

DRUŠTVENO ODGOVORNO POSLOVANJE U BANKARSKOM SEKTORU REPUBLIKE HRVATSKE

Šinkovac, Anamarija

Undergraduate thesis / Završni rad

2024

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **Karlovac University of Applied Sciences / Veleučilište u Karlovcu**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:128:177539>

Rights / Prava: [In copyright](#)/[Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2024-09-13**



VELEUČILIŠTE U KARLOVCU
Karlovac University of Applied Sciences

Repository / Repozitorij:

[Repository of Karlovac University of Applied Sciences - Institutional Repository](#)



zir.nsk.hr



DIGITALNI AKADEMSKI ARHIVI I REPOZITORIJI

VELEUČILIŠTE U KARLOVCU
POSLOVNI ODJEL
STRUČNI PRIJEDIPLOMSKI STUDIJ UGOSTITELJSTVO

Anamarija Šinkovac

**DRUŠTVENO ODGOVORNO POSLOVANJE U BANKARSKOM
SEKTORU REPUBLIKE HRVATSKE**

ZAVRŠNI RAD

Karlovac, lipanj 2024.

Anamarija Šinkovac

**DRUŠTVENO ODGOVORNO POSLOVANJE U BANKARSKOM
SEKTORU REPUBLIKE HRVATSKE**

ZAVRŠNI RAD

Veleučilište u Karlovcu

Poslovni odjel

Prijediplomski studij Ugostiteljstvo

Kolegij: Društveno odgovorno poslovanje u hotelijerstvu

Mentor: mr. sc. Ivana Varičak, v. pred.

Matični br. studenta: 0248076783

Karlovac, lipanj 2024.

SAŽETAK

Ovaj rad istražuje ključne aspekte društveno odgovornog poslovanja u bankarskom sektoru Republike Hrvatske, usmjeravajući se na sveobuhvatnu sliku DOP-a u tom sektoru. DOP predstavlja neizostavan dio suvremenog poslovanja, naglašavajući odgovornost poduzeća prema društvu, okolišu i ekonomiji. Jasno je da bankarski sektor ima značajan utjecaj na društvo i gospodarstvo, čime stječe posebnu odgovornost u promicanju društvene odgovornosti. Kroz analizu integriteta, vrijednosti i misije banaka, rad donosi zaključak o njihovom doprinosu društvenom i ekološkom prosperitetu. Također, istražuje se kako banke provode inicijative i aktivnosti koje podržavaju DOP, uključujući ekološku održivost, financiranje društveno odgovornih projekata, etičko bankarstvo, obrazovanje klijenata i suradnju s društvenim partnerima. Prikazani su primjeri tri vodeće banke u Hrvatskoj: Zagrebačka banka d.d., Privredna banka Zagreb d.d. i Erste&Steiermärkische Bank d.d. Kroz analizu njihovih praksi i transparentnosti u vezi s DOP-om, rad ističe razlike i sličnosti u njihovim pristupima. Ovaj rad nudi, dakle, dublje razumijevanje DOP-a u bankarskom sektoru Republike Hrvatske. Pokazuje kako banke promiču DOP kroz svoje vrijednosti i aktivnosti, te naglašava važnost transparentnosti u njihovim praksama.

Ključne riječi: društveno odgovorno poslovanje, bankarski sektor, poslovanje, etičnost, okoliš, održivost

SUMMARY

This paper investigates the key aspects of socially responsible business in the banking sector of the Republic of Croatia, focusing on the comprehensive picture of CSR in that sector. CSR is an indispensable part of modern business, emphasizing the responsibility of companies towards society, the environment and the economy. It is clear that the banking sector has a significant impact on society and the economy, thus acquiring a special responsibility in promoting social responsibility. Through an analysis of the integrity, value and mission of banks, the paper draws a conclusion about their contribution to social and environmental prosperity. It also examines how banks implement initiatives and activities that support CSR, including environmental sustainability, financing socially responsible projects, ethical banking, customer education and cooperation with social partners. Examples of three leading banks in Croatia are presented: Zagrebačka banka d.d., Privredna banka Zagreb d.d. and Erste&Steiermärkische Bank d.d. Through the analysis of their practices and transparency in relation to CSR, the paper highlights the differences and similarities in their approaches. This paper therefore offers a deeper understanding of CSR in the banking sector of the Republic of Croatia. It shows how banks promote CSR through their values and activities, and emphasizes the importance of transparency in their practices.

Keywords: socially responsible business, banking sector, business, ethics, environment, sustainability

Sadržaj:

1.	UVOD.....	1
1.1.	Predmet i cilj rada.....	1
1.2.	Izvori podataka i metode prikupljanja.....	1
1.3.	Struktura rada.....	1
2.	KONCEPT DRUŠTVENO ODGOVORNOG POSLOVANJA.....	2
2.1.	Pojam društvene odgovornosti.....	2
2.2.	Povijest društvene odgovornosti.....	3
2.3.	Podjela i vrste DOP-a.....	5
2.4.	Alati DOP-a.....	7
2.5.	Positivni učinci i prednosti DOP-a.....	8
2.5.1.	Društvena odgovornost kao pozitivan imidž.....	9
2.5.2.	Važnost i uloga društvenog poslovanja.....	11
2.5.3.	Društvena odgovornost i uspješnost poslovanja.....	12
3.	DRUŠTVENO ODGOVORNO POSLOVANJE U BANKARSKOM SEKTORU.....	14
3.1.	Uloga bankarskog sektora u promicanju društvene odgovornosti.....	14
3.2.	Aktivnosti i obuhvat.....	16
3.2.1.	Ekološka održivost.....	17
3.2.2.	Financiranje društveno odgovornih projekata.....	18
3.2.3.	Etičko bankarstvo.....	19
3.2.4.	Obrazovanje i informiranje klijenata.....	20
3.2.5.	Suradnja s društvenim partnerima.....	21
4.	PRIMJERI DRUŠTVENOG ODGOVORNOG POSLOVANJA BANAKA I NJIHOVA ANALIZA.....	23
4.1.	Zagrebačka banka d.d.	24
4.2.	Privredna banka Zagreb d.d.	27
4.3.	Erste&Steiermärkische Bank d.d.	31
5.	USPOREDBA I ANALIZA PODATAKA.....	35
5.1.	Integritet, vrijednosti, misija.....	35
5.2.	Inicijative i aktivnosti.....	36
5.3.	Utjecaj na društvo i okoliš.....	37
5.4.	Izvješća i transparentnost.....	39
6.	ZAKLJUČAK.....	42
	LITERATURA.....	44
	POPIS PRILOGA.....	48

1. UVOD

Društveno odgovorno poslovanje (DOP) postaje sve značajnijom komponentom suvremenog poslovnog okruženja, čime se ističe potreba za analizom i razumijevanjem njegove primjene u različitim sektorima gospodarstva. Bankarski sektor ima poseban utjecaj na društvo i ekonomiju te stoga ima odgovornost prema društvu, okolišu i svojim klijentima. Ovaj rad posvećen je istraživanju i analizi DOP-a u bankarskom sektoru Republike Hrvatske.

1.1. Predmet i cilj rada

Predmet ovoga rada je društveno odgovorno poslovanje u bankarskom sektoru Republike Hrvatske. Cilj rada je istražiti koncept DOP-a u kontekstu bankarskog sektora Republike Hrvatske, analizirati ulogu i aktivnosti banaka u promicanju društvene odgovornosti te pružiti konkretne primjere i usporedbu praksi banaka u području društveno odgovornog poslovanja.

1.2. Izvori podataka i metode prikupljanja

Izvori podataka koji su korišteni za pisanje rada su podatci iz stručnih knjiga, službenih stranica te članaka. Metode prikupljanja koje su korištene u ovom radu su metoda analize i sinteze te metoda deskripcije.

1.3. Struktura rada

Ovaj se rad sastoji od šest cjelina. Nakon uvodnog dijela, u drugom poglavlju se istražuje koncept društveno odgovornog poslovanja, uključujući pojam društvene odgovornosti, povijest koncepta, podjela i vrste DOP-a, alate koji se koriste te pozitivne učinke i prednosti društveno odgovornog poslovanja. U trećem poglavlju, fokus je na DOP u bankarskom sektoru Republike Hrvatske. Razmatra se uloga bankarskog sektora u promicanju društvene odgovornosti te aktivnosti i obuhvat koje banke provode kako bi ostvarile svoje društveno odgovorne ciljeve. U četvrtom poglavlju prikazuju se primjeri banaka koje su se istaknule. Kroz analizu ovih primjera daje se uvid u konkretne prakse i inicijative koje su banke poduzele. U petom poglavlju slijedi usporedba i analiza podataka, pri čemu se ocjenjuje integritet, vrijednosti i misija svake banke, istražuju se inicijative i aktivnosti koje su poduzele, procjenjuje se njihov utjecaj na društvo i okoliš te analiziraju izvješća i transparentnost vezanu uz DOP. Konačno, u šestom poglavlju iznosi se zaključak rada.

2. KONCEPT DRUŠTVENO ODGOVORNOG POSLOVANJA

Većina će se potencijalnih partnera u današnjem, suvremenom poslovanju, prije odlučiti na poslovanje i suradnju s poduzećem koje ima reputaciju aktivnog promicatelja društvene odgovornosti. Izuzev toga, uslijed odgovornog djelovanja poduzeća prema zajednici, okolišu, tržištu ili svojim zaposlenicima, poduzeće polučuje pozitivne učinke od marketinga opće dobrobit, a to je definitivno jedan od najsigurnijih načina stvaranja pozitivnog imidža, dok danas suvremenom poslovnom svijetu dobar imidž, odnosno slika o kompaniji nerijetko predstavlja granicu između uspješnog i neuspješnog širenja na željena tržišta.¹ Stvaranjem pozitivne slike o kompaniji javljaju se i nove prilike za poslovanje kako na domaćem, tako i na vanjskom tržištu, pa stoga kompanije koje promoviraju društvenu odgovornost sa sobom donose novitete iz godine u godinu putem kojih predstavljaju nove norme unutar samog društveno odgovornog poslovanja.

Društveno odgovorno poslovanje (dalje: DOP) je danas, dakako, sve češća tema unutar i izvan multinacionalnih kompanija. DOP omogućuje dolazak do win – win situacije za korporacije, što znači poslovanje koje uključuje društvenu odgovornost, stjecanje novih korisnika, ali i pronalazak uspješnijih rješenja za poslovanje kompanije.

Društvena odgovornost sve je više prisutna kao jedan od pojmova o kojima se raspravlja u svijetu. DOP svakim danom postaje sve aktualniji među velikim korporacijama, ali također i među srednjim i malim gospodarstvenicima i poduzetnicima jer svi polako uviđaju da donosi konkurentsku prednost.² Suvremeno poslovanje nalaže implementaciju društvene odgovornosti u poslovanje, kao imperativ poslovnog upravljanja. Danas postoji nekoliko definicija društvene odgovornosti, pa je stoga potrebno sagledati što ona u biti jest i kako je povezana sa odgovornim poslovanjem u suvremenom svijetu.

2.1. Pojam društvene odgovornosti

Danas su najčešće tri definicije društvene odgovornosti:³

- „Europska komisija u svojim Smjernicama za politiku društvene odgovornosti poduzeća (EC White Paper on Corporate Social Responsibility, 2003.), društvenu

¹ Tafra, M. (2011): *Održivo poslovanje : koncepti, upravljanje, komunikacija*. Zaprešić: Visoka škola za poslovanje i upravljanje s pravom javnosti "Baltazar Adam Krčelić", str.113.

² Salarić, D., Jergović, A. (2012): Poduzetništvo i društveno odgovorno poslovanje. *Učenje za poduzetništvo*; 2(2): 295 – 301.

³ Ćorić, G. (2008): *Što je društvena odgovornost?*. Pomakonline – Magazin za društveni razvitak, URL: <http://www.pomakonline.com/content/view/100/60/> (10.09.2023.)

odgovornost poduzeća definira kao „koncept prema kojem poduzeće na dobrovoljnom principu integrira brigu o društvenim pitanjima i zaštiti okoliša u svoje poslovne aktivnosti i odnose s dionicima (vlasnicima, dioničarima, zaposlenicima, potrošačima, dobavljačima, vladom, medijima i širom javnošću).“

- Organizacija World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) koncept društvene odgovornosti poduzetnika opisuje kao „opredijeljenost gospodarstva da pridonosi održivom gospodarskom razvoju, radeći sa zaposlenicima, njihovim obiteljima, lokalnom zajednicom i cjelokupnim društvom na unapređenju kvalitete života“.
- International Business Leaders Forum (IBLF) smatra da je društvena odgovornost „promicanje odgovorne prakse u gospodarstvu koja gospodarstvu i društvu koristi te olakšava ostvarenje društvenog, gospodarskog, ekološki održivog razvoja maksimirajući pozitivan utjecaj gospodarstva na društvo, uz istovremeno svođenje negativnih učinaka na minimum.“

Danas se na unutarnjem i vanjskom tržištu sve češće javlja pitanje društvene odgovornosti, pa se i multinacionalne kompanije koje posluju na bilo kojem tržištu određuju kao društveno odgovorne. DOP pridonosi poboljšanju kvalitete življenja dionika, ali također ima pozitivne efekte i na održivi gospodarski razvoj. Naime, koncept pretpostavlja da kompanije dobrovoljno integriraju društvena, tj. okolišna pitanja u svoje poslovne aktivnosti i u interakciju s drugim dionicima.⁴

2.2. Povijest društvene odgovornosti

Cjelokupni koncept društveno odgovornog ponašanja se polako razvijao tijekom povijesti i zato je teško točno odrediti nastanak. Ipak, može se reći da se kao pojam, društvena odgovornost počela javljati 60-ih godina 20. stoljeća temeljem korporacijske filantropije. Usporedno s razvojem industrije, koja je koristila okoliš i ljude za ostvarivanje svojih ciljeva, odnosno profita, razvijala se dakako i svijest ljudi o potrebi zaštite tog istog okoliša i ljudi koji neposredno ili posredno pridonose uspjehu pojedine industrije.⁵ Intenzivniji rad na navedenom području u Europskoj uniji počinje od 2005. godine.

Razvoju društvene odgovornosti doprinijele su pak brojne organizacije, različiti događaji i inicijative koje se prikazuju u Tablici 1.

⁴ Ibid.

⁵ Ivić, P., Grubišić, D. (2013): Međuovisnost društveno odgovornog ponašanja i poslovne uspješnosti. *Poslovna izvrsnost: znanstveni časopis za promicanje kulture i kvalitetu poslovne izvrsnosti*; 7(2): 83 – 101.

Tablica 1 Razvoj društvenog poslovanja

Događaji u svijetu	Godina	Evolucija društvenog poslovanja
	1983/1984.	Osnovan Business in the Community (Gospodarstvo u zajednici - BiTC)
Izveštaj Gro Harlem Brundtland	1987.	Okrugli stol u Cuxu, osnovan Sustainability
Ujedinjenje Njemačke nakon pada Berlinskog zida	1990.	Osnovan IBLF (The Prince of Wales International Business Leaders Forum – Međunarodni forum poslovnih lidera princa od Walesa)
Sastanaku Riu	1991.	Oformljena Grupa za gospodarstvo Amnesty International
Shell Brent Spar	1992.	Osnovani WBCSD (World Business Council for Sustainable Development -Svjetski poslovni savjet za održivi razvoj) i BSR (Business for Social Responsibility - Poslovni svijet za društvenu odgovornost)
Nike/ dječji rad	1995.	Osnovan CSR Europe
Trobilančni koncept	1996.	ISO I4000: Svjetski gospodarski forum, Odjel za korporativno građanstvo
	1997.	SA 8000, Inicijativa za etično trgovanje, Globalna inicijativa za izvještavanja, Svjetska banka – Poslovni partneri za razvoj
	1998.	Vlada Ujedinjenog Kraljevstva – postavljen Ministar za DOP
	1999.	Globalna Sullivanova načela
	2000.	UN-ov Globalni sporazum
Skandali Enron i WorldCom UNDP-ov sastanak na vrhu o održivom razvoju	2001.	Zelena knjiga EU; WEF – Inicijativa za globalno korporativno građanstvo, Promocija europskog okvira DOP-a

	2002.	EU – Priopćenje o društvenoj odgovornosti poduzeća
	2003.	UNDP-ovi Milenijski razvojni ciljevi – Ekvatorska načela

Izvor: Bagić, A, Škrabalo, M, Narančić, L. (2006): *Pregled društvene odgovornosti poduzeća u Hrvatskoj*.

