

**Prijedlog Strategije društveno
odgovornog poslovanja
u Republici Hrvatskoj
za razdoblje 2012. - 2015. godine**

Sukladno naputcima Europske unije, objavljenim u Komunikaciji o DOP-u od 25. listopada, 2011. godine¹, **Društveno odgovorno poslovanje (DOP) je odgovornost poduzeća za svoj utjecaj na društvo.** Takvim pristupom, poduzeća dobrovoljno integriraju društvena i okolišna pitanja u svoje poslovne aktivnosti i interakciju s drugim dionicima. U Strategiji održivog razvitka RH u poglavlju Održiva proizvodnja i potrošnja ističe se društveno odgovorno poslovanje kao aktivnost koju treba poticati u narednom razdoblju radi osiguranja održivog razvoja. Također obrazovanje za DOP jedna je od instrumenata održivog razvoja. Strategija suzbijanja korupcije RH također prepoznaje Indeks DOP-a, kao učinkovitu mjeru smanjivanja korupcije u gospodarskom sektoru.

Društveno odgovorno poslovanje uključuje aktivnosti poduzeća izvan i iznad zakonskih zahtjeva prema društvu i okolišu. Određene zakonodavne mjere mogu, ako su pravilno postavljene, stvoriti poticajan okvir za poduzeća, da dobrovoljno primjenjuju svoju društvenu odgovornost.

Briga za primjenu zakonodavstva i kolektivnih ugovora sa socijalnim partnerima, preduvjet je prihvaćanja društvene odgovornosti. Za potpuno prihvaćanje DOP-a, poduzeća bi trebala u svoje poslovanje ugraditi procese koji će objediniti društvena, okolišna, etična pitanja, ljudska prava i odnose s potrošačima, u njihove (čije? Svoje) strategije i poslovne procese, blisko surađujući s dionicima s ciljem:

- Maksimalizacije stvaranja zajedničkih vrijednosti za vlasnike/dioničare kao i za druge dionike i društvo u cijelosti,
- Identificiranja, sprečavanja, prilagođavanja mogućih suprotnih učinaka.

Društveno odgovorno poslovanje je u interesu poduzeća

Strateški pristup DOP-u je vrlo bitan za konkurentnost poduzeća. Takav pristup može poduzeću pomoći u upravljanju promjenama, upravljanju rizicima, smanjenju troškova, lakšem pristupu kapitalu, razvoju odnosa s kupcima, upravljanju ljudskim resursima, poticanju inovacija.

Zbog toga DOP zahtjeva uključivanje svih unutarnjih i vanjskih dionika, omogućava poduzećima da lakše predvide i iskoriste promjenjiva društvena očekivanja i uvjete poslovanja. DOP može biti pokretač razvoja novih tržišta i stvaranja mogućnosti za razvoj i rast.

Uključivanjem DOP-a u poslovanje, poduzeća mogu razviti dugoročno povjerenje zaposlenika, kupaca i građana, kao osnovu za održivi poslovni model. Visoka razina povjerenja može pomoći da se za uzvrat stvori okruženje koje je poticajno za rast i razvoj.

DOP je u interesu cjelokupnog društva

Kroz DOP, poduzeća mogu značajno pridonijeti ciljevima sporazuma Europske unije (EU) o održivom razvoju i visoko konkurentnoj, socijalnoj tržišnoj ekonomiji. DOP potiče postizanje ciljeva strategije Europe 2020 za razuman, održiv i uključiv rast. Odgovorno poslovno upravljanje

¹ Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions: A renewed EU strategy 2011-14 for Corporate Social Responsibility, Brussels, 25.10.2011 COM(2011) 681 final

je posebno važno kad privatni sektor upravlja javnim uslugama. DOP nudi skup vrijednosti na kojima je moguće izgraditi jedinstveno društvo kao temelj za prelazak na održive ekonomske sustave.

Ekonomska kriza i društvene posljedice do neke su mjere narušile povjerenje potrošača u poslovni sektor. Pažnja javnosti premještena je u društvene i etičke vidove poslovanja poduzeća. Ulaganjem napora da se oživi model DOP-a upravo sada, postignut će se uvjeti koji će potaknuti održivi razvoj i rast, odgovorno poslovno ponašanje i stvaranje novih i drugačijih radnih mjesta kako kratkoročno tako i dugoročno.

