redovitim uvjetima uz obvezu objave da je postupak javne nabave rezerviran isključivo za gospodarske subjekte iz stavka 1. ovoga članka.

Aktivnosti Europske komisije u ovom području posljednjih godina idu u smislu promocije takozvane zelene javne nabave. I u Hrvatskoj je s ciljem promicanja ovih ideja 2004. godine objavljen priručnik u nakladi UN-ova programa za razvoj (UNDP) koji ima za cilj promicanje održive javne nabave. Kampanja je nazvana Procura+ i njome upravlja ICLEI-ovo europsko tajništvo u Freiburgu u Njemačkoj. Kampanja je razvijana za nabavljivače i zaposlenike koji se bave pitanjima održivosti u javnim upravama te je na stranicama <http://www.procuraplus.org/> objavljen niz praktičnih primjera kao i Vodič za održivu javnu nabavu, koji je dostupan na hrvatskom jeziku. Poveznica na ovaj Priručnik objavljena je i na mrežnim stranicama Središnjeg državnog ureda za javnu nabavu, kao i poveznica na projekt Buy Smart+, koji se provodi u sklopu EU programa Inteligentna energija za Europu i službeno je započeo u ožujku 2012. godine. Glavni cilj ovog projekta je promocija nabave energetski učinkovitih proizvoda i usluga, što bi trebalo pozitivno utjecati na promjenu ponašanja kupaca iz javnog i privatnog sektora te potaknuti proizvodnju i korištenje proizvoda koji imaju manje štetan utjecaj na okoliš. Prema našim saznanjima, model zelene ili održive javne nabave do sada nije primijenjen u praksi.

## 2.2. Zakoni iz područja zaštite okoliša

Regulativa zaštite okoliša vrlo je kompleksna i posljednjih se godina značajno mijenjala s ciljem prilagodbe europskom zakonodavstvu. Zakonom o zaštiti okoliša (NN 80/13), Zakonom o zaštiti prirode (NN 80/13) te Zakonom o održivom gospodarenju otpadom u hrvatsko se zakonodavstvo prenijelo sve ključne direktive EU-a iz područja zaštite okoliša kao što su direktive gospodarenja otpadom, IPPC direktiva, sustavi strateške procjene utjecaja i procjene utjecaja na okoliš, direktive koje uređuju gospodarenje posebnim vrstama otpada kao što su ambalažni otpad, elektronički otpad i drugi. Sustavi koji su predloženi ovim zakonima u



pravilu su kompleksni i skupi te donose značajno opterećenje poslovanju gospodarstva, posebno nekih sektora industrije. Većina se ovih zakona tek ponovno donosi, odnosno mijenja u trenutku pisanja ovog izvješća jer dio odredaba koje su na snazi nije zaživio u praksi, tako da će dio tereta usklađivanja s ovim zakonodavstvom tek doći na red uprava velikog broja poduzeća.

### 2.3. Ulaganje u zajednicu

Jedina porezna olakšica za korporativnu filantropiju propisana je Zakonom o porezu na dobit (NN [177/04](#), [90/05](#), [57/06](#), [146/08](#), [80/10](#), [22/12](#)). Kompanije i druge pravne osobe mogu odbiti do 2 % svog bruto prihoda za darovanja u svrhu širokog spektra aktivnosti od općeg dobra, uključujući kulturne, znanstvene, obrazovne, zdravstvene, humanitarne, sportske i vjerske aktivnosti. Međutim, razina primjene ove porezne olakšice nejasna je budući da vladina tijela do sada nisu provela sustavnu financijsku analizu. Ovaj zakon također definira poreznu olakšicu od 75 % propisane svote za porezne obveznike osnovane u svrhu profesionalne rehabilitacije i zapošljavanja osoba s invaliditetom.

### 2.4. Strategija održivog razvoja Republike Hrvatske

Temeljni dokument održivog razvoja u Hrvatskoj je *Strategija održivog razvitka RH* koju je u veljači 2009. godine izglasao Hrvatski sabor. Strategija i njezino donošenje jedan su od uvjeta koje je u pretpristupnom procesu RH morala zadovoljiti kako bi stupila u punopravno članstvo Europske unije. Hrvatska Strategija održivog razvitka (Strategija OR-a) gotovo je identična osnovnom tekstu Europske strategije uz neke izmjene i dopune. Iako Strategija navodi čitav niz mjera i pokazatelja koji služe mjerenju provedbe, odgovornosti za provedbu mjera nisu jasno definirane, a odgovornost za mjerenje i evaluaciju uspješnosti provedbe kroz vremenske faze uopće nije predviđena. Ipak, Strategija predviđa donošenje akcijskih planova za pojedina poglavlja koji su trebali utvrditi pojedine odgovornosti, vremenske planove, proračunske stavke odgovornih tijela državne uprave i drugo. Do sada su priređena dva akcijska plana Strategije održivog razvoja RH, od kojih je jedan usvojen (Akcijski plan za obrazovanje za održivi razvoj), dok drugi čeka donošenje već više godina (Akcijski plan održive proizvodnje i potrošnje). Koliko ovi planovi trebaju poslužiti kao instrumenti za provođenje projekta prelaska na održivi razvoj govori činjenica da ne postoje nikakve proračunske stavke za provođenje predloženih aktivnosti, a niti politička volja da se oni donesu ili provedu.

#### 2.4.1. Akcijski plan održive proizvodnje i potrošnje

Akcijski plan za OPP donosi se na razdoblje od pet godina i njime se provode programi s ciljem ispunjenja strateških ciljeva Strategije OR-a Republike Hrvatske. Dodatno, Republika Hrvatska se ovim Akcijskim planom poziva na provođenje svojih obveza nastalih prihvaćanjem rezolucija iz Ria i Johannesburga te niza regionalnih i drugih ugovora kao što je *Barcelonska konvencija o zaštiti morskog okoliša i obalnog područja Sredozemlja*. Proces pristupanja Europskoj uniji, odnosno prenošenje pravne stečevine EU-a na polju zaštite okoliša u zakonodavstvo RH, također je utjecao na OPP, poglavito u području proizvodnje. Akcijski plan poziva se na uvođenje nekih mjera kao što je sustav zelene (održive) javne nabave, iako on nije zaživio u



praksi te isto tako na ulogu znaka zaštite okoliša koji na isti način ne funkcionira u praksi. Sam Akcijski plan propisuje ciljeve kao što su smanjenje klimatskih promjena, povećanje energetske učinkovitosti i korištenje obnovljivih izvora energije iako ne donosi konkretne mjere rokove i aktivnosti. Većina se mjera temelji na povećanju kapaciteta, edukaciji i promicanju znanja u različitim sektorima industrije i gospodarstva. U poglavlju Industrija, 3.4.4., *Informativni instrumenti*, izdajamo mjeru (1) Povećanje vještina i znanja o održivom razvoju u poslovnom sektoru za koji su nositelji mjere HR PSOR, HUP i HGK, zatim mjere (2) Izrada Programa edukacije o važnosti DOP-a (organizirani seminari i treninzi) za lokalnu samoupravu i tvrtke kao i (3) Promocija sustava upravljanja okolišem u industriji (EMAS, ISO) za koju su također nositelji poslovna udruženja (HR PSOR i HGK). Slijedi mjera (4) Primjene Indeksa DOP-a, norme ISO 26000 i Izvještavanja o održivosti prema međunarodnim smjernicama za koju su zaduženi isti nositelji. Također se predlaže jačanje znaka zaštite okoliša. U poglavlju 3.4.5., *Potpora institucionalnom razvoju i alati za transformaciju tržišta*, predlažu se mjere (1) Izrada prijedloga ekoloških kriterija za odabrane proizvode (3 proizvoda minimalno) koji su predmet javne nabave, (2) Izrada preporuka na nacionalnoj i županijskoj razini vezano za poticanje razvoja DOP-a, (3) Poticanje sudjelovanja u Indeksu DOP-a – poseban naglasak na malom i srednjem poduzetništvu (4) Poticanje integracije DOP-a u male i srednje tvrtke i (5) Promocija integriranja ISO 26000. Opća je ocjena da je akcijski plan nerealno opsežan dok s druge strane nema SMART ciljeve te oni nisu mjerljivi, vremenski ograničeni, pokriveni budžetom te nisu jasno određene odgovornosti nositelja provedbe mjera. Dodatno, AP OPP nije usvojen iako je *draft* dokumenta izrađen prije gotovo tri godine.

#### **2.4.2. Akcijski plan za obrazovanje za održivi razvoj**

Ovaj dokument u pregledu stanja navodi da se na sveučilišnoj razini obrazovanje za održivi razvoj provodi uglavnom na poslijediplomskim studijima kada su oni multidisciplinarni i interdisciplinarni i to samo na nekoliko visokih učilišta.

Neformalnog obrazovanja ima nešto više i uglavnom ga provode organizacije civilnog društva, poslovna udruženja i slično. Najčešći su oblici edukacije jednodnevne ili višednevne (modularne) radionice, seminari, savjetovanja uz tiskanje letaka, brošura i slično.

Akcijski plan donosi nekoliko mjera relevantnih za poslovni sektor kao što su to u formalnom obrazovanju: (1.4.) Potaknuti povezivanje različitih visokih učilišta u područjima prirodnih i društvenih znanosti, u neformalnom obrazovanju: (2.1.) Povećati vještine i znanje o OR-u stručnjaka koji sudjeluju u planiranju, upravljanju i provedbi mjera razvoja, (2.3.) Povećati vještine i znanje o OR-u u poslovnom sektoru (nositelji aktivnosti su HRPSOR, HGK, HUP, HOK te ministarstva, OCD i sindikati) te u neformalnom obrazovanju (3.2.) Osigurati mogućnost neformalnog obrazovanja zaposlenika na radnom mjestu (nositelji HGK, HOK, OCD i dr.). U poglavlju Istraživanje i inovativni pristupi OOR-i, mjera (5.1.) predviđa Razvijanje međusektorskih partnerstava za OOR i umrežavanja unutar zemlje i na međunarodnoj razini.



Iz ovog pregleda Plana vidljivo je da je jačanje kapaciteta za održivi razvoj u poslovnom sektoru prepušteno poslovnim udruženjima koja i sama imaju vrlo ograničene resurse za ovo područje djelovanja, no još je važnija činjenica da poslovna udruženja sama po sebi ne mogu kreirati interes za ovu vrstu obrazovanja ako ne postoje pritisci izvana, posebno javnog sektora.

## 2.5. Strateške odrednice za razvoj zelenog gospodarstva Hrvatske

Strateški dokument za razvoj zelenog gospodarstva Hrvatske usvojen je u Hrvatskom saboru u rujnu 2011. godine. Ovaj dokument donosi pregled aktivnosti koje treba poduzeti s ciljem smanjenja upotrebe fosilnih goriva. Dokument predstavlja pregled stanja, no kao i većina strateških dokumenata u RH, ne donosi jasne odgovornosti, obveze, proračun i vremenske rokove. Načelno se većina predloženih aktivnosti želi financirati putem Fonda za zaštitu okoliša i energetske učinkovitost, koji nema kapaciteta za sve ove predložene investicije. Dodatno, dokument se koncentrira na jačanje kapaciteta institucija zaduženih za tehnološki razvoj, razvoj proizvodnje opreme te razvoj investicija u obnovljive izvore energije. Kao jedan od prioriteta spominje se zeleno zgradarstvo, uvođenje standarda energetske učinkovitosti te energetskog certificiranja zgrada, subvencioniranje domaće proizvodnje ekološki prihvatljivih građevinskih proizvoda, povećanje kapaciteta obnovljivih izvora energije, uvođenje ekološke rasvjete, skladištenje CO<sub>2</sub> i slično. Dokument prije svega predstavlja pregled mogućih mjera koje se mogu poduzeti za smanjenje ugljičnog otiska Republike Hrvatske, no ne donosi nikakve konkretne prijedloge mjera, prioritete, kao što se ni posebno ne bavi privatnim sektorom i investicijama u privatnom sektoru, već se uglavnom bavi proizvodnjom i uštedama u energetskom sektoru. Ovaj pregled mjera očekivano nije donio nikakve konkretne aktivnosti i poticajne mjere, posebno za gospodarski sektor u Hrvatskoj.

## 2.6. Strateške smjernice za DOP

U sklopu dvogodišnjeg projekta razvoja Nacionalne mreže za DOP, aktivno se sastajala Mreža za DOP pod predsjedništvom HGK-a. Jedna od glavnih aktivnosti rada Mreže bila je izrada Strateških smjernica za DOP. U dvije godine rada, članovi mreže izradili su i predstavili dokument koji je nazvan Strateške smjernice za DOP, a koji je dao skraćeni pregled mogućih aktivnosti i obveza javnog sektora, poglavito resornog ministarstva, odnosno Ministarstva gospodarstva. Ovaj je dokument predložio obveze javnog sektora kao što su:

1. podržati međusektorsku platformu za razvoj DOP-a, dati javnu podršku razvoju inicijativa za DOP relevantnih za Hrvatsku i uključiti se u nadzor nad provedbom mjera i napretkom
2. dati snažnu podršku nagradi Indeks DOP-a, povećati medijsku pozornost i razumijevanje javnosti o važnosti DOP-a i važnosti podrške odgovornim poduzećima
3. adresirati pitanje tzv. *green washinga* s ciljem promocije transparentnih i na metodologiji temeljenih nagrada za odgovorno poslovanje. Uspostaviti snažnu podršku postojećim te razvoju novih norma, oznaka i nagrada koje učinkovito doprinose razumijevanju prednosti okolišno i društveno



prihvatljivijih proizvoda i usluga s ciljem njihove promocije, popraćeno informativno-edukativnim aktivnostima namijenjenima poslovnom sektoru

4. podržati otvorenu javnu raspravu s građanima, poduzećima i ostalim dionicima o ulozi i mogućnostima poslovnog sektora u 21. stoljeću, osnažiti međusobno razumijevanje i očekivanja, provoditi povremena istraživanja o povjerenju i stavovima prema DOP-u
5. zajedno s dionicima razviti kodeks odgovornog poslovanja za samoregulaciju, kako bi se unaprijedila učinkovitost procesa primjene DOP-a. Iskustvo govori da je samoregulacija proces koji je najučinkovitiji kad je temeljen na otvorenoj analizi pitanja koja zanimaju dionike, ako je proces razgovora moderiran od strane javne uprave. Potrebno je kreirati pokazatelje, metode nadzora, kao i učinkovite metode rješavanja nesukladnosti
6. pružiti podršku udruga potrošača DOP-u, što će biti ključno u stvaranju konkurentske prednosti odgovornih poduzeća
7. omogućiti bolju integraciju društvenih i okolišnih pitanja u postupak javne nabave a da se pri tome ne stvaraju dodatne administrativne prepreke za ugovaratelje te da se ne utječe na načelo da se ugovor dodijeli financijski najpovoljnijoj ponudi. Također, razmotriti mogućnost promjene poreznog sustava, uvesti poticaje za odgovornu praksu
8. poticati investicijske fondove i HBOR kao i druge financijske institucije na izvještavanje o etičkim ili odgovornim kriterijima kao i standardima ili kodeksima koje primjenjuju prilikom dodjele sredstava
9. poticati poduzeća u svim sektorima na veću transparentnost u području društvenih i okolišnih pokazatelja te na objavu informacija u vidu izvješća o održivosti ili dodatnih informacija u standardnim financijskim izvješćima. Poticati poduzeća na korištenje metodologije procjene životnog ciklusa proizvoda u mjerenju svojih okolišnih utjecaja, po uzoru na naputke EU-a. Sve organizacije privatnog, javnog i civilnog sektora potiče se da poboljšaju objavu informacija o svojim društvenim i okolišnim utjecajima
10. dodatno financijski podupirati obrazovanje i treninge u području DOP-a samostalno ili u sklopu EU Programa *Lifelong Learning and Youth in Action (Cjeloživotnog učenja i aktiviranja mladih)* te raditi na jačanju svjesnosti profesionalaca i poduzeća o važnosti suradnje na DOP-u
11. podržati plan aktivnosti za promicanje DOP-a te izvještavati EU o provedbi plana sukladno podršci provedbe Strategije EU 2020
12. analizirati učinkovitost odredbe o poreznoj olakšici do 2 % bruto dobiti u Zakonu o porezu na dobit za donacije





13. razraditi primjenu Zakona o PUP-u kako bi se uspostavila učinkovita javna rasprava s nedržavnim dionicima uključujući poslovni sektor te pojačao dijalog i utjecaj nedržavnih dionika na javne politike
14. jasno odrediti odgovornosti unutar javne uprave za nadzor nad i razvoj programa podrške za DOP kao dijela Nacionalne strategije održivog razvoja. To bi osiguralo kvalitetnu koordinaciju javnih službi i poslovnih udruženja
15. trajno raditi na reformi pravosuđa i javne uprave kao ključnim preduvjetima funkcioniranja učinkovitog i pravednog sustava sankcija te daljnje jačanje autonomije institucionalnih kapaciteta odgovarajućih ureda državne uprave, regulatornih agencija i državnog inspektorata.

Iako je Ministarstvo gospodarstva prihvatilo izradu Strategije DOP-a temeljene na ovim Smjernicama u lipnju 2012., do danas nije bilo pomaka u izradi i pripremi ovog dokumenta.

### **3. Inicijative i aktivnosti u promicanju DOP-a**

#### **3.1. Organizacije**

##### **3.1.1. Hrvatski poslovni savjet za održivi razvoj (HR PSOR)**

HR PSOR je 1997. godine kao neprofitnu organizaciju osnovala grupa hrvatskih poduzeća i nevladinih organizacija kao nacionalnu organizaciju Svjetskog poslovnog savjeta za održivi razvoj, a članstvo danas čini 38 kompanija – uglavnom lidera u sektorima, srednje velikih poduzeća specijaliziranih za upravljanje otpadom i proizvodnju opreme za zaštitu okoliša, konzultantskih tvrtki koje se bave upravljanjem okolišem, predstavnika financijskog sektora i drugih. Tijekom posljednjih deset godina primarni je fokus bio na zaštiti okoliša (ekološka učinkovitost), ali od 2004. godine HR PSOR je intenzivno uključen u promociju DOP-a (prijevod GRI smjernica, zajednički projekt sa Zajednicom za DOP HGK izrade hrvatskog Indeksa odgovornog poslovanja i održivosti, organizacija radionice o korupciji u poslovnom sektoru s UNIDO-m itd.) Od 1997. do 2006. godine HR PSOR je surađivao s poslovnim tjednikom „Privredni vjesnik“ na izradi godišnjeg specijalnog izdanja „Održivi razvoj“, koji je predstavljao ključne inicijative poslovnog sektora na području DOP-a i održivog razvoja. Od travnja 2005. HR PSOR izdaje vlastiti tromjesečnik „Gospodarstvo i održivost“ koji je dostupan i putem *web* stranice [www.hrpsor.hr](http://www.hrpsor.hr). Također izrađuje i uređuje niz publikacija edukativnog karaktera među kojima se ističu zbirke primjera dobre prakse, Leksikon održivog razvoja, Priručnik o znakovima na ambalaži i brojne druge; organizira edukativne seminare, okrugle stolove, konferencije, radionice s ovom tematikom i drugo.

##### **3.1.2. Zajednica za DOP Hrvatske gospodarske komore**

Zajednica za DOP pri HGK-u osnovana je 2005. godine kao odgovor na traženje različitih poduzeća koja su sudjelovala na Prvoj nacionalnoj konferenciji o DOP-u, održanoj u prosincu 2004. godine. Svrha Zajednice je logistička podrška i veći programski fokus HGK-a za DOP. Ciljevi Zajednice za DOP su: (1) povećati



razumijevanje važnosti društveno odgovornog poslovanja i opseg znanja o njemu u kontekstu procesa pridruživanja EU-u i povećanja konkurentnosti hrvatskog gospodarstva; (2) pridonijeti stvaranju poticajnog okruženja za društveno odgovorno poslovanje s obzirom na djelatnosti HGK-a kao cjeline, drugih poslovnih udruga, državnih institucija, stručnih organizacija te medija; (3) pružiti djelatnu potporu pojedinačnim i zajedničkim inicijativama članica HGK-a usmjerenim na promociju i poboljšanje društveno odgovornog poslovanja; (4) poticati razmjenu dobre prakse društveno odgovornog poslovanja te time utjecati na kvalitetu društveno odgovornog poslovanja i brojnost tvrtki koje ga prakticiraju; (5) promicati koncept i hrvatske primjere društveno odgovornog poslovanja u stručnoj i široj javnosti te time pridonijeti prepoznavanju uloge poslovnog sektora kao nositelja pozitivnih promjena u hrvatskom gospodarstvu i društvu. Zajednica je započela s radom 2006. godine, a članice Zajednice potpisnici su Etičkog kodeksa HGK-a.

### 3.1.3. Global Compact Hrvatska

Global Compact, inicijativa Ujedinjenih naroda (UN) za uvođenje društveno odgovornog poslovanja, pokrenuta je 2000. godine za vrijeme mandata Kofija Annana na funkciji Glavnog tajnika UN-a i danas je najveća takva inicijativa koja okuplja preko 8000 korporativnih dionika iz preko 135 zemalja diljem svijeta. Global Compact je strateška inicijativa koja se temelji na 10 osnovnih načela iz područja ljudskih prava, prava radnika, okoliša i borbe protiv korupcije. Lokalna mreža Global Compact Hrvatske osnovana je 2007. godine i danas broji 57 članica. Dodatni poticaj razvoju mreže dan je u rujnu 2009. godine kada je osnovano Tajništvo mreže koje pruža podršku članicama i Upravnom odboru uz potporu Programa Ujedinjenih naroda za razvoj (UNDP) i Hrvatskog poslovnog savjeta za održivi razvoj (HRPSOR). Prilikom osnutka mreže 2007. godine u članstvo je ušlo 79 korporativnih članova no uslijed ne-komunikacije, odnosno nezadovoljavanja uvjetima za članstvo, dio poduzeća je isključen. Hrvatska mreža Global Compact strateški se usmjerila na pitanja okoliša i borbe protiv korupcije kojima se planira baviti kroz niz radionica i projekata. Posebna je inicijativa za promoviranje praksi zelenog ureda, ali potiču se i druge samoinicijativne akcije od strane članica ili potencijalnih članica. Institucionalizacija je hrvatskoj mreži dala novi zamah u radu i planiranim aktivnostima te Global Compact pretendira izgraditi platformu za razmjenu znanja koja bi koristila svu sinergiju doprinosa svojih članica za promoviranje društveno odgovornog poslovanja – ne kao dodatnog troška u poslovanju, već kao strateškog usmjerenja. Pojava Global Compacta u Hrvatskoj zbog obveze izvještavanja o napretku prema 10 načela značajno je povećala interes poduzeća za nefinancijsko izvještavanje kao i za korištenje GRI smjernica za izvještavanje.