Zagreb: AED

U posljednjih dvadeset godina brojna poduzeća pokazuju sve veći interes za implementaciju društvene odgovornosti u svoje poslovanje kroz sljedeća područja:⁶

- okoliš – odgovornost prema okolišu je prioritet gospodarstva, s obzirom na probleme koji se javljaju uslijed pretjeranog iskorištavanja prirodnih resursa i uništavanja prirode, pa su s ciljem zaštite formirane brojne norme, pravila i smjernice o zaštiti okoliša
- norme upravljanja i poslovanja – problematika u sferi poslovnog upravljanja je aktualna s obzirom da u javnost izlazi sve veći broj afera koje se odnose na loše upravljanje koje direktno utječu na ulaganja u gospodarstvo
- ljudska prava – poveznica između gospodarstva i ljudskih prava je neraskidiva, jer su ljudska prava u poslovanju prisutna ponajviše kada je riječ o radu djece, ali i radnim pravima svih zaposlenika.

Sukladno navedenom jasno je kako poduzeća implementiraju društvenu odgovornost u svoje poslovanje kako bi zadovoljili potrebe tržište, odnosno kako im i sam razvoj društva i tehnologija nalaže, što je vidljivo i kroz povijesni pregled s ciljem održivosti na tržištu i postizanja konkurentske prednosti.

2.3. Podjela i vrste DOP-a

DOP postaje, dakle, sve važnijim aspektom suvremenog poslovnog svijeta. Ova poslovna paradigma prepoznaje da tvrtke imaju odgovornost prema društvu i okolišu u kojem djeluju, ne samo prema svojim dioničarima i profitu. Kako bi se bolje razumjelo područje DOP-a, važno je razmotriti njegovu podjelu i različite vrste. U nastavku rada se analiziraju ključne dimenzije DOP-a, istražujući kako tvrtke integriraju ekonomske, društvene, ekološke i etičke aspekte u svoje poslovne strategije. Kroz ovu podjelu, razmotrit će se kako DOP doprinosi održivom

⁶ Bagić, A, Škrabalo, M, Narančić, L. (2006): *Pregled društvene odgovornosti poduzeća u Hrvatskoj*. Zagreb: AED, str.13.

razvoju i društvenim promjenama te kako tvrtke mogu ostvariti konkurentske prednosti kroz implementaciju društveno odgovornih praksi.

Društveno odgovorno poslovanje može se podijeliti na:⁷

- ekonomska odgovornost: osnovna svrha ovog aspekta društveno odgovornog poslovanja je stvaranje ekonomske vrijednosti za tvrtku i njezine dioničare. To uključuje pridržavanje zakona i postizanje financijske održivosti.
- društvena odgovornost: fokus je na utjecaju tvrtke na društvo u kojem posluje, uključujući brigu o radnicima, zajednici i socijalnim pitanjima.
- ekološka odgovornost: ovaj aspekt društveno odgovornog poslovanja obuhvaća brigu o okolišu i smanjenje negativnih ekoloških utjecaja poslovanja.
- filantropija i volontarizam: uključuje donacije, sponzorstva, volontiranje i doprinose dobrotvornim organizacijama i zajednici.
- etika i transparentnost: tvrtke se obvezuju na etičko ponašanje i transparentnost u svojim poslovnim praksama.

Podjela DOP-a na ekonomsku, društvenu, ekološku, filantropsku, etičku i transparentnu odgovornost pruža cjelovit okvir za razumijevanje različitih aspekata kojima tvrtke mogu pridonijeti održivom razvoju i društvenoj odgovornosti. Ova raznolikost omogućuje tvrtkama da prilagode svoje strategije i aktivnosti prema specifičnim potrebama i izazovima svojih industrija i zajednica.

Vrste društveno odgovornog poslovanja mogu varirati ovisno o industriji, ciljevima i vrijednostima tvrtke. Neke od uobičajenih vrsta uključuju:

- korporativno volontiranje: zaposlenici tvrtke volontiraju u lokalnoj zajednici ili za dobrotvorne organizacije.
- okolišno održivo poslovanje: tvrtke se usmjeravaju na smanjenje ekološkog otiska, uključujući upotrebu obnovljivih izvora energije i smanjenje otpada.
- partnerstva s nevladinim organizacijama: suradnja s nevladinim organizacijama radi rješavanja društvenih ili ekoloških problema.
- etičko ulaganje: investiranje u tvrtke koje se pridržavaju visokih etičkih standarda.
- društveni marketing: promocija društveno odgovornih inicijativa kao dio marketinške strategije.⁸

⁷ Kotler, P., Lee, N. (2004): *Corporate Social Responsibility: Doing the Most Good for Your Company and Your Cause*. Wiley; Morsing, M., Schultz, M. (2006): Corporate Social Responsibility Communication: Stakeholder Information, Response and Involvement Strategies. *Business Ethics: A European Review*; 15(4): 323-338.

⁸ Crowther, D., Aras, G. (2008): *Corporate Social Responsibility*, URL: https://my.uopeople.edu/pluginfile.php/57436/mod_book/chapter/121631/BUS5116.Crowther.Aras.CSR.pdf%3

Različite vrste DOP-a omogućuju tvrtkama da prilagode svoj pristup društvenoj odgovornosti prema svojim resursima, ciljevima i vrijednostima. Korporativno volontiranje, okolišno održivo poslovanje, partnerstva s nevladinim organizacijama, etičko ulaganje i druge inicijative pružaju različite alate za postizanje pozitivnog društvenog i ekološkog utjecaja.

DOP ne samo da ima pozitivan utjecaj na društvo i okoliš, već može donijeti i konkurentske prednosti tvrtkama. Tvrtke koje su predane DOP-u često privlače više investitora, privlače kvalificirane zaposlenike i stvaraju lojalniju klijentelu.⁹

U konačnici, razumijevanje podjele i vrsta DOP-a pomaže tvrtkama da postanu odgovorniji korporativni građani i doprinesu održivijem i etički usmjerenijem poslovnom okruženju. Ovaj pristup ne samo da služi društvu i okolišu, već i dugoročnom uspjehu samih tvrtki.

2.4. Alati DOP-a

Razvoj i implementacija DOP-a često zahtijeva korištenje različitih alata i strategija kako bi se postigli definirani ciljevi. U nastavku se navodi nekoliko ključnih alata DOP-a:

- GRI (Global Reporting Initiative) standardi: globalno priznati okvir za izvještavanje o održivosti i društvenoj odgovornosti. Oni pomažu tvrtkama pri prikupljanju, analiziranju i izvještavanju o informacijama vezanim za njihov društveni i ekološki utjecaj.¹⁰
- ISO 26000 - Smjernice za društvenu odgovornost: ISO 26000 pruža okvir za usmjeravanje tvrtki u implementaciji društvene odgovornosti. Pomaže tvrtkama identificirati ključne probleme i interesnih strana te razviti strategije za njihovo rješavanje.¹¹
- društveno odgovorno ulaganje (SRI): ulaganje u tvrtke ili projekte koji promiču društvenu i ekološku odgovornost. Investitori koriste različite kriterije kako bi odabrali ulaganja koja odražavaju njihove vrijednosti.¹²

E ; Carroll, A. B. (1999): *Corporate Social Responsibility: Evolution of a Definitional Construct*. *Business & Society*; 38(3): 268-295.; Kotler, P., Lee, N. (2004): *Corporate Social Responsibility: Doing the Most Good for Your Company and Your Cause*. Wiley (10.09.2023.)

⁹ Crowther, D., Aras, G. (2008): *Corporate Social Responsibility*, URL: https://my.uopeople.edu/pluginfile.php/57436/mod_book/chapter/121631/BUS5116.Crowther.Aras.CSR.pdf%3E (11.09.2023.)

¹⁰ GRI (Global Reporting Initiative). (2016): *GRI Standards*. Pristupljeno na www.globalreporting.org. (10.09.2023.)

¹¹ ISO (International Organization for Standardization). (2010): *ISO 26000 - Guidance on Social Responsibility*.

¹² Schueth, S. (2003): Socially Responsible Investing in the United States. *Journal of Business Ethics*; 43(3): 189-194.

- Life Cycle Assessment (LCA): alat za analizu utjecaja proizvoda ili usluga na okoliš tijekom njihova cijelog životnog ciklusa. Pomaže tvrtkama identificirati ekološke izazove i razviti strategije za smanjenje negativnih utjecaja.¹³
- društveno odgovorno lančano upravljanje (SCM): SCM pristup uključuje integraciju društvenih i ekoloških aspekata u upravljanje lancem opskrbe. Tvrtke koriste ovaj alat kako bi osigurale da svi sudionici u lancu opskrbe prate DOP standarde.¹⁴

Zaključno se može reći da su alati DOP-a ključni za vođenje i usklađivanje s društvenim i ekološkim normama te za ostvarivanje ciljeva održivosti. Oni pomažu tvrtkama u prikupljanju relevantnih podataka, analizi utjecaja i razvoju strategija za poboljšanje društvene i ekološke odgovornosti. Standardi kao što su GRI i ISO 26000 pružaju tvrtkama okvire i smjernice za strukturirano i konzistentno izvještavanje o svojoj društvenoj odgovornosti. To omogućuje transparentnost i usporedivost izvještaja među različitim organizacijama. Nadalje, važno je istaknuti da društveno odgovorno ulaganje (SRI) sve više privlači pažnju investitora koji žele podržavati tvrtke s pozitivnim društvenim i ekološkim utjecajem. Ovaj pristup može potaknuti tvrtke da se posvete DOP-u kako bi privukle investitore i ostvarile održiv rast. Osim toga, alati kao što je Life Cycle Assessment (LCA) pomažu tvrtkama u analizi i smanjenju ekoloških utjecaja njihovih proizvoda ili usluga tijekom njihova životnog ciklusa. Ovo je ključno za postizanje ciljeva održivosti i smanjenje negativnog ekološkog otiska. Konačno, društveno odgovorno lančano upravljanje (SCM) integrira društvene i ekološke aspekte u upravljanje lancem opskrbe, osiguravajući da svi sudionici u lancu dijele iste vrijednosti i ciljeve u vezi s DOP-om. Uz primjenu ovih alata, tvrtke mogu ostvariti konkurentske prednosti, doprinijeti društvu i okolišu, te se uskladiti s rastućim očekivanjima interesnih strana. Kroz upotrebu pravilnih alata i strategija, tvrtke mogu postići ravnotežu između profita i društvene odgovornosti, stvarajući tako pozitivan utjecaj na globalno poslovno okruženje.

2.5. Pozitivni učinci i prednosti društvenog odgovornog poslovanja

DOP predstavlja sve važniji aspekt suvremenog poslovnog okruženja, a njegovi pozitivni učinci i prednosti nisu samo moralna i društvena obveza, već i ključni faktor uspjeha organizacija. Pozitivni učinci i prednosti DOP-a za organizacije u prvom redu obuhvaćaju poboljšanu reputaciju i brend vrijednost te povećanu konkurentsku prednost. Naime,

¹³ Guinée, J. B. (2002): *Handbook on Life Cycle Assessment: Operational Guide to the ISO Standards*. Springer.

¹⁴ Seuring, S., Müller, M. (2008). From a literature review to a conceptual framework for sustainable supply chain management. *Journal of Cleaner Production*; 16(15):1699-1710.

organizacije koje se posvećuju DOP-u često stvaraju pozitivnu reputaciju kao etički i društveno odgovorni igrači na tržištu. To može povećati povjerenje potrošača, privući nove kupce i ojačati brand vrijednost.¹⁵ Osim toga, DOP može potaknuti inovacije i poboljšanja u poslovanju, smanjiti troškove, te privući i zadržati talentirane zaposlenike. To tvrtkama omogućuje postizanje konkurentske prednosti na tržištu. Drugim riječima, korporativna filantropija i društveno odgovorno poslovanje mogu se pretvoriti u konkurentske prednosti za razne organizacije.¹⁶

Jasno je da DOP nije samo altruistički gest, već i strategija koja može pridonijeti dugoročnom uspjehu organizacija. Kroz poboljšanje reputacije, povećanje konkurentske prednosti i stvaranje pozitivnog društvenog utjecaja, DOP postaje integralni dio poslovne strategije mnogih organizacija.

2.5.1. Društvena odgovornost kao pozitivan imidž

Današnje suvremeno poslovanje na društveno odgovoran način je važno za sve kompanije kojima je povjerenje jedna od ključnih komponenti poslovanja. Naime, većina će potencijalnih partnera već u samom početku bolje i lakše poslovati s poduzećem koje ima reputaciju aktivnog promicatelja društvene odgovornosti. Izuzev toga, uslijed odgovornog djelovanja poduzeća prema zajednici, okolišu, tržištu ili svojim zaposlenicima, poduzeće polučuje pozitivne učinke od marketinga opće dobrobit, a to je definitivno jedan od najsigurnijih načina stvaranja pozitivnog imidža, dok danas suvremenom poslovnom svijetu dobar imidž, odnosno slika o kompaniji nerijetko predstavlja granicu između uspješnog i neuspješnog širenja na željena tržišta.¹⁷ Stvaranjem pozitivne slike o kompaniji javljaju se i nove prilike za poslovanje kako na domaćem, tako i na vanjskom tržištu, pa stoga kompanije koje promoviraju društvenu odgovornost sa sobom donose novitete iz godine u godinu putem kojih predstavljaju nove norme unutar samog društveno odgovornog poslovanja.

Činjenica je da se brojne globalne kompanije bore sa stvaranjem ugleda, te pokušavaju doći do slave na različite načine, dok se s druge strane društveno odgovorno poslovanje sve češće predstavlja kao vrlo popularna sintagma u poslovnom svijetu. Ipak, postoje i one kompanije koje se na neki način loše služe trikovima društveno odgovornog poslovanja. Mnoge tvrtke takvu vrstu poslovanja koriste samo kao marketinški alat, odnosno kao svoj imidž, koji ne

¹⁵ Millar, C., Poole, E. (2010): *Ethical Leadership: Global Challenges and Perspectives*. Palgrave Macmillan

¹⁶ Porter, M.E., Kramer, M.R. (2002): *The Competitive Advantage of Corporate Philanthropy*, URL: <https://hbr.org/2002/12/the-competitive-advantage-of-corporate-philanthropy> (13.09.2023.)

