

Analiza društveno odgovornog poslovanja u Požeško - slavonskoj županiji

Marinac, Ivan

Master's thesis / Diplomski rad

2021

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

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:137:811455>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-11-23**



Repository / Repozitorij:

[Digital Repository Juraj Dobrila University of Pula](#)



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

IVAN MARINAC

**ANALIZA DRUŠTVENO ODGOVORNOG POSLOVANJA U
POŽEŠKO-SLAVONSKOJ ŽUPANIJI**

Diplomski rad

Pula, 2021.

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

IVAN MARINAC

**ANALIZA DRUŠTVENO ODGOVORNOG POSLOVANJA U
POŽEŠKO-SLAVONSKOJ ŽUPANIJI**

Diplomski rad

JMBAG: 0303057037, redoviti student

Studijski smjer: Management i poduzetništvo

Predmet: Društveno odgovorno poslovanje

Znanstveno područje: Društvene znanosti

Znanstveno polje: Ekonomija

Mentorica: izv. prof. dr. sc. Kristina Afrić Rakitovac

Pula, rujan, 2021.



IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

Ja, dolje potpisani Ivan Marinac, kandidat za magistra ekonomije/poslovne ekonomije, smjera Management i poduzetništvo, ovime izjavljujem da je ovaj Diplomski rad rezultat isključivo mogega vlastitog rada, da se temelji na mojim istraživanjima te da se oslanja na objavljenu literaturu kao što to pokazuju korištene bilješke i bibliografija. Izjavljujem da niti jedan dio Diplomskog rada nije napisan na nedozvoljen način, odnosno da je prepisan iz kojega necitiranog rada, te da ikoji dio rada krši bilo čija autorska prava. Izjavljujem, također, da nijedan dio rada nije iskorišten za koji drugi rad pri bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj ili radnoj ustanovi.

Student

U Puli, _____, 2021. godine



IZJAVA o korištenju autorskog djela

Ja, Ivan Marinac dajem odobrenje Sveučilištu Jurja Dobrile u Puli, kao nositelju prava iskorištavanja, da moj Diplomski rad pod nazivom „Analiza društveno odgovornog poslovanja u Požeško-slavonskoj županiji“ koristi na način da gore navedeno autorsko djelo, kao cjeloviti tekst trajno objavi u javnoj internetskoj bazi Sveučilišne knjižnice Sveučilišta Jurja Dobrile u Puli te kopira u javnu internetsku bazu završnih radova Nacionalne i sveučilišne knjižnice (stavljanje na raspolaganje javnosti), sve u skladu s Zakonom o autorskom pravu i drugim srodnim pravima i dobrom akademskom praksom, a radi promicanja otvorenoga, slobodnoga pristupa znanstvenim informacijama. Za korištenje autorskog djela na gore navedeni način ne potražujem naknadu.

U Puli, _____2021.godine

Potpis

SADRŽAJ:

1. UVOD	1
1.1. Cilj i predmet istraživanja	1
1.2. Struktura rada	2
1.3. Metodologija istraživanja	3
1.4. Doprinos istraživanja	3
2. TEORIJSKE POSTAVKE O DRUŠTVENO ODGOVORNOM POSLOVANJU	5
2.1. Pojmovno određenje.....	5
2.2. Povijesni razvoj	7
2.3. Indeks društveno odgovornog poslovanja	8
2.4. Prednosti primjene koncepta društveno odgovornog poslovanja	10
2.5. Perspektive društveno odgovornog poslovanja	11
3. PRIMJENA DRUŠTVENO ODGOVORNOG POSLOVANJA NA RAZLIČITIM RAZINAMA	13
3.1. Razina Europske unije.....	13
3.2. Razina država članica s naglaskom na Republiku Hrvatsku	14
3.3. Regionalna (županijska) razina	16
4. GOSPODARSKI SUBJEKTI U POŽEŠKO-SLAVONSKOJ ŽUPANIJI	19
4.1. Velika trgovačka društva	22
4.1.1. Kutjevo d.d.	22
4.1.2. Plamen d.o.o.	26
4.1.3. Zvečevo d.d.....	27
4.2. Srednja trgovačka društva	29
4.2.1. Spin Valis d.d.	29
4.2.2. Lipik Glas d.o.o.....	32
4.3. Mala trgovačka društva i obrtnici	33
4.4. Obiteljska poljoprivredna gospodarstva	33
4.5. Ostali subjekti koji posluju na području Županije	34

5. ANALIZA DRUŠTVENO ODGOVORNOG POSLOVANJA GOSPODARSKIH SUBJEKATA POŽEŠKO - SLAVONSKE ŽUPANIJE.....	36
5.1. Metodologija istraživanja	36
5.2. Rezultati istraživanja	37
5.3. Interpretacija rezultata provedenog istraživanja	53
6. ZAKLJUČAK.....	54
7. POPIS LITERATURE	56
8. POPIS TABLICA.....	61
9. POPIS PRIKAZA.....	62
10. POPIS KRATICA.....	64
11. SAŽETAK.....	65
12. PRILOZI.....	67
12.1. Anketni upitnik	67
12.2. Popis poduzeća kojima je poslan anketni upitnik.....	71

1. UVOD

Motivacija za pisanje diplomskog rada na temu „Analiza društveno odgovornog poslovanja u Požeško-slavonskoj županiji osobne je prirode. Obzirom da diplomant dolazi iz Požeško-slavonske županije, tijekom cijelog studija pisao je seminare, završni i druge radove koristeći teme vezane za tu županiju te nastojeći na taj način prezentirati primjere dobre poduzetničke prakse, ali i ukazati na potencijal te prostor za napredak.

1.1. Cilj i predmet istraživanja

Društveno odgovorno poslovanje (u daljnjem tekstu: DOP) kao oblik djelovanja gospodarskih subjekata može se uočiti još od uspostave prvih korporacija koje su usklađivale svoje vođenje poslovanja s moralnim načelima, nastojeći ga prilagoditi korisnim za okolinu i društvo. Tada se razvila svijest o poduzećima kao dijelovima društva, čije su poslovne odluke počele uključivati i nezaobilazna pitanja socijalne prirode u cilju unapređenja dobrobiti svih sudionika (izravnih i neizravnih). Razvoj takve svijesti rezultirao je opcijom prelaska poduzeća s dotadašnje isključive orijentacije na profit¹ na orijentiranost na potrošača, vodeći brigu i o aspektima koje poslovanje poduzeća ima promatrajući društvo u cjelini i lokalnu zajednicu.

Prisustvo koncepta DOP-a u praksi bilježi se gotovo sedamdeset godina, prošavši relativno dug put razvoja. Na tom putu polazište je bila defenzivna faza djelovanja poduzeća usmjerenog protiv pritisaka javnosti za njihovom (većom) brigom za društvo. Slijedila je strateška faza u sklopu koje su poduzeća svjesno pristupila ugradnji društvene odgovornosti u vlastite poslovne strategije. Na kraju je rezultirala civilna faza u kojoj poduzeća, uzimajući u obzir prednosti DOP-a prilaze promicanju društvene odgovornosti kao standardne poslovne prakse².

Gospodarski subjekti, napose oni s područja Požeško - slavonske županije, ukoliko primjenjuju koncept DOP-a imaju na raspolaganju u svoju poslovnu praksu ugraditi: ekonomsku održivost, strateško opredjeljenje za DOP i održivi razvoj, odgovorne politike i prakse u radnoj okolini te upravljanje okolišem, DOP u svojim

¹ Zabilježeni su slučajevi u praksi pojedinih poduzeća maksimiranja profita nauštrb lokalne zajednice i društva. Nasuprot tome, širi je društveno-ekonomski aspekt koji ima za cilj unaprijediti i zaštititi društvenu zajednicu te postići opći boljitak društva.

² Vrdoljak Raguž, I., Hazdovac, K.: *Društveno odgovorno poslovanje i hrvatska gospodarska praksa*, Oeconomica Jadertina, Vol. 4(1), 2014., str. 44

tržišnim odnosima, društveno odgovorni odnos s lokalnom zajednicom te odgovornu politiku raznolikosti, vodeći računa o zaštiti ljudskih prava. Gospodarski subjekti koji primjenjuju koncept DOP-a trebali bi ugraditi sva ova pitanja te odnose sa svim dionicima u poslovne aktivnosti na strateškoj razini. Ugradnja DOP-a u strategiju poduzeća važna je za njihovu konkurentnost jer može pomoći kod lakšeg predviđanja i upravljanja promjenama uvjetovanim u društvenom okruženju. Ovo je važno, ukoliko gospodarski subjekti nastoje biti potpuno odgovorni za sve svoje aktivnosti koje nadilaze područje isključivo ekonomskih i zakonskih interesa.

Obzirom na aktualnost liste od 1500 najvećih hrvatskih poduzeća koju je objavila Financijska agencija (Fina) u suradnji s Jutarnjim listom, rangiranih na temelju visine prihoda u 2020. godini, moguće je uočiti kako je među njima i 14 tvrtki s područja Požeško-slavonske županije. Naime, radi se teškoj godini za pojedine dijelove hrvatske ekonomije, uslijed gospodarskog šoka izazvanog pandemijom COVID-19, odnosno pandemijom koronavirusa³. Izračunom se došlo do podatka kako udio tvrtki iz Požeško-slavonske županije među najvećim hrvatskim tvrtkama iznosi 0,93%.

1.2. Struktura rada

Šest međusobno povezanih cjelina, uključujući Uvod i Zaključak sačinjavat će ovaj diplomski rad.

U uvodnom dijelu poći će se od definiranja cilja i predmeta istraživanja, objašnjenja strukture rada te navođenja metodologije i pojašnjenja doprinosa istraživanja.

U drugom dijelu biti će pojašnjene teorijske postavke DOP-a: pojmovno određenje, indeks DOP-a kao jedan od instrumenata za identificiranje stanja i razine primjene ovog koncepta u hrvatskim poduzećima, prednosti primjene koncepta DOP-a te daljnje perspektive DOP-a.

Treći dio rada obuhvatit će analizu primjene DOP-a na različitim razinama (od razine Europske unije, preko razine država članica EU s osvrtom na Republiku Hrvatsku do regionalne (županijske razine).

³ Gospodarski godišnjak – „Top 1500 kompanija u Hrvatskoj“, dostupno na: <https://www.jutarnji.hr/promo/gospodarski-godisnjak-top-1500-kompanija-u-hrvatskoj-15090264> pristup: 02.08.2021.

Četvrti i peti dio rada smatraju se glavnim i najopsežnijim dijelovima rada.

Analizom gospodarskih subjekata u Požeško-slavonskoj županiji bavit će se četvrti dio rada, pri čemu će pokušati navesti i analizirati velika i srednja i mala trgovačka društva te obiteljska poljoprivredna gospodarstva.

Rezultati provedenog anketiranja gospodarskih subjekata biti će prikazani u petom dijelu.

U zaključku će se predočiti zaključne odrednice o teorijskom i empirijskom dijelu rada.

Na kraju rada predočit će se pregled korištene literature, priloži te sažetak na hrvatskom i engleskom jeziku.

1.3. Metodologija istraživanja

Obzirom su teorijski i empirijski dio sastavni dijelovi diplomskog rada, teorijski dio rada obuhvaća pregled i analizu literature (stručne i znanstvene) s ciljem formiranja okvira za razumijevanja značaja tematskog područja diplomskog rada.

Znanstvene metode koje će se koristiti u završnom radu jesu:

- metoda analize (rašćlanjivanje cjeline na njene sastavne elemente i razmatranje svakog pojedinačnog elementa posebno i u odnosu s drugim elementima);
- povijesna metoda (utvrđivanje povijesnih okolnosti razvoja DOP-a),
- metoda sekundarnih istraživanja (istraživanja već objavljenih podataka),
- statistička (metoda za prikaz statističkih podataka i za obradu podataka koji će se dobiti anketiranjem) te
- metoda kompilacije (korištenje tuđih rezultata istraživanja, odnosno opažanja, stavova i zaključaka).

Pri izradi empirijskog dijela rada koristit će se anketni upitnik kao primarni izvor podataka kojeg će ispunjavati članovi uprave poduzeća s područja Požeško - slavonske županije.

1.4. Doprinos istraživanja

Premda je koncept DOP-a dugo prisutan u europskoj i svjetskoj praksi, on se u hrvatskom kontekstu pojavljuje tek u novijoj poslovnoj praksi pa u tom slučaju ne

postoji mnogo istraživanja provedenim nad hrvatskim poduzećima. Stoga se kao temeljni doprinos ovoga istraživanja nameće činjenica što po pitanju Požeško-slavonske županije do sada ne postoji niti jedno istraživanje provedeno nad poduzećima s područja ove županije. Osim toga, doprinos ovog istraživanja, posebice dolazi do izražaja i u korištenju anketnog upitnika u sklopu empirijskog dijela ovog diplomskog rada korištenjem metodologije Indeksa DOP-a kojega po uzoru na svjetske metodologije koriste i hrvatska poduzeća.