## 3.2. Alati i priručnici

### 3.2.1. Priručnik „Časno do pobjede“

Priručnik za društveno odgovorno poslovanje „Časno do pobjede“ objavljen je u sklopu UNDP-ova projekta društvene odgovornosti poduzeća. Krajem 2004. godine formirana je koordinacijska skupina čiji je zadatak bio prilagoditi priručnik britanske organizacije BITC, „Poslovni svijet u društvenoj zajednici“. Zadatak je koordinacijske grupe bio u najvećoj mjeri prikazati dobru praksu u Hrvatskoj (iz područja okoliša, društvene



zajednice, tržišta i ljudskih potencijala) ako takva postoji. Tamo gdje nije bilo domaćih primjera, korišteni su britanski primjeri iz izvornika. Ovaj je priručnik prvi tiskani dokument na hrvatskom jeziku koji je trebao poslužiti poslovnom sektoru za razumijevanje i primjenu prakse društveno odgovornog poslovanja. Nema podataka o tome koliko je poduzeća koristilo ovaj priručnik za uvođenje programa DOP-a, no sigurno je da je poslužio kao edukativni alat za praktičare i stručnjake koji se bave DOP-om u Hrvatskoj.

### 3.2.2. Indeks društveno odgovornog poslovanja (Indeks DOP-a)

HR PSOR i Zajednica za DOP HGK 2006. godine pokrenuli su projekt *Indeks društveno odgovornog poslovanja i održivog razvoja hrvatskog poslovnog sektora*, koji je trebao poslužiti kao podloga za usporedbu, nagrađivanje te što je najvažnije, poticanje učenja i daljnjeg razvitka DOP-a u što širem krugu uspješnih hrvatskih poduzeća. U svrhu izrade metodologije za procjenu DOP prakse u hrvatskim je poduzećima osnovana radna skupina stručnjaka iz različitih područja koja su imala za cilj izradu pokazatelja za metodologiju. Kao predložak je upotrijebljen CR Award, metodologija BITC-a, koja je prerađena na način da svako područje bude zastupljeno onim pokazateljima koji su relevantni za hrvatske prilike. Odabrani su pokazatelji prevedeni u pitanja te je nastao upitnik koji sadrži 119 pitanja za velika i srednja poduzeća te 60 pitanja za mala poduzeća podijeljena u šest poglavlja: ekonomska održivost, uključenost DOP-a i OR-a u poslovnu strategiju, radna okolina, tržišni odnosi, zaštita okoliša i uključenost u zajednicu. Svako poglavlje nosi maksimalno 100 bodova, a tri najbolja poduzeća u kategoriji velika, srednja, mala i javna poduzeća svake su godine nagrađena nagradom Indeks DOP-a. Upitnik je preveden u *online* aplikaciju koja boduje prema unaprijed definiranim kriterijima, a poduzećima koja ulaze u konkurenciju za nagradu dodatno odabrana komisija procjenjuje kvalitetu otvorenih pitanja. Rang lista poduzeća se ne objavljuje, već se osim pobjednika objavljuje abecedni popis sudionika. Svake se godine upitnik modificira sukladno prepoznatim manjkavostima i primjedbama sudionika te sukladno novoj praksi i trendovima. Nagrada se dodjeljuje na Nacionalnoj konferenciji o DOP-u koja je ove godine održana treći put, pod pokroviteljstvom predsjednika Republike Hrvatske. U ovom trenutku Indeks DOP-a je najprepoznatljiviji i najbolje prihvaćen alat za edukaciju i promociju DOP-a u Hrvatskoj te postaje i pitanje prestiža vodećih poduzeća za posjedovanje tzv. „ciglice“ (naziv za nagradu Indeksa DOP-a). Stalni razvoj projekta, uvođenje detaljnih pravila o načinu sudjelovanja, mogućnosti za opetovano pobjeđivanje, nagrade za najveći napredak te razvoj alternativnih kriterija nagrada osiguravaju kontinuirani interes poduzeća za ovu nagradu. Ispunjavanje upitnika predstavlja i izvrstan alat samoprocjene i temelja za razvoj, a sakupljeni podaci predstavljaju odličan izvor informacija za praćenje trendova, interesa i za dobivanje materijalnih dokaza o koristi DOP-a za poslovanje.

### 3.2.3. Edukacija o DOP-u

Prva strukturirana edukacija o DOP-u provedena je u razdoblju između 2007. i 2008. godine. Projekt je osmišljen u partnerstvu MAP Savjetovanja i Udruge poslovnih savjetnika (UPS-AMC) uz financijsku podršku zaklade Charles S. Mott i UNDP-a te uz podršku HR PSOR-a. Okupljena skupina stručnjaka izradila je pet tematskih modula za edukaciju o DOP-u koja uključuju teme kao što su: DOP i poslovna etika, kvaliteta radnih mjesta, zaštita okoliša, investicije u zajednicu i izvještavanje o održivosti. Edukativni moduli primarno su



namijenjeni poslovnim savjetnicima, menadžerima, ali i zainteresiranim predstavnicima drugih sektora. Moduli su zamišljeni kao sporadične edukacije koje mogu biti dio cjelovitog ciklusa ili pojedinačne. Edukacija je provođena u razdoblju od godine dana te je ukupno provedeno oko dva ciklusa modula kada je zbog promjene u kadrovima ali i relativno slabom interesu projekt obustavljen.

#### **3.2.4. Leksikon održivog razvoja**

U sklopu razvoja upitnika za Indeks DOP, radna skupina je u raspravama često nailazila na terminološke barijere i nejasnoće te nepostojanje hrvatskih termina za izraze koji su uvriježeni u engleskom jeziku. Paralelno uz upitnik Indeksa DOP-a razvijen je mali rječnik osnovnih pojmova. Tri autora, sudionika izrade metodologije za Indeks DOP-a, odlučila su razviti ovaj projekt izradom priručnika koji će okupiti svu relevantnu terminologiju koja se koristi u primjeni metoda održivog razvoja i društveno odgovornog poslovanja. Tako je 2012. godine objavljen Leksikon održivog razvoja, koji sadrži 414 pojmova iz ovog područja. Leksikon je otisnut u 1000 primjeraka sredstvima EU-a te se besplatno dijeli na skupovima i na zahtjev, a elektronička verzija je također dostupna na stranicama HR PSOR-a. Ovo je prvi pokušaj da se uspostavi jedinstvena terminologija društveno odgovornog poslovanja na hrvatskom jeziku i na taj način postave temelji za učenje i razvoj vještina u ovom području.

#### **3.2.5. GRI Smjernice za izvještavanje**

Global Reporting Initiative (GRI) pokrenuli su 1997. Coalition of Environmentally Aware Economies (CERES) i United Nations Environment Program (UNEP) s ciljem podizanja standarda korporativnog izvještavanja o održivom razvoju na razinu financijskog izvještavanja, naročito u pogledu usporedivosti, pravovremenosti, pouzdanosti, vjerodostojnosti i provjerljivosti prezentiranih informacija. GRI okvir za izvještavanje razvijen je u tijesnoj suradnji s nizom korporacija, udruga, računovodstvenih i konzultantskih tvrtki, sindikata, investitora i drugih dionika širom svijeta. U Hrvatskoj je 2006. godine pokrenut projekt prevođenja tada dostupnih G2 smjernica te do kraja godine novo izrađenih G3 smjernica na hrvatski jezik. I ovaj je projekt predvodio HR PSOR u suradnji s nizom organizacija. G3 smjernice su otisnute u gotovo 1000 primjeraka i besplatno podijeljene zainteresiranim stručnjacima i praktičarima DOP-a u Hrvatskoj. Također je paralelno u ovom razdoblju organiziran veći broj treninga za pripremu izvješća korištenjem ovih smjernica u organizaciji HR PSOR-a ili Global Compact Hrvatska. U Hrvatskoj petnaestak uglednih gospodarstvenika već dulji niz godina priređuje izvješća o održivom razvoju vodeći se upravo ovim najpouzdanijim globalnim okvirom za trobilančno izvještavanje, a svake se godine pojavljuju nova izvješća novih kompanija iako je dio kompanija u međuvremenu odustao od izvještavanja zbog smanjenja proračuna, ali i zbog nedostatka dokaza o korisnosti ove aktivnosti za poslovanje poduzeća te zbog nedostatka interesa dionika za ove aktivnosti.

#### **3.2.6. ISO 26000**

U Hrvatskoj je 2010. godine pri Hrvatskom zavodu za norme (HZN) osnovan Tehnički odbor za društvenu odgovornost. Ovaj odbor imao je primarno zadatak sudjelovati u raspravi koja je vođena na globalnoj razini u procesu izrade norme za društvenu odgovornost ISO 26000. Tehnički odbor je primjedbama sudjelovao u



ovoj raspravi koja je rezultirala objavom norme za društvenu odgovornost u listopadu 2011. Nakon objave Norme Tehnički je odbor za društvenu odgovornost pokrenuo proces prijevoda na hrvatski jezik, koji je još uvijek u postupku. U međuvremenu je engleska inačica norme prihvaćena kao važeća Norma u Republici Hrvatskoj. Istovremeno, HZN je održao dvodnevni trening o ISO 26000 te je u dva navrata vodio delegacije hrvatskih stručnjaka na radionice o ovoj normi održane u Vilniusu, Latvija (2010.) te u Rigi, Litva (2011.). Istovremeno i u sklopu provedbe projekta Razvoja Nacionalne mreže za DOP u Hrvatskoj, održana je radionica na istu temu.

### 3.3. Projekti

#### 3.3.1. Projekt Razvoja Nacionalne mreže za DOP

Jedna od važnijih aktivnosti promocije DOP-a dvogodišnji je projekt Razvoja nacionalne mreže za DOP koji je financiran iz CIP programa Europske unije, a proveden je u razdoblju srpanj 2010. – srpanj 2012. Nositelj programa bio je Hrvatski poslovni savjet za održivi razvoj (HR PSOR), a partneri su bili Hrvatska udruga poslodavaca (HUP), Hrvatska gospodarska komora (HGK), Hrvatska udruga banaka (HUB), Global Compact Hrvatska, Hrvatska udruga sindikata (HUS) i Ekonomski fakultet Sveučilišta u Zagrebu (EFZG). Podupiratelji su bili organizacije civilnog društva: Zelena akcija i ODRAZ te Ministarstvo gospodarstva. U sklopu projekta realizirano je 7 aktivnosti kako slijedi:

1. Formirana je Nacionalna mreža za DOP koja se sastala 10 puta za vrijeme projekta te je pod ravnanjem Ministarstva gospodarstva nastavila sa sporadičnim sastancima. Mreža je za trajanja projekta izradila dokument Strateške smjernice za DOP, predložak koji je predan Ministarstvu gospodarstva kao podloga za izradu Strategije. Ministarstvo gospodarstva prihvatilo je nastaviti aktivnosti projekta, predsjedavanje Mrežom te izradu Strategije, no dvije godine nakon završetka projekta još nema vidljivih pomaka u tom smjeru. U sklopu ove aktivnosti također je uspostavljena mrežna stranica [www.dop.hr](http://www.dop.hr) koja je zamišljena kao centralno mjesto za informiranje o DOP-u u Hrvatskoj koja se zbog nedostatka resursa ne razvija.
2. Indeks DOP-a je kroz projekt dobio financijski i resursni poticaj te su pojačane promotivne i edukativne aktivnosti. U dvije godine Indeks je proveden i dodijeljen dva puta, interes je značajno porastao, dijelom i zbog 10 edukativnih radionica o ispunjavanju Indeksa koliko ih je održano u tom razdoblju. Edukaciju je prošlo 159 predstavnika iz 102 poduzeća. Također je dio sredstava uložen u promotivnu kampanju.
3. Edukacija o DOP-u obuhvatila je pet različitih tematskih modula, a teme su odabrane temeljem istraživanja koje je inicijalno provedeno. U dvije godine održano je 10 seminara, u kojima je ukupno sudjelovalo 212 predstavnika poslovnog sektora iz 154 poslovne organizacije. Bio je jedan sektorski i četiri tematska modula. Sektorski modul bio je namijenjen financijskom sektoru i nosio je naziv *DOP u financijskom sektoru*. Održana su dva seminara s ukupno 23 sudionika. Drugi je modul nosio naziv



*DOP u radnoj okolini.* Održan je tri puta te obrazovao 42 sudionika. Treći modul, *DOP i razvoj zajednice*, održan je dva puta te ukupno educirao 14 polaznika. Sljedeći je modul nosio naziv *Sudjelovanje poduzeća u razvoju javnih politika – primjer zaštite okoliša*. Ovaj je modul održan 2 puta s ukupno 41 sudionikom. Posljednji je modul nosio naziv *ISO 26000* na kojem je sudjelovalo 26 sudionika. Prosječna ocjena svih održanih seminara bila je 4,53 od 5.

4. Publikacija 20 studija slučajeva pripremljena je u suradnji sa studentima Ekonomskog fakulteta Sveučilišta u Zagrebu te je tiskana u 600 primjeraka.
5. Studijsko putovanje partnera na projektu koji su tjedan dana u Bruxellesu učili o europskim DOP praksama.
6. Dvije Nacionalne konferencije o DOP-u su organizirane u ovom razdoblju na kojima je ukupno sudjelovalo 386 sudionika iz 142 kompanije.
7. Leksikon održivog razvoja pripremljen je i tiskan u 1000 primjeraka. Sadrži 414 pojmova iz područja održivog razvoja i društveno odgovornog poslovanja te služi za pojmovno ujednačavanje procesa DOP-a koji je u Hrvatskoj još u začetku.

### 3.3.2. Europska nagrada za DOP

Od listopada 2012. do srpnja 2013. godine u Hrvatskoj je održan projekt dodjele Europske nagrade za DOP. Ovaj projekt inicirala je Europska komisija, a proveden je u 29 zemalja Europe pod vodstvom europske organizacije CSR Europe. Ovaj konzorcij vodećih DOP organizacija u Europi preuzeo je zadatak da organizira, provede i dodijeli značajnu i utjecajnu **Europsku nagradu DOP-a za partnerstvo, inovaciju i utjecaj**. Za Hrvatsku je projekt proveo HR PSOR. Krajem 2012. godine u svakoj zemlji je proveden natječaj na koji su pristizali prijedlozi projekata. Projekti su morali predstavljati partnerstvo poslovnog i neposlovnog subjekta u rješavanju nekog društvenog problema, pri tome čineći korist za društvo i poslovni subjekt. Tijekom trajanja natječaja zaprimljeno je ukupno 12 projekata; pet u kategoriji malih i srednjih te sedam u kategoriji velikih poduzeća. Slijedio je proces evaluacije i odabira najboljih, za što su imenovane dvije peteročlane višesektorske komisije sastavljene od stručnjaka za područje DOP-a. Evaluacija se sastojala od cjelodnevnog odlučivanja sudačkog tima za svaku kategoriju posebno, unutar kojeg je po sat vremena posvećeno svakom projektu. Unutar sat vremena 15 minuta je bilo rezervirano za prezentaciju projekta, a 15 minuta je utrošeno na pitanja sudaca i odgovore nositelja projekta. Nakon toga su suci kroz sljedećih 30 minuta bez nazočnosti nositelja projekta raspravljali o projektu te ispunili individualne evaluacijske listiće, posebno ocjenjujući svaku od zadanih rubrika (inovativnost, upravljanje, vodstvo, resursi, komunikacija, društvene koristi i poslovne koristi) i upisujući svoje dojmove o svakom području.



Na temelju dodijeljenih bodova odabran je pobjednik u svakoj od dvije kategorije. Pobjednici su svečano proglašeni na Četvrtoj nacionalnoj konferenciji o DOP-u, a Europsku nagradu primili su 25. lipnja na svečanoj dodjeli u Bruxellesu.

### **3.4. Ostalo**

DOP je proteklih godina prepoznat kao važna tema koju treba raspraviti u sklopu niza poslovnih i stručnih konferencija, poput godišnjih skupova Hrvatske udruge za odnose za javnošću, Europskog dana poduzetništva u organizaciji Udruge malih i srednjih poduzetnika ili EMAT sajma o zaštiti okoliša. Regionalni forum o DOP-u u malim i srednjim poduzećima u SEE koji je organiziralo Ministarstvo gospodarstva u suradnji s UNIDO-m u ožujku 2006. predstavlja prvi slučaj međunarodne i međusektorske rasprave o politikama promocije DOP-a koji je inicirala država, zasad bez susljednih akcija.

#### *Mediji*

Iako je DOP i dalje marginalna tema u medijima, u posljednje je dvije godine sve više specijaliziranih reportaža ili tematskih izdanja o DOP-u u vodećim poslovnim tjednicima, kao što su Eukonomist, Business.hr i Lider, često u suradnji ili u sponzorstvu zainteresiranih organizacija. Na žalost, zbog krize su dva od spomenuta tri tjednika prestala izlaziti. Godišnji posebni broj „Održivi razvoj“ koji su objavljivali Privredni Vjesnik i HR PSOR do 2006. bio je jedino takvo specijalizirano izdanje u vodećem poslovnom mjesečniku. Nakon prestanka njegova izlaženja HR PSOR je započeo izdavanje kvartalnog glasila „Gospodarstvo i održivost“ koje se tiska u približno 1200 primjeraka te je dostupno na mrežnim stranicama HR PSOR-a.



## IV. REZULTATI ISTRAŽIVANJA PODUZEĆA

### 1. Obilježja uzorka

#### 1.1. Struktura realiziranog uzorka

**Tablica 14:** Veličina poduzeća

Veličina poduzeća	Ispitanici	Udio
Mikro poduzeća	28	28,0 %
Mala poduzeća	24	24,0 %
Srednje velika poduzeća	19	19,0 %
Velika poduzeća	29	29,0 %
Ukupno	100	100,0 %

Uzorak se sastoji od 29 % velikih poduzeća, 19 % srednjih te 52 % malih i mikro poduzeća. Uzorak je također stratificiran prema vlasništvu (85 % privatno; 9 % državno i 6 % mješovito vlasništvo), zatim prema djelatnosti, ustrojbenom obliku i prema dominantnom tržištu na kojem ostvaruju prihode, dok su sva ispitana poduzeća sa sjedištem u Republici Hrvatskoj.

Prema djelatnosti uzorak se dijeli dominantno na sljedeće predstavnike: prerađivačka industrija (16 %); trgovina na veliko i na malo; popravak motornih vozila i motocikla (20 %); rudarstvo i vađenje (4 %); poslovanje nekretninama (4 %); građevinarstvo (10 %) te ostali (46 %). Zbog relativno malog broja u uzorku pojedinih sektora treba naglasiti da rezultati za pojedini sektor neće nužno pokazivati pravo stanje tako da sektorske rezultate ipak treba uzeti s rezervom.

Jednako tako, zbog relativno malog broja državnih poduzeća te malog broja poduzeća koja posluju na stranom tržištu, ove rezultate treba uzeti kao smjernice, ali ne i kao egzaktno pokazatelje.

**Tablica 15:** Poduzeća koja dominantno ostvaruju prihode na domaćem ili stranom tržištu

Tržište	Ispitanici	Udio
Na domaćem tržištu	78	78,0 %
Na stranom tržištu	12	12,0 %
Podjednako na domaćem i stranom tržištu	10	10,0 %
Ukupno	100	100,0 %





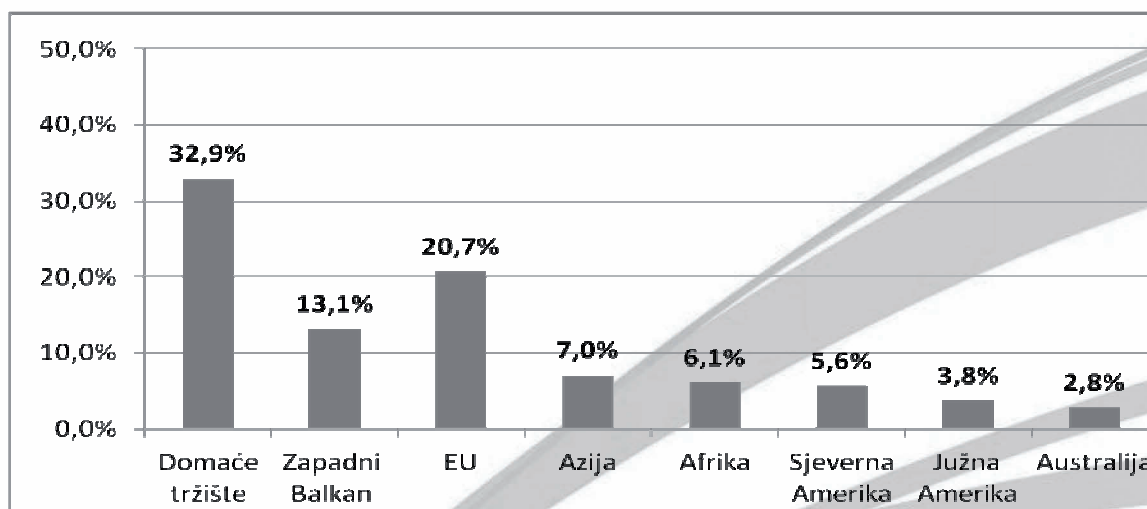
## 1.2. Broj zemalja u kojima poduzeća posluju i/ili u koja izvoze

Većina poduzeća koja ostvaruju prihode na stranim tržištima (37 %) izvozi u jednu stranu zemlju dok ih sljedećih 36 % izvozi u manje od 7 zemalja. Mala i mikro poduzeća češće imaju tržište u samo jednoj stranoj zemlji, dok kod velikih poduzeća nalazimo najviše onih s većim brojem izvoznih tržišta. Također, poduzeća u većinskom državnom vlasništvu češće imaju orijentaciju izvoza na jednu stranu zemlju, dok je kod privatnih i mješovitih kompanija taj broj vrlo raznolik. Što se tiče sektorskog pristupa, prerađivačka industrija ima poduzeća koja u podjednakoj mjeri izvoze u jednu zemlju, nekoliko zemalja ili pak već broj njih, dok su tvrtke u sektoru građevinarstva te rudarstva i vađenja očekivano orijentirane na manji broj izvoznih tržišta.