¹⁷ Tafra, M. (2011): Održivo poslovanje: koncepti, upravljanje, komunikacija. Zaprešić: Visoka škola za poslovanje i upravljanje s pravom javnosti "Baltazar Adam Krčelić", str.113.

provode u skladu s etičnim načelima i komunikacijskom strategijom kompanije. Nerijetke su danas i one tvrtke koje se odluče u sklopu svog društveno odgovornog poslovanja darovati ili sponzorirati neku ugroženu socijalnu skupinu ili instituciju kako bi dobile medijski prostor i promociju, no ne razmišljaju kako je pravi smisao društveno odgovornog poslovanja prije svega vjerodostojnost i transparentnost, što na kraju jamči pravi rast imidža tvrtke. Ako se multinacionalne kompanije primjerice toga ne pridržavaju, efekt može biti dijametralno suprotan od očekivanog, jer prije svega mediji barem mogu lako prepoznati laganje i loše marketinške trikove takvih kompanija, a šteta koja nastane na takav način vrlo je teško popravljiva, što utječe zapravo na loš imidž tvrtke. U svom najširem smislu, korporativna društvena odgovornost odnosi se na utjecaj poduzeća na društvu i njegovu ulogu u gospodarstvu i u poljima održivog razvoja. Društvena odgovornost općenito se odnosi na tvrtku koja preuzima odgovornost za svoje radnje izvan sfere čisto komercijalnih interesa. Neki ga smatraju načinom dobivanja konkurentske prednosti, dok drugi daju odgovor na društvenu odgovornost putem rastućih potreba glavnih dionika kao što su zaposlenici, investitori, potrošači aktivisti i stručnjaci za pitanja okoliša.¹⁸ Organizacija Svjetskog poslovnog savjeta za održivi razvoj definira društvenu odgovornost poduzeća kao predanost gospodarstva koja doprinosi održivom gospodarskom razvoju, zatim rad sa zaposlenicima, njihovim obiteljima, lokalnom zajednicom i društvom za poboljšanje kvalitete života. Danas se prema tome mogu istaknuti područja društvene odgovornosti putem kojih se stvara imidž poduzeća, to jest kompanija:¹⁹

- ulaganje u društvo i filantropiju (podrška u novcu, vremenu, proizvodima i uslugama, prijenos znanja upravljanja u organizaciji civilnog društva i nevladinih organizacija)
- osnovne poslovne aktivnosti (stvaranje radnih mjesta, odgovornost prema radnicima i ljudskim resursima)
- razvoj i osiguravanje kvalitetnih proizvoda i usluga, etika u marketingu, tehnologija i prijenos znanja, širenje međunarodnih poslovnih standarda i poslovanja u praksi, osobito u području zdravlja i sigurnosti okoliša, zatim etika i kvaliteta, zajednički pothvati i partnerstva na lokalnoj razini, postavljajući infrastrukturu i izgradnju institucionalne infrastrukture, odnosno one pravne i financijske
- dijalog o politikama, zagovaranje i jačanje institucija (utjecaj na javnu politiku u cilju promocije dobrog upravljanja, sudjelovanje u aktivnostima javne uprave i civilnog

¹⁸ Babić, M. (2012): Društveno odgovorno poslovanje u funkciji unaprjeđenja imidža poduzeća. *Učenje za poduzetništvo*; 2(2): 277 – 285.

¹⁹ Ibid.

društva, stvaranje okruženja koje promiče odgovornu poslovnu praksu koja pozitivno utječe na razvoj civilnog društva, smanjenje korupcije i drugo)

Mnoge se multinacionalne kompanije danas bore za svoj imidž, pa sukladno tome vjeruju kako će se jako dobro promovirati putem marketinga, a zatim i putem nekih drugih materijala, ali ono što je potrebno je uistinu stvarati društveno odgovorni imidž koji će potaknuti i druge kompanije na društveno odgovorno poslovanje. Potrebno je dakle stvoriti stavove unutar kompanije koji uistinu mare za društvenu odgovornost, te putem kojih će se i sama kompanije promovirati.

2.5.2. Važnost i uloga društvenog poslovanja

Rastom globalizacije društveno odgovorno poslovanje je postalo nezaobilazna i važna tema na globalnoj razini o kojoj se sve više govori. Udruge potrošača danas u suvremenom svijetu potražuju informacije o uvjetima proizvodnje i distribucijskim kanalima, nevladine organizacije i sindikati pristupaju poduzećima i multinacionalnim kompanijama sa zahtjevima koji se vežu uz odgovornost prema društvu, dobavljači se sve više suočavaju sa zahtjevima društvene odgovornosti koji im postavljaju korporativni klijenti, a političari su na neki način prihvatili nužnost kreiranja politika koje su važne za društveno odgovorno poslovanje (Hrvatska udruga poslodavaca, 2014:5).²⁰ Društveno odgovorno poslovanje je važno i za ugled svake multinacionalne kompanije uključujući i njezine mogućnosti da osigura i održi svoje mjesto u nabavnom lancu. Osim onih etičkih, postoje dakle i poslovni razlozi iz kojih kompanije trebaju ići u korak sa svim trendovima koji se vežu na društvenu odgovornost. Porastom interesa za društveno odgovorno poslovanje javlja se dakako i potreba za razgraničenjem uloge kompanija i vlade. Društveni se akteri pri tome sve više okreću kompanijama u cilju ispravljanja onoga što smatraju propustima ili neuspjesima svoga djelovanja u vladajućim strukturama – posebice kada je riječ o provedbi pravnih okvira.²¹ To nažalost dovodi do većeg broja sukoba između vlada i multinacionalnih kompanija. Navedeni sukobi pri tome imaju široke implikacije na sve one koji u njima sudjeluju. Pri tome se nažalost pruža i loša slika o samom društveno odgovornom poslovanju kompanija, te se može dovesti do nerealnih očekivanja od strane zajednice, odnosno društva. Također, ono što se nerijetko

²⁰ Hrvatska udruga poslodavaca (2014): *Društveno odgovorno poslovanje za sve: priručnik za organizacije poslodavaca*. Zagreb

²¹ Hrvatska udruga poslodavaca (2014): *Društveno odgovorno poslovanje za sve: priručnik za organizacije poslodavaca*. Zagreb, URL: <https://www.hup.hr/EasyEdit/UserFiles/Petra%20Sentić/Prirucnik%20DOP%20HR.pdf>, str.5. (10.09.2023.)

dogada je izazivanje kritika na račun multinacionalnih kompanija, što kasnije njihovo poslovanje dovodi do sudskih sporova, što ponekad traje i godinama.

Nadalje, 2008. godine John Ruggie posebni izvjestitelj Ujedinjenih naroda je pokušao svojim okvirom „zaštita, poštivanje i pomoć“ objavljenim od strane Vijeća Ujedinjenih naroda za ljudska prava pojasniti tko je od svih aktera za što odgovoran kada se govori o društveno odgovornom poslovanju. Spomenuti koncept je podijelio na tri stupa:²²

- zaštita: država je dužna osigurati zaštitu ljudskih prava
- poštivanje: kompanije i poduzeća su dužna poštivati ljudska prava, u skladu sa zahtjevima relevantnih pravnih propisa na nacionalnoj razini, te uspostaviti odgovarajuće upravljačke strukture u tu svrhu
- pomoć: potrebno je razviti i osnažiti pravne i izvanpravne žalbene mehanizme u cilju boljeg rješavanja odštetnih zahtjeva u slučaju kršenja ljudskih prava od strane poduzeća

Pri tome su poduzeća odgovorna za vlastiti utjecaj na društva, bio on pozitivan ili negativan. Putem niza aktivnosti koje su vezane uz društveno odgovorno poslovanje kompanija poduzeća dakako mogu pružiti značajan doprinos održivom razvoju, odnosno određenim naporima vlade koja su usmjerena razvoj društva, te na ekološki i socijalni napredak. Ipak, kompanije ne mogu zamijeniti rad i djelo onih vladajućih, koji ipak kroje određene sudbine, kako sebi, tako i kompanijama, a na posljertku i cijelom društvu.

2.5.3. Društvena odgovornost i uspješnost poslovanja

Biti društveno odgovoran ne znači samo i isključivo ispunjavati zakonske obveze, već ići i preko toga, odnosno investirati u ljudski kapital, okoliš i odnose s dionicima. Investiranje u razne tehnologije koje nisu opasne za okoliš može prije svega pridonijeti konkurentnosti kompanije.

„U socijalnoj sferi, ulaganje u obrazovanje, radne uvjete te usvajanje dobrih odnosa sa zaposlenicima, također, može pridonijeti proizvodnosti. S druge strane, u zemljama u kojima uopće ne postoje propisi, takva praksa može dovesti do usvajanja zakonskog okvira za socijalno odgovornu praksu.“²³ Društvena odgovornost multinacionalnih kompanija prema tome je zapravo samo jedna od karika putem koje se ne samo čuva okoliš, nego se poboljšavaju životni uvjeti, a samim tim se i popravljaju odnosi na državnoj i na međudržavnoj razini.

²² Ibid., str.6.

²³ Ivić, P., Grubišić, D. (2013): Međuovisnost društveno odgovornog ponašanja i poslovne uspješnosti. *Poslovna izvrsnost: znanstveni časopis za promicanje kulture i kvalitetu poslovne izvrsnosti*; 7(2): 83 – 101.

Multinacionalne kompanije društveno odgovornim poslovanjem stvaraju prije svega sebi bolje uvjete za rad i za napredak, pa se samim tim može govoriti o uspješnosti multinacionalnih kompanija u prelaženju preko barijera koje im stoje na putu u današnjem svijetu. Uspješnost poslovanja neke multinacionalne kompanije može se procijeniti na različite načine, ovisno o tome s kojeg se stajališta, primjerice ekonomskog, tehničkog, umjetničkog, pravnog ili nekog drugog promatra njezino poslovanje. Promatrajući sve navedeno s ekonomskog stajališta, odnosno pozicija tržišne ekonomije, može se reći da se, još od početaka poslovanja, uspjeh temeljio na osnovnom ekonomskom načelu – ostvariti što veći rezultat, sa što manjim ulaganjima.²⁴ Može se reći kako danas putem društveno odgovornog poslovanja multinacionalne kompanije mogu mjeriti svoju efikasnost i uspješnost. U tom smislu, za pokazatelje efikasnosti danas se biraju pokazatelji profitabilnosti, a za pokazatelje efektivnosti se govori o ciljevima koji se trebaju ostvariti na područjima bitnima za poslovanje kompanije. Dakle, potrebno je sagledati sve ciljeve i prepreke multinacionalne kompanije, kako bi se vidjeli pokazatelji efektivnosti i profitabilnosti do kojih se dolazi putem društveno odgovornog poslovanja. U korporativnoj društvenoj odgovornosti multinacionalnih korporacija u zemljama u razvoju postoje danas i razne perspektive. Smatra se kako korporacijska društvena odgovornost treba usvojiti pristup kako bi se zaustavilo sudjelovanje multinacionalnih korporacija u koruptivnim praksama današnjice. Nadalje, u listopadu 2011. godine Europska je komisija objavila novu strategiju za društveno odgovorno poslovanje za razdoblje od 2011. do 2014. godine uz novu definiciju „Društveno odgovorno poslovanje je odgovornost kompanija za svoj utjecaj na društvo.“²⁵

To je koncept pomoću kojeg kompanije na dobrovoljnoj bazi zapravo integriraju društvena i okolišna pitanja u svoje poslovne aktivnosti i interakciju s drugim dionicima. Predviđa se u budućnosti i stvaranje europske nagrade za društveno odgovorno poslovanje multinacionalnih kompanija, praćenje povjerenja u biznis, razvoj zbornika dobrih praksi, predviđa se i legislativa za izvještavanje o društvenim i ekološkim pokazateljima, daljnja integracija takvog poslovanja u edukaciju, treninge i istraživanja.²⁶

²⁴ Ibid.

²⁵ Salarić, D., Jergović, A. (2012): Poduzetništvo i društveno odgovorno poslovanje. *Učenje za poduzetništvo*; 2(2): 295 – 301.

²⁶ Ibid.

3. DRUŠTVENO ODGOVORNO POSLOVANJE U BANKARSKOM SEKTORU

Društveno odgovorno poslovanje predstavlja sveobuhvatni koncept koji sve više postaje ključna komponenta poslovanja u različitim sektorima. U bankarskom sektoru, DOP nije samo etička obveza, već i ključna strategija koja promiče održivi razvoj, povjerenje klijenata i pozitivan društveni utjecaj.²⁷

3.1. Uloga bankarskog sektora u promicanju društvene odgovornosti

Bankarski sektor igra ključnu ulogu u globalnom gospodarstvu, i stoga je odgovornost banaka prema društvu izuzetno važna. Bankarski sektor je srce svake ekonomije i ima ključnu ulogu u podržavanju gospodarskog razvoja, financiranju projekata, olakšavanju trgovine i stvaranju financijske stabilnosti. Bankama je povjerena funkcija prikupljanja sredstava od štediša i ulagača te njihova raspodjela kao kredita i financijskih resursa onima koji ih trebaju. Kao posrednici između štediša i korisnika kapitala, banke potiču ekonomske aktivnosti i rast. Bankarski sektor također pruža usluge plaćanja, omogućuje štednju i investiranje, te podržava razvoj poduzeća i infrastrukture. U mnogim zemljama, bankama je povjerena i ključna uloga u održavanju monetarne politike i financijske stabilnosti kroz regulaciju kamatnih stopa i kontrolu novčane ponude.²⁸

S obzirom na njihovu centralnu ulogu u gospodarstvu, bankama se pripisuje znatna društvena odgovornost. Ta odgovornost proizlazi iz nekoliko ključnih čimbenika:²⁹

- **upravljanje novcem građana i tvrtki:** banke upravljaju sredstvima građana i tvrtki te su dužne čuvati i održavati povjerenje svojih klijenata; bilo kakvo nepošteno ili neprofesionalno ponašanje banaka može ozbiljno ugroziti financijsku stabilnost i povjerenje u ekonomiju.
- **utjecaj na ekonomske cikluse:** kao ključni akteri u financijskom sustavu, banke imaju značajan utjecaj na ekonomske cikluse; njihova sposobnost davanja kredita i regulacija kamatnih stopa može utjecati na inflaciju, nezaposlenost i opću ekonomsku stabilnost.
- **podrška društvenim ciljevima:** banke igraju ulogu u ostvarivanju društvenih ciljeva kroz financiranje infrastrukturnih projekata, podršku obrazovanju i zdravstvu, te

²⁷ Weber, O., Feltmate, B. (2016): *Sustainable Banking: Managing the Social and Environmental Impact of Financial Institutions*, University of Toronto Press

²⁸ Guene, C., Mayo, E. (2001): *Banking and Social Cohesion: Alternative Responses to a Global Market*. Jon Carpenter

²⁹ Ibid.

ulaganje u održive inicijative; njihova uloga u financiranju obnovljive energije, zaštiti okoliša i smanjenju siromaštva ima širok društveni utjecaj.

Sve ove faktore čine bankarski sektor ključnim dioničarom društvene stabilnosti i ekonomske prosperitete. Stoga je odgovornost banaka prema društvu izuzetno važna kako bi se osiguralo da njihove aktivnosti pridonose pozitivnom društvenom razvoju i održivom rastu, a istovremeno štite interese svojih klijenata i čitave zajednice. Održavanje visokih etičkih standarda, transparentnost u poslovanju i aktivno sudjelovanje u društveno odgovornim inicijativama postaju ključni aspekti odgovornosti banaka prema društvu.

Uloga bankarskog sektora u promicanju društvene odgovornosti može biti značajna iz nekoliko razloga:³⁰

- **financiranje društveno odgovornih projekata:** banke igraju ključnu ulogu u financiranju projekata koji promiču društvenu odgovornost, kao što su projekti zaštite okoliša, obrazovanja, zdravstvene skrbi i siromaštva; putem kredita i financiranja, banke podržavaju inicijative koje imaju pozitivan društveni utjecaj.
- **održivo bankarstvo:** bankarske institucije sve više usvajaju održive prakse u vlastitom poslovanju; to uključuje smanjenje vlastitog ekološkog otiska, primjenu etičkih i transparentnih poslovnih standarda te promicanje održivog investiranja.
- **društveno odgovorno ulaganje:** banke nude proizvode i usluge koji omogućuju klijentima da ulažu u društveno odgovorne projekte i tvrtke; ovo uključuje fondove za održivost, etičke investicije i slične proizvode koji promiču DOP.
- **obrazovanje klijenata:** banke često provode programe obrazovanja i informiranja kako bi svoje klijente učinile svjesnijima društvenih i ekoloških pitanja; to može uključivati seminare, edukativne materijale i informacije o društveno odgovornim financijskim odlukama.