2. TEORIJSKE POSTAVKE O DRUŠTVENO ODGOVORNOM POSLOVANJU

Može se konstatirati kako ne postoji jedinstvenog načina uvođenja DOP-a. Prema tome, raznolika je njegova primjena. Ona najviše ovisi o područjima u kojima se događa (kultura i potrebe poduzeća, tradicija zemlje iz koje poduzeće dolazi, upravljačka praksa itd...). No, neovisno o tome, postoje određene karakteristike, zajedničke svim uspješnim poduzećima primjenjivačima dobre prakse, kako u europskoj, tako i u svjetskoj perspektivi. Prva karakteristika odnosi se na čvrstu odluku gospodarskog subjekta o preuzimanju društvene odgovornosti u vidu načina njegovog ponašanja u poslovnom procesu. Za donošenje te odluke zaduženo je vodstvo poduzeća i ona se treba integrirati u cjelokupno poslovanje. Temeljne aktivnosti poduzeća moraju biti usko povezane sa svim uspješnim programima društvene odgovornosti.

U određenoj zemlji postoji nekoliko karakterističnih područja DOP-a koja osobito obuhvaćaju:

- osnovnu poslovnu praksu (naročito važne sastavnice konkurentnosti: kvaliteta proizvoda i postupaka, aktivnosti ulaganja u razvoj ljudskih resursa, osobito u njihovu obuku i obrazovanje te briga o potrošačima);
- aktivnosti razvoja zajednice (ulaganje u zajednicu prvenstveno putem donacija organizacijama civilnog društva i nevladinih organizacija) i
- okoliš (unapređenjem procesa upravljanja okolišem)⁴. Navedena područja usko su povezana s tradicijom ukorijenjenosti u zajednici upravljanja kvalitetom, održivog razvoja, kao i utjecaja globalizacije te socio-ekonomskog i političkog stanja u zemlji.

2.1. Pojmovno određenje

Europska Komisija je 2001. godine objavivši Zelenu knjigu definirala DOP kao „koncept prema kojemu gospodarski subjekti dobrovoljno integriraju društvena i okolišna pitanja u poslovne operacije i interakciju s dionicima“⁵. Navedena definicija i

⁴ Bagić, A., Škrabalo, M., Narančić, M.: *Pregled društvene odgovornosti poduzeća u Hrvatskoj*, Academy for Educational Development, MAP savjetovanja d.o.o., Zagreb, 2004., str. 32.

⁵ Green Paper - Promoting a European framework for Corporate Social Responsibility, Commission of the European Communities, Brussels, 18.7.2001 COM(2001) 366 final

danas je aktualna i najčešće se koristi. U ovoj definiciji naglasak je na elementu dobrovoljnosti gospodarskih subjekata te njihovim aktivnostima postavljenim iznad zakonom propisanih odredbi. Razrada ovoga koncepta u Zelenoj knjizi u daljnjim koracima odvija se kroz internu i eksternu dimenziju. U tom kontekstu, od gospodarskih subjekata očekuje se primjena pozitivne poslovne prakse na području država članica EU.

Prema sljedećoj definiciji "DOP predstavlja predanost poboljšanju dobrobiti zajednice kroz diskretne poslovne prakse i pružanje korporativnih resursa. Korporativne društvene inicijative su glavne aktivnosti koje poduzimaju korporacije za podršku socijalnim ciljevima i ispunjenje obveza prema DOP-u"⁶. Ova pak definicija ukazuje kako je primjena DOP-a u poduzeću namijenjena cjelokupnom društvu i ne odnosi se samo na interne aktere u poduzeću. Pri tome se uzimaju u obzir svi segmente poslovanja i izvan zakonskih propisa i normi. Prema tome, DOP utječe na razvoj cjelokupnog gospodarstva i društvene svijesti, ne narušavajući svoj temeljni cilj ostvarenja dobiti.

Prethodno navedene definicije odnose se na cjelokupni raspon aktivnosti i odnosa koje interno i eksterno uspostavljaju gospodarski subjekti sa širom i užom okolinom društvene zajednice.

Općenito se pod DOP-om podrazumijeva način na koji gospodarski subjekti utječu na društvo, prilagođavajući svoje poslovanje društvenim potrebama te na taj način otvarajući prostor za uspješno poslovanje. Na taj način poduzeće utječe na dobrobit zajednice putem dobrovoljne poslovne prakse i doprinosa na račun vlastitih potencijala i resursa.

Koncept DOP-a, u najširem smislu uključuje sve aktivnosti koje poduzimaju gospodarski subjekti iznad zakonski propisanih kriterija usmjerenih na društvo i okoliš što rezultira višestrukom koristi svih dionika.

Ukoliko se gospodarski subjekti odluče za primjenu koncepta DOP-a, tada moraju ugraditi različita radnje u svoje strateške aktivnosti. To uključuje društvena, okolišna i etična pitanja pa sve do pitanja ljudskih prava i odnosa sa svim dionicima. Ove radnje prelaze područje isključivih ekonomskih interesa te pridonose oblikovanju vrijednost za sve dionike.

⁶ Kotler, P. & Lee, N., *DOP-Društveno odgovorno poslovanje*, M.E.P. Consult d.o.o., Zagreb, 2009., str. 14.

Prema Letici „DOP predstavlja jedan od glavnih izazova u menadžmentu ovoga stoljeća“. Upravo zbog toga „sve više poduzeća primjenjuje koncepciju društvene odgovornosti“. Suvremeno društvo protkano je obilježjima „tehnoloških promjena s velikim političkim i ekonomskim utjecajem gdje se postavljaju veliki zahtjevi pred društvenu zajednicu, kao i pred subjekte u kojoj djeluju“. Ovaj autor potvrđuje kako „ključne ideje i koncepti DOP-a nisu primarno nastale kao rezultat društvenih znanosti, niti su izvedenica neke velike teorije. Napose „njihov je nastanak posljedica uslijed realnih povijesnih, društvenih i ekoloških problema s kojima su se suočili direktno ili posredno pojedinci ili različite interesne skupine“⁷.

2.2. Povijesni razvoj

Kronološki gledano, teško je odrediti točan datum uz koji se veže početak razvoja koncepta DOP-a.

No, u literaturi se može pronaći podatak kako je ovaj koncept prošao nekoliko različitih faza. Početci DOP-a vezani su prije svega za socijalnu osjetljivost, sredinom dvadesetog stoljeća. Slijedila je korporativna filantropija kao jedna dimenzija šireg koncepta DOP-a usmjerena na izgradnju društveno odgovornih odnosa sa zajednicom. Od 1990-tih godina do danas ovaj koncept je povezan s strateškim pristupom i primjenom u gospodarskim subjektima, na njihovoj strateškoj razini.

Nekoliko je događaja povezanih s razvojem koncepta DOP-a. Početni događaj koji se veže uz razvoj koncepta DOP-a zasigurno predstavlja Samit o Zemlji koji je održan 1992. godine u Rio de Janeiru. Potom su uslijedili događaji poput objavljivanja Bijele knjige Europske Komisije o rastu i zapošljavanju iz 1993. godine, kao i osnivanje modela korporativno društvene odgovornosti, odnosno DOP-a Europe, 1995. godine. Na kraju, uz razvoj DOP-a potrebno je spomenuti i pokretanje inicijative Ujedinjenih naroda Global Compact 2000. godine. Ova inicijativa smatra se jednom od najvećih, okupivši preko 8.000 dionika iz cijelog svijeta⁸.

Na razini EU, Europska Komisija predstavlja jednog od pionira u području razvoja koncepta DOP-a. Ona je 2001. godine objavila već prethodno spomenutu Zelenu

⁷ Letica, B.: *Doba odgovornosti: Korporacijska društvena odgovornost u vrijeme svjetske financijske krize*, Mate, Zagreb, 2010., str. 32-33.

⁸ Bačun, D., Matešić, M., Omazić, M. A. (2012.), *Leksikon održivog razvoja*, Hrvatski poslovni savjet za održivi razvoj, Zagreb, str. 260.-277.

knjigu u kojoj je definirala DOP. Godinu dana kasnije osnovan je Europski više-dionički forum o DOP-u. Nakon toga, 2006. godine, usvojena je Strategija o održivom razvoju EU koja promiče ključne ciljeve o zaštiti okoliša, socijalnoj pravdi i koheziji, ekonomskom blagostanju i međunarodnoj odgovornosti.

U kontekstu razvoja i provedbe koncepta DOP-a moguće je očekivati i daljnja nastojanja i inicijative na razini EU.

2.3. Indeks društveno odgovornog poslovanja

Indeksom DOP-a oblikovana je metodologija višegodišnjeg projekta koji je 2006. godine pokrenula Hrvatska gospodarska komora (HGK), zajedno s Hrvatskim poslovnim savjetom za održivi razvoj (HR PSOR). Indeks DOP-a svoj nastanak temelji na uzoru na slične svjetske metodologije. Radna grupa za njegovo oblikovanje obuhvaćala je stručnjake iz različitih područja (poslovnih udruženja, pripadnika akademske zajednice, stručnjaka iz gospodarskih subjekata, neprofitnih organizacija, vladinih tijela i financijskih institucija) čiji je temeljni zadatak promicanje koncepta DOP-a. Navedenom metodologijom nastojalo se napraviti instrument koji će poslužiti mjerenju gospodarskih subjekata koji su najuspješniji kod primjene koncepta DOP-a u Hrvatskoj te na temelju toga istima dodijeliti nagradu svake godine. Ovdje se radi o dokazu pozitivne korelacije između koncepta DOP-a i uspješnosti poslovanja poduzeća, osobito ako je taj koncept implementiran na strateškoj razini. Time se u konačnici željelo potaknuti interes i promicati koncept DOP-a među gospodarskim subjektima, javnosti i medijima.

Indeks obuhvaća postupak ocjenjivanja DOP-a u hrvatskim tvrtkama, putem upitnika Indeksa DOP-a, u područjima:

1. Usmjerenja poduzeća na ekonomsku održivost

2. Uključenosti DOP-a i održivog razvoja u strateške odrednice poduzeća

3. Odgovornih politika i praksi u radnoj okolini

3.a. Odgovorne politike zapošljavanja

3.b. Vrednovanja rada u smislu adekvatnih plaća i povlastica

3.c. Ulaganja u obrazovanje i zapošljivost zaposlenika

3.d. Kvalitete i sigurnosti mjesta rada

3.e. Suradničke organizacijske klime

4. Primjene odgovorne politike i prakse u upravljanju okolišem

- 4.a. Upravljanja
- 4.b. Mjerenja i praćenja utjecaja na okoliš
- 4.c. Provedbe mjera zaštite okoliša
- 4.d. Dionika i upravljanja okolišem
- 4. e. Dodatnih pitanja obveznih za proizvodna poduzeća

5. Društveno odgovornog poslovanja u tržišnim odnosima

- 5. a. Odnosa s dobavljačima
- 5.b. Odnosa s kupcima i potrošačima
- 5.c. Dioničara i korporativnog upravljanja
- 5.d. Konkurencije

6. Društveno odgovornih odnosa sa zajednicom

- 6.a. Brige o lokalnom i društvenom razvoju
- 6.b. Lobiranja i javnog zagovaranja

7. Implementacije odgovorne politike raznolikosti i zaštite ljudskih prava⁹

- 7.a. Politike i prakse zaštite ljudskih prava
- 7.b. Politike raznolikosti i jednakih mogućnosti na radnom mjestu¹⁰.

Svaka spomenuta kategorija definira se mnoštvom indikatora razvijenih na temelju njihovog značaja, prisutnosti i provjerljivosti u hrvatskim uvjetima. Ovi indikatori su preoblikovani u pitanja te je kreiran upitnik DOP-a. Svaki kriterij definiran je različitim brojem značajnih pitanja¹¹.

Iz prethodnog prikaza moguće je uvidjeti kako Indeks DOP-a vrednuje 7 osnovnih načela kroz više od 130 pitanja¹², uključujući sljedeća područja: ekonomsku održivost, uključenost DOP-a u poslovnu strategiju, radnu okolinu, upravljanje okolišem, tržišne odnose, odnose sa zajednicom te implementacije odgovorne politike raznolikosti i zaštite ljudskih prava.

Jedina dostupna baza podataka koja omogućuje konkretno mjerenje DOP-a naziva se KLD STATS. Riječ je o istraživačkoj kompaniji specijaliziranoj u evaluaciji

⁹ Ovo je novo područje kojim je metodologija indeksa DOP-a nadopunjena tijekom 2016./2017. godine, što je rezultiralo povećanjem broja pitanja za popunjavanje

¹⁰ Indeks DOP-a, dostupno na: <https://www.hrpsor.hr/indeks-dop-a/>, pristup: 02.08.2021.

¹¹ Matešić, M., Pavlović, D., Bartoluci, D.: *Društveno odgovorno poslovanje*, VPŠ Libertas, Zagreb, 2015., str. 70.

¹² Ispunjavaju ga velika i srednja poduzeća, dok je upitnik za mala poduzeća prilagođen sa 67 pitanja.

poduzeća prema njihovim socijalnim, ekološkim i upravljačkim performansama. Prema KLD-u, DOP uključuje pet dimenzija:

- odnosa među zaposlenicima,
- kvalitete proizvoda,
- odnosa s javnošću,
- ekoloških pitanja te
- pitanja raznolikosti¹³.

2.4. Prednosti primjene koncepta društveno odgovornog poslovanja

Gospodarski subjekti, primjenjujući koncept DOP-a imaju mogućnost postići znatne koristi kako za društvo tako i za cjelokupnu organizaciju.

O prednostima primjene koncepta DOP-a vodila se rasprava nekoliko desetljeća. Međutim, u današnje vrijeme nedvojbeno je da primjena ovog koncepta i implementacija istoga u svoje poslovanje, kod gospodarskih subjekata može rezultirati sljedećim prednostima:

- povećanjem prodajnog udjela na tržištu,
- jačanjem robne marke,
- jačanjem korporativnog imidža,
- jačanjem sposobnosti za privlačenje, motiviranje i zadržavanje zaposlenika,
- smanjenjem troškova poslovanja te
- povećanjem privlačnosti za investitore i financijske analitičare¹⁴.

