



HUP

Hrvatska udruga poslodavaca

DRUŠTVENO ODGOVORNO POSLOVANJE ZA SVE



HUP

Hrvatska udruga poslodavaca

Društveno odgovorno poslovanje za sve

- 5 partnera: udruge poslodavaca (Crna Gora, Makedonija, Turska, Rumunjska + IOE)
- Jačanje organizacija + partnerstvo
- Nacionalno istraživanje
- Nalazi na razini zemlje (profil) i razini poduzeća
- 2491 poduzeće, 5 najvećih sektora prema udjelu u BDP
- 4% interes anketa – nizak
- 11/07 – 01/08/2013

- Promocija plus + Mirjana Matešić
- Istraživanja: UNDP 2007.
- Indeks DOP; magistarski rad



HUP

Hrvatska udruga poslodavaca

Stagnacija razvoja DOP

- Interes opada (recesija)
- Interes u proizvodnji i preradi, finansijski sektor i telekomunikacije
- Integracija DOP u poslovnu strategiju
- Većina deklarativni pristup
- Percepcija javnosti o DOPu
- Ne postoje Vladine aktivnosti poticanja (antikorupcija)
- Formalna odgovornost (MINGO)
- Ne postoje mehanizmi dobrovoljne prakse
- Poslovni sektor – sustavan pristup (3)



HUP

Hrvatska udruga poslodavaca

5 najvećih sektora prema BDP-u

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



HUP

Hrvatska udruga poslodavaca

Zakonodavni okvir

- Nejedinstven, prereguliran – trošak; dobrovoljnost – pojedinačna rješenja
- Za različita područja (javna nabava, odnosi s radnicima, zaštita na radu, zaštita okoliša, korporativna davanja)
- Niska motivacija - nadzor + sankcije
- Graditeljstvo, zgradarstvo, promet, energetika, energetska učinkovitost
- Zelena javna nabava – ne primjenjuje se
- Zaštita okoliša – složen proces, skup, ne primjena u praksi
- Ulaganje u zajednicu – sustavna financijska analiza (2%) bruto prihod
- Strategija održivog razvoja – obrazovanje za OR; održiva proizvodnja i potrošnja
- Strateške odrednice za razvoj zelenog gospodarstva
- Strateške smjernice za DOP
- Jasne odgovornosti, proračun i vremenski okvir



HUP

Hrvatska udruuga poslodavaca

Poznavanje DOP-a

- 84%
- Veličina poduzeća - utjecaj

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



HUP

Hrvatska udruga poslodavaca

Duljina

- 38% više od 10 godina
- 48% velika poduzeća
- 19% 1-3 godine
- 19/ 4-6 godina
- ni jedno veliko u zadnjih godinu dana; 33% mikro poduzeća; isključivo privatni sektor
- 8% ukupno zadnju godinu dana
- 11% na domaćem tržištu (zadnja godina)
- privatni, okolišni i strana tržišta



HUP

Hrvatska udruga poslodavaca

DOP unutar poduzeća

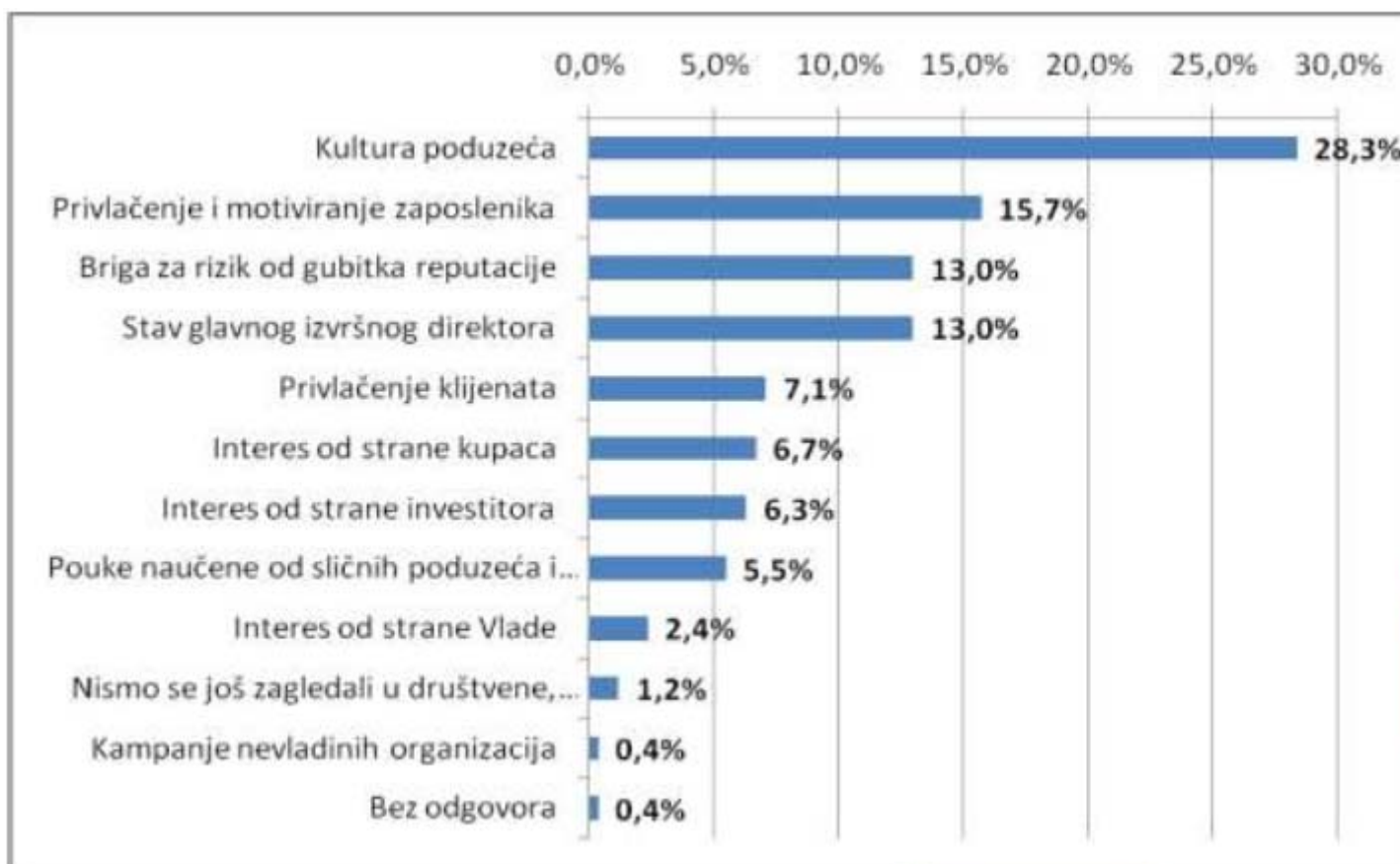
- 55% definiranu odgovornost (11% malo gospodarstvo)
- Korporativne komunikacije, Odnosi s javnošću, Ured glavnog direktora, više odjela i 6,5% DOP
- Prioritetna područja: 62% odnos prema zaposlenicima (odnos prema zajednici i pošteno poslovanje)
- Pošteno poslovanje (micro) i odnos prema okolišu (veliki)
- Usklađenost privatnog i poslovnog života - visok postotak 36% i 47%
- Ulaganje u obrazovanje i obuku djelatnika – 95%
- Zdravo i sigurno okruženje; odnos nediskriminacija (-1%)
- Ulaganje u zajednicu (66%), okoliš (92%), ljudska prava (-3%), komunikacija djelatnici (66%), pružanje pravnog lijeka
- Uključenost u lanac dobavljača: etički, okolišni, društveni kriteriji (75%) – kupnja, prodaja i ugovaranje
- 2/3 obuka protiv korupcije
- 55% usvojilo kodeks ponašanja