Iako se konkretna uloga banaka u promicanju društvene odgovornosti može razlikovati ovisno o banci i regiji, bankarski sektor ima potencijal biti ključni igrač u ostvarivanju društvenih i ekoloških ciljeva. Promicanje DOP-a često je usklađeno s dugoročnim interesima banaka i doprinosi njihovoj reputaciji i održivom rastu.

³⁰ Weber, O., Feltmate, B. (2016): *Sustainable Banking: Managing the Social and Environmental Impact of Financial Institutions*, University of Toronto Press

3.2. Aktivnosti i obuhvat

Bankarski sektor ima ključnu ulogu u podržavanju društveno odgovornih praksi i promicanju održivog razvoja. Banke širom svijeta prepoznaju važnost njihove uloge u društvu i provode različite aktivnosti kako bi postale društveno odgovorne. „Uzimajući u obzir specifičnosti bankarstva, kao djelatnosti uslužnog tipa, nameće se pitanje što se to može smatrati društveno odgovornim ponašanjem banaka. Službenog konsenzusa oko popisa takvih aktivnosti nema, s obzirom na njihovo samoreguliranje.“³¹ Pregled potencijalnih odgovornosti banaka prema internim i eksternim dionicima nalazi se u Tablici 2.

Tablica 2 Interni i eksterni aspekti društvene odgovornosti banaka

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

Izvor: Carrasco, I. (2006): Ethics and Banking. *International Advances in Economic Research*; 12: 43-50.

U nastavku se detaljno opisuju neki aspekti DOP-a u bankarskom sektoru.

³¹ Kundid, A. (2012): Društveno odgovorno poslovanje banaka u Republici Hrvatskoj. *Ekonomski misao i praksa*; 21(2): 497-528., str.502.

3.2.1. Ekološka održivost

Jedan od ključnih aspekata DOP-a u bankarskom sektoru je briga o okolišu. Banke su postale sve svjesnije utjecaja svog poslovanja na okoliš i prepoznaju važnost zaštite prirode i očuvanja ekološke ravnoteže. Banke provode ekološki osviještene inicijative, uključujući smanjenje vlastitog ekološkog otiska, financiranje projekata obnovljive energije i podršku klijentima u ostvarivanju održivih ciljeva.³² U nastavku se razmatraju navedeni ključni aspekti ekološke održivosti u bankarstvu:

- **smanjenje vlastitog ekološkog otiska:**

Banke su prepoznale potrebu za smanjenjem vlastitog negativnog utjecaja na okoliš; to uključuje smanjenje potrošnje energije, vode i resursa u svojim poslovnim objektima te primjenu održivih praksi u svakodnevnom radu; mnoge banke su prešle na korištenje obnovljive energije, poboljšale energetske učinkovitost svojih objekata i usvojile politike smanjenja otpada.

- **financiranje projekata obnovljive energije:**

Bankarski sektor ima ključnu ulogu u financiranju projekata obnovljive energije koji doprinose smanjenju emisija stakleničkih plinova i očuvanju okoliša; banke sudjeluju u financiranju solarnih, vjetroelektrana, hidroelektrana i drugih projekata koji promiču održivu proizvodnju energije.

- **podrška klijentima u ostvarivanju održivih ciljeva:**

Banke sve više prepoznaju ulogu savjetnika i partnera svojim klijentima u ostvarivanju održivih ciljeva; to može uključivati financiranje energetski učinkovitih projekata za poduzeća, ponudu "zelene" hipotekarne kredite za građane ili pružanje informacija i resursa o održivim financijskim proizvodima.

- **integracija ekološke analize u poslovne odluke:**

Banke sve više integriraju ekološku analizu u svoje poslovne odluke i kreditiranje; prilikom odobravanja kredita ili ulaganja, analizira se i ekološki utjecaj projekta ili tvrtke kako bi se osiguralo da neće štetiti okolišu.

- **izvještavanje o ekološkim inicijativama:**

Bankarske institucije sve više izvještavaju o svojim ekološkim inicijativama i postignućima; izvješća o održivosti postaju standardni dio komunikacije s interesnim stranama, a transparentnost u vezi s ekološkim praksama pridonosi povjerenju klijenata i investitora.

³² Scholtens, B., Kang, F. (2013): Corporate Social Responsibility and Bank Risk. *Journal of Banking & Finance*; 37(9): 3529-3547.

3.2.2. Financiranje društveno odgovornih projekata

Banke igraju ključnu ulogu u financiranju projekata koji promiču društvenu odgovornost i doprinose općem dobru zajednice, kao što su projekti za smanjenje siromaštva, obrazovanje, zdravstvena skrb i druge društveno korisne inicijative. Ova uloga nije samo financijska, već ima dublje društvene i ekonomske implikacije koje čine bankarski sektor vitalnim igračem u ostvarivanju društvenih ciljeva.³³

- **potpora projektima za smanjenje siromaštva i inkluziju:**

Banke često surađuju s organizacijama civilnog društva i vladinim agencijama kako bi financirale projekte usmjerene na smanjenje siromaštva i povećanje ekonomske inkluzije. To može uključivati mikrokreditiranje za male poduzetnike, programe za obuku i osnaživanje ranjivih zajednica te podršku socijalnim poduzetnicima koji rješavaju društvene probleme.

- **investicije u obrazovanje i razvoj ljudskih resursa:**

Bankarski sektor prepoznaje važnost obrazovanja i razvoja ljudskih resursa kao ključnog faktora društvenog napretka. Banke često financiraju stipendije, edukativne programe i infrastrukturu obrazovanja. Osim toga, podržavaju programe osposobljavanja i usavršavanja radne snage kako bi unaprijedili zapošljivost i ekonomsku mobilnost zajednica.

- **potpora zdravstvenim inicijativama i pristupu zdravstvenoj skrbi:**

Bankarski sektor pruža financijsku potporu za zdravstvene inicijative koje promiču bolji pristup zdravstvenoj skrbi i prevenciju bolesti. Ovo može uključivati financiranje izgradnje bolnica i zdravstvenih centara, podršku istraživanjima o zdravlju i programe za poboljšanje zdravstvenog obrazovanja.

- **investiranje u održivu infrastrukturu i energetske učinkovitost:**

Banke imaju ključnu ulogu u financiranju projekata održive infrastrukture i energetske učinkovitosti. Ovo uključuje investiranje u projekte javnog prijevoza, obnovu vodoopskrbnih sustava, izgradnju energetski učinkovitih zgrada te poticanje upotrebe obnovljive energije. Takvi projekti ne samo da doprinose ekološkoj održivosti, već i stvaraju radna mjesta i unaprjeđuju kvalitetu života zajednica.

- **podrška inovacijama i društvenim poduzetnicima:**

Banke prepoznaju važnost podrške inovacijama i društvenim poduzetnicima koji razvijaju rješenja za društvene probleme. Ovo može uključivati investiranje u startupe koji se bave

³³ Oikonomou, I., Brooks, C. (2018): The Impact of Corporate Social Responsibility on Bank Lending. *European Financial Management*: 24(2): 220-252.

održivim tehnologijama i poslovnim modelima te pružanje mentorske podrške kako bi se potaknula inovacija i društveni utjecaj.

Financiranje društveno odgovornih projekata ne samo da donosi koristi zajednicama i društvu u cjelini, već i pozitivno utječe na reputaciju banaka i njihovu sposobnost privlačenja investitora i klijenata koji dijele iste vrijednosti. Kroz ove inicijative, bankarski sektor postaje ključnim partnerom u ostvarivanju ciljeva održivog razvoja i društvene odgovornosti.³⁴

3.2.3. Etičko bankarstvo

Etičke banke i institucije usmjerene na društveno odgovorno poslovanje postaju sve popularnije. Ove banke se obvezuju na transparentnost i etičke poslovne prakse, često izbjegavajući investicije u kontroverzne ili štetne sektore.³⁵

Etičko bankarstvo predstavlja, dakle, značajnu paradigmu u bankarskom sektoru koja se sve više širi i privlači pažnju klijenata koji žele da njihovi financijski resursi podržavaju vrijednosti i ciljeve koji idu dalje od puke profitne maksimizacije. Ovaj segment bankarskog sektora obilježava svojim jedinstvenim pristupom i poslovnim modelima, a evo nekoliko ključnih aspekata etičkog bankarstva:³⁶

- **transparentnost i odgovornost:**

Etičke banke postavljaju visoke standarde transparentnosti i odgovornosti. One često pružaju detaljne informacije o tome kako koriste sredstva svojih klijenata i investitora, nudeći transparentan uvid u svoje investicijske portfelje i prakse. Osim toga, etičke banke obično promoviraju aktivno sudjelovanje svojih dioničara u donošenju ključnih odluka.

- **izbjegavanje kontroverznih sektora:**

Etičke banke često postavljaju striktna ograničenja u vezi s investicijama u određene sektore koji se smatraju kontroverznim ili štetnim za društvo i okoliš. To može uključivati izbjegavanje ulaganja u industrije kao što su naoružanje, duhan, alkohol, fosilna goriva i druge sektore koji imaju negativan utjecaj na društvo i okoliš.

- **poticanje održivog razvoja:**

Etičke banke aktivno potiču održivi razvoj kroz svoje investicije. One često ulažu u projekte obnovljive energije, ekološke inicijative i društvene poduzetnike koji rade na rješavanju

³⁴ Ibid.

³⁵ Focas, C., Soares, N. (2019): Ethical Banking in Europe: The Role of Ethical Investment in the Face of Financialization. *Review of International Political Economy*: 26(5): 831-854.

³⁶ Ibid.

društvenih i ekoloških problema. Ovo promovira pozitivan utjecaj njihovih financijskih resursa na društvo i okoliš.

- **poslovna etika kao središnji princip:**

Etičke banke postavljaju poslovnu etiku kao središnji princip svog poslovanja. To uključuje pažljivu procjenu rizika i posljedica investicija te donošenje odluka koje su u skladu s njihovim vrijednostima i poslovnom etikom. Ovaj pristup stavlja naglasak na dugoročno društveno i ekološko dobro.

- **edukacija i informiranje klijenata:**

Etičke banke često educiraju i informiraju svoje klijente o društvenim i ekološkim pitanjima te promoviraju svijest o odgovornom financijskom ponašanju. Ovo pomaže klijentima da donose informirane financijske odluke koje odražavaju njihove vlastite vrijednosti.

Etičko bankarstvo nije samo poslovni model; to je i odgovor na rastuću svijest o potrebi za odgovornijim i održivijim praksama u financijskom sektoru. Ove institucije privlače klijente koji žele da njihovi financijski resursi budu sredstvo za pozitivne promjene u društvu i okolišu te tako postavljaju novi standard u bankarstvu.

3.2.4. Obrazovanje i informiranje klijenata

Obrazovanje i informiranje klijenata su ključni aspekti DOP banaka. Ovaj pristup podrazumijeva aktivnosti koje imaju za cilj podizanje svijesti i razumijevanja klijenata o društvenim i ekološkim pitanjima te poticanje odgovornog financijskog ponašanja. Drugim riječima, banke provode programe obrazovanja i informiranja kako bi svoje klijente učinile svjesnijima društvenih i ekoloških pitanja te kako bi ih potaknule na odgovorne financijske odluke.³⁷

Evo nekoliko načina na koje banke provode programe obrazovanja i informiranja:

- **edukativni seminari i radionice:**

Banke često organiziraju edukacijske seminare i radionice za svoje klijente kako bi im pružile priliku da nauče više o financijskim konceptima, investiranju, štednji i društvenoj odgovornosti. Ovi događaji mogu obuhvaćati predavanja stručnjaka, praktične primjere i diskusije o aktualnim temama.

- **dostupnost informacija o financijskim proizvodima:**

³⁷ Radu, S. (2016): The Role of Banking Institutions in CSR Communication and Consumer Trust Building. *Procedia Economics and Finance*; 39: 822-828.

Banke pružaju jasne i razumljive informacije o svojim financijskim proizvodima kako bi klijentima olakšale donošenje informiranih financijskih odluka. To uključuje objašnjenja kamatnih stopa, naknada, uvjeta i rizika povezanih s proizvodima.

- **online resursi i alati:**

Mnoge banke nude online resurse i alate koji pomažu klijentima u planiranju budžeta, praćenju svojih financija i razumijevanju financijskih pojmova. Ovi resursi često su dostupni putem internetskih platformi i mobilnih aplikacija.

- **promocija održivih financijskih proizvoda:**

Banke informiraju svoje klijente o mogućnostima ulaganja u održive projekte i proizvode, uključujući fondove za održivost, etičke investicije i druge financijske proizvode koji promiču društvenu odgovornost.

- **partnerstva s nevladinim organizacijama i edukativnim institucijama:**

Banke surađuju s nevladinim organizacijama, školama i sveučilištima kako bi podržale edukaciju o financijskim i društveno odgovornim temama. Ovo može uključivati donacije, stipendije i programe za razmjenu znanja.

- **promicanje financijske pismenosti:**

Banke prepoznaju važnost financijske pismenosti u društvu te aktivno podržavaju programe i inicijative usmjerene na podizanje financijske pismenosti među različitim skupinama klijenata, uključujući mlade, starije osobe i manjinske zajednice.

Kroz ove aktivnosti, banke ne samo da pomažu svojim klijentima u boljem razumijevanju financija i društvenih pitanja, već također promoviraju odgovorno financijsko ponašanje i podržavaju društveno odgovorni pristup prema financijama. Ovo ima pozitivan utjecaj na klijente, zajednicu i društvo u cjelini, potičući održivost i ekonomsku stabilnost.

3.2.5. Suradnja s društvenim partnerima

Banke često surađuju s nevladinim organizacijama, vladinim agencijama i drugim društvenim partnerima kako bi zajedno radile na rješavanju društvenih problema i unaprjeđenju zajednica.³⁸ Evo nekoliko načina na koje se banke angažiraju u suradnji s društvenim partnerima:

³⁸ Ahn, H., Lee, Y., Yoon, S. (2017): The Impact of Corporate Social Responsibility (CSR) on the Performance of Banks in South Korea: A Post-Financial Crisis Perspective. *Sustainability*; 9(3): 335.

- **financiranje društvenih projekata:**

Banke surađuju s nevladinim organizacijama i vladinim agencijama kako bi financirale projekte koji promiču društvenu odgovornost. To može uključivati izgradnju škola, bolnica, domova za starije osobe, sportskih objekata i drugih infrastrukturnih projekata koji služe zajednicama.

- **partnerstva za ekološke inicijative:**

Bankarske institucije često surađuju s organizacijama koje se bave zaštitom okoliša kako bi podržale ekološke inicijative. To uključuje financiranje projekata za očuvanje prirode, zaštitu voda i šuma, te promociju održivih praksi u poljoprivredi i industriji.

- **programi edukacije i osnaživanja:**

Banke i društveni partneri surađuju u provođenju programa edukacije i osnaživanja zajednica. Ovo može uključivati programe za obuku mladih za zapošljavanje, edukaciju o financijskoj pismenosti, podršku poduzetnicima te programe za osnaživanje ranjivih skupina.