Koristi za poduzeća mogu biti i jačanjem pozicije njihovog brenda.

Osim toga, poduzeća primjenom koncepta DOP-a, ispunjavajući svoje vanjske obveze utječu i na jačanje konkurentnosti¹⁵.

Koncept DOP obilježen je internom i eksternom dimenzijom. Interna dimenzija DOP-a podrazumijeva interne organizacijske procese koji se odvijaju unutar poduzeća, a obuhvaćaju pitanja, u svezi s: upravljanjem ljudskim potencijalima, zdravljem i sigurnosti na poslu, prilagođavanjem promjenama, restrukturiranjem na društveno odgovoran način, upravljanjem utjecajima na okoliš i prirodne resurse. U ovom

¹³ Parčina, A.: *Društveno odgovorno poslovanje*, Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet Split, diplomski rad, Split, 2017., str. 18.

¹⁴ Kotler, P. & Lee, N., op.cit., str. 22.

¹⁵ Ibid.

kontekstu, odgovorna praksa u sferi zaštite okoliša obuhvaća uglavnom upravljanje prirodnim resursima čija je upotreba u proizvodnji. Eksterna dimenzija DOP-a podrazumijeva vanjske faktore poslovanja organizacije, počevši od utjecaja na lokalnu zajednicu, utjecaja na druge ključne dionike (poslovni partneri i dobavljači, potrošači, javna uprava, lokalne udruge i dr.), poštivanja ljudskih prava te globalne brige za okoliš.

Vučemilović naglašava prednosti primjene koncepta DOP-a na prethodno opisanim razinama. Na internoj razini, koncept DOP-a može poboljšati upravljanje rizicima i smanjivanju troškova te upravljanje resursima podići na kvalitetniju razinu i povećati inovativnost. Ta poslovna praksa će gospodarskim subjektima olakšati privlačenje te zadržavanje kvalitetnijih djelatnika te doprinijeti uravnoteženosti između radnog i obiteljskog odnosa i slobodnog vremena. Gospodarski subjekti mogu umanjiti svoje troškove poslovanja: putem smanjenja negativnih utjecaja na okoliš, racionalnom upotrebom resursa, smanjivanjem emisija u zrak, tlo i vodu te smanjenjem otpada, njegovim odvojenim prikupljanjem i recikliranjem. Primjenom ovog koncepta postoji mogućnost stjecanja konkurentne prednosti te ostvarivanja društveno odgovornog pristupa prema zaposlenicima i okolišu. Kada je riječ o eksternoj razini, primjena koncepta DOP-a olakšava bolji pristup kapitalu, pridonoseći razvoju dugoročnih odnosa temeljenih na suradnji s kupcima i potrošačima, dobavljačima, investitorima i lokalnom zajednicom¹⁶.

Polazeći od prethodno navedenih dimenzija, moguće je prepoznati nekoliko ključnih segmenata DOP-a, koji osobito obuhvaćaju:

- brigu o društvu, odnosno zajednici u kojoj djeluju gospodarski subjekti,
- brigu o vlastitim zaposlenicima,
- brigu o dobavljačima, klijentima i partnerima,
- donacije i sponzorstva te
- zaštitu okoliša i zdravlja.

2.5. Perspektive društveno odgovornog poslovanja

Premda sve veći broj tvrtki u Hrvatskoj pa tako i Požeško-slavonskoj županiji pridaje važnosti DOP-a, uviđajući lokalne probleme, primjena toga koncepta još

¹⁶ Vučemilović, V.: *Suvremeni izazovi društveno odgovornog poslovanja u Republici Hrvatskoj*, Ekonomski fakultet u Osijeku, Osijek, 2018., doktorska disertacija, str. 1-2.

uvijek je sporadična, često generirana samo kozmetičkim ili nemjerljivim učinkom i međusobnom nepovezanošću. Ta primjena se većinom svodi na donacije i sponzorstva, dok se uglavnom zanemaruju ostala područja moguće primjene. U tom kontekstu, ovaj koncept nema potpunu reputaciju pozitivne poslovne i koristi se često u marketinške svrhe. Stoga je takvu praksu i pristup potrebno promijeniti.

Koncept DOP-a, sve više predstavlja razvojnu alternativu poduzeća. Za njega se može reći kako predstavlja okosnicu današnjeg i preduvjet budućeg poslovanja s tendencijom integriranja u suvremeno poslovanje gotovo svih tvrtki.

Svrha koncepta DOP-a je također da se gospodarski subjekti kroz njegovu primjenu prilagode EU izazovima globaliziranog i dinamičnog svijeta. To predstavlja poticaj za tvrtke koje još nemaju takva iskustva da se okrenu DOP-u. Hrvatske tvrtke i one u regiji uvode koncept DOP pod pritiskom izvana, kao dio međunarodnog koncerna. S druge strane, pod pritiskom iznutra (partneri ili klijenti unutar određene djelatnosti) tvrtke u Hrvatskoj uvode DOP. Svakako se radi o globalnom trendu koji stavlja naglasak na društveno odgovorne prakse kao preduvjet za konkurentnost i otpornost na krize.

Taj trend je ojačan nastojanjima institucija EU. Konkretno, riječ je o poticanju uvođenja elemenata DOP-a u poslovnu praksu gospodarskih subjekata. Takvu praksu, posebice potiču: Zelena knjiga, definiranjem europskog okvira DOP-a, Strategija Europske komisije o DOP-u i smjernice EU za izvješćivanje o nefinancijskim informacijama¹⁷.

¹⁷ Matešić, M., Pavlović, D., op. cit., str. 94.

3. PRIMJENA DRUŠTVENO ODGOVORNOG POSLOVANJA NA RAZLIČITIM RAZINAMA

Činjenica je da gospodarski subjekti predstavljaju samo jedan dio cjelovitog sustava koji bi trebao funkcionirati na različitim razinama (od lokalne preko regionalne i nacionalne do globalne). No, samo putem zajedničke koordinirane politike i implementacije svih dionika moguće je pozitivno upravljati okolišem i prirodnim resursima. Često se ovaj aspekt koncepta DOP-a poistovjećuje sa situacijom koja rezultira dobitkom za gospodarske subjekte i društvo u cjelini (eng. *win-win*)¹⁸.

gospodarski subjekt mogu činiti dobro, u lokalnoj i globalnoj perspektivi primjenom sljedećih načina:

- korporativnim promoviranjem društvenih ciljeva,
- marketingom tvrtke usklađenim s društvenim ciljevima,
- društvenim marketingom,
- volonterskim radom za zajednicu,
- korporativnom filantropijom i
- primjenjujući društveno odgovorne poslovne prakse¹⁹.

3.1. Razina Europske unije

Kako je već ranije spomenuto, Europska Komisija kao važna institucija Europske unije (u daljnjem tekstu: EU) predstavlja jednu od začetnika promicanja i potpore koncepta DOP-a, definiravši DOP u Zelenoj knjizi iz 2001. godine.

Na razini EU, iste 2001. godine u Göteborgu je donesena prvi strateški dokument na temelju prijedloga Europske komisije, pod nazivom „Strategija održivog razvoja EU“²⁰, kao jednom od glavnih ciljeva EU. Strategijom su postavljeni opći ciljevi, od kojih su mnogi pretežno okolišni, za sedam ključnih prioriternih izazova za razdoblje do 2010. godine. Njen opći cilj je bio razviti aktivnosti koje će EU-u omogućiti kontinuirano dugoročno poboljšanje kvalitete života stvaranjem održivih zajednica

¹⁸ Nekić, B., Krajnović, A.: *Politika zaštite okoliša u RH nakon pristupanja Europskoj Uniji*, Tranzicija, 16(34), 2014., str. 39-58.

¹⁹ Kotler, P. & Lee, op. cit., str. 33. – 35.

²⁰ A European Union Strategy for Sustainable Development, Commission of the European Communities, Brussels, 15.5.2001 COM(2001)264 final

osposobljenih za učinkovito upravljanje i korištenje resursa, u pravcu prisvajanja ekoloških i socijalnih inovacijskih potencijala gospodarstva i u konačnici osiguranje prosperiteta, zaštite okoliša i socijalne kohezije.

Godinu dana kasnije dolazi do osnivanja *European Multistakeholder Forum on CSR*, europskog više-dioničkog foruma o DOP-u kao oblika zajedničke suradnje predstavnika poslovne zajednice, sindikata i organizacija civilnog društva. U sklopu te suradnje, ovi dionici aktivno djeluju, promičući DOP-a i pozitivne poslovne prakse na razini EU.

U najnovijoj „Rezoluciji Europskog parlamenta o društveno odgovornom poslovanju“ naglašeno je kako su u članku 9. temeljnog dokumenta o EU, Ugovoru o funkcioniranju Europske unije ugrađena temeljna načela EU: promicanje visoke stope zaposlenosti, jamčenje dostatne socijalne zaštite, borba protiv društvene isključenosti te visoka razina obrazovanja, osposobljavanja i zaštite zdravlja ljudi. U Rezoluciji se također naglašava kako bi gospodarske i socijalne politike trebale služiti građanima, uključujući promicanjem održivih i socijalno odgovornih gospodarskih aktivnosti s jednakim uvjetima za sve, jer su ljudi najvažniji čimbenik za konkurentnost poduzeća i pravilno funkcioniranje gospodarstva. S tim u svezi, DOP bi trebalo usmjeravati poticanju dijaloga između poduzeća i dionika, osobito zaposlenika i lokalnih tijela, kako bi se zajamčila kontinuirana uporaba proizvodnih pogona i održavanje radnih mjesta. Iz toga proizlazi da je DOP osobito relevantan u slučaju regija koje ovise o samo nekoliko velikih poduzeća kada je riječ o zapošljavanju, ulaganjima i socijalnoj koheziji²¹.

3.2. Razina država članica s naglaskom na Republiku Hrvatsku

Vlade država članica EU zadužene su za aktivno sudjelovanje u promicanju koncepta DOP-a putem kreiranja pozitivnog okruženja. Ono uključuje od zakonske regulative, preko izrade smjernica, do aktivnog sudjelovanja u procesima s ostalim dionicima i promociju²².

U pojedinim gospodarskim subjektima u državama članica EU postoje znatne razlike u primjeni koncepta DOP-a, a obično se izražavaju u veličini gospodarskih subjekata i njihovoj djelatnosti.

Posebno su izražene znatne razlike i između istočnih država članica u odnosu na države članice zapadnog i južnog dijela EU. One se manifestiraju u:

²¹ Rezolucija Europskog parlamenta o društveno odgovornom poslovanju (DOP) (2018/2633(RSP))

²² Albareda, L., Lozano, J.M., Ysa, T.: *Public Policies on Corporate Social Responsibility: The Role of Governments in Europe*, Journal of Business Ethics, 74, 2007., str. 391–407.

- stavovima o društvenoj odgovornosti za koju su zadužene vlade i državne institucije,
- problemima s korupcijom i nedovoljnoj etičnosti te transparentnosti u poslovanju,
- nedovoljnoj razini izvještavanja u području nefinancijskih pokazatelja,
- nedovoljnoj razvijenosti organizacija civilnog društva, neprofitnih organizacija i općenito trećeg sektora kao jednog od važnih dionika i
- nedovoljnoj uključenosti vlade i državnih institucija u promicanju DOP-a te stvaranju regulatornog okvira²³.

Stav o DOP-u kao obvezi vlade i državnih institucija prisutan je kod novih članica koje su zadnje pristupile EU, a među kojima je i Hrvatska. S tim u svezi, uglavnom se navode problemi poput nedovoljne angažiranosti medija, nedostatka istraživanja u segmentu očekivanja potrošača vezano za koncept DOP-a te nedovoljnog pritiska javnosti, potrošača i neprofitnih organizacija na gospodarske subjekte²⁴.

Primjena koncepta DOP-a u Hrvatskoj postala je pomalo specifična, s obzirom na utjecaj raznih faktora, karakterističnih za ovo područje. U vremenu, dok je Hrvatska bila u sastavu Socijalističke Republike Jugoslavije (doba socijalizma). Osim što je u tadašnjoj Socijalističkoj Republici Hrvatskoj (od 1945. do 1990. godine) bila izražena visoka razina zaštite radničkih prava i temeljnih radnih normi, uobičajena praksa odnosila se i na donacije pojedinaca i poduzeća kao i sponzorstva sportskih i kulturnih događaja, osoba s invaliditetom te djece.

U spomenutom dobu socijalizma došlo je do sporijeg ekonomskog razvoja, kao posljedica neučinkovitog funkcioniranja socijalističkog sustava te pretakanja sredstava u druge jugoslavenske republike. Korupcija je uhvatila maha kroz to vrijeme tranzicijskih procesa, pretvorbe i privatizacije. U takvoj situaciji izgubljene su sve prednosti koje je imalo hrvatsko gospodarstvo. Uslijed takvih događaja uslijedila je marginalizacija društvene odgovornosti i tek u novije vrijeme pojavila se potreba za uspostavom DOP-a²⁵.