## 1.3. Tržišta na kojima djeluju poslovni partneri poduzeća

Većina poduzeća posluje s partnerima s domaćeg tržišta (32,9 %) dok ih 13,1 % ima partnere na području zapadnog Balkana, a 20,7 % na području Europske unije.

Slika 1: Udio tržišta na kojima djeluju poslovni partneri poduzeća



U odnosu na veličinu poduzeća, sličan je udio zastupljenosti tržišta partnera uz iznimku mikro poduzeća koja dominantno posluju s partnerima s domaćeg tržišta. Također, državna poduzeća češće posluju s domaćim partnerima nego što je to slučaj kod privatnih i onih u mješovitom vlasništvu. Kod podjele prema djelatnosti, očekivano poslovanje s nekretninama odvija se pretežito s domaćim partnerima, dok su domaći partneri češći i u sektoru građevinarstva te rudarstva i vađenja. Svim je poduzećima zajednička sklonost prema partnerima zapadnog Balkana te Europske unije. Poduzeća koja dominantno ostvaruju prihode na domaćem tržištu imaju pretežito domaće partnere, dok poduzeća koja pretežito ostvaruju prihode na stranim tržištima imaju dominantno partnere iz Europske unije i zapadnog Balkana.



#### 1.4. Tržišta na kojima su prisutni direktni dobavljači poduzeća

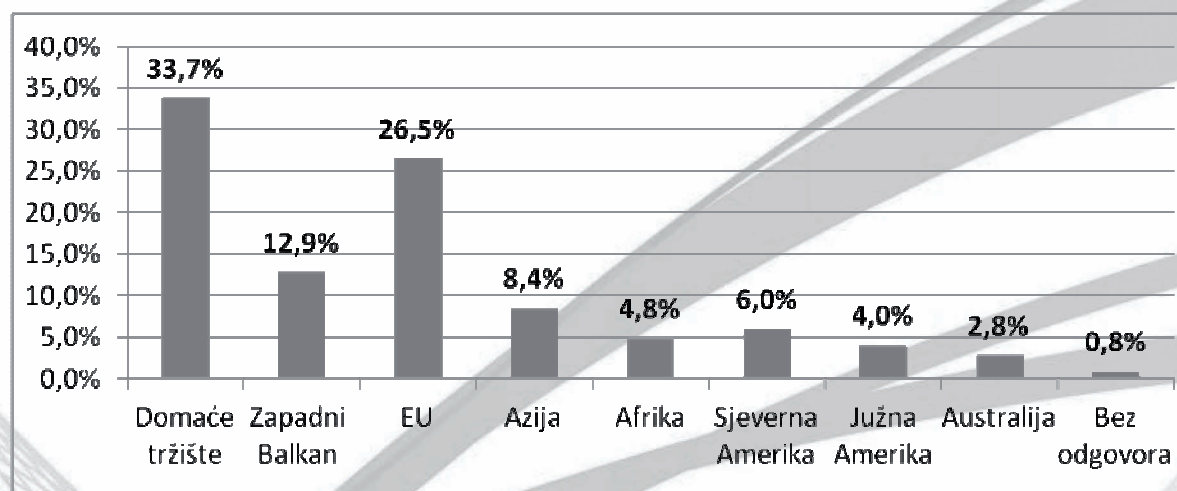
Kada su u pitanju dobavljači, poduzeća iz uzorka uglavnom su orijentirana na domaće dobavljače (33,7 %), dok su dobavljači iz Europske unije zastupljeni s 26,5 % te oni sa zapadnog Balkana s 12,9 %.

Što je veće poduzeće, to je tendencija poslovanja s raznim dobavljačima veća, tako su mikro poduzeća sklonija domaćim dobavljačima, mala poduzeća podjednako posluju s domaćim i dobavljačima iz EU-a, a srednja i velika poduzeća više se okreću tržištima izvan Europe te pada udio domaćih, regionalnih i europskih dobavljača.

Pitanje vlasništva ne igra značajnu ulogu u odabiru dobavljača poduzeća, dok je prema djelatnosti kao i u prethodnom slučaju sektor Poslovanje nekretninama i Rudarstvo i vađenje rezerviran za domaće dobavljače i one iz regije, dok ostali sektori imaju dobavljače i iz područja izvan Europe.

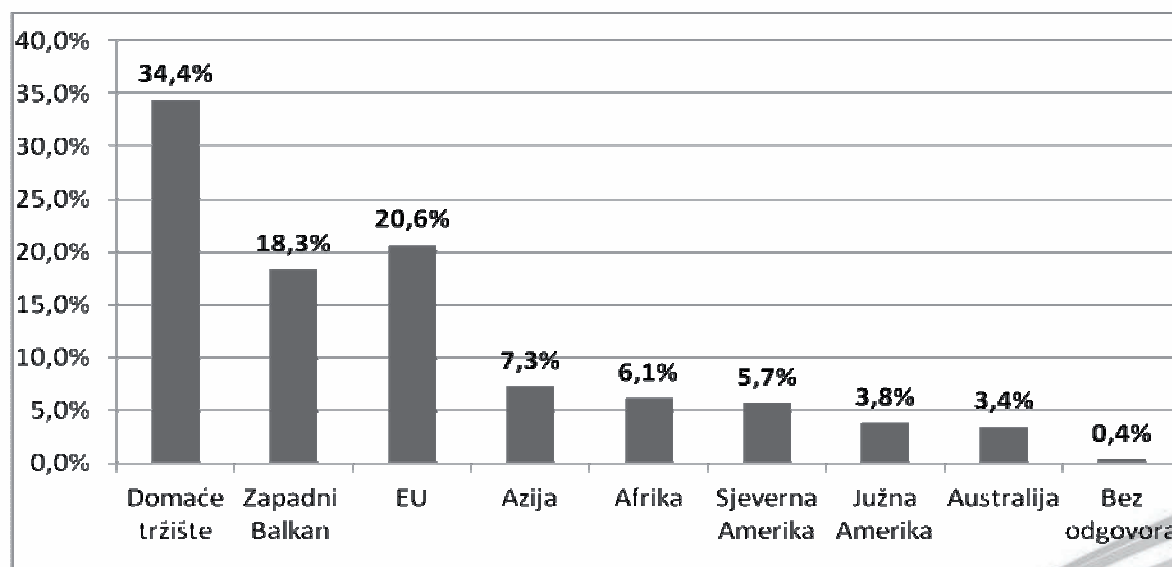
Poduzeća koja ostvaruju prihode na domaćem tržištu imaju pretežito domaće dobavljače, dok poduzeća koja ostvaruju prihode uglavnom na stranim tržištima imaju dobavljače iz cijelog svijeta, a dominantno iz Europske unije.

**Slika 2:** Udio tržišta na kojima su prisutni direktni dobavljači poduzeća



## 1.5. Tržišta na kojima su prisutni kupci poduzeća

Slika 3: Udio tržišta na kojima su prisutni kupci poduzeća



Tržište na kojem djeluju kupci poduzeća pretežito je domaće tržište (34,4 %), dok je Europska unija zastupljena s 20,6 %, a regija zapadnog Balkana s 18,3 %. Ostala područja svijeta podjednako su zastupljena. Kao i u prethodnim slučajevima, mikro poduzeća uglavnom posluju s kupcima koji djeluju na domaćem tržištu, dok ostala poduzeća imaju podjednako zastupljene kupce koji djeluju na domaćem, balkanskom i europskom tržištu. Vlasništvo uglavnom nema utjecaja na regiju u kojoj posluju kupci poduzeća, dok je sektorski kao i u prethodnim slučajevima, sektor Poslovanje s nekretninama orijentiran je na kupce koji djeluju na domaćem tržištu, Rudarstvo i vađenje ima kupce s tržišta regije i EU-a, dok ostali sektori posluju s kupcima koji pokrivaju podjednako sve dijelove svijeta.



## 2. DRUŠTVENO ODGOVORNO POSLOVANJE

### 1. Upoznatost s pojmom društveno odgovorno poslovanje

Veći dio uzorka (84 %) potvrdno je odgovorio na pitanje jesu li upoznati s pojmom DOP-a. Ako se pogleda poznavanje pojma prema veličini poduzeća (tablica 3), onda vidimo da su sva velika poduzeća upoznata s DOP-om, 89,5 % srednjih, 83,3 % malih te 64 % mikro poduzeća iz čega je vidljivo da veličina poduzeća ima značajan utjecaj na poznavanje DOP-a.

**Tablica 16:** Pregled poznavanja DOP-a prema veličini poduzeća

Upoznatost s DOP-om	Mikro (n = 28)	Malo (n = 24)	Srednje (n = 19)	Veliko (n = 29)
Da	64,3 %	83,3 %	89,5 %	100,0 %
Ne	35,7 %	16,7 %	10,5 %	0,0 %
Ukupno	100,0 %	100,0 %	100,0 %	100,0 %

Na isti način, poduzeća u mješovitom vlasništvu sva su odgovorila pozitivno na ovo pitanje, dok je na isto pitanje pozitivno odgovorilo 82 % privatnih te 88 % državnih kompanija. Ovaj odgovor iznenađuje budući da bi bilo za očekivati da je najveći postotak razumijevanja DOP-a u kompanijama privatnog vlasništva. Ovdje možemo pretpostaviti da je relativno mali uzorak državnih i mješovitih poduzeća (9 % i 6 %) utjecao na ove rezultate.

Što se tiče djelatnosti, najlošije poznavanje DOP-a nalazimo u sektoru poslovanja nekretninama, dok su Prerađivačka industrija te sektor Rudarstva i vađenja odgovorili pozitivno na ovo pitanje u 100 % slučajeva što govori u prilog činjenici da su okolišno intenzivnije industrije zbog pritiska standarda zaštite okoliša ranije usvojile dobrovoljne prakse društvene odgovornosti zbog upravljanja rizicima te reputacije.

Očekivano, poduzeća koja posluju na stranim tržištima su sva upoznata s DOP-om, dok su ona koja posluju na domaćem tržištu pozitivno odgovorila u 80 % slučajeva.

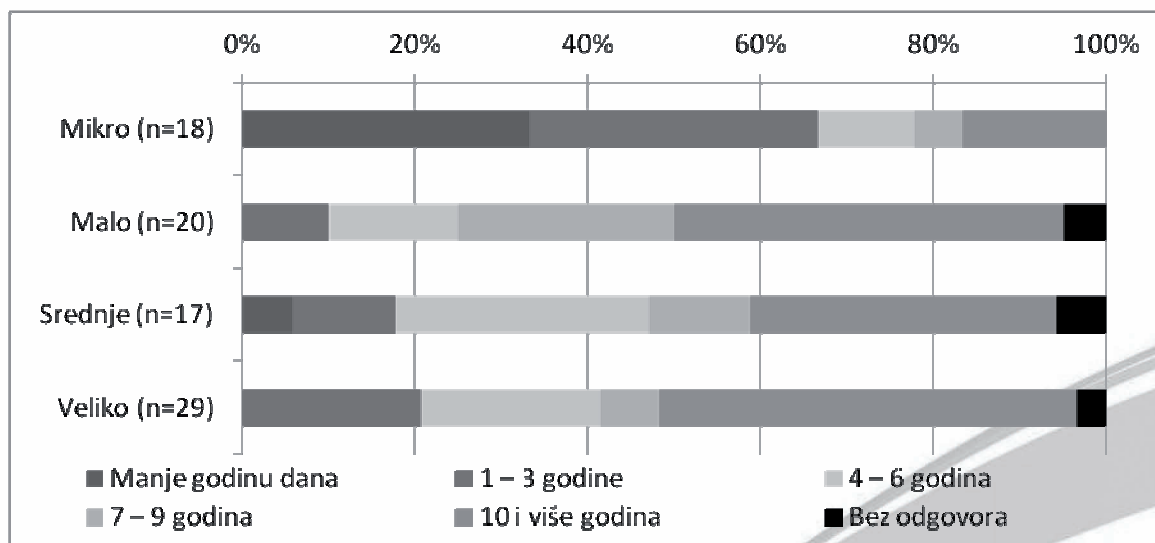
### 2. Vrijeme otkad poduzeće primjenjuje DOP

Čak 38 % ispitanika je na pitanje koliko dugo primjenjuje DOP odgovorilo da to čine 10 i više godina. 19 % ih je odgovorilo da to čine 1 – 3 godine te isto toliko da ih to čini 4 – 6 godina. Budući da je samo 8 % njih reklo da se DOP-om počelo baviti unatrag godine dana, ovo govori u prilog činjenici da je došlo do stagnacije u prihvaćanju ove prakse u hrvatskom gospodarstvu. Najveći broj velikih poduzeća (čak 48 %) odgovorio je da DOP primjenjuje više od 10 godina, a ni jedno veliko poduzeće nije mu pristupilo u zadnjih godinu dana. Zato je 33 % ispitanih mikro poduzeća odgovorilo da je počelo s DOP-om u posljednjih godinu dana. Također, za DOP je interes u posljednjih godinu dana pokazao isključivo privatni sektor te sektori trgovine i građevinarstva. Također je vidljivo da su poduzeća koja posluju isključivo na domaćem tržištu kasnije



započela s upoznavanjem s DOP-om te je veći broj njih započeo integraciju DOP-a u posljednjoj godini (njih 11 %). Najdulje se DOP-om bave poduzeća koja posluju na miješanim tržištima te ih čak 50 % to čini više od 10 godina. Ovi nam rezultati govore da su velika poduzeća ranije započela s DOP praksom, dok kod malih i srednjih interes započinje u kasnijem razdoblju. Također je za DOP više zainteresiran privatni sektor, okolišno intenzivni sektor te poduzeća koja posluju na stranim tržištima.

**Slika 4:** Koliko dugo poduzeća primjenjuju DOP s obzirom na veličinu



### 3. Postojanje odjela u poduzeću koji vodi brigu o DOP-u

Na pitanje koliko je poduzeća koja imaju definiranu odgovornost za primjenu DOP-a, njih 55 % odgovorilo je pozitivno. Pri tome se zastupljenost postojanja definirane odgovornosti povećava kako se povećava i veličina poduzeća te je 90 % velikih poduzeća dodijelilo ovu odgovornost, dok je s druge strane kod samo 11 % mikro poduzeća isti slučaj (tablica 4).

**Tablica 17:** Postojanje odjela za DOP, pregled prema veličini poduzeća

Postojanja odjela koji brine o DOP-u	Mikro (n = 20)	Malo (n = 18)	Srednje (n = 17)	Veliko (n = 29)
Da	11,1 %	25,0 %	76,5 %	89,7 %
Ne	88,9 %	70,0 %	23,5 %	10,3 %
Bez odgovora	0,0 %	5,0 %	0,0 %	0,0 %
Ukupno	100,0 %	100,0 %	100,0 %	100,0 %

I u ovom je pitanju neočekivano veći broj državnih i mješovitih poduzeća koja su pozitivno odgovorila na postojanje dodijeljene odgovornosti za DOP, što možemo pripisati malom udjelu poduzeća iz ovih kategorija. Sektorski, ponovo najbolji rezultat pronalazimo u Prerađivačkoj i industriji Rudarstva i vađenja što možemo



pripisati strogim okolišnim standardima koji su ranije potakli interes za DOP, dok je najlošiji rezultat u sektoru Poslovanje nekretninama, gdje nema pozitivnih odgovora. Također je više pozitivnih odgovora kod onih poduzeća koja djeluju na stranim tržištima nego kod onih koja posluju većinom na domaćim tržištima.

#### **4. Odjel koji vodi brigu o DOP-u**

Onim poduzećima koja su pozitivno odgovorila na pitanje o postojanju odjela koji ima odgovornost za DOP postavljeno je dodatno pitanje o nazivu ovog odjela. Najveći broj odgovora ukazao je da su za DOP najčešće zaduženi odjeli: Korporativne komunikacije i odnosi s javnošću (28,3 %); Ured glavnog izvršnog direktora (19,6 %); tim ljudi koji dolaze iz više resornih odjela (13 %), a slijede odjeli koji su specifično osnovani za društveno odgovorno poslovanje (6,5 %) te Odjel za brigu o okolišu (4,3 %) i drugi.

#### **5. Prioritetna područja društveno odgovornog poslovanja poduzeća**

Odgovarajući na pitanje koja su područja DOP-a najvažnija, daleko najveći broj odgovora dobilo je područje odgovornosti prema zaposlenicima, koje je odabralo 62 % poduzeća. Prema važnosti slijede Odgovornost prema lokalnoj zajednici s 27 % te Pošteno poslovno ponašanje s 26 %. Na ukupnoj rang listi najviše je puta zaokružena odgovornost prema zaposlenicima s 27,7 % odgovora te slijede s po 10 % Sigurnost radnih mjesta i Poštivanje ljudskih prava.

Ako gledamo percepciju poduzeća prema veličini, kod svih je Odgovornost prema zaposlenicima zauzelo prvo mjesto. No, dok je na drugom mjestu kod mikro, malih i srednjih poduzeća Pošteno poslovno ponašanje, kod velikih je to Odgovornost prema okolišu, Odgovornost prema lokalnoj zajednici je treća, a Pošteno poslovno ponašanje zauzima tek četvrto mjesto.

Bez obzira na vlasništvo, svim je poduzećima Odgovornost prema zaposlenicima na prvom mjestu, no kod državnih poduzeća drugo i treće mjesto zauzimaju Odgovornosti prema zajednici i prema Okolišu, dok u privatnim poduzećima drugo mjesto zauzima Pošteno poslovno ponašanje.

Svim je sektorima najvažnija Odgovornost prema zaposlenicima, dok kod Rudarstva i vađenja na drugo mjesto iskače Antikoruptivno ponašanje, kod Prerađivačke je industrije na drugom mjestu okoliš, a kod Poslovanja nekretninama na drugom je mjestu Briga za ljudska prava.

Ako gledamo prema tržištu na kojem posluju, uočava se viša razina potrebe za Antikoruptivnim ponašanjem kod onih poduzeća koja posluju na domaćem tržištu, dok je veći interes za brigu o okolišu kod poduzeća koja posluju na oba tržišta.



## 6. Posvećenost zaposlenicima

### 6.1. Usklađenost rada i privatnog života zaposlenika kroz fleksibilno radno vrijeme, brigu za djecu i ostale mjere.

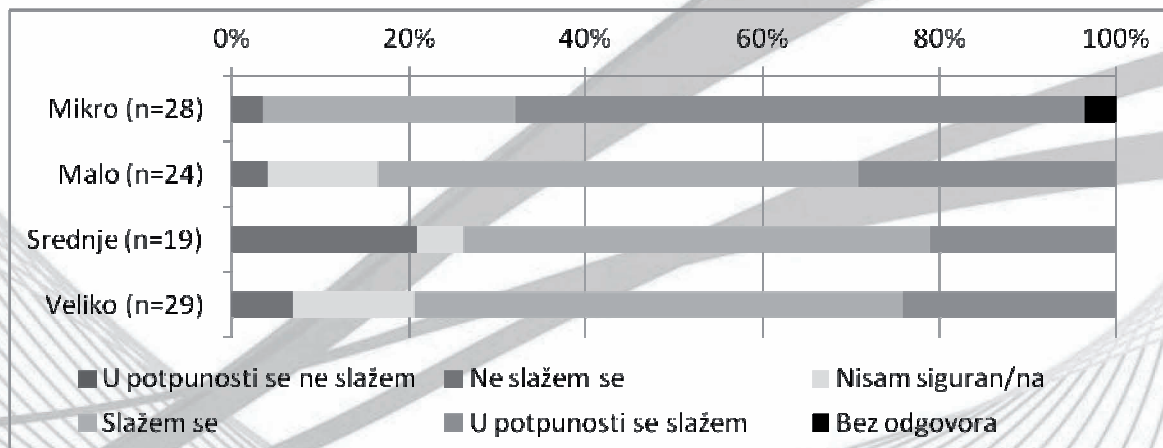
S tvrdnjom da se poduzeća brinu za pomirenje privatnog i poslovnog života zaposlenika u potpunosti se slaže, odnosno slaže 36 % i 47 % ispitanih poduzeća. Ne slaže se ili nije sigurno po 8 % ispitanih.

Ako pogledamo kako se kreću odgovori s obzirom na veličinu poduzeća, uočavamo da se s ovom tvrdnjom ne slaže najviše ispitanika iz srednjih poduzeća, a brigu za zaposlenike potvrdili su ispitanici iz mikro, odnosno malih poduzeća. Također se čini da najveću brigu prema zaposlenicima iskazuju privatna poduzeća, gdje se s ovom tvrdnjom ne slaže ili nije sigurno po 7 % ispitanih, a slijede ih ona u državnom s 11 %, odnosno s 22 % onih koji se ne slažu ili nisu sigurni te na kraju u mješovitom vlasništvu gdje se ne slažu s tvrdnjom o brizi za zaposlenike u čak 33 % ispitanih, dok ih je 16 % nesigurno u tvrdnju.

Prema sektorima, najbolje uvjete čini se ima sektor Rudarstva i vađenja gdje nema nesigurnih ili negativnih odgovora te Trgovina sa svega 5 % nesigurnih. Najgori su uvjeti u sektoru Poslovanje s nekretninama gdje se 25 % ispitanih ne slaže s ovom konstatacijom.

Interesantno je također da se najviše ispitanih nije složilo s ovom tvrdnjom kod onih poduzeća koja posluju na stranim tržištima. Ipak, zaključno možemo konstatirati da je iznimno visok postotak brige za zaposlenike u smislu fleksibilnosti rada i brige za uravnoteženje privatnog i poslovnog života.

**Slika 5:** Posvećenost brizi za zaposlenike prema veličini poduzeća



## 6.2. Ulaganje u obrazovanje i obuku zaposlenika

Čak 95 % ispitanih se slaže (50 %) ili u potpunosti slaže (45 %) s konstatacijom da ispitano poduzeće kontinuirano ulaže u obuku svojih zaposlenika. Nesigurnost s ovom tvrdnjom iskazali su češće ispitanici iz mikro (3,6 %) i malih (8,3 %) poduzeća te oni iz poduzeća u državnom vlasništvu u 11 % slučajeva.

Također, u sektorskom smislu, najviše nesigurnosti u ovu tvrdnju iskazao je sektor Poslovanja nekretninama (25 %) te poduzeća koja posluju na stranim tržištima (8,3 %).