- **promocija društvenih vrijednosti:**

Banke i društveni partneri zajedno promoviraju društvene vrijednosti i etičko ponašanje u poslovanju i društvu. Ovo uključuje kampanje za borbu protiv diskriminacije, promociju raznolikosti i inkluzije te podršku ljudskim pravima.

- **aktivno sudjelovanje u lokalnim zajednicama:**

Banke često potiču svoje zaposlenike na volontiranje i aktivno sudjelovanje u lokalnim zajednicama. To može uključivati sudjelovanje u projektima čišćenja okoliša, podršku lokalnim školama i organizacijama te angažman u humanitarnim akcijama.

Ova vrsta suradnje nije samo korisna za zajednice i društvo, već također pomaže bankama u izgradnji pozitivne reputacije, jačanju odnosa s klijentima i stvaranju dubljih veza s lokalnim zajednicama. Kroz suradnju s društvenim partnerima, banke ostvaruju društveni utjecaj i doprinose održivom razvoju, što je bitan aspekt njihove društvene odgovornosti.

4. PRIMJERI DRUŠTVENOG ODGOVORNOG POSLOVANJA BANAKA I NJIHOVA ANALIZA

Prema podacima Hrvatske narodne banke, u Republici Hrvatskoj postoji ukupno 21 kreditne institucije (banke). Prema podacima o poslovanju kreditnih institucija na dan 30.lipnja 2023. (ažurirano: 29.08.2023.), u ukupnoj imovini (koja iznosi 73.967.684 tisuća eura) najznačajnije sudjeluju sljedeće banke:

- Zagrebačka banka d.d. (26,36%),
- Privredna banka Zagreb d.d. (21,05%),
- Erste&Steiermärkische Bank d.d. (16,80%),
- OTP banka d.d. (9,83%)
- Raiffeisenbank Austria d.d. (8,75%)
- Hrvatska poštanska banka d.d. (6,53%),
- Addiko Bank d.d. (2,93%).

Tablica 3 Podatci o poslovanju kreditnih institucija, na dan 30.lipnja 2023.

u tisućama eura i postocima

Redni broj	Naziv institucije	Ukupna imovina	Udio u ukupnoj imovini, %
1.	Addiko Bank d.d.	2.166.935	2,93
2.	Agram banka d.d.	556.844	0,75
3.	Banka Kovanica d.d.	218.154	0,29
4.	Croatia banka d.d.	242.503	0,33
5.	Erste&Steiermärkische Bank d.d.	12.427.407	16,80
6.	Hrvatska poštanska banka d.d.	4.833.624	6,53
7.	Imex banka d.d.	166.150	0,22
8.	Istarska kreditna banka Umag d.d.	698.943	0,94
9.	J&T banka d.d.	78.128	0,11
10.	Karlovačka banka d.d.	432.744	0,59
11.	KentBank d.d.	663.054	0,90
12.	Nova hrvatska banka d.d.	1.154.653	1,56
13.	OTP banka d.d.	7.269.323	9,83
14.	Partner banka d.d.	284.559	0,38
15.	Podravska banka d.d.	627.331	0,85
16.	Privredna banka Zagreb d.d.	15.567.874	21,05
17.	Raiffeisenbank Austria d.d.	6.473.031	8,75
18.	Samoborska banka d.d.	91.634	0,12
19.	Slatinska banka d.d.	226.901	0,31
20.	Wüstenrot stambena štedionica d.d.	290.885	0,39
21.	Zagrebačka banka d.d.	19.497.006	26,36
UKUPNO ZA SVE KREDITNE INSTITUCIJE		73.967.684	100,00

Izvor: HNB (2023): *Pokazatelji poslovanja kreditnih institucija*, URL: <https://www.hnb.hr/statistika/statisticki-podaci/financijski-sektor/druge-monetarne-financijske-institucije/kreditne-institucije/bankovna-supervizija/pokazatelji-poslovanja-kreditnih-institucija> (10.09.2023.)

U nastavku se analizira društveno odgovorno poslovanje prve tri najveće kreditne institucije u Hrvatskoj: Zagrebačka banka d.d., Privredna banka Zagreb d.d. i Erste&Steiermärkische Bank d.d.

4.1. Zagrebačka banka d.d.

Zagrebačka banka, članica UniCredita, vodeća je banka u Hrvatskoj i dio paneuropske komercijalne banke s jedinstvenom ponudom usluga u Italiji, Njemačkoj, te srednjoj i istočnoj Europi. Svojom svrhom, osnaživanjem zajednica i pružanjem najboljih rješenja za sve dionike, UniCredit otključava potencijal klijenata i zaposlenika diljem Europe. UniCredit uslužuje više od 15 milijuna klijenata diljem svijeta, pri čemu stavlja klijente u središte svog poslovanja na svim tržištima. Struktura UniCredita obuhvaća četiri ključne regije i dva poslovna područja, korporativno i individualno, omogućujući blisku suradnju s klijentima i pružanje vrhunskih proizvoda na svim tržištima. Ključni pokretači njihovih usluga su digitalizacija i predanost načelima ESG-a (okoliš, društvo, upravljanje). Ovi elementi omogućuju pružanje izvrsnosti dionicima i doprinose stvaranju održive budućnosti za klijente, zajednice i zaposlenike. „Pod geslom "Jedna banka, jedan UniCredit" cijela Grupa djeluje kao jedan tim na svim svojim tržištima i poslovnim područjima.“³⁹

Na Internet stranicama banke istaknuta je sljedeća misija: „Mi zaposlenici Zagrebačke banke kao dio Grupe UniCredit predani smo stvaranju nove vrijednosti za svoje klijente. Kao vodeća hrvatska banka i europska grupacija, posvećeni smo razvoju zajednica u kojima živimo, a našu banku činimo poticajnim mjestom za rad.“ Zagrebačka banka posvećena je svojoj temeljnoj ulozi u društvu i nastoji djelovati kao pokretač društvenog napretka kako bi pomogli Europi i njezinim stanovnicima da postanu snažniji nego ikad. Kultura banke temelji se na sljedećim vrijednostima: integritet, odgovornost i brižnost. Poštujući ove vrijednosti, Zagrebačka banka osnažuje zajednice za napredak kao banka za budućnost Europe.⁴⁰

Na službenoj Internet stranici Zagrebačke banke moguće je pronaći kategoriju pod nazivom „Održivost“. Klikom na kategoriju otvara se web stranica koja ima sljedeće potkategorije: „Upravljanje održivošću“, „Posjetite odjeljak održivosti Grupe Unicredit“, „Održiva

³⁹ Službena Internet stranica Zagrebačke banke: *O nama - pregled*, URL: <https://www.zaba.hr/home/o-nama/o-nama/pregled> (10.09.2023.)

⁴⁰ Službena Internet stranica Zagrebačke banke: *O nama – misija i vrijednosti*, URL: <https://www.zaba.hr/home/o-nama/o-nama/misija-i-vrijednosti> (10.09.2023.)

zajednica“, „Održivo poslovanje“, „Bankarstvo s društvenim utjecajem“, „Održivost u okviru usluge investicijskog savjetovanja“.

Stvaranje konkretnih vrijednosti za sve dionike ostvaruje se pružanjem adekvatnih rješenja za stvarne potrebe, što predstavlja suštinu Banking that matters. UniCredit, kao paneuropska poslovna banka, uspješno integrira korporativno i investicijsko bankarstvo, pružajući jedinstvenu mrežu klijentima diljem zapadne, srednje i istočne Europe.

U skladu s vrijednostima, etikom i poštovanjem, obvezuju se prema svim dionicima, uključujući klijente, kolege, zajednicu i okoliš, da se postupa ispravno kako bi se osiguralo da UniCredit ostane vodeća paneuropska institucija. Navode da su potpuno posvećeni održivom stvaranju vrijednosti za sve dionike te da temelje svoje odluke na principima postupanja ispravno u svim interakcijama kako bismo ostvarili održive rezultate.

Njihove vrijednosti oblikuju kulturu Grupe i način na koji donose i ostvaruju odluke. Kao "One team, One UniCredit," vjeruju da su etika i poštovanje (E&P) ključne vrijednosti za Grupu i sve dionike. Njihove obveze i ciljevi obuhvaćaju okolišne, društvene i korporativne aspekte (ESG), čime ističu da je održivost temeljni dio identiteta Grupe i potpuno je integrirana u poslovne strategije.⁴¹

Uni Credit Grupa je postavila ambiciozne ESG ciljeve za sva područja poslovanja kao dio strateškog plana, uključujući snažnu predanost stalnom povećanju njihova društvenog utjecaja i podrške zajednicama. Ističu da uvijek prate i izvještavaju o svom napretku za održivi rast, potičući kulturu mjerenja i transparentnosti.

S obzirom na globalnu dimenziju problema vezanih uz očuvanje okoliša, Zagrebačka banka, imajući na umu svoju društvenu odgovornost i utjecaj na poslovne subjekte, građane i javnost u regiji u kojoj djeluje, donijela je trajnu odluku o poslovanju u skladu s načelima održivog razvoja. Načela održivog razvoja primjenjuju se u sljedećim područjima:⁴²

- kreditno poslovanje,
- upravljanje proizvodima i uslugama,
- gospodarenje imovinom,
- marketing, sponzorstva, donacije i odnosi s javnošću,
- edukacija i briga o zaposlenicima.

⁴¹ Službena Internet stranica Zagrebačke banke: *O nama – održivost*, URL: <https://www.zaba.hr/home/o-nama/odrzivost> (10.09.2023.)

⁴² Službena Internet stranica Zagrebačke banke: *O nama – održivo poslovanje*, URL: <https://www.zaba.hr/home/o-nama/odrzivo-poslovanje> (11.09.2023.)

Zagrebačka banka je prva i jedina financijska institucija članica HRPSOR-a (Hrvatskog poslovnog savjeta za održivi razvoj). U studenome 2002. godine, Banka je usvojila Politiku zaštite okoliša i održivog razvoja, kao i Povelju o zaštiti okoliša i održivom razvoju, koje predstavljaju ključne dokumente koji potvrđuju njezino opredjeljenje i postavljaju ciljeve u svakodnevnom poslovanju.⁴³

Inicijativa Bankarstvo s društvenim utjecajem (eng. *Social Impact Banking*) pokrenuta je od strane Zagrebačke banke na razini Grupe UniCredit s ciljem identificiranja, poticanja i financiranja projekata i poduzetnika koji imaju potencijal za ostvarivanje pozitivnog društvenog utjecaja. Ova inicijativa obuhvaća više detaljno osmišljenih aktivnosti kojima se čini korak naprijed u području društvene odgovornosti kroz tri glavna područja:⁴⁴

- mikrokrediti: financiranje mikro i malih poduzetnika bez obzira na njihov organizacijski oblik, posebno s naglaskom na početnike, projekte koji generiraju nova radna mjesta, žene u poduzetništvu, inovatore i poduzetnike u slabije razvijenim područjima.
- financiranje s društvenim utjecajem: financiranje projekata koji, osim ostvarivanja pozitivnog financijskog rezultata, imaju i mjerljiv pozitivan društveni utjecaj, uključujući područja kao što su zaštita zdravlja, socijalna skrb, obrazovanje, socijalno stanovanje, socijalni turizam, poljoprivreda i projekti koji potiču zapošljavanje osoba koje su teže zapošljive.
- financijska edukacija: organizacija besplatnih edukacija o financijskoj pismenosti za građane i poduzetnike

Zagrebačka banka d.d. igra važnu ulogu u preusmjeravanju ulaganja prema ciljevima smanjenja globalnog zatopljenja i postizanja održivog razvoja u skladu s Pariškim sporazumom, europskim zelenim planom i akcijskim planom.⁴⁵

Banka je usvojila "Politiku uključivanja rizika održivosti u proces investicijskog savjetovanja" i objavila je na svojim internetskim stranicama. Ova politika opisuje kako Banka uključuje relevantne rizike održivosti (ESG rizike) u uslugu investicijskog savjetovanja.

Banka pažljivo odabire proizvode i proizvođače koji poštuju iste standarde i načela kao i Banka i UniCredit Grupa u vezi s rizicima održivosti, kontroverznim sektorima i načelima Globalnog sporazuma Ujedinjenih naroda.

⁴³ Ibid.

⁴⁴ Službena Internet stranica Zagrebačke banke: *O nama – bankarstvo s društvenim utjecajem*, URL: <https://www.zaba.hr/home/o-nama/bankarstvo-s-drustvenim-utjecajem> (10.09.2023.)

⁴⁵ Službena Internet stranica Zagrebačke banke: *O nama – održivost u okviru usluge investicijskog savjetovanja*, URL: <https://www.zaba.hr/home/o-nama/odrzivost-u-okviru-usluge-investicijskog-savjetovanja> (10.09.2023.)

U okviru usluge investicijskog savjetovanja, Banka trenutačno nudi proizvode koji nisu kategorizirani kao održivi financijski proizvodi. Međutim, Banka će koristiti informacije o proizvodima i ESG procjeni kompanija koje će postati šire dostupne na tržištu kako bi pružila savjet klijentima koji žele investirati održivo.

Banka jamči da neće preporučiti financijski instrument klijentu kao održiv ako to nije slučaj. Detaljnije informacije o usluzi investicijskog savjetovanja dostupne su u dokumentu "Podaci za ulagatelje".⁴⁶

Izvještaji o održivom poslovanju Uni Credit Grupe⁴⁷ dostupni su na službenoj Internet stranici Grupacije. Zagrebačka banka redovito izvještava javnost o svojim aktivnostima u području održivog razvoja putem Izvješća održivosti UniCredita.

4.2. Privredna banka Zagreb d.d.

Privredna banka Zagreb (dalje: PBZ) osnovana je 1996. godine i od tad je u samom vrhu hrvatskog bankarstva. Kroz povijest je bila nositelj najvećih investicijskih programa u turizmu, poljoprivredi, industrijalizaciji, brodogradnji, elektrifikaciji i cestogradnji. Njena poslovna strategija ide u pravcu suvremenih oblika bankarskog poslovanja i emisiji novih proizvoda ispunjavajući zahtjeve tržišta i svojih klijenata. Primila je brojne prestižne međunarodne i domaće nagrade za kvalitetu poslovanja.

Sjedište Privredne banke Zagreb nalazi se u Zagrebu. Broji preko 200 poslovnica diljem Hrvatske te zapošljava preko 4000 zaposlenika. Temeljni kapital banke iznosi 1.907.476.900,00 kuna.

Grupa PBZ-a je najsnažnija bankarska grupa u Hrvatskoj i sastoji se od Privredne banke Zagreb, PBZ Carda, PBZ Leasinga, PBZ Stambene štedionice i PBZ Nekretnine. U suradnji sa Croatia osiguranjem kroz društvo za upravljanje mirovinskim fondovima, PBZ Croatia osiguranje, nudi upravljanje mirovinskim fondovima.

Vizija banke je: „Biti kompanija koja je uzor i centar izvrsnosti u stvaranju novih vrijednosti, te pružanju permanentno visoke kvalitete u svim smjerovima svog djelovanja na dobrobit klijenata, društvene zajednice, naših dioničara i djelatnika“⁴⁸ Misija koju nastoji izvršiti je „...trajno i učinkovito koristiti sve raspoložive izvore za kontinuirani napredak našeg

⁴⁶ Ibid.

⁴⁷ Službena Internet stranica Uni Credit Grupe: *Sustainability Reporting*, URL: <https://www.unicreditgroup.eu/en/esg-and-sustainability/sustainability-reporting.html> (14.09.2023.)