Prema Omaziću, „očekivanja u pogledu DOP-a u posljednje vrijeme značajno su narasla, čak i na relativno malom tržištu poput hrvatskog“. Stoga, „menadžeri u Hrvatskoj, u cilju povećanja vrijednosti svojih poduzeća, na DOP gledaju kao na ključnu

²³ Steurer, R., Konrad, A.: *Business–society relations in Central-Eastern and Western Europe: How those who lead in sustainability reporting bridge the gap in corporate (social) responsibility*, Scandinavian Journal of Management, 25(1), 2009., str. 23-36.

²⁴ Vučemilović, V., 2018., op.cit., str. 61.

²⁵ Trojnar, L.: *Društvena odgovornost kao važan čimbenik poslovne uspješnosti*, Fakultet organizacije i informatike, Varaždin, 2012., str. 31.

komponentu prilikom donošenja odluka“. Navedeni autor ističe kako „analiza ukazuje na različite načine integracije društveno odgovornih ponašanja, znanja i vještina u menadžment hrvatskih poduzeća“. U tom kontekstu „analizirajući navedene primjere dobre prakse implementacije DOP-a osnažila se misao kako bi se hrvatska poduzeća trebala odgovornije ponašati“. Prema njemu „jasno je kako će samo oni gospodarski subjekti koji će se ponašati odgovorno, biti uspješni i valorizirane, kao takvi od strane svih dionika, uključujući i dvoje ključnih za njihov opstanak — kupce i zaposlenike“²⁶.

Čak i u kontekstu upravljanja kvalitetom javnih usluga, u Strategiji razvoja javne uprave za razdoblje od 2015. do 2020. godine, jedan od ciljeva uspostave sustava upravljanja kvalitetom u javnoj upravi bio je u društveno odgovorno ponašanju na razini cijele države²⁷.

3.3. Regionalna (županijska) razina

Regionalna (županijska razina) važna je, jer se nakon pristupanja Republike Hrvatske u članstvo EU većina razvojnih društveno odgovornih projekata realizira na toj razini, u suradnji s regionalnim (županijskim) jedinicama.

Značaj regionalne razine ojačao je i u europskom kontekstu, obzirom da je Ugovorom o Europskoj uniji (UEU) i Ugovorom o funkcioniranju Europske unije (UFEU) kao temeljnim dijelovima Lisabonskog ugovora:

- priznato načelo lokalne i regionalne samouprave u europskom kontekstu (članak 4., stavak 2. UEU),
- prošireno načelo supsidijarnosti na lokalnu i regionalnu razinu (članak 5., stavak 3. UEU) te
- Odbor regija dobio na značaju (članci 305.-307. UFEU)²⁸. Stoga je i u Rezoluciji Europskog parlamenta o društveno odgovornom poslovanju naglašeno kako je „DOP osobito relevantno u slučaju regija koje ovise o samo nekoliko velikih poduzeća kada je riječ o zapošljavanju, ulaganjima i socijalnoj koheziji“²⁹.

²⁶ Omazić, M., A., et.al: *Zbirka studija slučaja društveno odgovornog poslovanja*, Ekonomski fakultet Sveučilišta u Zagrebu i Hrvatski poslovni savjet za održivi razvoj, Zagreb, 2012., str. 15-16.

²⁷ Strategija razvoja javne uprave za razdoblje od 2015. do 2020. godine, NN 70/15.

²⁸ Pročišćene verzije Ugovora o Europskoj uniji i Ugovora o funkcioniranju Europske unije, Službeni list Europske unije C 202/1, 7.6.2016., članak 1., stavak 3.

²⁹ Rezolucija Europskog parlamenta o društveno odgovornom poslovanju, op. cit.

Na regionalnoj (županijskoj) razini dolaze do izražaja različite potporne institucije u provedbi raznih mjera i programa. Pri tome je njihova zadaća uglavnom se odnosi na poticanje razvoja malih i srednjih poduzeća. Pri tome je njihova aktivnost osobito usmjerena na: stvaranje pozitivne poduzetničke klime, izgradnju poduzetničke infrastrukture, izobrazbu i stručnu pomoć poduzetnicima, tehnološki razvoj, inovacije i nove proizvodne programe kao i poticanje poduzetničkih ciljnih skupina usmjerena na pokretanje poslovnog pothvata. Potporne institucije su nezamjenjive u informiranju ciljnih skupina i prikupljanju podataka. Osobito su korisne u promociji raznih gospodarskih programa i projekata. Rezultati djelovanja poduzetničkih potpornih institucija puno bolje dolaze do izražaja kod postojanja umreženosti s institucijama lokalne samouprave.

Carroll i Buchholtz navode dvije vrste pozitivnih aspekata koji gospodarski subjekti mogu imati u međusobnom odnosu i suradnji s lokalnom zajednicom. Tu spadaju volonterski rad za zajednicu i donacije, odnosno korporativna filantropija. Na ova dva vida uključivanja gospodarskih subjekata u lokalnu zajednicu teško je u praksi gledati odvojeno, budući da često dolazi do preklapanja aktivnosti³⁰. Uspostava dobrih odnosa s lokalnom zajednicom i uključivanjem u aktivnosti kroz sponzorstvo lokalnih sportskih klubova i kulturnih manifestacija te doniranjem u humanitarne svrhe, gospodarski subjekti pridonose izgradnji ukupnog socijalnog kapitala u društvu.

Pored potpornih institucija, na regionalnoj razini važni su za zaživljavanje koncepta DOP-a i strategije te programi jedinica lokalne i područne/regionalne samouprave. U ovim dokumentima, jedinice definiraju ciljeve, mjere i aktivnosti usmjerene na realizaciju svojih razvojnih planova.

Opredijelivši se za pametan rast prema odrednicama o društveno odgovornom poslovanju u Županijskoj razvojnoj strategiji, Požeško-slavonska županija temelji svoje gospodarstvo na znanju i inovacijama, bazirajući se na održivom rastu i očuvanju održivog korištenju svih razvojnih resursa te uključivom rastu na ostvarenju visoke stope zaposlenosti³¹. Posebnom je Odlukom važenje ove Strategije produljeno do 31. prosinca 2021. godine³².

³⁰ Carroll, A. B., Buchholtz, A.K.: *Business & Society: Ethics, Sustainability, and Stakeholder Management*, Ninth Edition, Cengage Learning, Stanford, 2015. str. 463.

³¹ Županijska razvojna strategija Požeško-slavonske županije za razdoblje do kraja 2020., Požega, kolovoz 2018., str. 90.

³² Odluka o produljenju važenja Županijske razvojne strategije Požeško-slavonske županije za razdoblje do kraja 2020. godine, Županijska skupština Požeško-slavonske županije, Požega, 16. lipnja 2020. godine.

Autor je mišljenja kako na regionalnoj razini (Požeško-slavonska županija) postoji regionalni potencijal za razvoj DOP-a. To se prvenstveno odnosi na aktivnosti vezane s:

- suradnjom poduzeća s lokalnom i regionalnom zajednicom,
- ekološkim uzgojem i preradom zdrave hrane,
- turističkom ponudom (kontinentalni turizam, posebice nedavnim otvaranjem bazena u Velikoj, nakon sedmogodišnje stagnacije),
- očuvanjem prirode te upravljanjem i zaštitom okoliša i zaštitom životinja (Park prirode Papuk),
- poticanjem korištenja obnovljivih izvora energije i razvoja zelenog gospodarstva (korištenjem sekundarnih sirovina, proizvoda od drva, pluta, slame, itd..) te
- kulturom i održavanjem tehničke i kulturne baštine (organizacija kulturno-zabavnih aktivnosti, muzeji, izložbe, izdavaštvo, tisak, video i glazbena produkcije, itd.)

4. GOSPODARSKI SUBJEKTI U POŽEŠKO-SLAVONSKOJ ŽUPANIJI

Požeško-slavonska županija obiluje bogatim prirodnim resursima i sirovinama. Taj potencijal predstavlja dobru priliku za ulaganja u ovu županiju. Za Požeško-slavonsku županiju može se utvrditi kako predstavlja veliki potencijal za proizvodnju i preradu hrane. Posebice je krasi dugogodišnja tradicija ulaganja u poljoprivrednoj proizvodnji i veliki broj OPG-ova. Vinarstvo je drugi važan potencijal, iznjedrivši tradicionalno na ovom području veliki broj kvalitetnih i vrhunskih vina, prepoznatljivim u hrvatskim i europskim okvirima. Prerađivačka industrija predstavlja djelatnost koja je najviše doprinijela ukupnom prihodu Županije, a ta djelatnost bilježi i najviše zaposlenih. Prema prihodima, druga najvažnija djelatnost je trgovina, slijedi građevinarstvo, a na kraju i poljoprivreda³³. Stoga, na području Županije djeluju važni poslovni subjekti, posebice u drvnoj, metalnoj i prehrambenoj industriji te staklarskoj proizvodnji.

Kako je već najavljeno u uvodu, na osnovu liste 1500 najvećih hrvatskih poduzeća nastale suradnjom Financijske agencije (Fina) i Jutarnjeg lista, regionalnom podjelom najvećih hrvatskih poduzeća moguće je uočiti kako unutar 21 županije (uključujući i grad Zagreb) Požeško-slavonska zauzima 18. mjesto s 14 poduzeća. Manje od toga broja imaju čak 3 županije (Dubrovačko-neretvanska s 13 tvrtki, Šibensko-kninska s 12 i Ličko-senjska sa svega 3 tvrtke na spomenutom popisu)³⁴.

³³ Marinac, I.: *Usporedba gospodarskih potencijala Istarske i Požeško-slavonske županije*, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Fakultet ekonomije i turizma «Dr. Mijo Mirković», završni rad, Pula, 2019., str. 36.

Tablica 1. Tvrtnke iz Požeško-slavonske županije na listi 1500 najvećih hrvatskih poduzeća u 2020. godini

Rang	Ime	Mjesto	Ukupan prihod	Prihod promjena 20/19	Dobit / Gubitak
109	AGRONOM D.O.O.	POŽEGA	805.737.697	40,82%	36.165.501
316	KUTJEVO D.D.	KUTJEVO	305.831.884	1,39%	26.478.363
325	PRESOFLEX GRADNJA DOO	POŽEGA	295.599.734	11,13%	18.445.665
588	PLAMEN D.O.O.	POŽEGA	173.144.079	-2,44%	31.732.473
740	COLOR EMAJL DOO	POŽEGA	136.729.490	14,11%	10.545.769
753	ALLES D.O.O.	POŽEGA	133.955.166	4,35%	7.181.985
776	SPIN VALIS D.D.	POŽEGA	131.283.563	6,77%	4.377.085
878	LIPIK GLAS D.O.O.	LIPIK	116.091.120	-39,79%	-23.283.113
957	STUDENAC D.O.O.	LIPIK	108.238.715	-16,39%	-27.636.746
1043	COLOR TRGOVINA D.O.O.	POŽEGA	98.528.789	-9,08%	5.607.855
1087	STRAGA TRANS D.O.O.	LIPIK	94.233.008	-0,55%	4.925.477
1202	ZVEČEVO D.D.	POŽEGA	85.514.683	-8,99%	-4.220.569
1378	PROMET GRAĐENJE D.O.O.	POŽEGA	75.318.695	-9,52%	1.793.247
1475	VELIČKI KAMEN D.O.O.	VELIKA	70.802.066	4,62%	10.445.290

Izvor: Top 1500 kompanija, dostupno na: <https://novac.jutarnji.hr/novac/aktualno/novi-hrvatski-biznis-poredak-ppd-u-krizi-ostvario-zavidan-rast-prihoda-a-viro-ispao-s-liste-15091505>, pristup: 04.08.2021.

Iz gornje tablice je vidljivo kako najbolji plasman među velikanima zauzima tvrtka Agronom d.o.o. koji je među najbrže rastućim tvrtkama po prihodu, jer je u odnosu na 2019. godinu ostvario porast prihoda za 40,8%.

Gledajući po pojedinim gospodarskim granama, navedene tvrtke su zauzele sljedeći plasman:

- Kutjevo d.d. (8. mjesto među poduzećima u sektoru poljoprivrede),
- Plamen d.o.o. (21. mjesto u metalnoj industriji),
- Color Emajl d.o.o. (26. mjesto, također u metalnoj industriji),
- Spin Valis d.d. (6. mjesto u drvnoj industriji),
- Presoflex gradnja d.o.o. (12. mjesto u građevinarstvu),
- Promet građenje d.o.o. (93. mjesto u građevinarstvu),
- Velički kamen d.o.o. (36. mjesto u proizvodnji građevinskog materijala),
- Zvečevo d.d. (72. mjesto u oblasti prehrambene industrije),

³⁴ Požega.EU portal, dostupno na: <https://pozega.eu/medu-1500-najvecih-tvrtki-u-nasoj-zemlji-14-je-iz-pozesko-slavonske-zupanije-a-manje-od-toga-imaju-cak-tri-zupanije/>, pristup: 07.08.2021.

- Color trgovina d.o.o. (107. mjesto među trgovcima u maloprodaje) te
- Alles d.o.o. (118. mjesto u oblasti trgovine -veleprodaja)³⁵.

Iz prethodnog prikaza, vidljivo je kako su se neke tvrtke s požeškog područja plasirale na značajnim mjestima među najvećim hrvatskim poduzećima po pojedinim sektorima.

Obzirom na plasman po prihodima i gospodarskim granama nema razloga da sve među njima primjenjuju koncept DOP-a.

Po pitanju gospodarskih subjekata u Požeško-slavonskoj županiji, u nastavku se daju dostupni rezultati poslovanja poduzetnika u toj županiji za 2019. godinu koje je objavila Financijska agencija (Fina).