## 6.3. Provođenje mjera za zapošljavanje osoba s invaliditetom

S ovom tvrdnjom ne slaže se ili se u potpunosti ne slaže 31 % ispitanika, dok u odgovor nije sigurno 34 % ispitanih. S druge je strane samo 22 % onih koji se slažu s ovom tvrdnjom, odnosno 7 % onih koji se potpuno slažu. Potvrдно odgovoriti na ovo pitanje skloniji su ispitanici koji dolaze iz većih poduzeća te su tako odgovori najčešće pozitivni kod velikih kompanija, a najčešće negativni kod mikro te malih poduzeća.

S ovom se tvrdnjom također češće ne slažu zaposleni u privatnom sektoru, gdje se s tvrdnjom u potpunosti ne slaže 8,2 %, odnosno ne slaže se 29,4 %. U državnim je poduzećima pak više onih koji se ne slažu ali i onih koji se u potpunosti slažu s ovom tvrdnjom.

I ovdje su prema sektorima najlošiji rezultati u sektoru Poslovanja nekretninama, gdje se nitko od ispitanih nije složio s tvrdnjom. Najviše je pak onih koji se slažu u sektoru Rudarstva i vađenja.

Najbolji su pak rezultati kod onih poduzeća koja posluju na domaćem i stranom tržištu gdje se svega 10 % ispitanih nije složilo s ovom tvrdnjom, dok je najgori rezultat postignut kod onih koji rade samo za strana tržišta gdje je 35 % negativnih odgovora.

## 6.4. Poduzeće promiče zdravo i sigurno okruženje

U skladu s velikom važnošću koju su poduzeća u uzorku ukazala brizi za zaposlenike, kao i kod ulaganja u obrazovanje, i područje zdravlja i sigurnosti na radnom mjestu postiže odlične rezultate. Tako je 57 % ispitanika reklo da se u potpunosti slaže, a 39 % da se slaže s konstatacijom da poduzeće za koje rade promiče zdravlje i sigurnost na radnom mjestu.

S ovom se tvrdnjom nije složilo 5,3 % ispitanih iz srednjih poduzeća, a 8,3 % ispitanih iz malih poduzeća nije bilo sigurno u ovu tvrdnju. Nesigurnost u odgovor izrazilo je i 11 % zaposlenih u državnim poduzećima te 25 % zaposlenih u sektoru Poslovanje nekretninama. S tvrdnjom se ne slaže i 10 % zaposlenih u građevinskoj industriji. Također, neznatan je postotak onih koji nisu sigurni ili se ne slažu s ovom tvrdnjom (2,6 % i 1,3 %) u poduzećima koja posluju mahom na domaćem tržištu.





### **6.5. Provođenje mjera osiguranja nediskriminativnog ponašanja s obzirom na dob, spol, etničku i religijsku pripadnost te spolnu orijentaciju**

Ovaj pokazatelj ima izvrsne rezultate jer je u ukupnom uzorku čak 66 % ispitanika reklo da se u potpunosti slaže, a dodatnih 28 % da se slaže s ovom konstatacijom. Postotak onih koji se ne slažu ili nikako ne slažu jest samo po 1 %.

Ako gledamo uzorak prema veličini poduzeća, onda se u kategoriji srednjih poduzeća 5,3 % ispitanih ne slaže s ovom tvrdnjom, dok je kod malih poduzeća po 4 % onih koji se ne slažu ili nisu sigurni. I kod mikro poduzeća i kod velikih poduzeća svi su ispitanici potvrdili slaganje. Iznenadujuće je da je najviše onih koji se ne slažu s tvrdnjom zaposleno u poduzećima u državnom vlasništvu (11 %) te ponovno u sektoru Poslovanje nekretninama, gdje ih se ne slaže 25 %. Također, u sektoru Građevinarstvo je onih 10 % koji se u potpunosti ne slažu s ovom tvrdnjom.

Neslaganje s ovom tvrdnjom pronalazimo samo kod poduzeća koja posluju na domaćem tržištu.

### **6.6. Korištenje metoda prikupljanja povratnih informacija za zaposlenike, poput izravnih linija za zaposlenike, koje omogućuju prijavu problema od važnosti za rukovodstvo**

S ovom se izjavom slaže ili u potpunosti slaže 66 % ispitanika, što znači da većina poduzeća ima neki oblik savjetovanja ili komunikacije sa zaposlenicima. Ipak je 16 % onih koji nisu sigurni postoji li ovaj način komunikacije te dodatno 16 % onih koji se ne slažu ili u potpunosti ne slažu.

Kada gledamo situaciju prema veličini poduzeća, onda je očekivano najbolji rezultat kod velikih poduzeća gdje nema negativnih odgovora, dok je njih 20 % odgovorilo da nije sigurno.

Kod malih i mikro poduzeća situacija je približno slična te je oko 17 % onih koji nisu sigurni, dok je 26 % onih koji se ne slažu kod srednjih poduzeća. Vlasništvo na postojanje ovog mehanizma nema značajnijeg utjecaja, dok je najbolji sektorski rezultat zabilježen u sektoru Rudarstvo i vađenje gdje ne postoji neslaganje ili nesigurnost oko postojanja ovih mehanizama.

Također je bolji rezultat zabilježen kod poduzeća koja posluju na stranim tržištima gdje nije zabilježeno neslaganje s postojanjem ovih mehanizama.



## 6.7. Poštivanje prava radnika na uspostavljanje i pridruživanje udruženjima od njihova interesa i uključivanje u proces društvenog dijaloga

**Tablica 18:** Postojanje prava radnika na udruživanje i dijalog u ukupnom uzorku

Stupanj slaganja s tvrdnjom	Ispitanici	Udio
U potpunosti se ne slažem	0	0,0 %
Ne slažem se	4	4,0 %
Nisam siguran/na	12	12,0 %
Slažem se	36	36,0 %
U potpunosti se slažem	43	43,0 %
Bez odgovora	5	5,0 %
Ukupno	100	100,0 %

Kod velikih poduzeća svi imaju definirana prava na udruživanje i dijalog, dok kod srednjih poduzeća 21 % ispitanih nije bilo sigurno u postojanje ovih prava. Nešto je lošija situacija kod malih i mikro poduzeća gdje postoji dio ispitanih koji nisu sigurni te dio (12,5 % kod malih i 3,6 % kod mikro) onih koji smatraju da se ova prava ne poštuju.

## 6.8. Zabrana rada djece

Čak 81 % ispitanih u potpunosti je prihvatilo tvrdnju da njihovo poduzeće čini sve kako bi osiguralo zabranu rada djece, dok ih je dodatnih 13 % suglasno s ovom tvrdnjom. Samo 2 % ispitanih nije se složilo, a radi se o zaposlenicima malih i srednjih privatnih poduzeća iz sektora Trgovine i Građevinarstva koja rade na domaćem tržištu.

## 7. Poštivanje ljudskih prava

### 7.1. Poštivanje ljudskih prava je prioritet poduzeća

S ovom tvrdnjom složilo se u potpunosti 59 % te dodatno se još 37 % ispitanih složilo s ovom tvrdnjom. Samo je 3 % ispitanih koji nisu sigurni te nema onih koji se ne slažu s istom. Nesigurni ispitanici dolaze iz mikro i malih poduzeća, češće u državnom nego privatnom vlasništvu iz sektora Trgovine i Poslovanja nekretninama koja posluju na domaćem tržištu.

### 7.2. Poduzeće ima javnu politiku poštivanja ljudskih prava

I ovdje se 54 % slaže u potpunosti te se dodatnih 30 % slaže s ovom tvrdnjom. Deset posto ispitanih nije sigurno te je 5 % negativno odgovorilo na ovu tvrdnju. Najgori rezultat su postigla mikro poduzeća odakle dolaze svi ispitanici koji se ne slažu s ovom tvrdnjom. Radi se o privatnim i državnim poduzećima uglavnom iz sektora Poslovanje nekretninama te Trgovina, a svi posluju na domaćem tržištu.

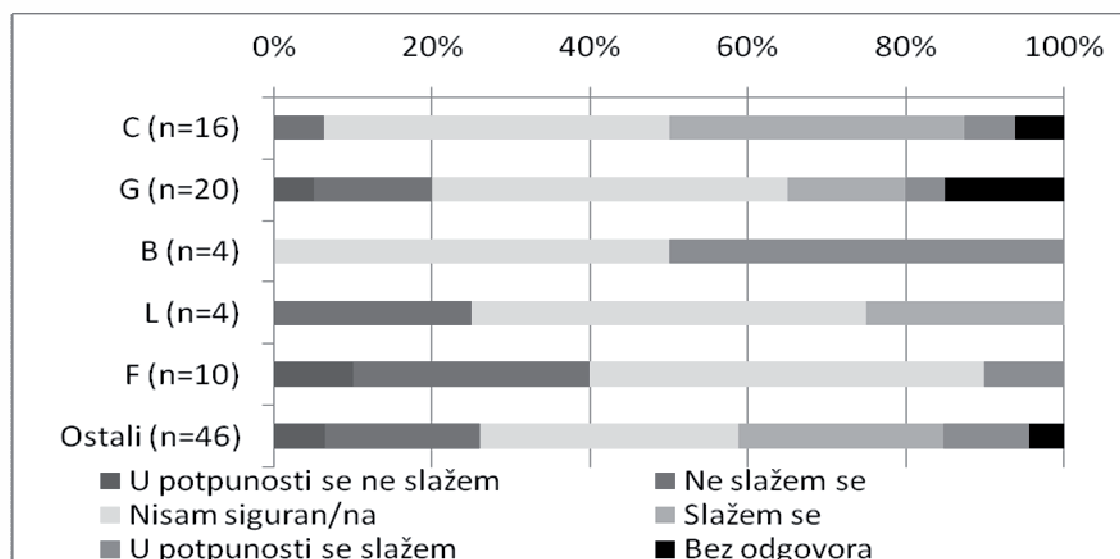


### 7.3. Uključenost dubinske analize poslovanja i procjena utjecaja na ljudska prava

Kod pitanja koje uključuje strateški pristup procjeni utjecaja na ljudska prava rezultati su značajno lošiji nego u prethodna dva pitanja. Naime, svega 32 % ispitanih se slaže ili slaže u potpunosti (22 % i 10 %) s ovom tvrdnjom. 40% ispitanih nije sigurno, a s ovom se tvrdnjom u potpunosti ne slaže ili ne slaže 22 % ispitanih (5 % i 17 %).

Očekivano, najbolji rezultat postižu velika poduzeća gdje nema ispitanika koji se u potpunosti ne slažu, dok je rezultat kod srednjih, malih i mikro poduzeća podjednak. Također, rezultati su lošiji kod privatnih poduzeća, iako ne značajno, a sektorski su očekivano najlošije prošli sektori Poslovanje nekretninama, Građevinarstvo te Trgovina (slika 6). Također, lošiji su rezultati ostvareni kod poduzeća koja dominantno ostvaruju prihode na domaćem tržištu.

**Slika 6:** Uključenost dubinske analize utjecaja na ljudska prava prema sektorima



## 8. Uključenost u zajednicu

### 8.1. Podupiranje lokalne zajednice i inicijativa

Iznenadujuće dobri rezultati u ovom pitanju pokazuju da se 66 % ispitanih slaže da s tvrdnjom da njihova poduzeća podupiru lokalne društvene inicijative (20 % se slaže u potpunosti i 42 % se slaže). 22 % ispitanika nije sigurno kako odgovoriti na pitanje, dok ih je ukupno 9 % odgovorilo negativno.

Prema veličini poduzeća, kod velikih poduzeća očekivano nema negativnih odgovora, kao ni kod srednjih, gdje je nešto veći broj neodlučnih (42 %). Uglavnom negativni odgovori zabilježeni su kod malih i mikro



poduzeća u podjednakim iznosima od oko 15 %. Iako je bilo za očekivati da će najbolji rezultat postići velika poduzeća, ipak je iznimno zanimljivo vidjeti da su sva ispitana poduzeća na neki način uključena u lokalne nevladine inicijative.

Ako gledamo prema vlasništvu, negativni rezultat podjednako je prisutan kod privatnog i državnog vlasništva, i to u sektorima Poslovanje nekretninama i Trgovina te isključivo kod poduzeća koja prihode ostvaruju na domaćem tržištu.

## **8.2. Ulaganje u kulturu**

54 % poduzeća ulaže u kulturne projekte (16 % ispitanih se u potpunosti slaže, a 38 % se slaže s ovom tvrdnjom). Ovu tvrdnju nije moglo potvrditi 22 % ispitanih, dok ih je 17 % odgovorilo negativno.

Očekivano, bolji rezultat ostvarila su velika poduzeća, iako iznenađuje da je rezultat bolji kod državnih tvrtki. Najbolji rezultat zabilježen je u sektoru Prerađivačke industrije, a najlošiji u sektoru Posredovanje nekretninama. Nešto lošiji rezultat ostvarila su poduzeća koja posluju na domaćem tržištu.

## **8.3. Ulaganje u institucije za obrazovanje i usavršavanje**

70 % poduzeća ulaže u institucije za obrazovanje i usavršavanje (31 % ispitanih se u potpunosti slaže, a 39 % se slaže s ovom tvrdnjom). Ovu tvrdnju nije moglo potvrditi 19 % ispitanih, dok ih je 9 % odgovorilo negativno. Rezultat je nešto bolji kod velikih poduzeća te se pogoršava kako se smanjuje veličina poduzeća. Također je nešto lošiji kod privatnih poduzeća, u sektorima Poslovanje nekretninama i Građevinarstvo, dok je najbolji sektor Prerađivačke industrije. Tržište na kojem poduzeća ostvaruju prihode ne utječe značajno na ovaj rezultat.

## **8.4. Ulaganje u amaterski sport**

51 % poduzeća ulaže u amaterski sport (20 % ispitanih se u potpunosti slaže, a 31 % se slaže s ovom tvrdnjom). Ovu tvrdnju nije moglo potvrditi 22 % ispitanih, dok ih je 24 % odgovorilo negativno. Rezultat je i ovdje nešto bolji kod velikih poduzeća te se pogoršava kako se smanjuje veličina poduzeća. Također je nešto lošiji kod privatnih poduzeća, a iznenađuje da je najlošiji rezultat ostvario sektor Rudarstvo i vađenje. Kao i u prethodnim pitanjima, tržište na kojem poduzeća ostvaruju prihode ne utječe značajno na ovaj rezultat.

## **8.5. Ulaganje u profesionalni sport**

26 % poduzeća ulaže u profesionalni sport (8 % ispitanih se u potpunosti slaže, a 18 % se slaže s ovom tvrdnjom). Ovu tvrdnju nije moglo potvrditi 26 % ispitanih, dok ih je 44 % odgovorilo negativno. Rezultat je i ovdje nešto bolji kod velikih poduzeća te se pogoršava kako se smanjuje veličina poduzeća. Također je nešto lošiji kod privatnih poduzeća, a najmanje u profesionalni sport ulažu sektori Poslovanje nekretninama i Građevinarstvo. Tržište na kojem poduzeća ostvaruju prihode ne utječe značajno na rezultat.



## 8.6. Ulaganje u male infrastrukturne projekte

42 % poduzeća ulaže u male infrastrukturne projekte (11 % ispitanih se u potpunosti slaže, a 31 % se slaže s ovom tvrdnjom). Ovu tvrdnju nije moglo potvrditi 35 % ispitanih, dok ih je 18 % odgovorilo negativno. Rezultat je i ovdje nešto bolji kod srednjih poduzeća no ne značajno, a najlošiji je kod mikro poduzeća. Također je nešto lošiji kod privatnih poduzeća, a najmanje u infrastrukturne projekte ulažu sektori Poslovanje nekretninama i Trgovina. U lokalnu infrastrukturu nešto više ulažu poduzeća koja ostvaruju prihode na stranom tržištu.

## 9. Ulaganje u okoliš

### 9.1. Ulaganje u energetska učinkovitost

S ovom tvrdnjom se slaže iznimno velik broj ispitanika, čak 92 % (u potpunosti se slaže 53 %, a slaže se 39 %). Samo 5 % ispitanih nije znalo odgovoriti na pitanje, dok ih je po 1 % odgovorilo da se ne slaže i u potpunosti ne slaže. Negativno je odgovorilo samo oko 4 % malih i 4 % mikro poduzeća. Kod velikih i srednjih poduzeća ispitanici su se ili složili s ovom tvrdnjom ili su u manjem postotku bili neodlučni.

Nešto je bolji rezultat kod državnih poduzeća jer je kod privatnih zabilježeno 2,4 % negativnih odgovora. Iako je neznatan, ovaj rezultat ipak čudi. Očekivano je najlošiji rezultat u sektoru Poslovanje nekretninama, dok je u kategoriji ostalo najviše negativnih odgovora. Poduzeća na domaćem tržištu i ovdje ostvaruju lošiji rezultat.

### 9.2. Sustavno ulaganje u smanjenje potrošnje resursa

I ovdje je zabilježen velik broj pozitivnih odgovora. Naime, 81 % ispitanih smatra da njihova poduzeća sustavno brinu za smanjenje potrošnje resursa (33 % se slaže u potpunosti, a 48 % se slaže). Na pitanje nije znalo odgovoriti 17 % ispitanih, dok ih je samo 1 % odgovorilo negativno.

Negativni odgovori zabilježeni su samo kod malih poduzeća u privatnom vlasništvu u raznim sektorima (kategorija Ostalo). Očekivano, sva ova poduzeća posluju na domaćem tržištu.

### 9.3. Provođenje mjera za smanjenje utjecaja na okoliš

78 % ispitanih poduzeća provodi mjere za smanjenje utjecaja na okoliš. U ovu tvrdnju u potpunosti vjeruje 42 % ispitanih, a vjeruje njih 36 %. 18 % ispitanih nije bilo sigurno u odgovor, dok je negativno odgovorilo njih 3 %.

Veličina poduzeća utječe na pozitivne mjere za okoliš te su negativni odgovori zabilježeni kod malih i mikro poduzeća, dok je dio ispitanika kod velikih poduzeća bio nesiguran s odgovorom (njih 3,4 %). Lošije rezultate i tu ostvaruju privatna poduzeća kod kojih su zabilježeni svi negativni odgovori, dok su sektorski najlošiji Trgovina i kategorija Ostalo. Sva poduzeća koja ne ulažu u mjere smanjenja utjecaja na okoliš posluju na domaćem tržištu.



#### 9.4. Sustav recikliranja otpada

Otpad odvojeno skuplja i reciklira 89 % ispitanih poduzeća (49 % je potpuno sigurno, a 40 % se slaže s ovom tvrdnjom). 7n% ispitanih nije bilo sigurno u odgovor na ovo pitanje, dok ih je 3 % odgovorilo negativno. Svi negativni odgovori zabilježeni su kod malih i mikro poduzeća. Srednja i velika poduzeća imaju podjednak broj nesigurnih (7 % i 4 %). Rezultat je lošiji kod poduzeća u privatnom vlasništvu gdje su zabilježeni svi negativni odgovori, koji nisu sektorski specifični, ali posluju uglavnom na stranim tržištima.

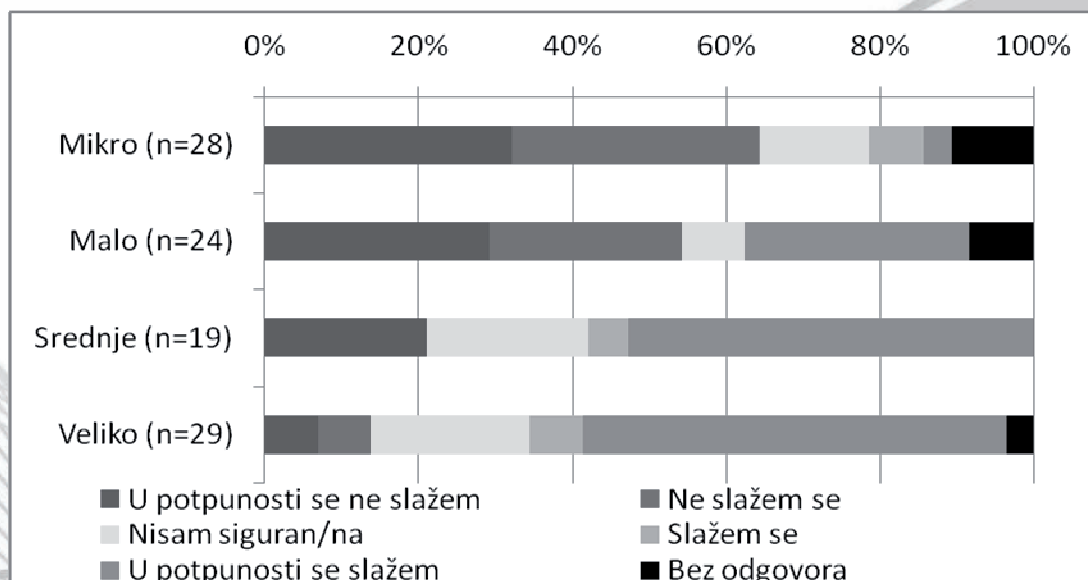
#### 9.5. Postojanje certificiranih sustava upravljanja okolišem (ISO 14001 i EMAS)

39 % ispitanih poduzeća ima sustav upravljanja okolišem ISO 14001, 16 % ispitanika nije znalo odgovoriti na ovo pitanje, dok su ostali odgovorili negativno.

Najveći broj certifikata zabilježen je kod velikih poduzeća, dok se taj broj smanjuje kako se smanjuje i veličina poduzeća (slika 7).

Kao i kod većine odgovora, rezultat je bolji kod poduzeća u državnom vlasništvu, dok sva poduzeća iz sektora Rudarstvo i vađenje posjeduju certifikate. Najmanji broj certifikata zabilježen je u sektorima Trgovina i Poslovanje nekretninama. Neznatno je manji broj certifikata kod poduzeća koja posluju na domaćem tržištu.