HUP

Hrvatska udruga poslodavaca

Razlozi za primjenu DOP





HUP

Hrvatska udruga poslodavaca

Poznavanje alata DOP

- 68% nasuprot 30%
- 21% OECD, 20% Indeks i 10% GC, GRI i ISO 26000
- Uporaba: 57% nasuprot 39%
- 25% Indeks, 23% GC, 19% GRI
- Članstvo: 30%
- 46% izvještava
- 92% potreba za vladinim mjerama – sva poduzeća



HUP

Hrvatska udruga poslodavaca

Važnost DOP-a prema područjima koja će rasti u budućnosti

- Velika i srednja – okoliš; mala – zajednica; mikro – zaposlenici
- Porast (73%) važnosti DOP; velika (96%)

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



HUP

Hrvatska udruga poslodavaca

Zaključci

- Okruženje uglavnom negativno i nepoticažno - mijenja na bolje, ali sporo te više kao rezultat „prepisivanja” inozemne prakse, a ne kao rezultat nacionalne inovativnosti
- Javni i poslovni sektor označeni su kao ključni subjekti za kreiranje poticajnog okruženja
- Primarna uloga javnog sektora u kreiranju normativnog i institucionalnog okvira kreirao „pravila igre”
- Uloga Vlade - puno više inicijative, za razliku od trenutno inertne i pasivne pozicije
- Integrativni pristup - međusektorska suradnja - iznimno važna i jedini način za primjereni razvoj DOP
- Zakonodavni okvir - nedorečen i manjkav i često ne primjenjuju
- Važna za stabilnost poslovanja poduzeća, no često „prepuštena” dobrim pojedinačnim slučajevima, a ne sustavnoj praksi
- Lideri dobre prakse - velika inozemna poduzeća - transferiraju znanje i praksu u svoje podružnice
- Praksa DOP-a „face lifting”



HUP

Hrvatska udruga poslodavaca

Preporuke

1. DOP više primjenjuju velika poduzeća, ona u proizvodnim i resursno intenzivnim sektorima te poduzeća koja posluju na izvoznim tržištima
2. Edukacija - orijentirati na malo i srednje poduzetništvo
3. Rezultati istraživanja - bolje rezultate nego što je to stvarno stanje u Hrvatskoj
4. Pretpostavka - sudjelovala poduzeća kojima je ova tema bliska jer se njome bave, da je dio odgovora pozitivan zbog pojedinačnih dobrih primjera, a ne sustavno razrađene prakse što govori o potrebi dodatne edukacije
5. Jačati važnost DOP-a u Vladinim institucijama i javnim poduzećima
6. DOP kriterij prilikom dodjele sredstava HBOR-a ili podrške projektima koje financiraju ministarstva poduzetništva i gospodarstva
7. Jačati poticajne mjere Vlade - DOP se najviše razvija kao posljedica vanjskih pritisaka kao što su to kupci, investitori, dobavljači i klijenti
8. Vladin utjecaj - značajan kroz kreiranje poticajnih mjera kroz zelenu javnu nabavu, porezne olakšice ili podrška nagrađivanju, boljem informiranju i općenito jačanju svijesti o prednostima DOP-a za poslovni sektor
9. Jačati promotivne aktivnosti - postojeće konferencije, Indeks DOP-a, izrada publikacija, glasila, specijalni prilozi u poslovnim tjednicima
10. Ulogu javnog sektora u ovim aktivnostima - pojačala svijest o važnosti ovih aktivnosti



HUP

Hrvatska udruga poslodavaca

HVALA NA POZORNOSTI 😊