Tablica 2. Osnovni financijski rezultati poslovanja poduzetnika Požeško-slavonske županije u 2019. godini

(iznosi u tisućama kuna, plaće u kunama)

Opis	2018.	2019.	Indeks	Udio PSŽ u RH (%)
Broj poduzetnika	861	962	-	0,7
Broj dobitaša	633	671	106,0	0,7
Broj gubitaša	228	291	127,6	0,6
Broj zaposlenih	8.682	9.028	104,0	0,9
Ukupni prihodi	4.390.281	4.697.540	107,0	0,6
Ukupni rashodi	4.196.694	4.509.760	107,5	0,6
Dobit prije oporezivanja	253.643	289.405	114,1	0,5
Gubitak prije oporezivanja	60.055	101.625	169,2	0,6
Porez na dobit	43.048	50.730	117,8	0,6
Dobit razdoblja	210.699	238.697	113,3	0,5
Gubitak razdoblja	60.159	101.646	169,0	0,6
Konsolidirani financijski rezultat (dobit (+) ili gubitak (-) razdoblja)	150.540	137.050	91,0	0,4
Izvoz	896.851	997.168	111,2	0,7
Uvoz	350.325	386.359	110,3	0,3
Trgovinski saldo (izvoz minus uvoz)	546.526	610.808	111,8	4,5
Bruto investicije u dugotrajnu materijalnu i nematerijalnu imovinu	413.485	364.473	88,1	0,5
Od toga - Bruto investicije samo u novu dugotrajnu	80.496	95.935	119,2	0,3
Prosječna mjesečna neto plaća po zaposlenom	4.483	4.701	104,9	80,8

Izvor: Fina, Registar godišnjih financijskih izvještaja

³⁵ Agronom, Kutjevo d.d., Presoflex gradnja, Plamen, Color emajl, Alles, Spin Valis, Color trgovina, Zvečevo, Promet građenje i Velički kamen među velikanima, dostupno na: <https://pozega.eu/agronom-kutjevo-d-d-presoflex-gradnja-plamen-color-emajl-alles-spin-valis-color-trgovina-zvecevo-promet-gradenje-i-velicki-kamen-medu-velikanima/>, pristup: 09.08.2021.

Iz tablice je vidljivo kako je u promatranj 2019. godini broj poduzetnika iznosio 962, s 9. 028 zaposlenika, što je 0,7 u odnosu na Republiku Hrvatsku.

Ukupni prihodi poduzetnika Požeško-slavonske županije, tijekom 2019. godine, ostvareni su u iznosu od 4,7 milijardi kuna (rast 7,0%). Pojedinačno gledano, najveće prihode ostvario je Agronom d.o.o. (572,2 milijuna kuna). Najveću dobit razdoblja ostvario je Lipik Glas d.o.o. (36,8 milijuna kuna) te je bio i najveći izvoznik (182,9 milijuna kuna). Poduzeće Kutjevo d.d. imalo je najviše zaposlenih (671), u odnosu na druge županije, Požeško-slavonska županija je na 11. mjestu prema ekonomičnosti poslovanja, prema produktivnosti rada mjerenim odnosom neto dobiti i broja zaposlenih je na 14. mjestu, dok zauzima 18. mjesto prema neto dobiti/gubitku. Ova Županija zauzima 20. mjesto po ukupnom prihodu, broju poduzetnika i broju zaposlenih, dok je 21. prema pokazatelju produktivnosti rada mjerenim odnosom ukupnih prihoda i broja zaposlenih³⁶.

4.1. Velika trgovačka društva

Tri su velika trgovačka društva na području Požeško-slavonske županije:

- Kutjevo d.d.,
- Plamen d.o.o. i
- Zvečevo d.d.

Među navedenim poduzećima, dva su u skupini prehrambene industrije (Kutjevo d.d. i Zvečevo d.d.), dok Plamen d.o.o. proizvodi lijevano-željezne proizvode i kućanske aparate.

4.1.1. Kutjevo d.d.

Korijeni Kutjeva d.d. sežu u davnu 1232. godinu, kada u Kutjevu dolazi svećenički red koji gradi podrum započinjući vinogradarsku proizvodnju. Stoga je i stvaranje tvrtke povezano s razvojem njene glavne djelatnosti – vinogradarstva. Tvrtka PPK Kutjevo nastala je poslije II. svjetskog rata na osnovu integracije nekoliko sitnih

³⁶ Rezultati poslovanja poduzetnika Požeško-slavonske županije u 2019. godini, dostupno na: <https://www.fina.hr/-/rezultati-poslovanja-poduzetnika-pozesko-slavonske-zupanije-u-2019.-godini>, pristup: 02.08.2021.

ekonomija, poljoprivrednih zadruga, manjih poljoprivrednih imanja kao i dijela prerađivačko-prehrambenih kapaciteta s područja Požeške kotline, baveći se poslovima poljoprivredne proizvodnje od sirovine do finalnih proizvoda. Privatizacija tvrtke dogodila se 2003. godine kada većinski paket dionica kupuje tvrtka Božjakovina d.d. čiji je vlasnik međunarodni poduzetnik Enver Moralić³⁷.

Prema rang listi TOP 10 poduzetnika na području Požeško-slavonske županije, Kutjevo d.d. je poduzeće s najvećim brojem zaposlenih i taj broj iznosi 671³⁸. Radi se o stalno zaposlenim radnicima u sklopu različitih službi i proizvodnih jedinica. Osim njih, poduzeće je primorano i privremeno zapošljavati sezonsku radnu snagu za obavljanje najrazličitijih poslova (od rezidbe preko održavanja do branja i sličnih poslova) u omjeru oko 200 zaposlenika na godišnjoj razini. Pored toga, Kutjevo d.d. gaji kooperantske odnose s kooperantima u ratarskoj i vinogradarskoj proizvodnji, omogućujući im egzistenciju.

Kutjevo d.d. prema financijskim rezultatima zauzima 316. mjesto u ukupnim prihodima među hrvatskim poduzećima te je ostvarilo za 1,39% veći prihod u odnosu na 2019. godinu (Tablica 1).

Obzirom na orijentiranost na proizvodnja i plasman vrhunskih i kvalitetnih vina, gdje Kutjevo d.d. ima status tržišnog lidera, u sklopu Kutjeva d.d. djeluje i Vinarija Kutjevo.

Utemeljenost Kutjeva d.d. zasniva je na većinskom privatnom kapitalu. Obzirom na vlastitu sirovinsku bazu i zaokruženost tehnoloških procesa, iskustvo stručnih kadrova i menadžera, Kutjevo d.d. stvorilo je temeljne uvjete za proizvodnju najkvalitetnijih proizvoda koje danas traži globalno tržište te se njegov razvoj nastavlja u pravcima kako slijedi u nastavku. Kutjevo d.d. bavi se: vinogradarstvom i vinarstvom, uzgojem žitarica i drugih usjeva, uzgojem goveda, skladištenjem i sušenjem žitarica u silosima, proizvodnjom grožđa i vrlo kvalitetnih vina, doradom sjemena (pšenica, kukuruza, šećerna repa, raž, zob, uljana i krmna repica, stočni i konzumni grašak). Osim toga Kutjevo d.d. bavi se i proizvodnjom mlinarsko pekarskih proizvoda (sve vrste pšeničnog i raženog brašna, dnevno svježi kruh i slastice, trajni pekarski proizvodi, mlinci; program zdrave hrane: pšenične klice, posije i integralno brašno)³⁹.

³⁷ Kutjevo d.d. – Povijest i tradicija, dostupno na: <https://mail.kutjevo.com/hr/o-nama/povijest-i-tradicija>, pristup: 05.09.2021.

³⁸ Fina, dostupno na: <https://www.fina.hr>, pristup: 06.09.2021.

³⁹ Gospodarski profil županije, dostupno na: <https://www.pszupanija.hr/o-zupaniji/gospodarstvo.html>, pristup: 30.07.2021.

Budući da Kutjevo d.d. osvaja redovito oko 70 nagrada godišnje, ova tvrtka spada u najnagrađivanije hrvatske proizvođače vina u Republici Hrvatskoj i svijetu u posljednjih 20 godina. Ujedno Kutjevo d.d. predstavlja i najvećeg hrvatskog izvoznika vina s polovinom hrvatskoga vinskog izvoza⁴⁰.

Prema javno objavljenim podacima vezanim za proizvodnju i plasman vrhunskih i kvalitetnih vina, „Kutjevo u svome vlasništvu posjeduje 520 hektara suvremenih nasada vinograda, uz dugu i neprekidnu tradiciju u proizvodnji vina, još od davne 1232. godine“. Spomenute nasade „locirane su na južnim padinama planina Papuk i Krndija“. Uz to je „Kutjevo d.d. sklopilo i dugogodišnje ugovore s kooperantima proizvođačima grožđa na 650 hektara površine“. Obzirom na pobjede na Zemaljskim izložbama vina u Zagrebu te u svojstvu najnagrađivanijeg hrvatskog proizvođača vina u zemlji i svijetu unazad 20-ak godina te redovito osvajanje 70-ak nagrada godišnje, „Brend Graševina Kutjevo bilježi uzrast od stotinjak godina“. Također, potrebno je podsjetiti i na „bogatu vinsku arhivu Hrvatske od 1946. godine do danas“. Uz navedene podatke, ne čudi činjenica što Kutjevo ima status „najvećeg hrvatskog izvoznika vina s polovinom hrvatskoga vinskog izvoza“. Uz graševinu, „prisutne su i ostale poznate zapadnoeuropske loze iz Burgundije, Njemačke, Austrije i Italije“. U sklopu tržišnog sustava „učinjen je iskorak u kategoriju premium vina pod oznakom de Gotho“. U konačnici potrebno je istaknuti da „ukupni prihod Kutjeva d.d. prelazi tristo milijuna kuna na godišnjoj razini“⁴¹.

Kutjevo d.d. u svom radu promiče sljedeće elemente DOP-a:

- a) ravnopravnost, demokratske odnose i kulturu življenja;
- b) brižno planirajući edukaciju i razvoj ljudskih resursa, vodeći brigu o svakom čovjeku, njegovoj obitelji i njihovoj egzistenciji, stvarajući ugodno radno okruženje. Mladim ljudima, tvrtka nudi mogućnost dokazivanja i ispunjavanja njihovih profesionalnih težnji, a njihovim radom povećava cjelokupnu sposobnost kompanije u zadovoljavanju potreba potrošača;
- c) održivi razvoj, jer briga o okolišu predstavlja obvezu prema budućim naraštajima. Zaposlenici svojim radom pridonose podizanju svijesti o nužnosti održivog razvoja,

⁴⁰ Kutjevo d.d. – Znakovi hrvatske kvalitete, dostupno na: <https://znakovi.hgk.hr/tvrtka/kutjevo-d-d/>, pristup: 05.09.2021.

⁴¹ Brendirajmo hrvatsku kvalitetu, Kutjevo d.d., dostupno na: <https://znakovi.hgk.hr/tvrtka/kutjevo-d-d/>, pristup: 25.07.2021.

nudeći proizvode koji unapređuju kvalitetu stola na način da su isti proizvedeni uz djelotvorno korištenje prirodnih dobara;

d) zaštita zdravlja se temelji na tome da svi proizvodi zadovoljavaju najstrože nutricionističke zahtjeve, pri čemu njihova konzumacija u dnevno preporučenim količinama nije opasna za ljudsko zdravlje. Sastojci ugrađeni u proizvode Kutjeva d.d. prolaze stroge preglede, a oprema i pogoni zadovoljavaju najstrože sanitarne zahtjeve. Cilj tvrtke je postati najbolja kompanija u Hrvatskoj po brizi za zdravlje i sigurnost kupaca;

e) potpomaganje u radu udruga, organizacija i športskih klubova na način da tvrtka svojim aktivnostima potpomaže djelovanje brojnih društvenih organizacija iz okruženja. Među udrugama čiji rad potpomažu, posebice ističu: KUD Bektež, KUD Poljadija - Grabarje, Trenkovi panduri, Konjički klub Božjakovina, NK Kutjevo, Vaterpolo klub Dubrovnik, Rukometni klub Kutjevački podrum - Požega. Navedenim sponzorstvima prvenstveno je cilj potpomoći rad sekcija u koje su na određeni način uključeni zaposlenici ili reagirati na osjećaj društvene odgovornosti koju promiču⁴².