⁴⁸ Službena Internet stranica PBZ-a: *Tko smo mi*, URL: <https://www.pbz.hr/gradjani/Nas-svijet/Tko-smo-mi.html> (14.09.2023.)

poslovanja u svim njegovim dijelovima, od ljudskog kapitala, tehnologije do poslovnih procesa.“⁴⁹

Za PBZ svakodnevno poslovanje podrazumijeva brigu za ljude, okoliš i poboljšanje kvalitete života zajednice u kojoj posluje, a ne samo uspjeh na poslovnoj razini. „Privredna banka Zagreb je moderna financijska institucija koja je svjesna svoje uloge i ukupnog utjecaja na društvo.“⁵⁰

Korporativne vrijednosti koje Banka posjeduje i promiče su:⁵¹

- integritet,
- izvrsnost,
- transparentnost,
- poštivanje različitosti,
- jednakost,
- vrijednost pojedinca,
- odgovornost pri korištenju izvora.

PBZ brine o dugoročnom i kontinuiranom usavršavanju kroz izazove koje nastoji svladati pomoću kreativnosti u inovacijama i vrednovanjem zasluga. Svoje ciljeve ostvaruje odgovorno, pošteno, odgovorno i ispravno uz transparentnost koja je temelj svih aktivnosti, poštivanje različitosti, jednakost među klijentima, očuvanje okoliša i održivog razvoja. Temelj svih aktivnosti, komunikacije i ugovora je transparentnost. Poštuju se različitosti kako bi se ujedinio teritorij koji banka pokriva, a pritom uklanja svaki oblik diskriminacije i poštuje spolne, rasne, vjerske, političke, jezične i intelektualne različitosti te razlike u godinama. Dio kontinuiranog usavršavanja odnosa sa svim sugovornicima odnosi se na dijalog i slušanje pojedinca. Također, PBZ nastoji oprezno koristiti sve izvore, promovirajući ponašanje koje je značajno za usavršavanje, izbjegavajući razmetanje, odabirući održivost.⁵²

Na svojoj službenoj Internet stranici PBZ ima zasebnu kategoriju pod nazivom „Održivi razvoj“. Klikom na kategoriju otvara se web stranica pod nazivom „Društveno odgovorno poslovanje“. PBZ navodi „Uspjeh se ne mjeri samo poslovnim rezultatima već društvenom odgovornošću i doprinosu održivom razvoju.“⁵³ Na navedenoj stranici nalaze se još i sljedeće

⁴⁹ Ibid.

⁵⁰ Ibid.

⁵¹ Ibid.

⁵² Ibid.

⁵³ Službena Internet stranica PBZ-a: *Održivi razvoj*, URL: <https://www.pbz.hr/gradjani/Nas-svijet/Odrzivi-razvoj.html> (14.09.2023.)

podkategorije: „Projekti i inicijative“, „Donacije i sponzorstva“, „Briga za okoliš“, „Politike i izvješća“, „Članci i podcasti“.

PBZ raspisuje javne natječaje za dodjelu donacija u kategorijama kreativni inovativni projekti, humanitarni projekti i projekti zaštite zdravlja, zaštite okoliša, kulture i umjetnosti kako bi poboljšala kvalitetu života u zajednici u kojoj posluje. Svake godine kampanjama obilježava Svjetski dan zaštite okoliša ukazujući na taj problem. Naime, kako bi se obilježio taj dan, cijeli mjesec lipanj u preko 35 PBZ poslovnica diljem Hrvatske skupljaju se plastični čepovi koje se krajem mjeseca daruju Udruzi „Plastičnim čepovima do skupih lijekova“. Košare za čepove su dostupne zaposlenicima i klijentima. PBZ je, osim toga, do kraja lipnja 2023. godine nudila akciju na PBZ energo kredite, a početkom lipnja iste godine su zaposlenici PBZ-a prisustvovali webinaru na temu „Zaustavimo zagađenje plastikom“ kako bi osvijestili važnost zaštite okoliša i postali ambasadori u primjeni svakodnevnih održivih materijala.⁵⁴

Umjesto papirnatih dokumenata koriste se elektronski kako bi se očuvale šume, koriste se reciklirane kuverte te se razvrstava otpad kako bi se što više zaštitio okoliš. Banka je znatno smanjila potrošnju papira i tako u protekle četiri godine spasila više od 4000 stabala. Obostrano kopiranje dokumenata, što je postalo standardna praksa, upotreba višekratno koristivih omotnica i druge slične aktivnosti rezultirale su kontinuiranim smanjenjem potrošnje papira, koja je 2021. godine iznosila 339.000 kg. U posljednjih sedam godina, smanjenje potrošnje papira od oko 100.000 kg postignuto je, a upotreba recikliranog papira kontinuirano se povećava. Također, od lipnja 2012. godine, sve omotnice i papir za ispis koji se koriste u Banci izrađuju se od recikliranog papira, uključujući A4 papir za automatsko slaganje papira.⁵⁵

PBZ aktivno sudjeluje u brojnim društvenim projektima i pruža potporu raznim humanitarnim, socijalnim i zdravstvenim ustanovama. Donacije se dodjeljuju za različite programe s ciljem poboljšanja obrazovanja i zdravlja, te podržavaju sportske i kulturne projekte usmjerene na pomoć djeci i socijalno osjetljivim skupinama društva. Tako je s ukupnom donacijom od 7,8 milijuna kuna, PBZ grupa pružila podršku stradalima i sanaciji posljedica razornog potresa koji je pogodio Sisačko-moslavačku županiju i šire područje. Nadalje, PBZ Grupa uvijek teži sudjelovati u pozitivnim društvenim promjenama i pružiti pomoć onima kojima je najpotrebnija. Prepoznajući važnost i potrebu za podrškom u liječenju infektivnih bolesti, PBZ Grupa je već početkom 2020. godine donirala milijun kuna Klinici za infektivne bolesti "Dr. Fran Mihaljević" u Zagrebu. Nakon te donacije, PBZ Grupa je dodatno

⁵⁴ Ibid.

⁵⁵ Službena Internet stranica PBZ-a: *Održivi razvoj -utjecaj na okoliš*, URL: <https://www.pbz.hr/gradjani/Nasvjet/Odrzivi-razvoj/Utjecaj-na-okoliš.html> (14.09.2023.)

donirala bolnicama 3,5 milijuna kuna. Ukupno 3,5 milijuna kuna raspoređeno je na sedam bolnica u Zagrebu, svaka je primila donaciju od 500.000 kuna. Dodatnih 400.000 kuna donirano je Općoj bolnici Pula.⁵⁶

PBZ pruža kontinuiranu podršku i poticaje za brojne projekte u području kulture, sporta i znanosti, što doprinosi dugoročnom razvoju u tim društvenim područjima. Na svojim službenim Internet stranicama posebno ističu izložbu „Magister Giotto – Kapela Scrovegni“ posvećenu jednom od ključnih protagonista talijanske povijesti umjetnosti, Giotto di Bondone (1267. – 1337.). Suradnja s Talijanskim institutom za kulturu i Arheološkim muzejom u Zagrebu rezultirala je izložbom u Galeriji AMZ-a koja je trajala od 7. studenog 2018. do 15. siječnja 2019. godine. Na izložbi je predstavljeno remek-djelo Giotta, kapela Scrovegni u Padovi, čije su freske oslikane između 1303. i 1305. godine. Potom, PBZ je pružio sponzorstvo za trajni postav vrhunskih djela hrvatskih umjetnika iz 19., 20. i 21. stoljeća u Modernoj galeriji u Zagrebu. Ova djela uključuju remek-djela pejzažne umjetnosti, figurativne i apstraktne umjetnosti, portreta i animalističkih skulptura. Nadalje, PBZ pruža potporu različitim kulturnim programima i ustanovama, uključujući Hrvatsko narodno kazalište u Zagrebu, HNK u Rijeci te tradicionalno etnološko događanje "Rapska fjera." Ovim aktivnostima promiče se kultura, umjetnost i znanost, doprinoseći bogatstvu kulturnog i društvenog života u zajednici.⁵⁷

Od politika, kodeksa i izvješća PBZ se može pohvaliti transparentnim i javno dostupnim sljedećim dokumentima:⁵⁸

- Etički kodeks,
- Kodeks ponašanja,
- Načela o ljudskim pravima,
- Unutarnje prijavljivanje nepravilnosti,
- Izvješća (nefinancijska) – 2022., 2021., 2020. godina
- Izvješća o društveno odgovornom poslovanju PBZ – 2022., 2021., 2020., 2019., 2018. godina
- Global Compact Izvješće

⁵⁶ Službena Internet stranica PBZ-a: *Održivi razvoj – donacije i sponzorstva*, URL: <https://www.pbz.hr/gradjani/Nas-svijet/Odrzivi-razvoj/Donacije-i-sponzorstva.html> (14.09.2023.)

⁵⁷ Ibid.

⁵⁸ Službena Internet stranica PBZ-a: *Održivi razvoj – politike i kodeksi*, URL: <https://www.pbz.hr/gradjani/Nas-svijet/Odrzivi-razvoj/Politike-i-kodeksi.html> (14.09.2023.)

4.3. Erste&Steiermärkische Bank d.d.

Današnja Erste&Steiermärkische Bank d.d. ima korijene u nekadašnjim snažnim regionalnim bankama, uključujući Riječku banku, Bjelovarsku banku, Trgovačku banku i Čakovečku banku. Od 1. kolovoza 2003. godine posluje pod sadašnjim imenom. Kao dio međunarodnog Erste Groupa, jednog od vodećih pružatelja financijskih usluga u srednjoj i istočnoj Europi, banka se ističe modernim pristupom poslovanju i zauzima treće mjesto na tržištu prema veličini aktive.

Erste banku čini posebnom njezin osoblje koje se ističe svojim pristupom poslu, inovacijama i brigom za klijente. Banka redovito ostvaruje pozitivne financijske rezultate i ulaže u digitalni razvoj, što omogućava inovativan i kreativan pristup klijentima. Također, prateći financijske potrebe građana i podržavajući održive i profitabilne projekte poduzetnika i tvrtki koji pridonose rastu zaposlenosti u stvarnom sektoru, banka doprinosi razvoju gospodarstva u cjelini.

Erste banka danas ima više od 2700 zaposlenika i više od 950 000 klijenata u 114 poslovnica. Banka ima 679 bankomata, 12 komercijalnih centara, 7 profitnih centara i 8 poduzetničkih centara.⁵⁹

Misija banke je: „Potičemo i pomažemo svoje klijente, zaposlenike, dioničare i društvenu zajednicu u zajedničkom stvaranju dobrobiti.“⁶⁰ Vizija je: „Biti najbolja banka u Hrvatskoj koja brine o sigurnosti svojih klijenata i pruža najkvalitetnije proizvode i usluge, vodeći računa o dobrobiti svojih zaposlenika, dioničara i društvene zajednice.“⁶¹

Na službenim Internet stranicama Erste banke nalazi se kategorija „Održivo poslovanje“ te „ESG“. Istaknuto je pritom da „društveno odgovornim poslovanjem banka podržava i potiče razvoj različitih segmenta društva i to kroz širok spektar aktivnosti, bilo usmjerenih prema dobrobiti vlastitih klijenata, ali i puno šire društvene zajednice u kojoj živi i radi, putem podrške brojnim humanitarnim i obrazovnim, ali i kulturnim i sportskim institucijama širom Republike Hrvatske. Banka pritom uvijek uzima u obzir specifične regionalne karakteristike i lokalne potrebe u društvu.“⁶²

Prosperitet i održivost su izravno međusobno povezani s ciljem osiguravanja trajne kvalitete života ljudi. Stoga, za Erste banku, održivost nije samo jednostruka mjera, nego se smatra odgovornošću prema zajednici. Kao aktivni partner klijentima i dionicima, banka želi pružiti

⁵⁹ Službena Internet stranica Erste banke: *O nama*, URL: <https://www.erstebank.hr/hr/o-nama> (14.09.2023.)

⁶⁰ Ibid.

⁶¹ Ibid.

⁶² Službena Internet stranica Erste banke: *O nama – održivo poslovanje*, URL: <https://www.erstebank.hr/hr/o-nama/odrzivo-poslovanje> (14.09.2023.)

podršku u prevladavanju društvenih i ekoloških izazova i prilika, te biti primjer i svojim zaposlenicima i cijelom financijskom sektoru.

Temeljno načelo u poslovanju Erste Grupe, uključujući Erste banku, je Izjava o svrsi poslovanja (Statement of Purpose). Na temelju trećeg pitanja u toj Izjavi: "Je li to ispravno učiniti?", proširen je opseg tog pitanja kako bi se odnosilo na male ulagatelje u vezi s investicijskim proizvodima: "Je li ispravno ulagati?". Postavljanje ovog pitanja ima pozitivne učinke kako na izvedbu/uspješnost, tako i na rizičnost investicijskih proizvoda.

Erste banka vjeruje da integracija održivosti u financijske proizvode može dugoročno pozitivno utjecati na gospodarstvo i društvo u cjelini.

Za Erste banku kao članicu Erste grupe, održiva gospodarska aktivnost znači stvaranje dodane vrijednosti za ljude, okoliš i zajednicu u kojima posluje. Ovaj se pristup ostvaruje kroz sljedeća područja:

- raznolikost,
- okoliš,
- društvena odgovornost,

U tom je okviru banka uspostavila i primjenjuje temeljna načela društveno odgovornog poslovanja te je donijela sljedeće politike i smjernice:

- Kodeks ponašanja,
- Načela odgovornog financiranja te
- Politiku raznolikosti i uključenosti.

Osim toga, javno i transparentno objavljuje i:

- Izvještaje o održivosti – 2022., 2021. godina
- Nefinancijsko izvješće – 2022., 2021., 2020. godina

Erste grupa, uključujući Erste banku, promovira održivo ulaganje koje pridonosi:

- ekološkim ciljevima, uključujući efikasnost u korištenju resursa, obnovljive izvore energije, sirovine, vodu, zemljište, upravljanje otpadom, emisiju stakleničkih plinova i utjecaj na biološku raznolikost, te kružnu ekonomiju;
- društvenim ciljevima, kao što su smanjenje nejednakosti, poticanje socijalne kohezije, integracija, radni odnosi, ulaganje u ljudski kapital i podrška ekonomski ili socijalno ugroženim zajednicama.

Erste banka je usvojila Politiku odgovornog ulaganja koja definira pravila o uključivanju rizika održivosti i štetnih učinaka na održivost u području pružanja usluge investicijskog savjetovanja, upravljanja imovinom te distribucije strukturiranih proizvoda i investicijskih

fondova. Ovo je u skladu s Uredbom (EU) 2019/2088 Europskog parlamenta i Vijeća o objavama povezanim s održivošću u sektoru financijskih usluga.

U svrhu uključivanja rizika održivosti i štetnih učinaka na održivost u proces investicijskog savjetovanja i upravljanja imovinom, posebno se uzimaju u obzir preferencije održivosti malih ulagatelja. Također, rizik održivosti se definira kao ekološki, socijalni ili upravljački događaj ili stanje koji može imati stvarni ili potencijalno štetan učinak na vrijednost ulaganja.

Erste Asset Management (EAM), u suradnji s Bankom, identificira relevantne rizike održivosti koji uključuju ekološke, socijalne i upravljačke aspekte. Ti rizici obuhvaćaju teme poput klimatskih promjena, uvjeta rada, ljudskih prava i upravljanja.