EU naglašava određen broj faktora koji će pomoći povećanju utjecaja politika DOP-a:

- **Potreba za uravnoteženim međusektorskim pristupom koji uključuje stavove poslovnog sektora, ne-poslovnih dionika i predstavnika državne uprave;**
- Potreba da se jasno odredi koja su to očekivanja od poslovnog sektora te da se definicija DOP-a EU ujednači s novim, unaprijeđenim međunarodnim načelima i smjernicama;
- Potreba da se promovira nagrada za odgovorno poslovno ponašanje, primjerice kroz politike ulaganja i javne nabave;
- Potreba da se u obzir uzmu sheme uvođenja DOP-a koje su samostalno osmislila poduzeća za vlastite potrebe, koje predstavljaju važan način uvođenja DOP-a u poslovnom sektoru;
- **Potreba da se pozove na transparentnost poslovnog sektora kada su u pitanju društvena i okolišna pitanja sa stanovišta svih dionika, uključujući i sam poslovni sektor;**
- Potreba da se veća važnost prida ljudskim pravima, koja predstavljaju sve važniji dio DOP-a;
- Potreba da se prepozna uloga koju postojeće zakonodavstvo ima u stvaranju poticajnih uvjeta za dobrovoljnu primjenu društvene odgovornosti u poslovnom sektoru;

Unapređenje vidljivosti DOP-a i širenje dobre prakse

Davanjem javnog priznanja poduzećima za doprinos u DOP-u, javni sektor može pomoći razmjenu dobre prakse, potaknuti učenje od najboljih unutar struke i poticanje većeg broja poduzeća da razvijaju vlastiti strateški pristup DOP-u. Potrebno je potaknuti razvoj kapaciteta kao i kapacitete organizacija i institucija koje pružaju podršku malom i srednjem poduzetništvu kako bi se povećala dostupnost savjeta o DOP-u za malo i srednje poduzetništvo.

Uloga javne uprave i drugih dionika

Poslovni sektor trebao bi poticati razvoj DOP-a. Uloga javne uprave je pružanje podrške u razumnom odbiru kombinacije mjera dobrovoljne politike i, kad je potrebno, odgovarajućeg zakonodavstva, na primjer promocija transparentnosti, stvaranje tržišnih poticaja za odgovorno poslovno ponašanje kako bi se osiguralo odgovorno poslovanje.

Poduzećima treba dati prostora da inovativno razvijaju svoj pristup DOP-u koji je prihvatljiv u specifičnim uvjetima. Mnoga poduzeća ipak cijene dostupnost načela i smjernica koje podržava javni sektor, kako bi mogli uspoređivati svoje politike i prakse i kako bi se stvorila mogućnost usporedbe različitih praksi.

Sindikati i organizacije civilnog društva uočavaju probleme i rade pritisak kako bi se unaprijedila praksa, a poželjno je da surađuju konstruktivno s poduzećima u traženju rješenja. Potrošači i investitori nagrađuju društveno odgovorna poduzeća kroz potrošnju ili odlukama o ulaganju u njih. Mediji mogu povećati razumijevanje i pozitivnog i negativnog utjecaja poduzeća. Javna

uprava i drugi dionici bi trebali pokazati društvenu odgovornost, uključujući i svoj odnos prema poslovnom sektoru.

Važno je jačanje uloge državne uprave u promociji DOP-a, a učinak se postiže jedino ako se radi u partnerstvu s poslovnim sektorom. Preporučamo sljedeće aktivnosti:

- 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 washinga²“ 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 sa 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. Interes potrošača za DOP raste posljednjih godina, no još je vrlo nizak stupanj razumijevanja, često je prisutna potreba da se plati najniža cijena, te je kao problem uočen i nedostatak lako dostupnih informacija potrebnih za informirane odluke. Neka poduzeća su pioniri u pokušaju da se potrošače omogući da donose održive odluke. Podrška udruge potrošača DOP-u, bit će ključna u stvaranju konkurentne prednosti odgovornih poduzeća;**
- 7. Omogućiti bolju integraciju društvenih i okolišnih pitanja u postupak javne nabave a da se pri tome 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 o izvještavanju 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 da koriste metodologiju procjene životnog ciklusa proizvoda u mjerenju svojih okolišnih utjecaja, po uzoru na napatke EU. Sve organizacije privatnog, javnog i civilnog**