**Slika 7:** Broj certifikata ISO 14001 prema veličini ispitanih poduzeća



## 10. Uključenost u lanac dobavljača

### 10.1. Etički, društveni i kriteriji zaštite okoliša u poslovnim politikama (kupnje, prodaje, ugovaranja)

Vrlo visok postotak ispitanika, njih 75 %, odgovorio je da su etički, društveni i kriteriji zaštite okoliša sastavni dio odabira dobavljača, partnera i ugovaranja poslova. 19 % ispitanika nije znalo odgovoriti na pitanje, dok je 4 % ispitanika odgovorilo negativno. Očekivano, negativni odgovori dolaze iz srednjih, malih i mikro poduzeća, dok kod velikih poduzeća svi ispitanici potvrđuju postojanje ovih kriterija u poslovnim politikama. Privatna poduzeća imaju veći postotak potvrdnih odgovora o postojanju ovih politika, dok najbolji rezultat bilježe poduzeća u mješovitom vlasništvu.

U sektorskom smislu najbolji rezultat bilježi sektor Rudarstvo i vađenje, a najlošiji Poslovanje nekretninama. Također, nepostojanje etičkih, društvenih i kriterija zaštite okoliša u poslovnim politikama bilježe samo poduzeća koja posluju pretežito na domaćem tržištu.

### 10.2. Kontrola društvenih i ekoloških učinaka dobavljača

Nešto više od polovine ispitanika (55 %) izjasnilo se o postojanju kontrole dobavljača s aspekta njihovih društvenih i ekoloških učinaka. Dok 20 % ispitanika nije znalo odgovoriti na ovo pitanje, 23 % ispitanika izjasnilo se negativno o ovom pitanju.

Prema veličini poduzeća, vjerojatnost postojanja kontrole dobavljača s aspekta nefinancijskih kriterija raste kako raste i veličina poduzeća, tako da kod velikih poduzeća ovu kontrolu nema 7 % ispitanika, kod srednjih 10 %, malih 25 % te kod mikro poduzeća politike nema u 39 % slučajeva.

Situacija je nešto bolja kod društvenih nego privatnih poduzeća, tako da 33 % društvenih i 24 % privatnih poduzeća nema ovu kontrolu, dok 22 % privatnih poduzeća nije znalo odgovor na ovo pitanje. Najbolja situacija je kod poduzeća u mješovitom vlasništvu.

Najbolju pak kontrolu ovih kriterija imaju poduzeća u sektoru Rudarstvo i vađenje, a najlošiju sektor Poslovanje nekretninama. Veći je broj poduzeća koja posluju na domaćem tržištu, a koja nemaju ovu kontrolu.

### 10.3. Postojanje obuke dobavljača o društvenim, ekološkim, pitanjima ljudskih prava i te radnim, sigurnosnim i zdravstvenim pitanjima

Neki oblik obuke dobavljača zabilježen je kod 31 % ispitanika poduzeća, dok ih 37 % nema takvu obuku. 29 % ispitanika nije znalo odgovor. Obuku u pravilu imaju velika poduzeća gdje je zabilježen postotak od 13,8 % onih koji nemaju takvu obuku, dok isti postotak kod srednjih poduzeća raste na 21,3 %, kod malih na 50 %, dok je kod mikro poduzeća 60,7 % onih koji ne obrazuju svoje dobavljače.



Nešto je rjeđa obuka dobavljača kod privatnih poduzeća, iako je ta razlika neznatna, a najbolji rezultat i ovdje bilježe poduzeća u mješovitom vlasništvu.

U sektorskom smislu najbolji rezultat ponovno imaju poduzeća koja se bave Rudarstvom i vađenjem, a nešto je lošiji sektor Prerađivačke industrije. Najlošiji rezultat bilježi sektor Poslovanje nekretninama te Trgovina i Građevinarstvo. Nešto je lošiji rezultat kod poduzeća koja posluju na domaćem tržištu.

## **11. Pošteno poslovno ponašanje**

### **11.1. Postojanje politike i mjera antikorupcije**

75 % ispitanika potvrdilo je da se slaže ili u potpunosti slaže s postojanjem politike antikorupcije i evaluacije rizika od korupcije. Dok 18 % nije znalo odgovor, samo 5 % ispitanih izjasnilo se o nepostojanju mjera borbe protiv korupcije.

Sva velika i srednja poduzeća odgovorila su pozitivno na ovo pitanje uz iznimku ispitanika koji nisu znali odgovor. Kod malih i mikro poduzeća samo je 8 %, odnosno 10 % onih koja nemaju sličnu politiku. Usprkos mjerama borbe protiv korupcije koju provodi država, ovdje je rezultat u poduzećima u državnom vlasništvu lošiji te je 11 % onih koji takvu politiku nemaju. Privatna poduzeća odgovorila su negativno u 4,7 % slučajeva.

Najveći broj negativnih odgovora zabilježen je u sektoru Poslovanje nekretninama, a najbolji je rezultat u sektoru Rudarstvo i vađenje gdje nije zabilježen niti jedan negativan odgovor. Odlične rezultate bilježe i sektori Prerađivačke industrije te Građevinarstvo. Ponovno su svi negativni odgovori zabilježeni kod poduzeća koja posluju pretežito na domaćem tržištu.

### **11.2. Postojanje politika za odgovornu političku uključenost i doprinos te odgovorno rješavanje sukoba interesa**

69 % ispitanika potvrdilo je da postoje pravila oko uključivanja u politiku, donacija političkim strankama te politike rješavanja sukoba. Uz 26 % neodlučnih, njih 4 % se izjasnilo o nepostojanju sličnih definiranih politika.

S obzirom na veličinu poduzeća, nepostojanje politika zabilježeno je samo kod malih i mikro poduzeća, dok je situacija bolja u privatnom sektoru gdje je odnos prema politici nedefiniran samo u 3,6 % slučajeva, dok se taj postotak penje na 11,1 % kod državnih poduzeća.

Postojanje politika kod svih poduzeća bilježi sektor Rudarstvo i vađenje, a najlošiji rezultat s 25 % negativnih odgovora bilježi sektor Poslovanje nekretninama. Ipak, treba imati na umu mali uzorak koji predstavlja oba ova sektora. Ostali sektori bilježe dobre rezultate. I u ovom su slučaju svi negativni odgovori zabilježeni kod poduzeća koja posluju pretežito na domaćem tržištu.





### **11.3. Postojanje procedura za sprečavanje antikompetitivnog ponašanja**

Oko polovine ispitanika (52 %) potvrdilo je postojanje procedura za prevenciju antikompetitivnog ponašanja. 36 % ispitanih nije znalo odgovoriti na pitanje, dok ih je 10 % odgovorilo negativno.

Nepostojanje ovih procedura zabilježeno je samo kod malih i mikro poduzeća, odnosno više kod mikro (25 %) nego kod malih (12,5 %) poduzeća.

Neznatno je lošija situacija kod privatnih poduzeća nego kod državnih, dok je najbolja situacija kod poduzeća mješovitog vlasništva.

Sa sektorskog aspekta, najbolja je situacija u sektoru Rudarstvo i vađenje, gdje nema zabilježenih negativnih odgovora iako je 25 % ispitanika odgovorilo da nije sigurno. U sektoru Građevinarstva također nema negativnih odgovora iako je čak 60 % ispitanih odgovorilo da nije sigurno. Najviše negativnih odgovora bilježi sektor Poslovanje nekretninama. Ponovno su svi negativni odgovori zabilježeni kod poduzeća koja posluju pretežito na domaćem tržištu.

## **12. Pružanje pravnog lijeka**

### **12.1. Osiguravanje pravnog lijeka u slučajevima kršenja ljudskih prava**

U 52 % slučajeva ispitanici su odgovorili da se slažu s konstatacijom ili se u potpunosti slažu s konstatacijom da postoji pravni lijek u slučaju kada se dogodi da poduzeće uzrokuje kršenje ljudskih prava.

Nepostojanje procedure zabilježeno je kod poduzeća svih veličina iako nešto manje kod velikih (3,4 %), a nešto više kod malih poduzeća (12 %). Također, ove su procedure češće prisutne kod privatnih poduzeća te se 7 % privatnih poduzeća izjasnilo da nema slične procedure, dok ih kod državnih poduzeća nema u 11 % slučajeva.

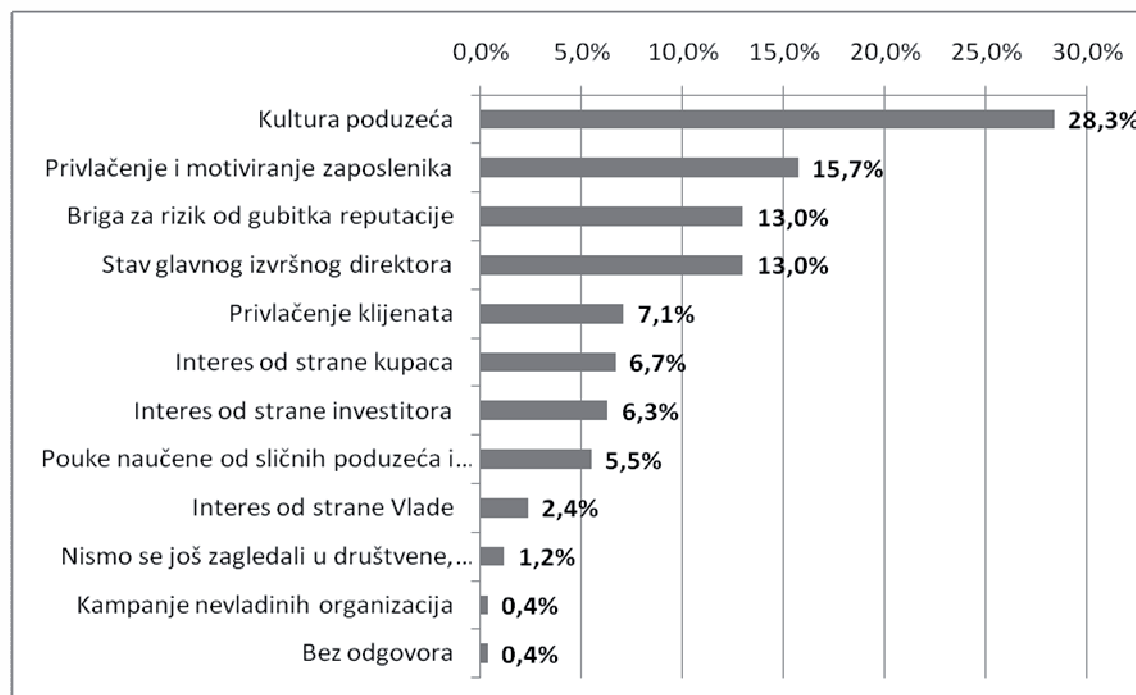
Sektorski gledano, najbolje rezultate pokazuje sektor Prerađivačke industrije gdje je 74 % ispitanih potvrdilo postojanje pravnog lijeka u slučajevima kršenja ljudskih prava. U sektoru Rudarstvo i vađenje nema negativnih odgovora, no čak 50 % ispitanih nije znalo odgovor, dok ih 25 % nije odgovorilo na pitanje. Ponovno je nepostojanje ovih procedura zabilježeno samo kod poduzeća koja posluju pretežito na domaćem tržištu.



### 13. Razlozi za primjenu društveno odgovornog poslovanja

Na pitanje o razlozima za primjenu DOP-a poduzeća su odgovorila na sljedeći način:

**Slika 8:** Razlozi za primjenu društveno odgovornog poslovanja



Ako se gleda prema veličini poduzeća, rang lista razloga približno je jednaka te je svim poduzećima na prva dva mjesta kultura poduzeća, privlačenje i motiviranje zaposlenika, ali dok je malim i srednjim poduzećima na trećem mjestu stav direktora, kod velikih je bitan strah od gubitka reputacije. Dodatno, jedino su velika poduzeća (1 %) označila kampanje nevladinih organizacija kao jedan od razloga za bavljenje DOP-om. Iz toga se vidi da je pritisak civilnog sektora ostavio traga na velikim poduzećima i njihovim stavovima i politikama jer se na njih nevladin sektor uglavnom i fokusira. Vladina aktivnost je također vrlo nisko rangirana, što znači da je praktički zanemariv utjecaj Vladine politike na razvoj DOP-a u Hrvatskoj. Može se uočiti i da je najveći postotak mikro poduzeća koja još nisu prihvatila DOP te da utjecaj kupaca ima određeni učinak na razvoj DOP-a kod srednjih i velikih poduzeća.

S obzirom na vlasništvo, sličan je raspored motiva, osim što privatna i mješovita poduzeća na drugom mjestu ističu strah od gubitka reputacije koji nije prisutan u značajnijem postotku kod poduzeća u državnom vlasništvu. To je očekivano jer je za pretpostaviti da privatna i mješovita poduzeća iz uzorka posluju na tržištu što za državna poduzeća u većoj mjeri to nije slučaj.



Sektorski gledano, može se konstatirati da svi sektori na određeni način podliježu vanjskim pritiscima, neki zbog investitora, neki zbog kupaca, a treći pak zbog klijenata, no uvijek se radi o pritiscima iz lanca vrijednosti u kojem poduzeće sudjeluje. Ističe se nedostatak zainteresiranosti za motiviranje zaposlenika kod sektora Poslovanje nekretninama, dok je ista motivacija relativno visoka kod sektora Rudarstvo i vađenje, Prerađivačke industrije i Trgovine. Također, stav izvršnog direktora ima značajnu ulogu kod svih osim kod Poslovanja nekretninama.

Kod poduzeća koja posluju na stranom tržištu veću ulogu ima motiviranje zaposlenika te stav direktora, dok se kod poduzeća koja posluju na domaćem tržištu ističe strah od gubitka reputacije što je slučaj i kod mješovitih poduzeća.

#### **14. Poznavanje instrumenata, alata i inicijativa DOP-a**

Na pitanje o poznavanju instrumenata i alata DOP-a 68 % poduzeća je izjavilo da poznaju neki od instrumenata, dok je samo 2 % njih odgovorilo na nije upoznato ni s jednim. Čak 30 % ispitanika nije odgovorilo na ovo pitanje.

Ispitanim su poduzećima najpoznatiji alat za DOP OECD-ove smjernice za poslovanje i ljudska prava (21,2 %), a slijedi Indeks DOP-a (20,7 %). Više od 10 % ispitanih zaokružilo je UN Global Compact, GRI te ISO 26000. 6 % poduzeća navelo je da je upoznato s OECD-ovim smjernicama za multinacionalna poduzeća, dok su svi ostali alati poznati zanemarivom broju poduzeća.

#### **15. Korištenje alata za DOP**

Ispitanici su potvrdili da 57,4 % poduzeća u uzorku koristi neke od ponuđenih alata za primjenu DOP-a, dok ih je 39,7 % odgovorilo negativno.

#### **16. Instrumenti koji se koriste**

Najčešće se koristi Indeks DOP-a koji koristi 25,6 % ispitanih, dok ih 23,1 % koristi UN Global Compact te GRI, koje koristi 19,2 % ispitanika. Ostali alati koriste se u zanemarivih 5 ili manje posto slučajeva.

#### **17. Članstvo u dobrovoljnim inicijativama**

Samo je 30 % ispitanih potvrdilo članstvo u organizacijama kao što su to Global Compact ili HR PSOR, dok ih je 60 % odgovorilo da ne sudjeluje u dobrovoljnim inicijativama.

Ipak, kad se pogleda veličina poduzeća, 72 % velikih poduzeća sudjeluje u nekoj od spomenutih inicijativa, isto čini 36,8 % srednjih poduzeća te 8,3 % malih. Mikro poduzeća ne sudjeluju u dobrovoljnim inicijativama u kojima najčešće sudjeluju poduzeća mješovitog vlasništva (66,7 %) te 44,4 % državnih tvrtki i 25,9 % privatnih.



U dobrovoljnim inicijativama najčešće sudjeluju poduzeća Prerađivačkog sektora te sektora Rudarstvo i vađenje što potvrđuje tezu da okolišno intenzivne industrije imaju veću tradiciju u primjeni dobrovoljnih instrumenata kao što je DOP.

Na kraju, članstvo u dobrovoljnim inicijativama češće primjenjuju poduzeća koja podjednako posluju na domaćem i stranom tržištu (60 %), dok svi ostali to prakticiraju u približno 26 % slučajeva.

### **18. Duljina trajanja sudjelovanja u dobrovoljnim inicijativama**

Iz odgovora je vidljivo da je čak 20 % ispitanih sudjelovalo u nekoj inicijativi više od 10 godina. Budući da je Global Compact u Hrvatskoj aktivan tek 6 godina, jasno je da se radi o poduzećima koja su bila osnivači HR PSOR-a ili su pristupili HR PSOR-u u godinama nakon osnutka. Najveći interes zabilježen je u posljednjih 6 godina kada je više od 60 % poduzeća pristupilo inicijativama, mahom zbog osnutka Global Compacta. Interes za ove inicijative od 3,3 % u natrag godinu dana govori o padu interesa, vjerojatno uzrokovanom recesijom.

### **19. Javna obveza DOP-a**

32 % poduzeća javno je deklariralo svoju obvezu DOP prakse, dok 62 % ispitanih to nije učinilo. Ovakvu obvezu najčešće javno preuzimaju veliki, koji su to učinili u 58,6 % slučajeva. Slijede srednja poduzeća s 26,3 % javnih obveza, dok je veći broj mikro poduzeća prihvatilo ovu obvezu (21,4 %) nego su to učinili mali (16,7 %).

Državna i mješovita poduzeća češće deklariraju javnu obvezu prema DOP-u nego što to čine privatna poduzeća, dok javnu obvezu najčešće deklariraju oni iz sektora Rudarstvo i vađenje (75 %), zatim Prerađivačka industrija (56,3 %) dok su Trgovina, Građevinarstvo i Poslovanje nekretninama to učinili u neznačajnom broju slučajeva ili nisu uopće učinili. Nešto je veći postotak poduzeća koja posluju na stranim tržištima koja imaju javnu obvezu DOP-a nego mješovitih i onih koji posluju na domaćem tržištu.

### **20. Kodeks ponašanja**

Kodeks ponašanja usvojilo je 55 % poduzeća, većinom velikih (86,2 %), a taj broj pada kako pada veličina poduzeća te je srednjih s kodeksom 63,2 %, a malih 54,2 %. Mješovita i državna poduzeća češće imaju usvojen kodeks od privatnih poduzeća.

Sektorski gledano, najbolji rezultat ponovno imaju poduzeća Rudarstva i vađenja, koja sva imaju usvojen kodeks (100 %), a značajan je i broj od 83,1 % iz Prerađivačke industrije. Ostali sektori imaju manje od 40 % poduzeća s kodeksom. Podjednak je broj onih s kodeksom koji posluju na stranom ili domaćem tržištu, a nešto je veći postotak poduzeća s kodeksom među onima koji posluju na oba.



## **21. Upoznatost dobavljača s kodeksom ponašanja i očekivanje primjene kodeksa od strane dobavljača**

Čak je 72 % poduzeća upoznalo svoje dobavljače s kodeksom ponašanja, a svi koji kodeks imaju (njih 100 %) očekuju od dobavljača da se ponašaju u skladu s istim.

## **22. Pridržavanje kodeksa drugih poduzeća**

88 % ispitanih je izjavilo da se pridržava kodeksa ponašanja drugih poduzeća, a to su izjavili sva velika i srednja te 91 % malih poduzeća.

Vlasništvo nema utjecaja na ovaj odgovor, a on je pozitivan i u većini sektora te negativnih odgovora ima najviše u sektoru Poslovanje nekretninama (25 %) i Trgovini (5 %).

Negativno su na ovo pitanje odgovorila samo poduzeća koja posluju na domaćem tržištu (9 %).

## **23. Izvještavanje o DOP-u**

Jednak je broj ispitanih poduzeća koja izvještavaju od DOP-u (46,4 %) kao i onih koja ne izvještavaju (46,4 %). O DOP-u izvještava 82,8 % velikih poduzeća, 52,9 % srednjih te 25 % malih poduzeća. Izvještavaju sva privatna poduzeća te 75 % onih u državnom vlasništvu. Sektor ne utječe značajno na izvještavanje, no ono je nešto češće kod sektora Prerađivačke industrije, a najčešće izvještavaju ona poduzeća koja posluju i na domaćem i stranim tržištima.

## **24. Način izvještavanja**

Najčešći je način izvještavanja putem interneta, što prakticira 29,1 % ispitanih. Slijedi zaseban DOP izvještaj koji koristi 19 % ispitanih, a integrirano izvještavanje te sastanke s dionicima prakticira 16,5 % poduzeća.

## **25. Sastanci poduzeća s vanjskim dionicima**

Vanjske dionike o svojim odgovornostima konzultira 51 % poduzeća, a 38 % ih je odgovorilo da to ne radi. Također to radi 89,7 % velikih, 73,7 % srednjih, 33,3 % malih te samo 10,7 % mikro poduzeća. To čine sva mješovita poduzeća, 77,8 % onih u državnom te 44,7 % onih u privatnom vlasništvu.

Ovu praksu najviše koriste poduzeća u Prerađivačkoj industriji i Rudarstvu i vađenju, dok to uopće ne čine poduzeća koja posluju nekretninama. Neznatno je veći broj poduzeća koja posluju na stranim ili oba tržišta koja koriste konzultacije s vanjskim dionicima nego to čine ona koja posluju dominantno na domaćem tržištu.

## **26. Tko su vanjski dionici s kojima se poduzeće savjetuje**

Poduzeća se najčešće savjetuju s poslovnim asocijacijama (26,1 %) te medijima (19 %). Sa sindikatima se savjetuje njih 18,3 %, dok organizacije civilnog društva konzultira 13,7 % poduzeća, a dodatno njih 9,8 % savjetuje se s Vladom.



## 27. Izazovi u primjeni DOP-a

Najčešći izazovi u primjeni DOP-a su, prema mišljenju ispitanih poduzeća, nedostatak jasnih društvenih i ekoloških standarda u zakonodavstvu, što misli 12,4 % ispitanih.

Nedostatak vremena i resursa muči njih 11 %, a 10,6 % ima teškoće u komunikaciji s drugim resornim odjelima u poduzeću. Dodatan problem je nedovoljan utjecaj na poslovne partnere (9,6 %), a 9,2 % ispitanih problem vidi u nedovoljno osnaženoj antikorupciji te društvenom i okolišnom zakonodavstvu.

Manja poduzeća češće navode da im je problem u nedostatku resursa i vremena te nepoznavanje politike DOP-a, dok velika poduzeća češće kao problem navode nedostatak utjecaja na poslovne partnere, nedostatak jasnih okolišnih i društvenih kriterija u zakonodavstvu kao i sukob različitih interesnih skupina. Privatna poduzeća češće navode nedostatak vremena kao problem, dok su društvena i mješovita češće sklona kao problem odabrati problem nejasnoću politika DOP-a te nedostatak dostupnih tekstova na hrvatskom jeziku. Također, mješovita poduzeća navode nedostatak jasnih kriterija te nemogućnost utjecaja na poslovne partnere.