Iz javno dostupnih podataka može se doznati kako je poduzeće Kutjevo d.d. i u vrijeme pandemije COVID-19 pokazalo kako cijeni i vrednuje rad svakog svoga djelatnika te cijeni povjerenje preko tisuću OPG-ova kao kooperanata. Time znatno doprinosi razvoju lokalne zajednice kao i gospodarstva na području cijele Požeško-slavonske županije. Smatraju kako je po pitanju uključenosti DOP-a, ova tvrtka ravnomjerno brine o svom društvenom, ekonomskom i okolišnom utjecaju. Polazeći od te činjenice, boljitak zaposlenika i kupaca, predstavlja njihov prioritet. Osobit značaj posvećuju suradnji s raširenom mrežom OPG-ova kao jednom od važnijih segmenata poslovanja. Slijedom toga odlučili su posebne poklon pakete podijeliti i kooperantima. Suradujući s vanjskim dionicima Kutjevo d.d. se osobito pokazao kao stabilan i pouzdan partner OPG-ovima. Posebno ističu vinogradarsku kooperaciju, u sklopu koje za vrijeme pandemije COVID-19 (tijekom 2020. godine) nije otkazan niti jedan ugovor te je otkupljeno preko 3.000.000 kg grožđa, a otkup je isplaćen je u roku od 30 dana. Slična je situacija i s kooperacijom vezanom za ratarsku proizvodnju. U sklopu toga održavaju se i okupljanja s kooperantima povodom dana polja strnih žitarica, na kojem se predstavljaju sorte ozimog i jarog ječma te pšenice. Ratarska proizvodnja tokom 2020. planirala je veliko okupljanje sa kooperantima na danu polja strnih žitarica, na

⁴² Društvena odgovornost tvrtke Kutjevo d.d., dostupno na: <https://mail.kutjevo.com/hr/otvrdstvena-odgovornost-tvrtke>, pristup: 06.08.2021.

kojem su se trebale predstaviti sorte ozimog i jarog ječma te pšenice. Planirano ulaganje tvrtke u budućem razdoblju fokusirano je na stvaranje pozitivne poslovne klime, napredovanja zaposlenika, tržišta, korisnika i potrošača, lokalne zajednice te ostalih sudionika.

U kontekstu primjene koncepta DOP-a, iz Vinarije Kutjevo, kao dijela Kutjeva d.d. poručuju kako je „njihova orijentiranost na održivom poslovanju te brizi o okolišu“. U tom kontekstu naglašavaju kako je „u konceptu DOP-a uspješan onaj gospodarski subjekt koji ravnomjerno vodi računa o utjecaju svog ekonomskog, društvenog i okolišnog faktora“. Njihov prioriteti jesu: „održivost poslovanja, ulaganje u razvoj novih proizvodnih linija i ostalih proizvodnih djelatnosti kojima se smanjuju ekološki otisak i daju doprinos ekološkoj osviještenosti zajednice te boljitku kupaca i zaposlenika“⁴³.

4.1.2. Plamen d.o.o.

Povijesno gledajući, Plamen d.o.o., kao proizvođač kućanskih aparata i lijevano-željeznih proizvoda ima dugu tradiciju, od svog osnutka 1922. godine do danas. Time je stekao status jedne od najvećih ljevaonica i proizvođača kućanskih aparata u branši grijaćih tijela, u Republici Hrvatskoj.

Plamen d.o.o. je izvozno orijentirano tvrtka. Više od 90% proizvodnje Plamen d.o.o. izvozi se na tržište EU i ostalih europskih zemalja. Godišnja proizvodnja kreće se do 20.000 tona raznih vrsta odljevaka od sivog lijeva za potrebe vlastite proizvodnje te po narudžbi u kvaliteti EN-GJL 200 i EN-GJL 250. Plamen d.o.o. specijaliziran je za proizvodnju tankostijenih odljevaka te odljevaka kao komponenti štednjaka, peći, kotlova i kamina. Polazeći od tradicije znanja i umijeća, uz primjenu suvremene tehnologije, razvijena je tvornica kućanskih aparata, koja doseže godišnju proizvodnju do 40.000 jedinica. Veći dio programa odnosi se na pojedinačno zagrijavanje prostorija koja obuhvaća štednjake, kamine i peći na kruta goriva. Tvrtka djeluje pod EN ISO 9001:2015 i 14001:2015 standardima⁴⁴.

⁴³ Vinarija Kutjevo ostvarila suradnju s tvrtkom Valoviti papir Dunapack d.o.o., dostupno na: <https://kutjevacki.hr/vinarija-kutjevo-ostvarila-suradnju-s-tvrtkom-valoviti-papir-dunapack-d-o-o/>, pristup: 21.05.2021.

⁴⁴ Plamen d.o.o., dostupno na: <http://www.plamen.hr/hr/>, pristup: 30.07.2021.

Prema broju zaposlenih Plamen d.o.o. nalazi se odmah iza Kutjeva d.d. te prema podacima Fina iz 2019. godine taj broj iznosi 373⁴⁵.

Premda „Plamen ima veća primanja nego li ostale požeške tvrtke problem odlazaka ljudi ne zaobilazi niti ovu tvrtku. Fluktuacija ljudi je izuzetno velika. Trećina ljudi u tvrtki ima manje od 2 godine radnog staža. Usprkos brojnim odlascima iz Županije pa tako i napuštanjem svojih radnih mjesta tvrtka Plamen d.o.o je u posljednjih pet godina kontinuirano povećavala broj zaposlenih. Broj zaposlenih je u 2015. godini bio 354 da bi 2018. godine bilo 420 zaposlenika. Ipak, broj zaposlenih u 2019. godini je smanjen na 373⁴⁶.

Najveći dio prihoda, Plamen d.o.o. ostvaruje izvozom. U 2020. godini, poduzeće je ostvarilo ukupni godišnji prihod u iznosu od 173.144.079,00 kn što je manje u odnosu na prethodnu godinu za -2,44% (Tablica 1). Plamen d.o.o. je tijekom zadnje dvije godine poslovao s dobiti, ostvarivši u 2020. godini neto rezultat poslovanja u iznosu od 29.301.191,00 kn, uz ostvarenu neto maržu od 16,92%⁴⁷.

Plamen d.o.o. naveden je među poduzećima koja su tijekom 10 godina (2008. – 2017.) pristupila projektu Indeks DOP-a kao jedne od najtočnijih i najsigurnijih metoda za mjerenje vlastite održivosti i odgovornosti⁴⁸.

4.1.3. Zvečevo d.d.

Poduzeće Zvečevo d.d. je tradicionalni proizvođač konditorskih proizvoda i žestokih alkoholnih pića.

Poduzeće je s „prvotnim radom započelo kao tvornica 1921. godine, proizvedeći jaka alkoholna pića (vinjak, voćne rakije i domaći brandy)⁴⁹. Godine 1936. „švicarska tvrtka Nestlé dobila je dozvolu po kojoj je počela proizvoditi čokolade i čokoladne proizvode u iznajmljenim postrojenjima požeške tvrtke⁴⁹.

⁴⁵ Fina, dostupno na: <https://www.fina.hr>, pristup: 06.09.2021.

⁴⁶ Marukić, M.: *Utjecaj depopulacije na gospodarstvo Požeško-slavonske županije u razdoblju 2015. 2020.*, Sveučilište u Zagrebu, Prirodoslovno-matematički fakultet, diplomski rad, Zagreb, 2021., str. 34.

⁴⁷ Poslovna hr., dostupno na: <https://www.poslovna.hr/lite/plamen/347065/subjekti.aspx>, pristup: 07.09.2021.

⁴⁸ Indeks DOP-a, društveno odgovorno poslovanje u Hrvatskoj, dostupno na: <https://www.hgk.hr/documents/indeks-dop-a10-godina-provedbe-projekta5c0532d763c50.pdf>, pristup: 06.08.2021.

⁴⁹ Marukić, M., op.cit., str. 30.

U 2019. godini, poduzeće Zvečevo d.d. je prema podacima Fine imalo 263 zaposlenika⁵⁰. Ovdje treba podsjetiti kako je u razdoblju od 2008. do 2020. godine smanjen broj zaposlenih za više od 50%.

S ukupnim prihodima od 85.514.683 kn, Zvečevo d.d. zauzima najlošije mjesto među analiziranim poduzećima s Područja Požeško-slavonske županije te je u ukupnim prihodima među 1500 hrvatskim poduzećima u 2020. godini rangirano na 1202 mjestu. U odnosu na 2019. godinu, poduzeće je ostvarilo za -8,99% manji prihod. (Tablica 1).

Restrukturiranje, u koje je poduzeće krenulo 2014. godine (novo energetska postrojenje) trebalo je dovesti do poboljšanja poslovanja, međutim to se nije desilo.

No, bez obzira na prodor na zahtjevna strana tržišta i modernizaciju koju je poduzeće napravilo, na domaćem tržištu su uslijedili sve slabiji rezultati. Razlozi takvim rezultatima su se manifestirali visokim financijskim troškovima i padu prodaje od 15 %. To je u 2014. godini rezultiralo gubitkom od 18,2 milijuna kuna. Narednih godina, negativni trendovi su nastavljeni čiji uzrok je bio u padu kupovne moći i jačanja tržišne pozicije stranih konkurenata. Premda je u 2015. godini došlo do oporavku prodaje poduzeće je završilo gubitkom od 9,2 milijuna kuna. Navedeni problemi poduzeća doveli su do teških situacija za zaposlene. Rezultat toga je bilo da je u 2017. godini četvrtina radnika ostala bez isplate plaća, nakon čega je uslijedio štrajk⁵¹. Uz navedene nevolje, Zvečevo d.d. pogođeno je i rastom cijena glavnih sirovina potrebnih za proizvodnju (šećer i kakao). Također je i zaoštrena borba na domaćem tržištu, među konditorskim proizvođačima, gdje je naročito agresivan Kandid. On se puno bolje prilagodio tržišnim trendovima.

Po pitanju aktivnosti DOP-a, Zvečevo d.d. u svome poslovanju, svake godine priprema plan DOP-a. Prema tome planu odrađuje sve donacije, pokušavajući zadovoljiti što više upita za donacijama. Osim toga, u slučaju izvanrednih situacija, poput poplava u Slavoniji uključuje se *ad hoc*⁵².

Odgovorni ljudi u Zvečevu d.d. smatraju doprinosom prema zajednici u kojoj žive i stvaraju. Na njihovu adresu često pristižu zahtjevi upućeni za financijskom pomoći, donacijama u robi ili nekim drugim oblikom pomoći. Zvečevo d.d. je u svojoj

⁵⁰ Fina, dostupno na: <https://www.fina.hr>, pristup: 06.09.2021.

⁵¹ Tportal, 2017., dostupno na: <https://www.tportal.hr/biznis/clanak/zvecevo-pred-kolapsom-kada-je-ikako-poslo-po-zlu-20170516>, pristup: 09.09.2021.

⁵² Jutarnji list, dostupno na: <https://www.jutarnji.hr/vijesti/hrvatska/velika-bura-zbog-600-cokolada-za-severinu-i-kojica-celnik-udruga-napao-zvecevo-evo-sto-su-mu-iz-tvornice-odgovorili-190657>, pristup: 01.07.2021.

dosadašnjoj praksi odradilo niz donacija. Posebno je doniralo različitim udrugama koje su zadužene za skrb o djeci, osobama s posebnim potrebama i potrebitima pojedinačno. Također su svoje donacije upućivali nizu osnovnih škola i vrtića, uz pomaganje Caritasu, slijepim i slabovidnim osobama, kao i sportskim društvima.

4.2. Srednja trgovačka društva

Među srednjim trgovačkim društvima na području Županije jesu:

- Spin Valis d.d.,
- Lipik Glas d.o.o.
- Agronom d.o.o.,
- Metalija-Trans d.o.o.,
- Color Emajl d.o.o.,
- Alles d.o.o.,
- APP d.d.,
- Straga-Trans d.o.o.,
- Color-Trgovina d.o.o.,
- Presoflex Gradnja d.o.o.,
- Tekija d.o.o.,
- Valis Fagus d.o.o.,
- Velički Kamen d.o.o. te
- Magma d.o.o.⁵³. Od navedenih srednjih trgovačkih društava navesti će se dva koji primjenjuju koncept društveno odgovornog poslovanja (Spin Valis d.d. i Lipik Glas d.o.o.).

4.2.1. Spin Valis d.d.

Kao prvi primjer navest će se poduzeće Spin Valis d.d. koje ima dugogodišnju tradiciju poslovanja u proizvodnji namještaja, kao osnovnoj djelatnosti. Svoje poslovanje Spin Valis d.d. započeo je pod nazivom „Lipa“ još 1950. godine.

Prema podacima Fine, poduzeće Spin Valis d.d. je u 2019. godini imalo 362 zaposlene osobe⁵⁴. S obzirom na djelatnost proizvodnje namještaja, ovo poduzeće na

⁵³ Županijska razvojna strategija Požeško-slavonske županije, op.cit.

⁵⁴ Fina, dostupno na: <https://www.fina.hr>, pristup: 06.09.2021.

raznim sajmovima upućuje otvorene pozive za radnicima brojnih obrtničkih zanimanja. To se prvenstveno odnosi na stolare, strojobravare, automehaničare, ali i rukovoditelje CNC strojevima. S obzirom da je odaziv slab (relativno niske plaće), poduzeće prima ljude i koji nemaju te kvalifikacije te je spremno dodatno uložiti u njihovu prekvalifikaciju.

U sklopu rang liste hrvatskih poduzeća s najvećim prihodima u 2020. godini, poduzeće Spin Valis d.d. rangirano je na 776. mjesto s prihodom od 131.283.563 kn, što je za 6,77% više u odnosu na 2019. godinu (Tablica1).

Poduzeće Spin Valis d.d. tradicionalno proizvodi za njemačko tržište, gdje su već dobro etablirani, sa željom da dalje razviju svoj položaj na ovom velikom moćnom tržištu, na kojemu je velika potražnja namještaja kojega radi ovo poduzeće. Kao uspješna i stabilna tvrtka Spin Valis d.d. rado dijeli dio svog poslovnog uspjeha sa zajednicom i drugima, posebice s onima kojima je pomoć najpotrebnija. U današnje vrijeme, kada teška ekonomska situacija negativno utječe na sve, a na neke građane i tvrtke posebno, u Spin Valisu smatraju kako je pomaganje drugima potrebnije više no ikad. Valja podsjetiti kako je Spin Valis d.d. u 2016. godini dobio nagradu Hrvatske udruge poslodavaca (HUP) za DOP u kategoriji velikih poduzeća.