Za upravljanje različitim štetnim učincima na održivost i pokazateljima održivosti, EAM koristi ESG (ekološki, društveni, upravljački) set alata. Uporaba tih alata prilagođava se investicijskim strategijama i rizicima za svaki investicijski fond ili portfelj imovine. Cilj je postići dosljednost na razini fonda ili portfelja koji stječe udjele ili imovinu uzimajući u obzir najvažnije štetne učinke na održivost i pokazatelje održivosti. Promjene u uporabi tih alata moguće su na temelju redovnih pregleda ili potreba.⁶³

Načelno, Erste banka, kao i Erste Grupa, podupire svih 17 ciljeva održivog razvoja. No, uzevši u obzir svoj oblik poslovanja i utjecaja na društvo, Erste banka može značajno doprinijeti radom i postizanjem devet ciljeva kroz strateške inicijative, preusmjeravanje financijskih tokova i prilagodbu svog operativnog modela: „Svijet bez siromaštva“, „Zdravlje i dobrobit“, „Kvalitetno obrazovanje“, „Rodna ravnopravnost“, „Čista voda i sanitarni uvjeti“, „Pristupačna energije iz čistih izvora“, „Održivi gradovi i zajednice“, „Održiva potrošnja i proizvodnja“, „Odgovor na klimatske promjene“.⁶⁴

Erste banka brine za okolišne, upravljačke i društvene ciljeve (ESG). To započinje promišljenim financijskim uslugama koje nudi građanima i poslovnim subjektima, ulaganjem u održivo poslovanje, a uključuje i način na koji vode svoj posao – od energetske učinkovitosti ureda do fleksibilnosti u radu, zbog čega zaposlenici ne moraju svakodnevno putovati na posao.

Učinci klimatske krize na okoliš i ljude značajni su i zato je Erste banka trenutačno usredotočena na zaštitu okoliša, svjesnu upotrebu resursa i smanjenje emisija CO₂.⁶⁵

⁶³ Službena Internet stranica Erste banke: *O nama – održivo poslovanje – održivo ulaganje*, URL: <https://www.erstebank.hr/hr/o-nama/odrzivo-poslovanje#/modalComponent/isOpen/true/url/%2Fhr%2Fconfiguration%2Fleads%2Fodrzivo-ulaganje.modal> (14.09.2023.)

⁶⁴ Službena Internet stranica Erste banke: *O nama – održivo poslovanje*, URL: <https://www.erstebank.hr/hr/o-nama/odrzivo-poslovanje> (14.09.2023.)

⁶⁵ Službena Internet stranica Erste banke: *O nama – ESG*, URL: <https://www.erstebank.hr/hr/o-nama/esg> (14.09.2023.)

Erste banka lokalno mijenja industriju tako što pruža mrežu savjetodavne potpore (startupovima, društvenim poduzećima, neprofitnim organizacijama), daje podršku i financira projekte.

Erste banka je osigurala zelenije kreditiranje – prvi na tržištu uveli su stambene EKO kredite (2010.), a dogovorena je i obveznica s International Finance Corporation, iz koje se financiraju EKO stambeni krediti od 2021. do 2024.

Pokrenuli su i zelene investicijske fondove – Erste Green Equity (lipanj 2021.) i Erste Green Multi Asset (siječanj 2022.).

Erste banka podržava korištenje obnovljivih izvora energije – surađuje s partnerima koji u svojoj ponudi imaju proizvode za korištenje obnovljivih izvora energije.

Također je smanjeno i korištenje papira – digitalizirali su izvode i razne obavijesti te omogućili online ugovaranje proizvoda poput kredita i štednje, preko aplikacije George.

Kao Erste Group obvezali su se i na postizanje klimatski neutralnih operacija do kraja 2023., a do 2050. žele postići portfelj nulte neto stope, smanjujući onoliko ugljika u atmosferi koliko dodaju kroz svoju poslovnu aktivnost.

Erste Group jedan je od osnivača inicijative UN-a za promicanje univerzalne financijske uključenosti i izgradnju bankarskog sektora koji podržava financijsko zdravlje klijenata, a lokalno su pokrenuli i Školu pametnih financija, koja pruža lako razumljiva i korisna znanja za životne situacije povezane s osobnim financijama.⁶⁶

⁶⁶ Ibid.

5. USPOREDBA I ANALIZA PODATAKA

5.1. Integritet, vrijednosti, misija

Zagrebačka banka, dio UniCredit Grupe, ističe integritet, vrijednosti i svoju misiju kao ključne komponente svog društveno odgovornog poslovanja. Njihova misija je pružiti najbolje financijske usluge i podršku zajednici u kojoj posluju. Zagrebačka banka promiče integritet kroz dosljedno poštivanje etičkih standarda i pridržavanje svih zakona i propisa. Također, banka potiče integritet kroz transparentnost u komunikaciji s klijentima, dioničarima i drugim dionicima.

Vrijednosti Zagrebačke banke uključuju strast prema usluzi, inovacije, profesionalnost i društvenu odgovornost. Banka se trudi ostvariti ove vrijednosti kroz različite programe i inicijative. Na primjer, kroz programe obuke i edukacije za svoje zaposlenike, Zagrebačka banka nastoji osigurati visoku profesionalnost i stručnost u pružanju financijskih usluga.

U okviru društveno odgovornog poslovanja, Zagrebačka banka aktivno podržava lokalnu zajednicu kroz različite donacije, sponzorstva i volonterske akcije. Također, banka se obvezala smanjiti svoj ekološki otisak i potiče održivost kroz razne ekološke inicijative.

Privredna banka Zagreb također naglašava integritet, vrijednosti i svoju misiju u kontekstu društveno odgovornog poslovanja. Misija banke je pružiti najbolje financijske usluge svojim klijentima i podržati gospodarski razvoj Hrvatske. Integritet se promiče kroz strogo poštivanje zakona i pravila te visoke etičke standarde u svim poslovnim aktivnostima.

Vrijednosti PBZ-a uključuju odgovornost, partnerstvo, inovacije i održivost. Banka se aktivno angažira u podršci lokalnoj zajednici kroz različite projekte i donacije. Također, PBZ potiče inovacije kroz razvoj digitalnih bankarskih usluga kako bi olakšao pristup financijskim uslugama svojim klijentima.

Erste&Steiermärkische Bank također stavlja naglasak na integritet, vrijednosti i svoju misiju u okviru društveno odgovornog poslovanja. Njihova misija je podržati ekonomski i društveni razvoj regije u kojoj djeluju. Integritet se promiče kroz dosljedno poštivanje zakona i regulativa, te kroz transparentnost u poslovanju.

Vrijednosti Erste&Steiermärkische Banke uključuju odgovornost, inovacije, suradnju i održivost. Banka aktivno podržava lokalnu zajednicu kroz razne programe i projekte koji se bave obrazovanjem, kulturom, i socijalnim pitanjima. Također, banka potiče održivost kroz ulaganje u ekološke projekte i smanjenje vlastitog ekološkog otiska.

Sve tri banke u Hrvatskoj jasno ističu svoje vrijednosti i misiju u okviru društveno odgovornog poslovanja. Promiču integritet kroz poštivanje zakona i visoke etičke standarde te

podržavaju lokalnu zajednicu i održivost kroz razne inicijative i projekte. Svaka od njih ima svoje specifične programe i inicijative usmjerene prema svojim vrijednostima i misiji, ali zajednički cilj im je doprinijeti boljem društvu i zajednici u kojoj posluju.

5.2. Inicijative i aktivnosti

Zagrebačka banka, kao dio UniCredit Grupe, poduzela je brojne inicijative i aktivnosti kako bi podržala društveno odgovorno poslovanje. Neke od ključnih inicijativa i aktivnosti u tom smislu uključuju:

- programi financijske edukacije:

Zagrebačka banka kontinuirano provodi programe financijske edukacije za različite ciljne skupine, uključujući mlade, poduzetnike i građane. Cilj je podići svijest o financijskoj pismenosti i pružiti resurse za bolje upravljanje osobnim financijama.

- održivost i ekološki projekti:

Banka se aktivno uključila u održivost, financirajući ekološke projekte i promovirajući energetska učinkovitost. Također, smanjila je svoj vlastiti ekološki otisak kroz različite inicijative usmjerene na smanjenje potrošnje energije i resursa u svojim poslovnim procesima.

- socijalna odgovornost:

Zagrebačka banka podržava brojne socijalne inicijative i organizacije koje se bave pitanjima kao što su zdravlje, obrazovanje i socijalna uključenost. Kroz donacije i volonterske akcije, banka aktivno doprinosi zajednici.

- etičko poslovanje:

Banka promiče etičko poslovanje kroz jasne smjernice za svoje zaposlenike i partnere te se zalaže za transparentnost u svim poslovnim aktivnostima.

Privredna banka Zagreb također ima niz inicijativa i aktivnosti usmjerenih na podršku društveno odgovornom poslovanju:

- održivost u bankarstvu:

PBZ je razvio niz proizvoda i usluga koji podržavaju održivost, uključujući kredite za energetska učinkovitost i ekološke projekte. To pomaže klijentima da sudjeluju u održivim praksama.

- programi obuke i mentorstva:

Banka podržava obrazovanje i razvoj zajednice kroz programe obuke, stipendije i mentorstvo, posebno usmjerene prema mladima i poduzetnicima.

- kulturna i sportska sponzorstva:

PBZ se također angažira u kulturi i sportu, podržavajući brojne kulturne događaje i sportske klubove u Hrvatskoj.

- **društvena odgovornost zaposlenika:**

Banka potiče svoje zaposlenike na volontiranje i sudjelovanje u društveno odgovornim projektima kroz interni program društvene odgovornosti.

Erste&Steiermärkische Bank također ima niz inicijativa i aktivnosti usmjerenih na promicanje društveno odgovornog poslovanja:

- **inicijative za lokalnu zajednicu:**

Banka podržava brojne projekte u područjima poput obrazovanja, kulture i socijalne skrbi. Kroz donacije i sponzorstva, doprinosi boljem životu zajednice.

- **ekološke inicijative:**

Erste&Steiermärkische Bank promiče ekološke inicijative i aktivnosti, uključujući financiranje ekoloških projekata i smanjenje vlastitog ekološkog otiska.

- **financijska pismenost:**

Banka se također zalaže za financijsku pismenost kroz programe obuke i edukaciju, kako bi pomogla klijentima bolje razumjeti financijske proizvode i usluge.

- **korporativna transparentnost:**

Erste&Steiermärkische Bank promiče transparentnost u svom poslovanju kako bi osigurala povjerenje svojih dionika.

Sve tri banke u Hrvatskoj provode različite inicijative i aktivnosti kako bi podržale društveno odgovorno poslovanje, iako se fokus i pristup mogu razlikovati. Cilj im je doprinijeti održivom gospodarskom razvoju i društvenom blagostanju Hrvatske kroz svoje aktivnosti i angažman u zajednici.

5.3. Utjecaj na društvo i okoliš

Zagrebačka banka aktivno doprinosi društvu i okolišu kroz svoje društveno odgovorno poslovanje. Evo nekoliko ključnih načina na koje je banka pridonijela:

- **održivost u bankarstvu:**

Zagrebačka banka je podržala brojne ekološke inicijative i projekte usmjerene na očuvanje okoliša. Financira projekte energetske učinkovitosti i obnovljive izvore energije, čime doprinosi smanjenju emisija stakleničkih plinova.

- **financijska edukacija:**

Banka je provodila programe financijske edukacije za svoje klijente i širu javnost. Ovi programi pomažu ljudima da bolje razumiju svoje financije i donose održive financijske odluke.

- **socijalna odgovornost:**

Zagrebačka banka redovito donira sredstva i volontira u projektima usmjerenim na poboljšanje zdravstva, obrazovanja i socijalne uključenosti. To uključuje podršku bolnicama, školama i neprofitnim organizacijama.

- **etičko poslovanje:**

Banka promiče etičko poslovanje i transparentnost u svim svojim aktivnostima. To uključuje stroge smjernice za etičko ponašanje svojih zaposlenika i partnera.

Privredna banka Zagreb također ima značajan utjecaj na društvo i okoliš putem svojih inicijativa društveno odgovornog poslovanja:

- **održivost u bankarstvu:**

PBZ je razvio niz proizvoda i usluga koji potiču održivost, kao što su krediti za energetska učinkovitost i ekološki prihvatljive projekte. Ovo omogućava klijentima da aktivno sudjeluju u očuvanju okoliša.

- **podrška obrazovanju:**

Banka kontinuirano podržava obrazovne inicijative, uključujući stipendije i programe mentorstva za mlade. To pomaže u podizanju razine obrazovanja i zapošljivosti u zajednici.

- **kulturna i sportska sponzorstva:**

PBZ je sponzor raznih kulturnih i sportskih događanja u Hrvatskoj, pridonoseći kulturnoj sceni i sportskim aktivnostima.

- **društvena odgovornost zaposlenika:**

Banka potiče svoje zaposlenike na volontiranje i sudjelovanje u društveno odgovornim projektima, što dodatno jača njezin društveni utjecaj.

Erste&Steiermärkische Bank također ima značajan društveni i ekološki utjecaj putem svojih aktivnosti društveno odgovornog poslovanja:

- **inicijative za lokalnu zajednicu:**

Banka podržava niz lokalnih projekata i organizacija koje se bave pitanjima obrazovanja, kulture i socijalne skrbi. Kroz donacije i sponzorstva, pridonosi boljem životu zajednice.

- **ekološke inicijative:**

Erste&Steiermärkische Bank potiče ekološke inicijative i aktivnosti, uključujući financiranje ekoloških projekata i smanjenje vlastitog ekološkog otiska.

- **financijska pismenost:**

Banka se zalaže za financijsku pismenost kroz programe obuke i edukaciju, pomažući klijentima da bolje razumiju financijske proizvode i usluge.

- **korporativna transparentnost:**

Erste&Steiermärkische Bank promiče transparentnost u svom poslovanju kako bi osigurala povjerenje svojih dionika.

Sve tri banke u Hrvatskoj pokazuju značajan društveni i ekološki utjecaj kroz svoje inicijative društveno odgovornog poslovanja. Njihovi napori doprinose održivom gospodarskom razvoju i društvenom blagostanju Hrvatske, a različiti pristupi i fokus doprinose raznolikosti njihovog društvenog utjecaja.

5.4. Izvješća i transparentnost

Zagrebačka banka je dosljedno isticala svoj angažman prema društvenoj odgovornosti putem redovitih izvješća i transparentnosti. Ključne značajke u njihovom pristupu uključuju:

- **godišnja izvješća o održivosti:**

Zagrebačka banka objavljuje detaljna godišnja izvješća o održivosti koja pokrivaju njihove ekonomske, ekološke i društvene aktivnosti. Ova izvješća nude dubok uvid u njihove napore na području društveno odgovornog poslovanja.

- **sudjelovanje u globalnim inicijativama:**

Banka je članica različitih globalnih inicijativa i standarda, što dodatno potvrđuje njihovu predanost društvenoj odgovornosti. To uključuje članstvo u Globalnom kompaktu UN-a.

- **transparentnost o ciljevima:**

Zagrebačka banka jasno postavlja ciljeve i rokove za svoje društveno odgovorne inicijative, što omogućava praćenje njihovog napretka.

PBZ također pokazuje visoku razinu transparentnosti u vezi s društveno odgovornim poslovanjem:

- **društveno godišnje izvješće:**

Banka redovito objavljuje godišnja izvješća koja detaljno opisuju njihove društveno odgovorne aktivnosti, uključujući inicijative za okoliš i društvo.

- **sudjelovanje u lokalnim inicijativama:**

PBZ ističe svoje sudjelovanje u raznim lokalnim inicijativama koje podržavaju zajednicu i okoliš.

- **transparentnost o financijskim praksama:**

Banka također pruža transparentnost u vezi s financijskim aspektima društveno odgovornog poslovanja, uključujući alokaciju sredstava za održive projekte.