Prerađivačka industrija kao problem najčešće navodi nemogućnost utjecaja na poslovne partnere, Trgovina nedostatak vremena, Rudarstvo i vađenje nedovoljno osnaženo zakonodavstvo dok Poslovanje nekretninama navodi nedostatak vremena i resursa.

Nedostatak vremena češći je problem kod poduzeća koja posluju na domaćem tržištu, dok je kod onih koja posluju na stranim tržištima češći problem ograničeno zakonodavstvo te nemogućnost utjecaja na poslovne partnere.

## 28. Upoznatost s Vladinom politikom i mjerama

Većina poduzeća (73 %) nije upoznata s politikom ili mjerama Vlade za poticanje DOP-a. Velika poduzeća ipak češće odgovaraju da su upoznata s takvim mjerama (41,4 %) te su češće s time upoznata poduzeća u mješovitom vlasništvu.

Najčešće su s Vladinim inicijativama upoznati u sektoru Rudarstvo i vađenje, u 75 % slučajeva kao i u poduzećima koja posluju na domaćem i stranim tržištima.

## 29. Vladine mjere koje poduzeća poznaju

Najčešća Vladina mjera koju poduzeća poznaju je borba protiv korupcije koju je spomenulo 15,8 % poduzeća. Još su mjere koje je spomenulo više od 10 % poduzeća (7,9 %) Priprema Strategije DOP-a, Gospodarenje otpadom te Strategija održivog razvoja RH.



### **30. Korisnost Vladinih inicijativa**

80 % ispitanih smatra da su Vladine mjere korisne.

### **31. Zašto su Vladine mjere korisne**

Poduzeća smatraju Vladine mjere dobrima jer podižu svijest o DOP-u te predstavljaju dobar temelj za politike poduzeća.

### **32. Potreba za podupiranjem DOP-a državnim mjerama**

92 % ispitanih smatra da je poželjna Vladina podrška primjeni DOP-a informiranjem, podizanjem svijesti te uvođenjem nagrada i poreznih olakšica. Tako misle podjednako sva poduzeća, bez obzira na veličinu, vlasništvo i sektore, dok je dio onih poduzeća koja posluju na stranim tržištima (8,3 %) izjavio da Vladina podrška nije potrebna.

### **33. Mjere koje država treba poduzeti**

Poduzeća najčešće navode porezne olakšice (20 %), a više od 10 % poduzeća još se izjasnilo za podizanje svijesti o DOP-u, informiranje te nagrađivanje.

### **34. Budući razvoj DOP-a**

Većina poduzeća smatra da će važnost DOP-a rasti (73 %), a to češće misle velika poduzeća (96,6 %). Percepcija važnosti DOP-a pada što je poduzeće manje.

Važnost DOP-a u budućnosti manje vide privatna poduzeća te sektor Poslovanje nekretninama, a DOP najviše u budućnosti percipira sektor Prerađivačke industrije.



### 35. Područja DOP-a koja dobivaju na važnosti

Najveću važnost u budućnosti će dobiti sljedeća područja:

**Tablica 19:** Važnost DOP-a prema područjima koja će rasti u budućnosti

Područje	<i>f</i>	Udio
Odgovornost prema okolišu	54	16,3 %
Odgovornost prema zaposlenicima	50	15,1 %
Odgovornost prema lokalnoj zajednici/regiji	45	13,6 %
Pošteno poslovno ponašanje	40	12,1 %
Sigurnost radnih mjesta	35	10,6 %
Poštivanje ljudskih prava	35	10,6 %
Antikoruptivno postupanje	31	9,4 %
Uključivanje u lanac dobavljača (aktivna suradnja s njima)	27	8,2 %
Podrška kulturi, znanosti i sportu	14	4,2 %
Ukupno	331	100,0 %

Velika i srednja poduzeća sklona su najveću važnost pridati okolišu, mala lokalnoj zajednici, a mikro poduzeća zaposlenicima. Vlasništvo, sektorska pripadnost i tržište nemaju značajniji utjecaj na ova stajališta.

### 36. Zainteresiranost za sudjelovanje u programima usavršavanja

57 % poduzeća zainteresirano je za dodatno usavršavanje u području DOP-a, područja usavršavanja su raznolika, a značajniju zastupljenost imaju sljedeće teme:

**Tablica 20:** Najzastupljenija područja interesa za programe usavršavanja o DOP-u

Područje	<i>f</i>	Udio
Odgovornost prema lokalnoj zajednici	7	8,2 %
Odgovornost prema okolišu	7	8,2 %
Antikoruptivno postupanje	5	5,9 %
Odgovornost prema zaposlenicima	3	3,5 %
Pošteno poslovno ponašanje	3	3,5 %
Poštivanje ljudskih prava	2	2,4 %
Sigurnost radnih mjesta	2	2,4 %
Ostalo	56	65,9 %
Ukupno	85	100,0 %





## V. DUBINSKI INTERVJUI S PREDSTAVNICIMA AKADEMSKE ZAJEDNICE, POSLOVNE ZAJEDNICE, CIVILNOG I JAVNOG SEKTORA

### 1. Uvod

Dubinski intervjui s predstavnicima četiri interesne skupine u Hrvatskoj predstavljaju kvalitativni dio istraživanja provedenog u okviru projekta „Društveno odgovorno poslovanje za sve“. Cilj dubinskih intervjua, kao dodatnih istraživačkih aktivnosti uz *desk* istraživanje i istraživanje poduzeća, bio je dobiti sveobuhvatniju sliku nacionalnog konteksta DOP-a kroz razmišljanja četiri reprezentativne interesne skupine. Dubinski su se intervjui provodili „licem u lice“ korištenjem nestrukturiranog plana s ključnim temama i pitanjima.

Provedeno je ukupno 13 dubinskih intervjua među predstavnicima četiri interesne skupine: akademske zajednice, poslovne zajednice, civilnog i javnog sektora. Sugovornici su predstavnici svojih organizacija i kompetentni su govoriti o DOP-u u ime istih.

U istraživanju je sudjelovalo 13 sugovornika, od kojih je 1 predstavnik akademske zajednice, 5 predstavnika poslovne zajednice, 4 predstavnika civilnog sektora te 3 predstavnika javnog sektora.

Dubinski intervjui je bio podijeljen u 3 ključne teme:

- 1. Općenita ocjena DOP-a u Hrvatskoj s naglaskom na „najugroženija“ područja primjene DOP-a te poticajnost okruženja za primjenu DOP-a*
- 2. Pojedinačni doprinos DOP-u pojedinih interesnih skupina (akademske zajednice, poslovne zajednice, civilnog i javnog sektora) uz poseban osvrt na Vladine aktivnosti u potpori i promociji DOP-a*
- 3. Konkretno mjere i aktivnosti koje se poduzimaju za primjenu DOP-a s naglaskom na razloge, motive i koristi kao i najveće izazove u primjeni DOP-a*

### 2. Općenita ocjena DOP-a u Hrvatskoj s naglaskom na „najugroženija“ područja primjene DOP-a te poticajnost okruženja za primjenu DOP-a

Dubinskim intervjuiima ispitivala se percepcija, razmišljanja i stavovi sugovornika o društveno odgovornom poslovanju (u daljnjem tekstu DOP), njegovoj primjeni, problemima i izazovima u Hrvatskoj.

Prema tvrdnjama većine sugovornika, praksa DOP-a u Hrvatskoj još uvijek nije dovoljno prepoznata i razvijena. Najčešće se kao primjeri primjene DOP-a navode velike multinacionalne kompanije, odnosno njihove tvrtke kćeri u Hrvatskoj, dok je u malim i srednjim poduzećima manje primjera dobre prakse, ali ipak postoje.



*DOP mahom primjenjuju poduzeća koja su na neki način obavezna to činiti, članovi međunarodnih tvrtki koje imaju razgranato poslovanje na međunarodnoj sceni i same po sebi su se obvezale i potpisale određene norme ponašanja i poslovanja kojih se moraju pridržavati i izvještavati svoje matične uprave o svojim učincima na pragu društveno odgovornog poslovanja.*

(predstavnik civilnog sektora)

*To su uglavnom međunarodne kompanije, no svakako bih izdvojio Končar, koji radi sjajne stvari. Postoji niz malih poduzeća koja isto tako rade.*

(predstavnik akademske zajednice)

Većina sugovornika daje nisku ocjenu trenutnom stanju DOP-a u Hrvatskoj, a kao glavni razlog navode nedovoljno razvijenu svijest o važnosti primjene DOP-a.

*Možda je i najtanja u svemu tome ta naša nerazvijena svijest o tome da se ponašamo društveno odgovorno, o tome što to znači za čitavu zajednicu i ona potreba da uvažavamo i nagrađujemo i postavljamo se na način da se iz našeg ponašanja vidi da cijenimo društveno odgovorno ponašanje; toga nedostaje i na promotivnoj osnovi i na osnovi izravnog pokazatelja recimo mene kao kupca da ja želim kupovati kod onoga tko je društveno odgovoran.*

(predstavnik civilnog sektora)

Tu se također često ističu tvrdnje o iskrivljenom shvaćanju DOP-a, kao nekoj vrsti PR-a ili prikrivenog marketinga.

*DOP se ne promatra kao nešto što doprinosi vrijednosti društva, nego je to samo drugim riječima PR velikih sustava koji na taj način pokušavaju malo popraviti svoj negativni imidž u javnosti.*

(predstavnik poslovne zajednice)

*Kompanije još uvijek ne vide svoju odgovornost, nego više na to gledaju kao na neki prikriveni marketing.*

(predstavnik civilnog sektora)

Neki sugovornici tvrde da kako se DOP često poistovjećuje s filantropijom koja se mjeri kroz razne donacije poduzeća u humanitarne svrhe. Prema njima, praksa DOP-a bi trebala predstavljati strateški i integrativni pogled na poslovanje poduzeća i njegovu ulogu u društvu.



*Kada govorimo o DOP-u, iznimno je važno reći da to nije nikad filantropija, da to nisu nacije, da je to integrativni pogled na poslovanje samog poduzeća i njegovu ulogu u društvu. I u tom smislu, najbolja poduzeća u svijetu su prepoznala da se mogu bazirati na konceptu DOP-a.*

(predstavnik akademske zajednice)

*DOP se pretjerano povezuje s donacijama, odnosno filantropijom, i ne povezuje se sa samim poslovanjem. Općenito postoji klima u javnosti koja je protiv industrije, tvrtki i poduzeća iz razloga što se oni doživljavaju kao nužno zlo, kao netko tko samo zagađuje.*

(predstavnik poslovne zajednice)

*U Hrvatskoj DOP ima prilično veliku vidljivost, međutim nije dobro promišljen. Trebalo bi se odmaknuti od filantropije koju velik broj tvrtki radi i o DOP-u bi se trebalo razmišljati strateški. Nije donacija nekoj udruzi ili nekom cilju loša stvar, ali samo ulaganje u zajednicu na taj način nema dovoljnu težinu društvene odgovornosti. Tu trebamo promišljati o ulaganjima u vlastite zaposlenike, u odnos prema zaposlenicima na radnom mjestu, o odnosu prema okolišu i o fer tržišnim praksama.*

(predstavnik poslovne zajednice)

Također, neki sugovornici smatraju da se praksa DOP-a u Hrvatskoj polako razvija te prati određene europske trendove i nastoji ih primjenjivati. Tu se naročito ističu predstavnici javnog sektora koji su skloniji „optimističnijem“ pogledu.

*Povoljno okruženje za DOP se godinama polako stvara u Hrvatskoj. Razvila se mreža poduzeća koja primjenjuje DOP. Brojna poduzeća su sve više osviještena i primjenjuju DOP u svojoj strategiji, poslovnim politikama.*

(predstavnik javnog sektora)

*Mislim da se mi jako trudimo primijeniti je i mislim da se svi još učimo u tom području. Ima pomaka, trebat će neko vrijeme prilagodbe i neko vrijeme za usvajanje uopće tog pojma DOP-a. Vjerujem da će se to u nekom vremenu iskristalizirati i dovesti na neku razinu. U ovom trenutku ima onih koji to rade savršeno, onih koji to rade polovično i onih koji to uopće ne rade.*

(predstavnik javnog sektora)



## 2.1. „Najugroženija“ područja primjene DOP-a u Hrvatskoj

Pri ocjenjivanju „najugroženijeg“ područja primjene DOP-a u Hrvatskoj, odgovori su varirali od onih sugovornika koji nisu dali konkretan odgovor jer smatraju kako nedovoljno raspolažu informacijama, odnosno da su nedovoljno upućeni u sva područja primjene DOP-a u Hrvatskoj, do onih koji su specificirali „najugroženija“ područja primjene DOP-a.

*Nisam osoba koja se time bavila i nisam naišla na takav podatak, ali zadaća je da jednostavno načela društvene odgovornosti ulaze u strateška planiranja i poslovno odlučivanje tvrtke čime se onda doprinosi i utječe i na ljudska prava, okoliš, lokalnu zajednicu.*

(predstavnik poslovne zajednice)

*Bojim se da ne znam za te podatke, ali dobro ste to spomenuli jer je podatkovno područje jedna tanka karika. Da bismo mogli suditi, trebali bismo imati više podataka.*

(predstavnik civilnog sektora)

Među onim ispitanicima koji su bili „konkretniji“, kao „najugroženija“ područja navode se radnička prava, antikoruptivno ponašanje (visoka razina korupcije), odnos prema okolišu i lokalnoj zajednici.

*Poštivanje radnika. Teško možemo razgovarati o odgovornosti prema zajednici ako nisi odgovoran prema radnicima. Zatim bih izdvojio okoliš.*

(predstavnik civilnog sektora)

*Mi smo ti koji doživljavaju korupciju kao veliku poslovnu prepreku. Ne možemo na javnom natječaju dobiti posao ako je društvo korumpirano, i prema tome mi to prepoznamo kao nešto što nama bitno narušava konkurentnost.*

(predstavnik poslovne zajednice)

*Moje stajalište je da u području korupcije prostora za poboljšanje ima, svi moramo na tome raditi, truditi se da ono čime se bavimo bude što transparentnije tako da nitko uopće nema razloga sumnjati da kod nas ima „nešto ispod žita“. Tu se mogu nadovezati i na priču lokalne zajednice, obzirom da prije ovoga imam iskustva u radu u lokalnoj samoupravi. Problem lokalne samouprave je taj da nema dovoljno ljudi koji se time bave – manjak kvalitetnih ljudi koji razumiju u kojem bismo smjeru trebali ići.*

(predstavnik javnog sektora)



*Generalna percepcija javnosti smatra da je to korupcija, a i radnička prava. U privatnim tvrtkama je vrlo teško osnovati sindikat, a ako se on i osnuje, onda su njegove mogućnosti djelovanja vrlo ograničene.*

(predstavnik civilnog sektora)

Također, neki sugovornici tvrde kako je u nekim područjima DOP-a dobro definiran zakonodavni okvir, a tu se ističe pitanje brige o okolišu.

*Po pitanju okoliša, što je pokazao sad ulazak u EU, naši su zakoni isti kao što su u Njemačkoj, Austriji, bilo gdje drugdje, samo što je sustav drugačiji.*

(predstavnik poslovne zajednice)

*Zakonski vas propisi vas tjeraju kako ćete se odnositi prema okolišu. Danas ne možete raditi nešto na način na koji se radilo prije 15 godina jer je legislativa drugačije posložena, postoje sankcije ako stvari ne napravite onako kako se od vas zahtijeva.*

(predstavnik poslovne zajednice)

## **2.2. Poticajnost okruženja za primjenu DOP-a u Hrvatskoj i najodgovorniji akteri za njegovo kreiranje**

Govoreći o poticajnom okruženju za primjenu DOP-a u Hrvatskoj sugovornici su uglavnom mišljenja da je DOP u Hrvatskoj nedovoljno prepoznat i da nije stvorena poticajna klima za njegov razvoj, no neki su istaknuli da se polako podiže svijest o važnosti primjene DOP-a te da se situacija općenito kreće u pozitivnom smjeru. Pozitivnoj ocjeni su skloniji predstavnici javnog sektora, dok su predstavnici poslovne zajednice negativno ocijenili poticajnost okruženja za primjenu DOP-a.

*Popravlja se, ljudi postaju svjesni važnosti DOP-a i vidi se napredak iz godine u godinu. Situacija je sve bolja.*

(predstavnik javnog sektora)

*DOP je i dalje nevidljiv većem broju tvrtki, no neke veće tvrtke su ga prepoznale i pokušavaju ga primjenjivati.*

(predstavnik civilnog sektora)



*Okruženje za primjenu DOP-a je vrlo loše i ljudi ga ne jednostavno ne doživljavaju. Kada ga poduzeća i primjenjuju, onda su njihove aktivnosti orijentirane na donacije djeci s hendikepom jer su takvi projekti izrazito vidljivi u javnosti i ostavljaju dobar dojam o donatoru.*

(predstavnik poslovne zajednice)

Prema većini sugovornika, najodgovorniji akteri za kreiranje poticajnog okruženja za primjenu DOP-a su javni sektor i poslovna zajednica, s tim da je uloga Vlade u stvaranju normativnog i institucionalnog okvira ključna.

*To je naravno javni sektor. Država je ta koja odlučuje je li okvir poticajan ili ne. Na neki način, ona definira pravila igre, ne samo za DOP, nego i za ostale teme na koje tvrtke kontinuirano ukazuju. To je apsolutno nekakva poveznica.*

(predstavnik poslovne zajednice)

*Po mom uvjerenju to bi trebala biti Vlada i Ministarstvo gospodarstva. Naše vladajuće strukture još uvijek nisu povezale odgovornost poslodavca kao odgovornost ekonomskog poslovanja, društveno odgovornog poslovanja i odgovornost prema okolišu.*

(predstavnik civilnog sektora)

*Ali ako kažemo da živimo u neoliberalnom sustavu, tu je onda odgovornost na samim tvrtkama i tome kako će one prepoznati važnost svog djelovanja. Dakle, tvrtke bi trebale primjenjivati tu društvenu odgovornost.*

(predstavnik civilnog sektora)

Sugovornik poslovne zajednice smatra da je civilni sektor ključni akter za kreiranje poticajnog okruženja za razvoj DOP-a, dok predstavnici javnog sektora rješenje vide u podjednakom doprinosu svih interesnih skupina.

*I civilni je sektor taj koji mora dati korektivnu smjernicu uz uvažavanje elemenata društva, a njihovo nedjelovanje negativno utječe na bolju implementaciju.*

(predstavnik poslovne zajednice)

*To je tema koja treba biti nacionalni konsenzus na neki način, recimo to tako. Poticati trebaju svi koji mogu, od civilnog društva, ljudi koji rade u lokalnoj i regionalnoj samoupravi, državnoj upravi pa skroz do Vlade.*

(predstavnik javnog sektora)



*Zapravo je potrebna sinergija svih. Država je tu da kreira politiku i stvori normativni i institucionalni okvir koji će omogućiti administrativno tehničke kriterije za kreiranje nečega takvog, a privatni sektor je tu da kreira svoju politiku zapošljavanja u okviru tog normativnog okvira.*

(predstavnik javnog sektora)

### **3. Pojedinačni doprinos DOP-u pojedinih interesnih skupina uz poseban osvrt na Vladine aktivnosti u potpori i promociji DOP-a**

DOP-u se treba pristupiti integrativno, odnosno mora se primjenjivati kroz partnerstvo različitih interesnih skupina – poslovne zajednice, civilnog i javnog sektora, smatraju sugovornici.

*Ja vjerujem da se u principu progresivne inicijative u društvu mogu događati samo kroz tri kvalitetna partnerstva: partnerstvo između civilnog, javnog i poslovnog sektora. U tom smislu, kad govorimo o DOP-u, možemo isključivo promatrati iz te perspektive.*

(predstavnik akademske zajednice)

Tko je najodgovorniji za DOP?

*Svi poslovni subjekti, svi subjekti državne uprave i svi subjekti civilnog sektora, jer ako budemo stalno sjedili i čekali i pričali kako nemamo poticaja i kako nam netko nije nešto dao, onda ćemo tako sjediti do vijeka. Svi bismo trebali preuzeti odgovornost za vlastiti segment.*

(predstavnik poslovne zajednice)

*Treba ulaziti u međusektorske, partnerske projekte gdje je uključen i javni sektor, i civilni i privatni sektor i svatko donosi ono što najbolje zna, npr. ako govorimo o zaštiti voda, treba poslušati nevladine udruge koje će reći npr. koji je najveći problem na nekom području s vodama i kako ga zaštititi. Dakle, glasovi društva se trebaju čuti sa svih strana. Samo tako može nastati dobar projekt. Biznis ne može preuzeti tuđe uloge.*

(predstavnik poslovne zajednice)

#### **3.1. Doprinos akademske zajednice DOP-u**

Prema tvrdnjama sugovornika akademske zajednice, znanstvene su se spoznaje počele primjenjivati u poslovanju. Postoji sve veći interes pojedinaca kako za iznošenje najboljih praksa na predavanjima, tako i za izborne kolegije DOP-a koji uglavnom svi studenti žele slušati, tvrdi sugovornik. Također, sugovornik ističe kako se pod znanstvenom zajednicom podrazumijevaju svi profesori, ali i svi studenti kao nositelji budućnosti DOP-a. Sugovornik smatra kako ekonomska znanost ima najveću odgovornost kod primjene DOP-a.



*Sva vertikalna. Ja kao profesor, sve moje kolege, ali fundamentalno studenti. Oni moraju biti ti koji će biti nositelji inicijative, koji će prepoznati da njihova budućnost upravo ovisi o tome koliko će uspješno primjenjivati upravo neka znanja iz ovog područja. Dok smo nekad morali povlačiti ljude za rukav da dođu na fakultet održati nekakvu kratku prezentaciju ili predavanje, u zadnje vrijeme se sve više i više ljudi sami javljaju koji žele iznositi najbolje prakse.*

*Međutim, ekonomska znanost ima najviše utjecaja na društvo i zato ima i najveću odgovornost.*

(predstavnik akademske zajednice)

### **3.2. Doprinos poslovne zajednice DOP-u**

Sudionici poslovne zajednice doprinos DOP-u vide u implementiranju društveno odgovornih načela u strateška planiranja i poslovna odlučivanja tvrtki. Istaknuli su vidljivost toga u uključivanju većeg broja tvrtki u projekt čiji je cilj bio razviti mehanizme za primjenu DOP-a na nacionalnoj razini, napraviti *web* stranicu i razviti Indeks DOP-a. Neki sudionici poslovne zajednice smatraju da je sastavni dio DOP-a i procjena rizika poslovanja.