² Green-washing izraz je koji govori o izgrađivanju reputacije prema okolišu odgovorne organizacije dok se u stvarnosti ne poštuju propisi i norme zaštite okoliša.

sektora potiču 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)* kao i raditi na jačanju svjesnosti profesionalaca i poduzeća o važnosti suradnje na DOP-u;**
11. Podržati plan aktivnosti za promicanje DOP-a te izvještavati prema 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 poslovi 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 dio 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;

Uz ove aktivnosti usmjerene na djelovanje državnih tijela, potrebno je da se u suradnji s ostalim sektorima ulože napori u promociju, informiranje, te podizanje svijesti šire javnosti, ali i poslovnog sektora o važnosti DOP-a s ciljem:

1. Integracije DOP-a u sveukupne poslovne strategije, koje treba primijeniti na sustavan način i vodeći računa o interesima i potrebama različitih dionika;
2. **Snažnijeg strateškog pristupa razvoju poslovanja, posebice među srednjim i malim poduzećima te velikim kompanijama s koncentriranim vlasništvom. Taj se proces ubrzava odgovornim upravljanjem dobavljačkim lancem, uključujući i prijenos znanja s velikih na mala i srednja poduzeća;**
3. Transformacije deklarirane predanosti DOP-u i održivom razvoju iz korporacijskih izjava o viziji i misiji u eksplicitne i mjerljive poslovne ciljeve čime će se osigurati implementacija DOP-a;
4. Poboljšanja dvosmjerne, sustavne interakcije s dionicima, posebice u ranoj fazi razvoja programa (npr. procjena potreba neprofitnog sektora tijekom osmišljavanja programa korporativnog darivanja);
5. Osnaživanja samo-regulirajućih mehanizama poslovne etike, s fokusom na učinkovitu internalizaciju i primjenu;
6. Razmatranja mogućnosti formalizacije postojećih neformalnih suradničkih odnosa na DOP programima unutar različitih odjela, s ciljem veće stabilnosti i učinkovitosti DOP programa;
7. Osiguranja institucionalne veze između članova uprave i menadžera relevantnih odjela i programa, kako bi se smanjila važnost stila vođenja i osobne zainteresiranosti za DOP;
8. Uvođenja veće sinergije različitih područja rukovođenja u poduzeću, što DOP podrazumijeva, kao i obuhvatne procjene rizika, što se može postići povezivanjem

različitih sustava upravljanja rezultatima u području poslovnog procesa s ciljevima DOP-a/održivosti. Dodatno bi se primjena i nadzor mogli osnažiti integracijom vrednovanja rada svih zaposlenih, a posebice menadžera, timova i operativnih jedinica;

9. Sve redovitijeg, standardiziranog izvještavanja o DOP-u i održivosti onih poduzeća koja imaju kapacitete za sustavno upravljanje, što bi omogućilo postavljanje sektorskih, nacionalnih i međunarodnih mjerila i standarda. Također se preporuča primjena nekih od standardiziranih alata za uvođenje DOP-a poput norme ISO 26000 kao i sudjelovanja u Indeksu DOP-a;

Daljnje podizanje kapaciteta poslovnih udruženja uključenih u promociju i zagovaranje DOP-a i održivog razvoja može se postići u suradnji s međunarodnim organizacijama kroz:

1. Učinkovitiju primjenu samo-regulatornih mehanizama (etički kodeksi, kodeks korporativnog upravljanja) na razini poslovnih udruženja, kako bi se spriječilo njihovo obezvrjeđivanje;
2. Usredotočeniju raspravu o učinkovitim i primjenjivim anti-korupcijskim mjerama na razini poslovnih udruženja, popraćenu edukacijama i samo-regulatornim mehanizmima za poduzeća, razvijenima na temelju hrvatskog i iskustava iz drugih zemalja;
3. Usredotočeniju promociju DOP-a u upravljanju dobavljačkim lancem putem prikupljanja najboljih lokalnih praksi i pripreme specifičnih smjernica ili edukativnih paketa;
4. Kontinuiranu promociju izvještavanja o održivosti od strane poslovnih udruženja i međunarodnih agencija, uz moguću nagradu za najbolji godišnji izvještaj o DOP-u;
5. Širenje u hrvatskim regijama, kroz organizaciju lokalnih edukacija o DOP-u i korporativnom upravljanju pri lokalnim ograncima poslovnih udruženja;
6. Povećanje broja resursa dostupnih na internetu, s naglaskom na priručnike i praktične alate;
7. Povećanje pristupačnosti podrške za obrazovanje o DOP-u za mala i srednja poduzeća – izvještavanje i trening iz razvoja programa, smjernica i dobre prakse malih i srednjih poduzeća;
8. Sektorsku provjeru napretka svake dvije godine, koja bi rezultirala zajedničkim programom poticanja DOP koji povezuje interese i prioritete različitih poslovnih udruženja;
9. Predstavljanje rezultata lokalnih istraživanja o DOP-u i održivom razvoju, koju bi provodili domaći znanstvenici i praktičari kroz serije javnih prezentacija i seminara, i uz povećanu financijsku potporu takvim istraživačkim projektima od strane poduzeća;
10. Osiguranje održivosti i javnog utjecaja započetog projekta Indeksa DOP-a, HGK i HRPSOR-a;
11. Zajedničke zagovaračke inicijative prema Vladi, radi uspostave kvalitetnijeg i učinkovitijeg konzultativnog postupka u sklopu donošenja javnih politika koja se odnose na održivi razvoj i druga pitanja od interesa za poslovnu zajednicu;
12. Uspostava transparentnog i učinkovitog postupka odabira nezavisnih stručnjaka za verifikaciju izvještaja DOP-a od strane poduzeća. Preduvjet je dodatno profesionalno usavršavanje domaćih stručnjaka za DOP.

Podizanje svijesti o DOP-u među predstavnicima medija može rezultirati većom kvalitetom i širim opsegom informacija o DOP-u dostupnih javnosti. Predlažemo financijsku podršku Vlade i međunarodnih razvojnih programa za sljedeće aktivnosti:

1. Redovito uključivanje novinara i urednika u edukativne programe o DOP-u koje organiziraju poslovna udruženja ili javni sektor;
2. Integraciju sadržaja vezanih uz DOP u formalno obrazovanje novinara i u redovite programe neformalnog obrazovanja koje organizira Hrvatsko novinarsko društvo i druga profesionalna udruženja, ali i uvođenje ovih tema u redovite programe formalnog obrazovanja;
3. Pristupačnost financiranja nezavisnih projekata istraživačkog novinarstva, uključujući DOP, kako bi se uravnotežila situacija s prevagom tržišnih interesa vlasnika medijskih kuća;
4. Razmjena dobrih praksi s vodećim europskim poslovnim medijima koji su u partnerstvu s projektima izrade DOP indeksa i onima koji izvještavaju o vlastitim društveno odgovornim praksama.

Jačanje kapaciteta organizacija civilnog društva za uključivanje u partnerstva s poslovnim sektorom te za preuzimanje uloge vjerodostojnog i konstruktivnog kritičara zahtijeva niz smislenih investicija donatorskih organizacija i Vlade:

1. Povećanje kapaciteta organizacija civilnog društva za nezavisno praćenje korporativnih praksi vezanih uz DOP (umjesto jednokratnih akcija u slučajevima nesreća opasnih po okoliš);
2. Povećanje kapaciteta organizacija civilnog društva za informiranje i edukaciju poslovnog sektora o specifičnim stručnim područjima kao što su: zaštita ljudskih prava, zaštita okoliša, razvoj zajednica, humanitarni rad s posebnim ciljanim skupinama itd.);
3. Potpomaganje i nagrađivanje uspješnih međusektorskih partnerstva usmjerenih na razvoj zajednice;
4. Uključivanje civilnog sektora u javnu raspravu i rad mreže za DOP kako bi se otvorila komunikacija i povećao stupanj međusobnog razumijevanja i uvažavanja.