S tim u svezi, odgovorni iz ove tvrtke naglašavaju kako je „njihov moralni zadatak i nepisano pravilo: nastaviti djelovati u tom duhu, biti socijalno osviještena tvrtka“. To je njihov znak i njihov trag. Rado ističu „zadovoljstvo kad njihov namještaj u vidu donacije olakša nekome opremanje radnih prostora i mjesta okupljanja, bilo kod ulaska u nov ili obnovu starog“. Na taj način „postaju dio tih društava“- Rado ističu kako su među brojnim donacijama do sada donirali: Lovačkom društvu Psunj, Tehničkoj školi Požega, Hrvatskom planinarskom društvu Sokolovac, hrvatskim šumarskim društvima – ogranci Zagreb, Požega, Vinkovci, Bjelovar, Udruzi hrvatskih vojnih invalida Domovinskog rata i drugima. Poklonili su namještaj i Sveučilištu u Zagrebu za projekt Membrain Concept kojim su studenti sudjelovali na natjecanju Solar Decathlon Europe u Parizu. Pogađanjem Županije teškom elementarnom nepogodom stradali su i brojni domovi (među njima i njihovih radnika). Spin Valis se uključio u obnovu stradalih mjesta, posredstvom Caritasa donacijama namještaja i njegova transporta. U Spin Valisu rado naglašavaju kako dobra praksa ne ide samo prema van, već i prema njihovim zaposlenicima koje pored redovite plaće motiviraju i božićnicom, uskršnicom, a često i darom u naravi (drvo za ogrjev, bonovi za kupnju u trgovačkom centru) siromašnijim radnicima, to je dragocjeno. Tu je zapošljavanje mladih kroz mjeru

stručnog osposobljavanja bez obveze zasnivanja radnog odnosa. No, većina ih je nakon isteka ugovora o osposobljavanju dobila posao u toj tvrtki⁵⁵.

Iz prethodnog prikaza Spin Valisa moguće je zaključiti kako ova tvrtka predstavlja primjer pozitivne poslovne prakse u primjeni određenih aspekata koncepta DOP u svome poslovanju.

Promatrajući zbivanja i potrebe lokalnih zajednica u Slavoniji i Baranji, u tom smislu odlučili su pomoći i dati priliku skupini kojoj su sredstva najpotrebitija i koja je najugroženija na tržištu. Prvenstveno se tu misli na osobe s invaliditetom i namjeru da se uključe u radni proces ove tvrtke⁵⁶.

Po pitanju iz Indeksa DOP-a u svezi primjene odgovorne politike i prakse u radnoj okolini, odnosno zapošljavanja osoba s otežanim pristupom tržištu rada, (konkretno osoba s fizičkim invaliditetom) ističu kako je tvrtka pokrenula projekt nabavke stroja pod nazivom „automatska dvostrana brusilica“ ukupne vrijednosti 1.775.100,00 kn. Projekt se sufinancira i od Zavoda za vještačenje, profesionalnu rehabilitaciju i zapošljavanje osoba s invaliditetom, u iznosu od 1.489.717,14 kn. Svrha i cilj ovog projekta je zaposliti i održati zaposlenost invalidnih osoba putem nabavke navedenog stroja kojim bi se poboljšala proizvodnja lijepljenih ploča iz trupaca bukve i hrasta. Nabavkom ovog stroja, cilj je zadržati u radnom odnosu 16 invalidnih osoba u trajanju od najmanje 2 godine- Predviđeno razdoblje za provedbu projekta je od 29. listopada 2020. do 30. listopada 2023. godine.

Osim toga, po pitanju postojanja svijesti o DOP-u, iz Spin Valisa naglašavaju da je tvrtka za vrijeme svoga sedamdesetogodišnjeg poslovanja stekla svijest kako ne smije biti ravnodušna prema iskazanim problemima i potrebama svoje okoline. Imajući u vidu da su u povijesti svoga postojanja svjedočili svemu dobrom i lošem u društvu, odlučili su raditi društveno odgovorno, u svemu što rade i stvaraju, usmjereno na bolje sutra njih i društva. Proizvođači masivni namještaj od slavonskog hrasta i bukve, ova tvrtka se od prvog dana rukovodila načelima odgovornog poslovanja. Razlozi takvoj praksi utkani su u njihovu svijest:

- kako bez okoliša, odnosno prirode ne bi bilo niti njihovih proizvoda,

⁵⁵ Društveno odgovorno poslovanje: Spin Valis – zlatna dobrota za Zlatnu dolinu, dostupno na: <http://www.spinvalis.hr/2016/09/13/drustveno-odgovorno-poslovanje-spin-valis-zlatna-dobrota-za-zlatnu-dolinu/>, pristup: 30.06.2021.

⁵⁶ Zapošljavanjem osoba s invaliditetom Spin Valis ostvario mnoge vrijednosti, dostupno na: <https://odgovorno.hr/zaposljavanjem-osoba-s-invaliditetom-spin-valis-ostvario-mnoge-vrijednosti/>, pristup: 29.06.2021.

- da bez kvalitetnih i predanih ljudi požeškog kraja ne bi bilo ni njihovog poslovnog djelovanja i svega onoga što ono obuhvaća te
- da tvrtka čini samo dio njihovog društvenog i prirodnog okruženja.

4.2.2. Lipik Glas d.o.o.

Drugi primjer predstavlja poduzeće Lipik Glas d.o.o., kao domaći brend i tvrtka fokusirana na specijalizirane serije ekskluzivnog dijela automobilske industrije kroz DOP. Osnivanje Lipik Glasa d. o. o. seže u 1963. godinu kada je u Lipiku počela industrijska proizvodnja stakla u tvornici ravnog stakla pod nazivom „Lipik“. 50 godina nakon toga, ova tvornica radi pod imenom Lipik Glas d.o.o.. Od godine 2001. poduzeće je u većinskom vlasništvu „Findind Group“ iz Italije⁵⁷.

Prema podacima Fine, Lipik Glas d.o.o. je imao u 2019. godini 265 zaposlenih osoba⁵⁸. Za ovu tvrtku poznato je kako ima konstantne probleme pri pronalaženju stručnih radnika, fokusirajući se na mlade ljude s tehničkim predznanjem koje bi dalje razvijali u tvrtki, budući da je gotovog radnika vrlo teško dobiti. Na rang listi hrvatskih poduzeća s najvećim prihodima u 2020. godini, poduzeće Lipik Glas d. o. o. zauzima 878. mjesto, ostvarivši za -39,79% manji prihod u odnosu na 2019. godinu (Tablica 1). Poduzeće Lipik Glas d.o.o. izvozi više od 90% svojih proizvoda, mahom u Njemačku, Italiju i Englesku.

Lipik Glas d.o.o. je već prije nekoliko godina usvojio politiku DOP-a, gdje je uz ostalo vrlo važan segment i uključivanje u društvenu zajednicu⁵⁹. Ova tvrtka također promiče svoj sponzorski i donacijski program, posebice društvenih i sportskih događaja.

4.3. Mala trgovačka društva i obrtnici

Najčešći i najznačajniji oblici poduzetničkog organiziranja na području Požeško-slavonske županije jesu mala trgovačka društva i obrtnici.

⁵⁷ Novi list, 2017., dostupno na: https://www.novolist.hr/novosti/hrvatska/grabar-kitarovic-u-tvornici-stakla-lipik-glasu/?meta_refresh=true, pristup: 10.09.2021.

⁵⁸ Fina, dostupno na: <https://www.fina.hr>, pristup: 06.09.2021.

⁵⁹ Lipik Glas radi trofej Dražena Petrovića, dostupno na: <https://compas.com.hr/clanak/1/2603/lipik-glas-radi-trofej-draena-petrovia.html>, pristup: 28.06.2021.

U Županiji je na kraju 2015. godine bio je ukupno registriran 1.051 poslovni subjekt u obrtu i slobodnim zanimanjima⁶⁰, dok je na kraju 2020. godine taj broj porastao za 50 novih subjekata, odnosno za 4,8 %⁶¹. Također je na području županije u 2015. godini poslovalo 709 malih trgovačkih društava što je činilo 43,7% u ukupnom udjelu poslovnih subjekata⁶². Vidljiv je stabilan broj poslovnih subjekata u obrtu i slobodnim zanimanjima kao i visok udio malih trgovačkih društava u ukupnom broju poslovnih subjekata.

4.4. Obiteljska poljoprivredna gospodarstva

Tradicionalno je poljoprivreda značajna djelatnost na području Županije. Poljoprivredna proizvodnja nastala je zbog povoljne klime i nizinsko-brežuljkastog prostora koja omogućuje visoki urod, posebice žitarica, industrijskog i aromatičnog bilja, uljarica, povrća, voća i grožđa. Baza za poljoprivrednu proizvodnju Požeško-slavonske jesu obiteljska poljoprivredna gospodarstvima (u daljnjem tekstu: OPG-ovi) čiji se broj kreće oko 5500⁶³.

U kontekstu primjene DOP-a od strane OPG-ova, Gregorić i suradnice konstatiraju kako „OPG-ovi prevladavaju na turističkom i ugostiteljskom planu, iskorištavajući svoje resurse koji su heterogeniji, nego oni u klasičnoj turističkoj ponudi“. Prema njima „u radu OPG-ova, jedinica seoskog i agroturizma, DOP se prije svega očituje u odabiru radnih postupaka prilikom uzgoja poljoprivrednih dobara pošto upravo taj segment čini glavnu karakteristiku takvih organizacijskih jedinica“. Oni navode kako su „turističko – ugostiteljske djelatnosti dodatna zanimacija u opsegu poslovanja“. Naravno, „DOP manifestira se i u pružanju turističkih usluga i proizvoda ukoliko je takav način rada zastupljen na agroturističkom posjedu“. U segmentu odnosa OPG-ova prema svojim zaposlenicima, oni uočavaju da „OPG-ovi uglavnom zapošljavaju članove obitelji i rodbine“. Međutim i „ovdje treba voditi računa o načinu postupanja s radnom snagom i njihovom zaštitom na radu, pogotovo ako opseg posla iziskuje zapošljavanje dodatnih radnika“. Također „važan segment u primjeni DOP-a

⁶⁰ Državni zavod za statistiku, dostupno na: https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2015/11-01-01_04_2015.htm, pristup: 10.09.2021.

⁶¹ Državni zavod za statistiku, dostupno na: https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2020/11-01-01_04_2020.htm, pristup: 10.09.2021.

⁶² Županijska razvojna strategija Požeško – slavonske županije, op. cit. ,str. 28.

⁶³ Ibid., str. 68.

jest odnos poduzeća prema lokalnoj zajednici i partnerskim poduzećima, uzimajući u obzir način ophođenja s njima ili načina njihove uključenosti u strateške planove“. Na kraju ove autorice zaključuju o „postojanju brojnih metoda koje OPG-ovi mogu primjenjivati, a koje su prihvatljive za okoliš te pospješuju dobrobit lokalne zajednice i zaposlenih, podižu kvalitetu lokalnog života i uzrokuju općeniti gospodarski napredak“⁶⁴. DOP se manifestira i u pružanju turističkih proizvoda i usluga ako je takav način rada zastupljen na agroturističkom imanju. U tom kontekstu, OPG-ovi svojim posjetiteljima mogu ponuditi, osim prehrane i smještaja i prehrane, i autohtone domaće proizvode koji su danas na velikoj cijeni. Šarm i ugođaj starih seoskih kuća i prirode rijetko će koga ostaviti ravnodušnim te stoga i turisti sve češće odlučuju posjetiti takva imanja.

4.5. Ostali subjekti koji posluju na području Županije

Među ostalim subjektima koji su se opredijelili za koncept društveno odgovornog poslovanja ovdje će se spomenuti Tekija d.o.o. za obavljanje vodnih usluga, s djelatnošću javne vodoopskrbe i javne odvodnje iz Požege i Komunalac d.o.o. Pakrac, specijaliziran za komunalne djelatnosti.

Pravilnikom o unutarnjoj organizaciji i sistematizaciji radnih mjesta Tekija d.o.o. određeno je da Ured direktora, uz obavljanje organizacijskih i administrativno-tehničkih te drugih poslova i zadataka radi i na razvijanju društveno odgovornog poslovanja u Društvu⁶⁵.

Drugi primjer je Komunalac d.o.o. Pakrac koji u sklopu svoje vizije opredijelio za kreiranje strategije i razvoja s težnjom da bude poduzeće društveno odgovorno i ekološki orijentirano u pristupima proizvodnje i kvaliteti pružanja usluga⁶⁶.

S obzirom da su Tekija d.o.o i Komunalac d.o.o. Pakrac zaduženi za javnu vodoopskrbu i odvodnju te zbrinjavanje otpada, u njihovom poslovanju zaštita okoliša

⁶⁴ Gregorić, M., Somođi, Đ., Kovačić, T.: *Društveno odgovorno poslovanje u agroturizmu Republike Hrvatske*, Obrazovanje za poduzetništvo – E4E znanstveno-stručni časopis o obrazovanju za poduzetništvo, 2020, 1; str. 24-39.

⁶⁵ Pravilnik o unutarnjoj organizaciji i sistematizaciji radnih mjesta TEKIJA d.o.o., Požega, 2015., str. 2., dostupno na: http://www.tekija.hr/images/dokumenti/propisis_pravilnici/Pravilnik%20o%20unutarnjoj%20organizaciji%20Tekija%20d.o.o.pdf, pristup: 05.06.2021.