*Interes kompanija postoji i potvrdio se kroz interes za sudjelovanje u Nacionalnoj mreži za razvoj DOP-a. Preko 250 poduzeća je sudjelovalo u edukativnim modulima i interes za Indeksom DOP-a je porastao za 30 %.*

*Ono što se želi postići u poslovnom sektoru je da društveno poslovanje uđe u poslovno upravljanje, da takva načela uđu u strateška planiranja, to je ključno.*

(predstavnik poslovne zajednice)

*Poslovno planiranje i analiza rizika temelj su izrade i pretpostavljam da sve tvrtke koje su ozbiljne tako rade. Po meni je to preduvjet za DOP, znači svaka tvrtka koja provodi analizu rizika je društveno odgovorna tvrtka. Svaka tvrtka koja ima sustav nadzora i upravljanja svojim radnicima koji omogućuje njihovu sigurnost i njihov stalni napredak je društveno odgovorna tvrtka, i to ne zato što to zakon traži. Jedna je stvar kad vam zakon kaže da vi morate provesti zaštitu na radu, a druga je kad vi zaštitu na radu pretvorite u alat kojim jednostavno motivirate ljude da bolje rade.*

(predstavnik poslovne zajednice)

*Jedan od pokazatelja društvene odgovornosti poduzeća jest i to da poduzeća primjenjujući aktivnu praksu DOP-a više vrednuju važnost zaposlenika u svom poduzeću te svoj utjecaj na zaposlenike.*

(predstavnik javnog sektora)





### 3.2.1. Lideri DOP-a u poslovnoj zajednici

Osim inozemnih poduzeća, sugovornici kao lidere DOP-a u poslovnoj zajednici ističu i hrvatska poduzeća poput Holcima Hrvatska, Končara te Zagrebačke banke.

*Pored tih međunarodnih kompanija, svakako bih izdvojio Končar, koji radi sjajne stvari. Holcim bi svakako bio primjer dobre prakse. Postoje neki aspekti DOP-a, neki primjeri prakse koji nisu toliko razvikani, npr. kad govorimo o donacijama, po meni je primjer Zagrebačke banke koja to radi izvrsno.*

(predstavnik akademske zajednice)

*Primjer je Holcim Hrvatska, koji je prepoznao da se treba primjenjivati niskouglična strategija, odnosno odlučio je kao privatni sektor dati svoj doprinos. Zatim je primjer i Zagrebačka banka.*

(predstavnik civilnog sektora)

*Sjećam se da je Holcim bio vrlo angažiran i argumentiran po tom pitanju što je i logično jer ta tvrtka dobro posluje i ima vremena i volje baviti se time. I Končar Institut za elektrotehniku je išao s vrlo naprednim projektom koji integrira tržište rada i edukacijski sustav kroz neke stipendije i mogućnost napredovanja mladih ljudi. To na kraju ima multiplikativno-sinergijski učinak koji i motivira društvo i daje inovacije i zapošljava mlade.*

(predstavnik civilnog sektora)

### 3.3. Doprinos civilnog sektora DOP-u

Sugovornici civilnog sektora svoj doprinos DOP-u vide kroz ponudu programa koji pomažu poduzećima kvalitetno usmjeriti resurse, ali i kroz svojevrsni monitoring primjene DOP-a u poslovnoj zajednici.

*Mislim da je civilni sektor ključan u tome da se DOP razumije i da s jedne strane stalno nadgleda taj proces i upozori kad je to samo prikriveno oglašavanje.*

(predstavnik civilnog sektora)

Također, sugovornik smatra da bi civilni sektor trebao doprinositi kontinuiranom komunikacijom i informiranjem javnosti o postojećim problemima.

*Vrlo često je odgovornost na tome da javnost nije dovoljno informirana, uopće ne zna o čemu se tu radi. Podaci se dostavljaju u zadnjem trenutku kada je problem već poprilično velik, tako da je ova ideja o kontinuiranoj komunikaciji zaista dobra i dobrom se pokazala na primjeru u Velikoj Britaniji. Komunikacija bi trebala biti kontinuirana, a ne tek onda kada izbije neki problem ili sukob.*

(predstavnik civilnog sektora)



Sugovornik poslovne zajednice istaknuo je da civilni sektor koči razvoj DOP-a na način da ne podržava nikakve odluke javnog sektora i poslovne zajednice, ne ulaže u sebe te da koristi opću pasivizaciju društva.

*Primjerice, ako se borite protiv garaža u centru grada, vi se borite protiv ljudskog svjetonazora. Ljudi doživljavaju automobil kao nešto što im olakšava život. Ako možete neke potrebe zadovoljiti isključivo u centru grada, kao npr. podizanja dokumenata, putovnice itd., vi hoćete doći u grad, obaviti to i otići dalje. Prema tome, garaža u centru grada je nešto što olakšava promet, a ne otežava. Međutim, nevladin sektor će se boriti protiv garaža.*

*I civilni sektor je taj koji mora dati korektivnu smjernicu uz uvažavanje elemenata koji su na raspolaganju u okruženju. Ako vi na sve što dođe od gospodarstva kažete: „Ne može!“, ako sve što dođe od javne uprave kažete: „Nije dovoljno strogo!“, onda vi na sve kažete: „Ne može!“.*

(predstavnik poslovne zajednice)

### **3.4. Doprinos javnog sektora DOP-u**

Sugovornik javnog sektora smatra da Vlada može doprinijeti DOP-u ponajprije na način da njezin rad bude transparentan, da inzistira da javna tijela također budu odgovorna i da se bore protiv korupcije.

*Može doprinijeti od toga kakve zakone donosi do toga da se sama ponaša na način da sve bude transparentno i dostupno te da inzistira da se javna tijela, od ministarstava do državnih tvrtki, ponašaju na način da budu odgovorni i transparentni, da se maksimalno smanji korupcija, da se detektira ako postoji i da se ukloni, a ne da se stavlja pod tepih. To su neke stvari koje Vlada radi i treba nastaviti raditi.*

(predstavnik javnog sektora)

*Vlada u ovom momentu vođenja te nacionalne platforme i strategije treba jače iskoraknuti, preuzeti ulogu upravljanja, vidjeti s ostalim ministarstvima gdje su ta mjesta gdje se može jače potaknuti, na mjestima javne nabave i druge poticaje, da uistinu ta praksa jača u Hrvatskoj. Samim time tvrtke će imat veću konkurentnost na europskom tržištu, a time se razvija naša zemlja i radna mjesta.*

(predstavnik poslovne zajednice)

*Vlada bi trebala preuzeti odgovornost nad DOP-om kao takvim. Znači, ako je Ministarstvo gospodarstva odgovorno, onda bi ministru Vrdoljaku ovo trebao biti prioritet.*

(predstavnik poslovne zajednice)



*Ta bi interakcija trebala biti intenzivnija nego što jest. Ne zagovaram to da bi gospodarstvo trebalo diktirati Vladi što da radi, nego treba postojati dijalog da bi se prepoznalo kakva je čija pozicija, s čim se tko susreće i što mora rješavati da bude još bolji.*

(predstavnik poslovne zajednice)

Neki sugovornici su spontano spomenuli i pozitivno ocijenili ulogu predsjednika u doprinosu DOP-u.

*O ulozi predsjednika po tom pitanju imam vrlo pozitivno mišljenje. Njegov bih angažman ocijenio ocjenom 4/5.*

(predstavnik civilnog sektora)

*Važno je istaknuti da postoji podrška razvoju DOP-a od strane predstavnika vlasti. U tom je smislu četvrtoj Nacionalnoj konferenciji o društveno odgovornom poslovanju pokrovitelj bio predsjednik Republike Hrvatske prof. dr. sc. Ivo Josipović.*

(predstavnik poslovne zajednice)

Jedna od kritika sugovornika poslovne zajednice upućena javnom sektoru jest ta da se zakoni i propisi kojih se poslovna zajednica mora pridržavati donose i mijenjaju proizvoljno te ih se svi akteri ne pridržavaju jednako.

*Znači, nije problem imamo li regulativu ili ne, nego kako se ona provodi. Da bi se ona provodila na dobar način, prvo mora postojati nekakvo dugoročno strateško promišljanje. Nije problem u mijenjanju Ustava, problem je u mijenjaju Ustava kako ti paše. Znači, to nije promjena Ustava da bi svima nama bilo bolje, nego je to promjena Ustava jer to nekome u tom trenutku tako paše.*

(predstavnik poslovne zajednice)

Pripadnici civilnog sektora su također uputili kritiku nedostatku inicijative javnog sektora, posebice Vlade i Ministarstva gospodarstva za primjenu DOP-a.

*Moje mišljenje je da ne čini dovoljno, da je to prepustila privatnom sektoru da se bavi time na način na koji želi. Mislim da ne postoji neki kvalitetan sustav i mjere poticanja tvrtki da prepoznaju DOP kao nešto vrijedno i što može njima dugoročno koristiti. Koliko znam, Ministarstvo gospodarstva nema neku proaktivnu ulogu prema tvrtkama.*

(predstavnik civilnog sektora)

*Što se tiče Vlade, rekla bih da konkretnijih mjera, podrške, promocije pa čak ni razumijevanja nema. Tu prestaje taj put prodiranja, Vlada bi trebala ohrabrivati, morala bi pokazati da je to bitno, morala bi uključivati poslovni svijet u promišljanja i izradu propisa, a s druge strane brinuti i da sve to prođe*



*kroz javnost. Uloga Vlade je u prvom redu u izradi a onda i u provedbi strategija i propisa, i u oba ta segmenta treba jačati dijalog ali i pokazati uvažavanje za DOP. Vlada bi svakako trebala biti jače involvirana.*

(predstavnik civilnog sektora)

#### **4. Konkretno mjere i aktivnosti koje se poduzimaju za primjenu DOP-a s naglaskom na razloge, motive i koristi kao i najveće izazove u primjeni DOP-a**

Po pitanju konkretnih mjera i aktivnosti koje provode, ispitanici naročito ističu sudjelovanje u europskim projektima kao što je UN Global Compact. Ističu se i sudjelovanja u projektima kao što su Indeks DOP-a i Nacionalna mreža za DOP, a naročito se ističu suradnje sa HRPSOR-om (Hrvatski poslovni savez za održivi razvoj) i HGK-om (Hrvatska gospodarska komora). Tu je bitno istaknuti važnu komponentu prenošenja znanja i vještina koju sudjelovanje u tim projektima uključuje.

*Priču čime se točno bavimo možemo gledati s dvije strane. Dakle, preko Global Compacta smo radili na razvoju mreže za DOP. S druge strane, surađujemo s privatnim sektorom.*

(predstavnik civilnog sektora)

*Tu smo krenuli u suradnju s HRPSOR-om i dalje surađujemo s njima. Ono što sada kao nadogradnju imamo je da smo nositelji Global Compacta, UN-ove inicijative za DOP. Uz aktivnosti koje smo imali za potrebe članstva, od 2010. do 2012. godine smo imali set aktivnosti. Uz Indeks DOP-a, gdje je sudjelovalo 7 institucija, radilo se 5 modula. Prvi put se u Hrvatskoj na internetskom portalu moglo dobiti sve informacije o DOP-u. Oformljena je Nacionalna mreža za DOP koji je neki oblik "think-thanka" gdje možemo razmatrati što je potrebno dalje unaprijediti. Odrađena je 3. i 4. Nacionalna konferencija o DOP-u. Ono što je najznačajnije, napravljen je prijedlog strategije za DOP.*

(predstavnik poslovne zajednice)

*Osobno već nekoliko godina sudjelujem u završnom ocjenjivanju Indeksa DOP-a koje u suradnji provode HRPSOR i Gospodarska komora. Moderatorski sudjelujem na tim radionicama čija je svrha bila potaknuti sudjelovanje javnosti u provedbi IPPC direktive u Hrvatskoj, uredba o provedbi objedinjenih uvjeta zaštite okoliša.*

(predstavnik civilnog sektora)

Predstavnici civilnog sektora navode ulogu poveznice civilnog sektora i poslovnog sektora, koju imaju njihove organizacije, ponovno naglašavajući potrebu integrativnog pristupa DOP-u.



*Često neke firme imaju određenu svotu novaca koje misle potrošiti na DOP. Mi često surađujemo s njima, budemo njihova poveznica s civilnim sektorom koji ima neke ideje, a mi te ideje upotpunimo i oblikujemo na način da to privatnom sektoru bude prihvatljivo koristeći ugled svoje organizacije. Koristimo svoju snagu da se NGO sektor etablira i da napravi neke super projekte, a s druge strane da privatni sektor te novce stvarno usmjeri nekamo gdje to ima smisla.*

(predstavnik civilnog sektora)

*Naše je djelovanje uvijek ili najčešće usmjereno na sva tri sektora, ne samo na poslovnu zajednicu. Moramo svi doprinositi i u tome je smisao. Tek u interakciji svih sektora i njihovu uvažavanju možemo razvijati DOP.*

(predstavnik civilnog sektora)

Po pitanju aktivnosti koje njihova poduzeća poduzimaju za primjenu DOP-a, predstavnici poslovnoga sektora naglašavaju vezu s civilnim društvom i lokalnom zajednicom, koju njihovo poduzeće podupire.

*Mi surađujemo s civilnim društvom tako da financiramo projekte određenih udruga koje odgovaraju nekim našim pogledima na svijet. Među ostalim, mi smo 4 godine zaredom promovirali dva projekta vezana za korupciju i jedan izrazito vezan za ljudska prava.*

*Imamo rijetko dobru suradnju s lokalnom zajednicom i s lokalnim civilnim sektorom u Lepoglavi. Ti ljudi jednostavno prihvaćaju da mi tamo zapošljavamo ljude i da ti ljudi bez nas ne bi imali posla, pa onda znaju da smo mi potrebni.*

(predstavnik poslovne zajednice)

*Kada govorimo o ulaganju u zajednicu, tu imamo 4 strateška cilja; zaštita vode i vodnih potencijala, ulaganje u razvoj mladih, ulaganje u zdrave stilove života i pomoć kod nekih prirodnih katastrofa. Lokalno smo u Hrvatskoj prilagodili ulaganje u tradicijske vrijednosti hrvatskog društva jer smatramo da je naše poduzeće u Hrvatskoj hrvatska tvrtka i da ćemo kroz takve programe pokazati i potrošačima i svim dionicima da svoje poslovanje ozbiljno shvaćamo i da želimo biti dio lokalne zajednice.*

(predstavnik poslovne zajednice)

Predstavnici poslovnog sektora također ističu svoje aktivnosti po pitanjima zaštite i ulaganja u radnike, brige za okoliš, energetske učinkovitosti, poštenog ponašanja na tržištu i inovativnosti u primjeni DOP-a.

*Ono što se sasvim sigurno pokazalo kao dobrim naše je ulaganje u radnike jer stvara vrlo kvalitetne stručnjake koje mi na žalost ne možemo uvijek zadržati, pa oni nalaze lako zaposlenje negdje drugdje.*



*Znamo da znamo ulagati u radnike i proizvodnju. Naša energetska učinkovitost je uistinu energetska učinkovitost u smislu smanjenja troškova.*

*Mogu reći da mi u Hrvatskoj jesmo inovativni. Mogu reći da u svijetu nitko nije išao u borbu protiv korupcije kao mi u Hrvatskoj. Vrlo smo inovativni što se tiče kreiranja sponzorskih natječaja. Drugo, vrlo smo inovativni što se tiče našeg izvješćivanja. Ideja je da bez kreiranja i utjecaja na javne politike ne možemo biti društveno odgovorni jer ne možemo poslovati nikako.*

*(predstavnik poslovne zajednice)*

*Pokušavamo svesti svoj utjecaj na okoliš na minimalno. Osim što stalno smanjujemo količinu vode i energije koja je potrebna za proizvodnju pića, ulažemo u nove tehnologije, uvodimo standarde ekološke vožnje, ulažemo u hladnjake koji ne štete ozonskom omotaču.*

*Nastojimo svim svojim zaposlenicima omogućiti uvjete u kojim će se razviti do svog punog potencijala, odnoseći se prema njima s poštovanjem, poštujući njihova prava.*

*Prenosimo svoje dobre prakse i na naš lanac dobavljača. Bitno nam je da se dobavljači prema svojim radnicima odnose fer, da imaju uvedene standarde kvalitete jer to doprinosi i kvaliteti naših proizvoda koje nudimo potrošačima koja mora biti najviša moguća. Brinemo i o poštenim odnosima na tržištu.*

*(predstavnik poslovne zajednice)*

Što se tiče akademske zajednice, sugovornik nije imao informaciju o konkretnim mjerama i aktivnostima koje akademska zajednica primjenjuje po pitanju DOP-a, već je istaknuo da su to uglavnom osobne inicijative i angažmani.

*Koliko sam ja upoznat, te se mjere isključivo svode na inicijative pojedinaca i osobni angažman. To znači da po pojedinim fakultetima praksa uključivanja DOP-a u kurikulum značajno varira. Čuo sam da sveučilište razmišlja o Izvješću o održivosti, ali za sada je cijela priča u inicijaciji i sa mnom su tek neformalno kontaktirali. Inače, situacije je slična svugdje u svijetu i u tom smislu smo u nekim aktivnostima čak ispred svjetskog prosjeka.*

*(predstavnik akademske zajednice)*



Predstavnici javnog sektora kao svoje aktivnosti koje poduzimaju za primjenu DOP-a iznose naročite napore u smjeru smanjenja korupcije i povećanja transparentnosti svog rada kao svoje aktivnosti u DOP-u, dok neki ističu svoje djelovanje u antidiskriminacijskom postupanju na tržištu rada, a i općenito. Također, jedan sugovornik naglašava aktivnost svojeg ministarstva kao jednog od integrativnih faktora povezivanja različitih sektora u širenju DOP-a u Hrvatskoj.

*Mi doprinosisimo na način da sve svoje natječaje po kojima radimo i sve odluke koje se donose vezane uz naše ministarstvo transparentno objavljujemo uz poznate uvjete, rokove i ostalo.*

(predstavnik javnog sektora)

*Naš je ured organizirao okrugli stol vezan za unapređenje politike DOP-a i u privatnom i javnom sektoru koji je bio dobro prihvaćen. Zadnji dokument koji smo izdali je Nacionalni program zaštite i promicanja ljudskih prava za 4 godine. Ima 30 prioriteta, između ostalog i zaštitu prava najranjivijih skupina (osobe s invaliditetom, s mentalnim oštećenjem, osobe starije životne dobi). Suzbijanje diskriminacije, pa čak i na tržištu rada, usmjereno je na te radne skupine te se transversalno provlači kroz cijeli dokument. Na taj se način doprinosi DOP-u.*

(predstavnik javnog sektora)

*Ministarstvo je u poziciji dvogodišnjeg predsjedanja Nacionalnom mrežom za DOP koja je sastavljena od organizacija javnog, privatnog i civilnog sektora i okuplja razne dionike zainteresirane za razvoj društveno odgovornog poslovanja (DOP). Ministarstvo aktivno sudjeluje, prati i uključuje se u sve inicijative vezane za širenje DOP-a u RH. Ove je godine ministarstvo dalo podršku održavanju 4. Nacionalne konferencije o društveno odgovornom poslovanju. Sufinanciralo je „Zbirku projekata prijavljenih za Europsku nagradu za DOP 2013. godine“, u izdanju Hrvatskog poslovnog savjeta za održivi razvoj. Od strane našeg ministarstva poduzete su i prve aktivnosti vezane za izradu Strategije o DOP-u.*

(predstavnik javnog sektora)

#### **4.1. Razlozi, motivi i koristi od primjene DOP-a**

Mišljenja sudionika o razlozima, motivima i koristima za primjenu DOP-a su podijeljena. Većina sudionika civilnog sektora tvrdi da se odgovorno poslovanje ne primjenjuje zbog visoke razine osviještenosti prema zajednici, već zbog prikrivenog marketinga, imidža i obaveze poduzeća-podružnice prema matičnom inozemnom poduzeću.

*Druga strana priče primjena je DOP-a za prikriveno oglašavanje. Taj je drugi pristup još uvijek u većini.*

(predstavnik civilnog sektora)



*Mislim da je to stvar koja doprinosi imidžu poduzeća i da u konačnici, kada se sklapaju neki poslovni odnosi, to nije nebitno. Kad birate partnera, nije vam nebitno tko je on, kakav imidž ima, koliko je transparentan, jesu li njegovi financijski pokazatelji poslovanja uopće dostupni.*

(predstavnik javnog sektora)

*Žao mi je što moram reći da pretežni dio ne proizlazi iz visoke osviještenosti, nego iz obaveze prema matičnoj kompaniji koje u tome i prednjače.*

(predstavnik civilnog sektora)

S druge strane, akademska i poslovna zajednica tvrde da poduzeća primjenjuju DOP s ciljem stabilnog i uspješnog poslovanja gdje pritom uzimaju u obzir ljudska, ekološka, financijska i etička pitanja.

*Što se tiče motiva, mi procese DOP-a koristimo kao upravljačke procese. Postoje neki sustavi ispitivanja kvalitete i same vrijednosti organizacija i vrijednosti pojedinaca kroz sustav 360. Nama je to upravljački alat bez kojeg ne mogu procjenjivati koliko smo napredovali u određenom području i odrediti planove poslovnog razvoja, a bez njega i napraviti plan korporativnog razvoja.*

(predstavnik poslovne zajednice)

*Između ostalog, naš posao kao menadžera nije biti bolji od Pape, nego osigurati da naša tvrtka stabilno posluje. To je prvenstveni cilj. Ne možemo dopustiti da naši kamioni ugrožavaju ljudske živote ili živote onih koji se šecu po cesti. To je zato što bi žrtva čovjeka bila jako težak poslovni udarac.*

*DOP, ako je stvarno baziran na strateškom planiranju same tvrtke donosi korist, ali ne možemo zanemariti da tržište izvana diktira uvjete na koje morate moći odgovoriti. Ako jedino vi radite na ovaj način, a svi ostali na ilegalan način, onda se vi tržišno s njima ne možete nositi. I ne zato što ste društveno odgovorni, nego jer tržište tolerira one koji su nekvalitetni.*

(predstavnik poslovne zajednice)

#### **4.2. Izazovi u primjeni DOP-a**

Govoreći o izazovima u primjeni DOP-a, sugovornici navode potrebu da se DOP-a „približi“ prije svega malim i srednjim poduzećima kako u podizanju svijesti o njegovoj važnosti, tako i prijenosu znanja i postojećih primjera dobre prakse.