Erste&Steiermärkische Bank također ima istaknutu razinu izvješća i transparentnosti u vezi s društveno odgovornim poslovanjem:

- **društveni i ekološki izvještaji:**

Banka redovito objavljuje izvještaje koji obuhvaćaju njihove društvene i ekološke aktivnosti. Ovi izvještaji pružaju detaljne informacije o njihovim projektima i inicijativama.

- **odgovornost u investicijama:**

Erste&Steiermärkische Bank također ističe svoje politike odgovornih investicija, što pokazuje njihovu predanost podržavanju održivih projekata.

- **transparentnost o ciljevima održivosti:**

Banka jasno komunicira svoje ciljeve održivosti, uključujući smanjenje ekološkog otiska i podršku lokalnim zajednicama.

Sve tri banke u Hrvatskoj aktivno se trude pružiti detaljna izvješća i transparentnost u vezi s njihovim praksama društveno odgovornog poslovanja. Ovo je ključno za stvaranje povjerenja dionika i omogućava njihovim klijentima i zajednicama da bolje razumiju njihov društveni i ekološki utjecaj.

Tablica 4 Usporedba i analiza podataka, aktivnosti i inicijative koje banke provode

Zagrebačka banka	Privredna banka Zageb	Erste&Steiermärkische Bank
Programi financijske edukacije	Etičko poslovanje	Društvena odgovornost zaposlenika
Održivost i ekološki projekti	Održivost u bankarstvu	Inicijative za lokalnu zajednicu
Socijalna odgovornost	Programi obuke i mentorstva	Ekološke inicijative
Etičko poslovanje	Kulturna i sportska sponzorstva	Financijska pismenost

Održivost u bankarstvu	Društvena odgovornost zaposlenika	Korporativna transparentnost
Godišnja izvješća o održivosti	Podrška obrazovanju	Transparentnost o financijskim praksama
Sudjelovanje u globalnim inicijativama	Transparentnost o ciljevima	Društveni i ekološki izvještaji
Transparentnost o ciljevima	Društveno godinjsnje izvješće	Odgovornost u investicijama
	Sudjelovanje u lokalnim inicijativama	Transparentnost o ciljevima održivosti
	Transparentnost o financijskim praksama	

Izvor: Samostalna izrada autora

6. ZAKLJUČAK

Zaključno se može reći da tema društveno odgovornog poslovanja u bankarskom sektoru Republike Hrvatske predstavlja izuzetno važno područje koje ima značajan utjecaj na gospodarstvo, društvo i okoliš.

DOP je sveobuhvatan koncept koji se sastoji od niza aktivnosti i praksi koje imaju za cilj promicati ekonomske, društvene i ekološke vrijednosti unutar organizacije. Ovaj koncept ima svoje korijene u povijesti korporativne odgovornosti i evoluirao je kako bi uključivao širi spektar aspekata, uključujući etiku, transparentnost, zaštitu okoliša i društvenu dobrobit. U bankarskom sektoru, DOP igra ključnu ulogu u promicanju financijske stabilnosti, podržavanju rasta gospodarstva i zadovoljenju potreba zajednice.

Bankarski sektor u Hrvatskoj prepoznaje važnost DOP-a te se sve više usmjerava prema integritetu, transparentnosti i odgovornom poslovanju. Banke u Hrvatskoj provode niz inicijativa i aktivnosti usmjerenih prema društvu i okolišu, uključujući financiranje održivih projekata, podršku lokalnim zajednicama i razvoj održivih financijskih proizvoda. Osim toga, bankarski sektor igra ključnu ulogu u poticanju financijske pismenosti građana.

Iako je u Hrvatskoj primjetan napredak u području DOP-a, ali još uvijek postoje izazovi koji se moraju prevladati, uključujući potrebu za većom transparentnošću, jačim regulacijama i boljim praćenjem učinka DOP-a.

Nakon pažljive analize društveno odgovornog poslovanja u Zagrebačkoj banci, Privrednoj banci Zagreb i Erste&Steiermärkische Banci, moguće je izvući nekoliko ključnih zaključaka i usporediti njihove napore u podršci društvenoj odgovornosti. Prvo, Zagrebačka banka se ističe kao lider u DOP-u u Hrvatskoj. Banka ima snažno usmjerenje prema društvenoj odgovornosti, što je vidljivo kroz njihove brojne inicijative, transparentna izvješća i aktivnosti usmjerene prema zajednici i okolišu. Posebno je potrebno istaknuti njihovu predanost održivim financijskim proizvodima i investicijama, kao i njihovo sudjelovanje u globalnim inicijativama poput Globalnog kompakta UN-a. PBZ također ima impresivne napore u DOP-u, s posebnim naglaskom na podršku lokalnim zajednicama i okolišu. Banka redovito izvještava o svojim društveno odgovornim aktivnostima i sudjeluje u raznim lokalnim inicijativama. Njihova transparentnost o financijskim praksama također zaslužuje pohvalu. Konačno, Erste&Steiermärkische Bank također se angažira u DOP-u, s posebnim naglaskom na društvenim i ekološkim izvještajima te politikama odgovornih investicija. Banka je također transparentna o svojim ciljevima održivosti.

Moje osobno mišljenje je da su sve tri banke u Hrvatskoj iskazale znatan trud u promicanju društvene odgovornosti u svojim poslovanjima. No, Zagrebačka banka se izdvaja kao lider s obzirom na širinu i dubinu svojih društveno odgovornih aktivnosti, sudjelovanje u globalnim inicijativama i transparentnost. PBZ također ima znatan društveno odgovorni angažman, s naglaskom na lokalnoj razini, dok Erste&Steiermärkische Bank pokazuje ozbiljan pristup održivim investicijama. Na kraju, izbor između ovih banaka ovisi o individualnim preferencijama i vrijednostima. Oni koji cijene snažno usmjerenje prema globalnim društveno-odgovornim inicijativama mogli bi preferirati Zagrebačku banku. S druge strane, oni koji žele podržati lokalnu zajednicu mogli bi dati prednost PBZ-u. Erste&Steiermärkische Bank je odličan izbor za one koji se posebno zanimaju za održive investicije. Svi ti izbori mogu doprinijeti promicanju DOP-a i održivosti u Hrvatskoj.

Zaključno se može reći da DOP u bankarskom sektoru Republike Hrvatske ima značajan utjecaj na društvo, ekonomiju i okoliš. Bankarske institucije igraju ključnu ulogu u promicanju društvene odgovornosti i održivosti te se aktivno angažiraju u podršci zajednicama i zaštiti okoliša. Kako bi se postigao još veći napredak u ovom području, potrebno je dalje ulagati u edukaciju, transparentnost i suradnju između banaka, vlasti i civilnog društva kako bi se osiguralo održivo i odgovorno poslovanje u budućnosti.

LITERATURA

- Ahn, H., Lee, Y., Yoon, S. (2017): The Impact of Corporate Social Responsibility (CSR) on the Performance of Banks in South Korea: A Post-Financial Crisis Perspective. *Sustainability*; 9(3): 335.
- Babić, M. (2012): Društveno odgovorno poslovanje u funkciji unaprjeđenja imidža poduzeća. *Učenje za poduzetništvo*; 2(2): 277 – 285.
- Bagić, A, Škrabalo, M, Narančić, L. (2006): *Pregled društvene odgovornosti poduzeća u Hrvatskoj*. Zagreb: AED
- Carrasco, I. (2006): Ethics and Banking. *International Advances in Economic Research*; 12: 43-50.
- Carroll, A. B. (1999): Corporate Social Responsibility: *Evolution of a Definitional Construct*. *Business & Society*; 38(3): 268-295.;
- Crowther, D., Aras, G. (2008): *Corporate Social Responsibility*, URL: https://my.uopeople.edu/pluginfile.php/57436/mod_book/chapter/121631/BUS5116.Crowther.Aras.CSR.pdf%3E (10.09.2023.)
- Ćorić, G. (2008): *Što je društvena odgovornost?*. Pomakonline – Magazin za društveni razvitak, URL: <http://www.pomakonline.com/content/view/100/60/> (10.09.2023.)
- Focas, C., Soares, N. (2019): Ethical Banking in Europe: The Role of Ethical Investment in the Face of Financialization. *Review of International Political Economy*: 26(5): 831-854.
- GRI (Global Reporting Initiative). (2016): *GRI Standards*. Pristupljeno na www.globalreporting.org.(10.09.2023.)
- Guene, C., Mayo, E. (2001): *Banking and Social Cohesion: Alternative Responses to a Global Market*. Jon Carpenter
- Guinée, J. B. (2002): *Handbook on Life Cycle Assessment: Operational Guide to the ISO Standards*. Springer.
- HNB (2023): *Pokazatelji poslovanja kreditnih institucija*, URL: <https://www.hnb.hr/statistika/statisticki-podaci/financijski-sektor/druge-monetarne-financijske-institucije/kreditne-institucije/bankovna-supervizija/pokazatelji-poslovanja-kreditnih-institucija> (10.09.2023.)
- Hrvatska udruga poslodavaca (2014): *Društveno odgovorno poslovanje za sve: priručnik za organizacije poslodavaca*. Zagreb, URL:

<https://www.hup.hr/EasyEdit/UserFiles/Petra%20Sentić/Prirucnik%20DOP%20HR.pdf>
(10.09.2023.)

- ISO (International Organization for Standardization). (2010): *ISO 26000 - Guidance on Social Responsibility*.
- Ivić, P., Grubišić, D. (2013): Međuovisnost društveno odgovornog ponašanja i poslovne uspješnosti. *Poslovna izvrsnost: znanstveni časopis za promicanje kulture i kvalitetu poslovne izvrsnosti*; 7(2): 83 – 101.
- Kotler, P., Lee, N. (2004): *Corporate Social Responsibility: Doing the Most Good for Your Company and Your Cause*. Wiley
- Kundid, A. (2012): Društveno odgovorno poslovanje banaka u Republici Hrvatskoj. *Ekonomski misao i praksa*; 21(2): 497-528.
- Millar, C., Poole, E. (2010): *Ethical Leadership: Global Challenges and Perspectives*. Palgrave Macmillan
- Morsing, M., Schultz, M. (2006): Corporate Social Responsibility Communication: Stakeholder Information, Response and Involvement Strategies. *Business Ethics: A European Review*; 15(4): 323-338.
- Oikonomou, I., Brooks, C. (2018): The Impact of Corporate Social Responsibility on Bank Lending. *European Financial Management*; 24(2): 220-252.
- Porter, M.E., Kramer, M.R. (2002): *The Competitive Advantage of Corporate Philanthropy*, URL: <https://hbr.org/2002/12/the-competitive-advantage-of-corporate-philanthropy> (13.09.2023.)
- Radu, S. (2016): The Role of Banking Institutions in CSR Communication and Consumer Trust Building. *Procedia Economics and Finance*; 39: 822-828.
- Salarić, D., Jergović, A. (2012): Poduzetništvo i društveno odgovorno poslovanje. *Učenje za poduzetništvo*; 2(2): 295 – 301.
- Scholtens, B., Kang, F. (2013): Corporate Social Responsibility and Bank Risk. *Journal of Banking & Finance*; 37(9): 3529-3547.
- Schueth, S. (2003): Socially Responsible Investing in the United States. *Journal of Business Ethics*; 43(3): 189-194.
- Seuring, S., Müller, M. (2008). From a literature review to a conceptual framework for sustainable supply chain management. *Journal of Cleaner Production*; 16(15):1699-1710.
- Službena Internet stranica Zagrebačke banke: *O nama - pregled*, URL: <https://www.zaba.hr/home/o-nama/o-nama/pregled> (10.09.2023.)

- Službena Internet stranica Zagrebačke banke: *O nama – misija i vrijednosti*, URL: <https://www.zaba.hr/home/o-nama/o-nama/misija-i-vrijednosti> (10.09.2023.)
- Službena Internet stranica Zagrebačke banke: *O nama – održivost*, URL: <https://www.zaba.hr/home/o-nama/odrzivost> (10.09.2023.)
- Službena Internet stranica Zagrebačke banke: *O nama – održivo poslovanje*, URL: <https://www.zaba.hr/home/o-nama/odrzivo-poslovanje> (10.09.2023.)
- Službena Internet stranica Zagrebačke banke: *O nama – bankarstvo s društvenim utjecajem*, URL: <https://www.zaba.hr/home/o-nama/bankarstvo-s-drustvenim-utjecajem> (10.09.2023.)
- Službena Internet stranica Zagrebačke banke: *O nama – održivost u okviru usluge investicijskog savjetovanja*, URL: <https://www.zaba.hr/home/o-nama/odrzivost-u-okviru-usluge-investicijskog-savjetovanja> (10.09.2023.)
- Službena Internet stranica Uni Credit Grupe: *Sustainability Reporting*, URL: <https://www.unicreditgroup.eu/en/esg-and-sustainability/sustainability-reporting.html> (14.09.2023.)
- Službena Internet stranica PBZ-a: *Tko smo mi*, URL: <https://www.pbz.hr/gradjani/Nas-svijet/Tko-smo-mi.html> (14.09.2023.)
- Službena Internet stranica PBZ-a: *Održivi razvoj*, URL: <https://www.pbz.hr/gradjani/Nas-svijet/Odrzivi-razvoj.html> (14.09.2023.)
- Službena Internet stranica PBZ-a: *Održivi razvoj -utjecaj na okoliš*, URL: <https://www.pbz.hr/gradjani/Nas-svijet/Odrzivi-razvoj/Utjecaj-na-okolis.html> (14.09.2023.)
- Službena Internet stranica PBZ-a: *Održivi razvoj – donacije i sponzorstva*, URL: <https://www.pbz.hr/gradjani/Nas-svijet/Odrzivi-razvoj/Donacije-i-sponzorstva.html> (14.09.2023.)
- Službena Internet stranica PBZ-a: *Održivi razvoj – politike i kodeksi*, URL: <https://www.pbz.hr/gradjani/Nas-svijet/Odrzivi-razvoj/Politike-i-kodeksi.html> (14.09.2023.)
- Službena Internet stranica Erste banke: *O nama*, URL: <https://www.erstebank.hr/hr/o-nama> (14.09.2023.)
- Službena Internet stranica Erste banke: *O nama – održivo poslovanje*, URL: <https://www.erstebank.hr/hr/o-nama/odrzivo-poslovanje> (14.09.2023.)
- Službena Internet stranica Erste banke: *O nama – održivo poslovanje – održivo ulaganje*, URL: <https://www.erstebank.hr/hr/o-nama/odrzivo->

[poslovanje#/modalComponent/isOpen/true/url/%2Fhr%2Fconfiguration%2Fleads%2Fodrzivo-ulaganje.modal](#) (14.09.2023.)

- Službena Internet stranica Erste banke: *O nama – održivo poslovanje*, URL: <https://www.erstebank.hr/hr/o-nama/odrzivo-poslovanje> (14.09.2023.)
- Službena Internet stranica Erste banke: *O nama – ESG*, URL: <https://www.erstebank.hr/hr/o-nama/esg> (14.09.2023.)
- Tafra, M. (2011): *Održivo poslovanje : koncepti, upravljanje, komunikacija*. Zaprešić: Visoka škola za poslovanje i upravljanje s pravom javnosti "Baltazar Adam Krčelić"
- Weber, O., Feltnate, B. (2016): *Sustainable Banking: Managing the Social and Environmental Impact of Financial Institutions*, University of Toronto Press

POPIS ILUSTRACIJA

Popis tablica:

Tablica 1 Razvoj društvenog poslovanja	4
Tablica 2 Interni i eksterni aspekti društvene odgovornosti banaka	16
Tablica 3 Podatci o poslovanju kreditnih institucija, na dan 30.lipnja 2023.	23
Tablica 4 Usporedba i analiza podataka, aktivnosti i inicijative koje banke provode	40