Sugovornici prepoznaju problem kako politike DOP-a integrirati u poslovne procese na način da oni postanu dugoročna rješenja. Loše gospodarske prilike brojnim poduzećima ne ostavljaju mnogo resursa za ulaganje u DOP, a i često ne znaju kako ih adekvatno usmjeriti.





Borba protiv korupcije zauzima svakako važan dio aktivnosti u nastojanju da se omogući ravnopravna tržišna „utakmica“, jer se u suprotnom bitno smanjuje konkurentnost poduzeća. Uvjeti smanjenja konkurentnosti ugrožavaju stabilnost poduzeća što svakako utječe na praksu DOP-a samog poduzeća.

Što je trenutno najveća prepreka u primjeni DOP-a?

*Funkcioniranje tržišta, jer ako netko drugi s vrlo malim mitom dobije posao, kako nagovoriti sebe da to isto ne napravim pa da dobijem posao, makar jednom u životu. Predvidljivost, transparentnost i odgovornost. Moramo imati predvidljiv razvoj situacije, jer onda jednostavno samo strateškim planiranjem odgovarate na to. Ako se to mijenja kako se kome „zbrčne“, onda vi to ne možete predvidjeti i samo čekate što će netko odlučiti. Znači, vi njemu dajete vrlo veliku važnost u sustavu koju on zapravo i nema.*

(predstavnik poslovne zajednice)

## 5. Ključne spoznaje dubinskih intervjua

- Okruženje za primjenu DOP-a u Hrvatskoj ocijenjeno je uglavnom negativno i nepoticažno uz opasku kako se mijenja na bolje, ali prilično sporo te više kao rezultat „prepisivanja“ inozemne prakse, a ne kao rezultat nacionalne inovativnosti.
- Javni i poslovni sektor označeni su kao ključni subjekti za kreiranje poticajnog okruženja primjene DOP-a, uz naglasak primarne uloge javnog sektora u kreiranju normativnog i institucionalnog okvira koji bi na direktan način kreirao „pravila igre“ primjene DOP-a u Hrvatskoj.
- Od Vlade se očekuje puno više inicijative, za razliku od trenutno inertne i pasivne pozicije.
- Integrativni pristup, odnosno međusektorska suradnja označena je kao iznimno važna i jedini način koji može omogućiti primjereni razvoj prakse DOP-a u Hrvatskoj.
- Aktualni zakonodavni okvir označen je kao nedorečen i manjkav uz opasku kako se postojeća zakonska rješenja, koja posredno definiraju područja primjene DOP-a, često ne primjenjuju.
- Sugovornici percipiraju primjenu DOP-a iznimno važnom za stabilnost poslovanja poduzeća, no naglašavaju kako je praksa često „prepuštena“ dobrim pojedinačnim slučajevima, a ne sustavnoj praksi u Hrvatskoj.
- Svojevrsni lideri dobre prakse DOP-a su velika inozemna poduzeća koja po inerciji transferiraju znanje i praksu u svoje hrvatske podružnice, tvrtke kćeri.



- Praksa DOP-a u Hrvatskoj se generalno opisuje više kao kratkoročno upravljanje imidžem i ugledom poduzeća, odnosno njegov svojevrsni *face-lifting*, a ne kao posljedica stvarne osviještenosti i dugoročnog promišljanja.
- Sugovornici smatraju kako se praksa DOP-a često ograničeno shvaća isključivo kroz prizmu filantropije, a ne u njezinoj sveobuhvatnosti.
- Nedovoljno prepoznata važnost primjene DOP-a zahtijeva snažne promotivne aktivnosti.



## VI. ZAKLJUČCI I PREPORUKE

Za sudjelovanje u ovom istraživanju poslovni sektor je iskazao vrlo slab interes, o čemu govori podatak da je povrat ankete iznosio samo 4 %. Iako možemo pronaći više mogućih razloga za ovako slab interes, kao što su to godišnji odmori te relativno velik broj sličnih istraživanja koja uglavnom traže angažman istih zaposlenika, što stvara određeni pritisak i nedostatak vremena, sigurno je da se razlog ovakvom odazivu mora tražiti u niskom interesu poslovnog sektora za teme društveno odgovornog poslovanja koji je takav jer poduzeća još uvijek jasno ne vide poslovne koristi od primjene DOP-a.

Istraživanje je provedeno na relativno malom uzorku koji ne predstavlja prosječni uzorak hrvatskog gospodarstva jer je za očekivati da su se na ispunjavanje ankete odlučila uglavnom ona poduzeća koja se DOP-om bave ili imaju interesa za unapređenje u ovom području. Veličina uzorka također je utjecala na to da su pojedini sektorski rezultati (prije svega za sektore Rudarstvo i Vađenje te Poslovanje nekretninama, zatim poduzeća u državnom vlasništvu te ona poduzeća koja posluju na isključivo stranim tržištima), rađeni na vrlo malom uzorku te ove rezultate treba uzeti s rezervom više kao smjernice nego kao egzaktno pokazatelje.

Rezultati pokazuju da značajno veći broj poduzeća koja ulaze u kategoriju velikih imaju saznanja o DOP-u; također, poduzeća koja posluju u kategoriji okolišno intenzivnih industrija imaju bolja saznanja o DOP-u (kao što je to npr. Rudarstvo i vađenje i Prerađivačka industrija). Na kraju, bolje poznavanje DOP-a pronalazimo kod onih poduzeća koja posluju na stranim tržištima. Velika poduzeća također se DOP-om bave dulji niz godina, dok su mala i mikro poduzeća počela ovu praksu nedavno, često tijekom proteklih godinu dana.

Odjeli koji se bave DOP-om postoje u najvećem dijelu velikih poduzeća te kod manje od četvrtine malih odnosno mikro poduzeća. Iako u postotnom iznosu državni sektor pokazuje bolje rezultate u ovom pitanju, zbog nerazmjernog je uzorka veći broj privatnih poduzeća koja imaju definirani odjel koji se bavi DOP-om. Također, sektorski su najbolji rezultati u resursno intenzivnim industrijama te kod poduzeća koja posluju na stranim tržištima. Odjeli koji vode brigu o DOP-u najčešće su odjeli Korporativnih komunikacija i odnosa s javnošću te Ured glavnog direktora. Ovo pokazuje da veći dio poduzeća još uvijek ne zna na koji način primijeniti DOP te da on često nije dio poslovne strategije, već pitanje komunikacije i reputacije.

Prioritetne teme u DOP-u poduzećima u Hrvatskoj su prije svega briga za zaposlenike, a slijedi odnos prema lokalnoj zajednici i pošteno poslovanje. Velikim je poduzećima odmah nakon brige za zaposlenike rangirana briga za okoliš dok kod malih i srednjih, od okoliša je važnije pošteno poslovanje.

Velika većina poduzeća smatra da se zaposlenicima ukazuje potrebna briga i u smislu uravnoteženja privatnog i poslovnog života te su u smislu obrazovanja, nešto lošiji rezultati u zapošljavanju osoba s invaliditetom, iako je i na ovo pitanje relativno visoki broj ispitanika odgovorio pozitivno. Visok je udio i onih koji smatraju da se njihova poduzeća brinu za sigurnost i zdravlje na radnom mjestu te da promiču nediskriminativnu politiku. Također, veći ih broj provodi konzultacije sa zaposlenicima. U poduzećima u Hrvatskoj dozvoljeno je udruživanje i uključivanje u proces društvenog dijaloga zaposlenika te je zabranjen



rad djece. Ovdje nam se čini da je relativno visok postotak pozitivnih odgovora vezanih uz zapošljavanje osoba s invaliditetom iako su iskustva organizacija civilnog društva koje se bave zapošljavanjem osoba s posebnim potrebama značajnije lošija tako da ove rezultate treba uzeti s rezervom te je pretpostavka da ispitanici nemaju dovoljno dobra znanja o standardima dobre prakse kada procjenjuju poslovanje svojih poduzeća.

Ljudska prava se gotovo u potpunosti poštuju prema iskazu ispitanika, poduzeća u velikoj mjeri imaju vlastite politike poštivanja ljudskih prava te su pitanja ljudskih prava uključena u strateške procjene prilikom planiranja. Iako u Hrvatskoj nema značajnijih kršenja ljudskih prava ili upravo baš zato, iznenađuje visina deklariranog postotka postojanja politika i učešća pitanja ljudskih prava u poslovnom planiranju. Zbog statističkih pokazatelja kao što su to jednakost spolova ili prava zviždača moramo konstatirati da kad razmišljaju o ljudskim pravima, i ovdje kao i kod zapošljavanja osoba s invaliditetom ispitanici nemaju dovoljno spoznaja o dobroj praksi te ne uključuju ovdje brojne oblike kršenja ljudskih prava koja nisu od egzistencijalnog pitanja kao što su to pitanja spolne i rodne ravnopravnosti, spomenuta pitanja žena i brojna druga. Stoga nam se čini da upravo obrazovanje i senzibilizacija o tome što sve jesu područja koje obuhvaćaju ljudska prava može pomoći boljem razumijevanju ovog pitanja što bi, vjerujemo, utjecalo i na realnije odgovore u ovom upitniku.

Sva su velika poduzeća potvrdila svoje ulaganje u lokalne društvene inicijative, a ovaj broj očekivano je manji što je manja veličina poduzeća. Kao i u svim društveno odgovornim inicijativama, lošiji su rezultati u neproizvodnim sektorima te u poduzećima koja posluju na domaćem tržištu. Poduzeća u većem postotku ulažu u obrazovanje i amaterski sport nego u kulturu i profesionalni sport. Ulaže se i u lokalne infrastrukturne projekte.

Okolišne teme vrlo su dobro percipirane te čak 92 % ispitanih ulaže u energetska učinkovitost posebno velikih i srednjih poduzeća te proizvodnih i onih koja izvoze. Za smanjenje potrošnje resursa brine čak 81 % poduzeća i to ponovno srednja i velika češće te ona u državnom vlasništvu kao i ona koja izvoze. Poduzeća također provode mjere smanjenja utjecaja na okoliš u 78 % slučajeva, češće kod velikih poduzeća te češće državna i to ona koja izvoze. Isto je i sa sustavom recikliranja otpada te uvođenjem sustava upravljanja okolišem gdje i ove certifikate češće imaju velika poduzeća, proizvodna poduzeća te ona koja izvoze. Kao i kod ljudskih prava te zapošljavanja osoba s invaliditetom, moguće je da se pozitivni odgovori u određenom broju slučajeva temelje na pojedinim aktivnostima, a ne nužno na sustavnoj dobroj praksi.

Vrlo je visok postotak ispitanika koji su odgovorili da su im etički, društveni i okolišni kriteriji dio poslovnih politika kupnje, prodaje i ugovaranja. Postotak od 75 % vrlo je visok te bi trebalo provjeriti koliko su sistematizirani ovi kriteriji ako se koriste te koliko snažan utjecaj mogu imati na konačan odabir dobavljača te odabir kupaca i partnera. Na isti način i sljedeće pitanje koje govori o 55 % poduzeća koja kontroliraju svoje dobavljače s aspekta društvenih i okolišnih učinaka trebalo bi provjeriti u praksi temeljem postojanja stvarnih kriterija koji imaju učinak na odabir dobavljača. Trećina poduzeća, a čak dvije trećine velikih poduzeća,



izjavilo je da ima obuku dobavljača o nekom obliku društveno odgovornog ponašanja. Ponovno je i ovdje rezultat najbolji kod proizvodnih poduzeća te kod poduzeća koja posluju na stranim tržištima.

Dvije trećine poduzeća utvrđuje rizike te provodi praksu obuke protiv korupcije i iznude te imaju uspostavljene procedure rješavanja sukoba interesa. Također ih više od pola ima uspostavljene procedure za antikompetitivno ponašanje te ih više od pola imaju pravni lijek u slučaju kršenja ljudskih prava.

Poduzeća najčešće primjenjuju DOP zbog kulture poduzeća te zbog motivacije zaposlenih. Malim i srednjim poduzećima na trećem mjestu je stav direktora, dok je kod velikih to strah od gubitka reputacije. Također, jedino velika poduzeća su u manjem postotku odgovorila da se DOP-om bave zbog kampanja nevladinih organizacija. Državna poduzeća pak u manjoj mjeri brinu zbog gubitka reputacije. Vlada i njezine aktivnosti ne utječu značajno na primjenu DOP-a. DOP su češće prihvatila velika poduzeća, a uvijek je DOP odgovor na neke vanjske utjecaje bez obzira dolaze li od klijenata, kupaca, investitora ili slično.

Dvije trećine poduzeća poznaje bar neki od instrumenata DOP-a, a najpoznatiji su OECD-ove smjernice za poslovanje i ljudska prava, dok odmah iza slijedi Indeks DOP-a. Upoznati su još s Global Compactom, GRI-jem te ISO 26000. Malo više od polovine koristi neki od ovih alata, a najčešće je to Indeks DOP-a te Global Compact i GRI. U dobrovoljnim inicijativama sudjeluje 30 % ispitanih, a to su uglavnom velika poduzeća te prerađivački sektor. Najveći interes za ove dobrovoljne inicijative iskazan je u zadnjih 6 godina, a dio njih (20 %) prakticira sudjelovanje već više od 10 godina.

32 % poduzeća javno je objavilo svoju predanost DOP-u, 55 % ih je usvojilo kodeks ponašanja (86 % velikih) te ponovno najčešće industrijski sektori. Većina ih upoznaje i svoje dobavljače s kodeksom ponašanja, a svi oni traže od dobavljača da se ponašaju u skladu s istima.

O DOP-u izvještava 46 % poduzeća, najčešće putem interneta, a 19 % onih koji izvještavaju koristi zasebna izvješća. Vanjske dionike konzultira 51 % poduzeća, većinom velikih, a dionici koji se konzultiraju uglavnom su poslovne asocijacije, mediji te sindikati dok OCD konzultira 13 %, a 9 % ih se konzultira s Vladom.

Najčešći izazovi su nedostatak jasnih društvenih standarda u zakonodavstvu. Manji se češće žale na nedostatak vremena i resursa, dok veliki navode nemogućnost utjecaja na partnere te sukobe interesnih skupina. Dio ih je odgovorio pozitivno na poznavanje Vladinih politika, međutim nabrojane politike koje su naveli ne odnose se na politike DOP-a, već na okolišnu politiku te Strategiju DOP-a koja je u ranoj fazi izrade. Jedina Vladina politika Vlade koju su poduzeća ispravno spomenula odnosi se na borbu protiv korupcije, međutim i ona je usmjerena i na javna poduzeća i ona u državnom vlasništvu. Značajnija podrška DOP-u u Hrvatskoj od strane Vlade nije definirana, ne postoje jasni DOP kriteriji prilikom podrške poslovnim projektima sredstvima iz proračuna kao što su to sredstava koja dodjeljuju HBOR, Ministarstvo poduzetništva ili gospodarstva. Osim formalne zaduženosti za DOP u Ministarstvu gospodarstva, gotovo nikakve aktivnosti ovdje nisu zabilježene. Poduzeća općenito smatraju Vladine inicijative korisnima jer se na taj način podiže svijest. Očekuju od Vlade da uvede poticaje kao što su porezne olakšice te informiranje i nagrađivanje za



DOP. Stoga je najvažnija faza u razvoju DOP-a u Hrvatskoj jačanje uloge Vlade i Vladine politike za podršku DOP-u.

Budućnost DOP-a prema većini je pozitivna, očekuju jačanje utjecaja DOP-a, a najvažnija područja u budućnosti su okoliš, zaposlenici, zajednica i transparentno poslovanje. Poduzeća su također iskazala interes za dodatno obrazovanje po ovim temama.

Opći je dojam da su rezultati ovog istraživanja izvrsni te je teško procijeniti koliko su izjave dane u upitniku popraćene stvarno uspostavljenim sustavima, a koliko se one u stvarnosti temelje na pojedinačnim, nesustavnim slučajevima. Iskustvo te razina pozitivne prakse u Hrvatskoj govori nam da je više potonjeg. Upravo zato ovo istraživanje nam daje zaključiti, ako uzmemo u obzir da su u njemu sudjelovala uglavnom ona poduzeća koja smatraju da imaju praksu DOP-a, da je nedovoljna upoznatost s instrumentima i alatima DOP-a što poduzećima daje mogućnost da deklariraju postojanje prakse čak i onda kad ona nije usustavljena, već se radi o sporadičnim, možda i slučajnim događajima koji predstavljaju dobru praksu. Stoga preporučujemo kreiranje dodatnog obrazovanja poduzeća o ključnim temama jer je dojam istraživanja da je deklarativno puno viši postotak pojedinih tema nego što je to realno očekivati, dijelom zbog nedovoljnog razumijevanja i znanja o DOP-u.

Paralelno bi svakako trebalo učiniti pomake i u poticanju Vlade da kreira poticajne mjere i poticajno okruženje kako bi se DOP uz edukaciju počeo značajnije primjenjivati i u praksi. Stoga je za unapređenje DOP-a u Hrvatskoj potrebno povećati razinu svijesti, razviti poticajne mjere za koje je uglavnom odgovorna Vlada te treba sustavno raditi na jačanju angažmana javnog sektora po pitanju razvoja poticajnih mjera kao što su to olakšice u javnoj nabavi, javno isticanje najboljih i njihovo nagrađivanje, podrška postojećim inicijativama kao što su to Indeks DOP-a, konferencije, okrugli stolovi, javne rasprave i slične aktivnosti u funkciji poticanja DOP-a koje se već organiziraju, uglavnom u aranžmanu poslovnih udruženja. Poslovna udruženja za sada su jedini pokretači i motivatori DOP-a uz iznimku velikih međunarodnih korporacija kojih je ograničen broj, ali koje zbog svoje izvozne orijentacije već dulje vremenski razdoblje prate međunarodne inicijative i trendove. Dodatna edukacija poželjno bi uz poslovni sektor trebala obuhvatiti i ključne stručnjake iz resornih ministarstava kao što su to Ministarstvo gospodarstva, Ministarstvo poduzetništva, Ministarstvo zaštite okoliša, obrazovanja, financija i drugih. Ciklus obrazovnih aktivnosti trebala bi pratiti i snažna medijska kampanja koja će podići svijest šire javnosti o važnosti DOP-a i prihvaćanja alata DOP-a od strane poduzeća, što će povećati važnost posjedovanja nagrade kao što je Indeks DOP-a ili pak postojanje zasebnih izvješća o održivosti.

Istraživanje je neupitno pokazalo da je primjena DOP-a češća kod velikih poduzeća, što znači da su važni resursi, odnosno da će jačanjem osvještavanja poslovnih prednosti od primjene DOP-a resurse za ove aktivnosti pronalaziti i manja poduzeća. Naravno da je edukacija o DOP-u uglavnom primarno potrebna upravo kategoriji malih i srednjih poduzeća. Također, jača je primjena DOP-a kod tradicionalno okolišno opterećenijih poduzeća iz čega zaključujemo da su visoki standardi u zakonodavstvu poticajni u smjeru



primjene DOP-a te pritisak okruženja, primarno lanca vrijednosti što potvrđuje podatak da je DOP zastupljeniji kod poduzeća koja imaju izvoznu orijentaciju. Zato treba dugoročno raditi na jačanju pritiska lanca vrijednosti kako bi i poduzeća koja posluju pretežito na domaćem tržištu imala poslovnog opravdanja da snažnije ulažu u društveno odgovorno poslovanje.

#### **KLJUČNI ZAKLJUČCI:**

1. DOP više primjenjuju velika poduzeća, ona u proizvodnim i resursno intenzivnim sektorima te poduzeća koja posluju na izvoznim tržištima. Edukacija bi se trebala orijentirati na malo i srednje poduzetništvo.
2. Dojam je da rezultati istraživanja pokazuju bolje rezultate nego što je to stvarno stanje u Hrvatskoj. Pretpostavka je da su u istraživanju sudjelovala poduzeća kojima je ova tema bliska jer se njome bave, da je dio odgovora pozitivan zbog pojedinačnih dobrih primjera, a ne sustavno razrađene prakse što govori o potrebi dodatne edukacije.
3. Dodatna edukacija potrebna je i predstavnicima javnog sektora, odnosno kreatorima državnih politika iz područja ne samo DOP-a, već i porezne politike, javne nabave i ostalih poticajnih područja za društveno i okolišno pozitivnu poslovnu praksu kako bi se ojačali kapaciteti javne uprave za praksu DOP-a i kreiranje pozitivnih mehanizama.
4. Jačati važnost DOP-a u Vladinim institucijama i javnim poduzećima te ulogu DOP kriterija prilikom dodjele sredstava HBOR-a ili podrške projektima koje financiraju Ministarstva poduzetništva i gospodarstva. Potrebno je jačati poticajne mjere Vlade jer istraživanje pokazuje da se DOP najviše razvija kao posljedica vanjskih pritisaka kao što su to kupci, investitori, dobavljači i klijenti. Vladin utjecaj može biti značajan kroz kreiranje poticajnih mjera kroz zelenu javnu nabavu ili porezne olakšice ili pak kroz podršku nagrađivanju, boljem informiranju i općenito jačanju svijesti o prednostima DOP-a za poslovni sektor.
5. Potrebno je nastaviti i jačati promotivne aktivnosti kao što su postojeće konferencije, Indeks DOP-a, izrada publikacija, glasila, specijalne priloga u poslovnim tjednicima te jačati ulogu javnog sektora u ovim aktivnostima kako bi se pojačala svijest o važnosti ovih aktivnosti.



ISBN 978-953-97410-6-6



9 789539 741066



Hrvatska udruga poslodavaca (HUP)

Ulica Pavla Hatza 12

10 000 Zagreb

Tel: +385 1 4897 558

Faks: + 385 1 4897 592

[www.hup.hr](http://www.hup.hr); [hup@hup.hr](mailto:hup@hup.hr)

Internet stranica projekta: [www.csrforall.eu](http://www.csrforall.eu)