⁶⁶ Komunalac d.o.o. Pakrac, dostupno na: <http://komunalac-pakrac.hr/vizija-misija-i-strategija/>, pristup: 25.06.2021.

predstavlja važno područje DOP-a te ima dugu tradiciju. Pod zaštitom okoliša podrazumijeva se razvoj cjelovitih rješenja, osobito po pitanju: otpadnih voda, gospodarenja otpadom, rješavanja opasnih tvari, odvodnje i sanacije kanalizacijskih sustava te laboratorijske kontrole – ovlaštenog laboratorija. Obzirom na svoju djelatnost, navedena poduzeća imaju jasne ciljeve vezane za upravljanje utjecajima na okoliš i prirodu u svojim tekućim planovima.

Prostorno gledano, ova poduzeća djeluju na području Požeške kotline i Pakračko-lipičkog kraja. O tome je u Strateškoj studiji utjecaja na okoliš Županijske razvojne strategije navedeno kako je „Požeško-slavonska županija svojim reljefom podijeljena na dvije prostorno odvojene cjeline – Požeška kotlina i Pakračko-lipički kraj. Takva raspodjela prostora u Županiji jasno se odražava i na gospodarenje otpadom na ovom području“⁶⁷.

⁶⁷ Strateška studija utjecaja na okoliš Županijske razvojne strategije za razdoblje do kraja 2020. godine Požeško – slavonske županije, Zagreb, 2018.

5. ANALIZA DRUŠTVENO ODGOVORNOG POSLOVANJA GOSPODARSKIH SUBJEKATA POŽEŠKO - SLAVONSKE ŽUPANIJE

5.1. Metodologija istraživanja

Cilj istraživanja je utvrditi koliko gospodarskih subjekata na području Požeško-slavonske županije i na koji način primjenjuju načela DOP-a.

Iz definiranog cilja postavlja se temeljna hipoteza da manji broj gospodarskih subjekata iz Požeško-slavonske županije primjenjuju načela DOP-a te se pri tome ne vežu za točno definirane ciljeve i akcije.

U cilju dokazivanja ili opovrgavanja, provjera postavljene hipoteze izvršit će se putem anonimnog upitnika.

Pri izradi empirijskog dijela diplomskog rada korišten je anonimni anketni upitnik. Anketa je putem e-maila upućena na 50 poduzeća s ostvarenim najvećim ukupnim prihodima 2020. godine u Požeško-slavonskoj županiji. Prilikom slanja ankete, dolje navedenim poduzećima naglašeno je da pristupe ispunjavanju ankete ukoliko na bilo koji način primjenjuju načela DOP-a. Anketu je ispunilo 14 poduzeća što čini 28 %.

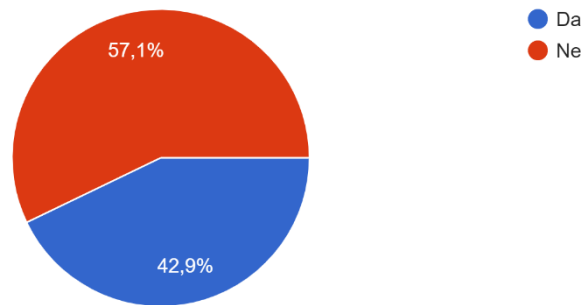
Popis poduzeća kojima je upućena anketa nalazi se u prilogu.

Podaci su preuzeti s Fininog portala <https://infobiz.fina.hr/>, a anketiranje je provedeno tijekom srpnja, kolovoza i rujna 2021. godine i prikupljeni podaci korišteni su isključivo za potrebe ovog diplomskog rada.

Anketa je napravljena putem *Google* obrasca na Internetu i sastojala se od 30 pitanja (Prilog: 1).

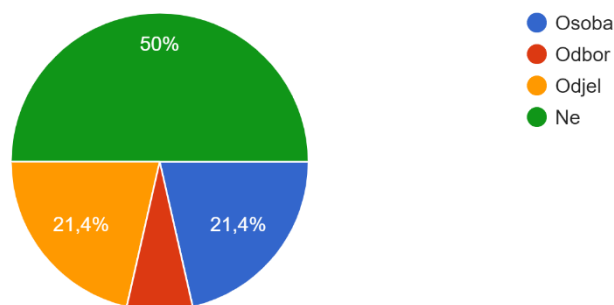
5.2. Rezultati istraživanja

Prikaz 1. Navođenje društvene odgovornosti u temeljnim dokumentima poduzeća



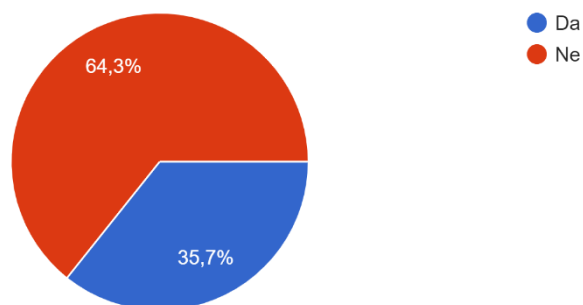
42,9 % ispitanika je potvrdilo kako navodi DOP u svojim temeljnim dokumentima što nam govori da veći dio poduzeća, iako u svom poslovanju primjenjuje neka načela DOP-a, još nema formalni dokument kojim to potvrđuje. Većina poduzeća koja spominju DOP u temeljnim dokumentima navode kako je ono naznačeno u sklopu drugih dokumenata kao što su pravilnici, ugovori, kodeksi te drugi interni dokumenti. Samo jedno poduzeće navodi kako posjeduje dokument pod nazivom Strategija društveno odgovornog poslovanja koji opisuje odnos s temeljnim dionicima odnosno zaposlenicima, dobavljačima, lokalnom zajednicom te institucijama civilnog društva.

Prikaz 2. Zaduženja za provedbu društveno odgovornog poslovanja



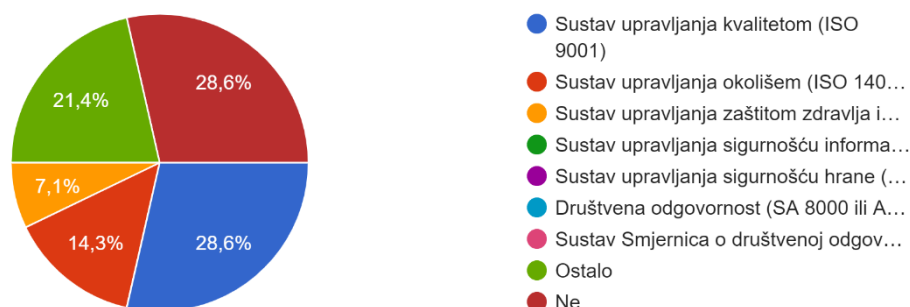
Odgovori na drugo pitanje otkrivaju kako polovina ispitanih poduzeća nema zaduženu osobu, odbor ili odjel koji su odgovorni za provedbu DOP-a, a ako ih imaju zaduženja se većinom odnose na direktore potom na uprave društva ili u manjoj mjeri na Odjel za razvoj i unaprjeđenje ili Odjel korporativnih poslova.

Prikaz 3. Postojanje periodičnih planova za provedbu društveno odgovornog poslovanja



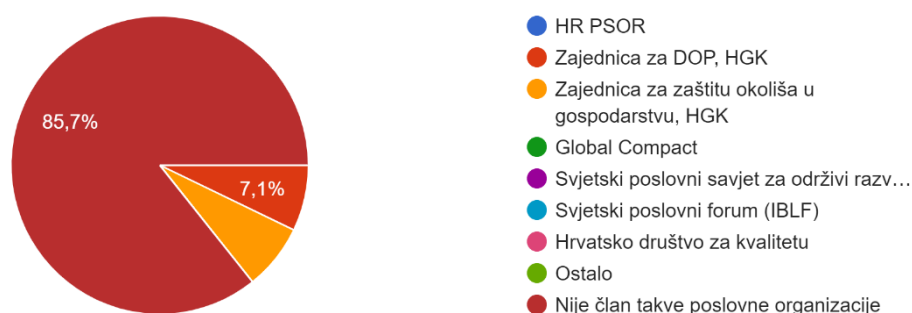
Nadalje, 35,7 % ispitanika je potvrdno kako u njihovim poduzećima postoje periodični planovi s definiranim ciljevima i akcijama koji se odnose na provedbu društveno odgovornog poslovanja, dok u većini poduzeća ne postoje periodični planovi za provedbu DOP-a.

Prikaz 4. Posjedovanje certificiranih sustava upravljanja kvalitetom



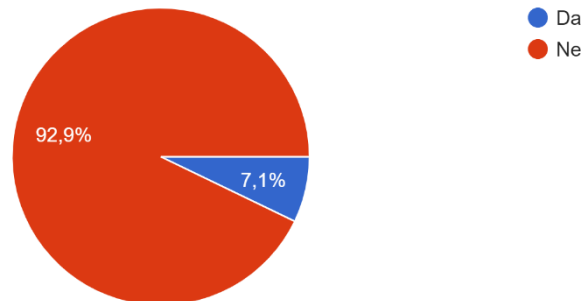
Odgovor na 4. pitanje potvrđuje kako većina poduzeća, odnosno njih 71,4 %, koja njeguju načela DOP-a koriste certificirane sustave za upravljanje. Ispitanici su naveli kako većinom koriste Sustav upravljanja kvalitetom (ISO 9001), Sustav upravljanja okolišem (ISO 14001), Sustav upravljanja zaštitom zdravlja i sigurnosti na radu (OHSAS 18001), Sustav upravljanja zdravljem i sigurnosti na radu (ISO 45001). Osim ponuđenih, neki ispitanici naveli su sustave poput FSC COC, ISCC, IATF 16949 te ekoloških certifikata.

Prikaz 5. Članstvo u poslovnim organizacijama koje promiču zaštitu okoliša / održivi razvoj / društveno odgovorno poslovanje



Naredni odgovor otkriva kako većina ispitanih poduzeća nije član poslovne organizacije koje promiču zaštitu okoliša, održivi razvoj ili DOP. Tek je manji broj ispitanika član Zajednice za DOP ili Zajednice za zaštitu okoliša u gospodarstvu pri HGK.

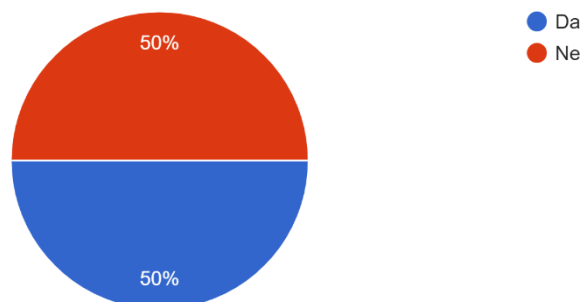
Prikaz 6. Provođenje programa pomoći za zaposlenike prilikom pronalaska novog radnog mjesta



Nadalje, ispitanici otkrivaju kako poduzeća prilikom napuštanja radnika ne pomažu istima u pronalasku novog posla. Ako se zna da su anketu ispunjavala poduzeća koja primjenjuju DOP, može se pretpostaviti kakva je situacija u ostalim poduzećima. Manji broj poduzeća koji pomaže bivšim radnicima pri pronalasku novog posla ističe kako to čini kroz materijalnu pomoć ili kontaktiranjem drugih tvrtki ako se radi o osobama s invaliditetom.

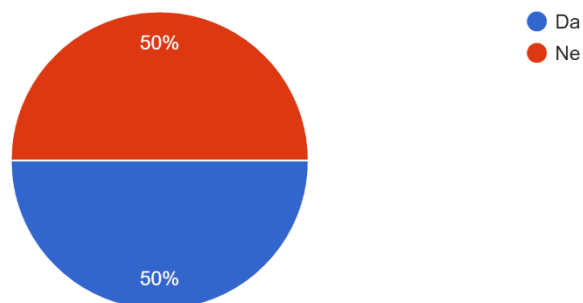
Glede zapošljavanja osoba s otežanim pristupom tržištu rada, iz odgovora se može vidjeti kako ispitana poduzeća zapošljavaju osobe s otežanim pristupom tržištu rada, ali ne navodeći detalje o tom odnosu, odnosno većina ispitanika naglašava da ima jednak tretman prema svim potencijalnim zaposlenicima bez obzira na njihov status na tržištu rada.

Prikaz 7. Pružanje beneficija većih od zakonom propisanih



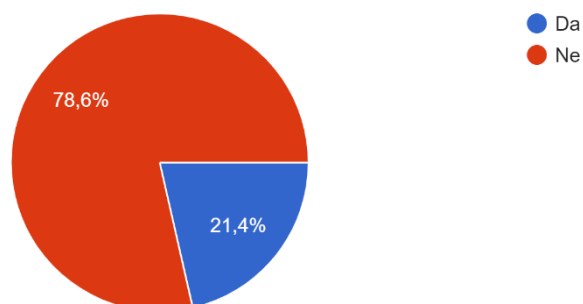
Nadalje, polovina poduzeća ističe kako svojim zaposlenicima pružaju beneficije koje su veće od zakonom propisanih. Neke od njih se odnose na isplate neoporezivih dodataka na plaću, korištenje službenog automobila, nagrade, božićnice, regres, topli obrok i slično.

Prikaz 8. Postojanje planova profesionalnog usavršavanja i obrazovanja



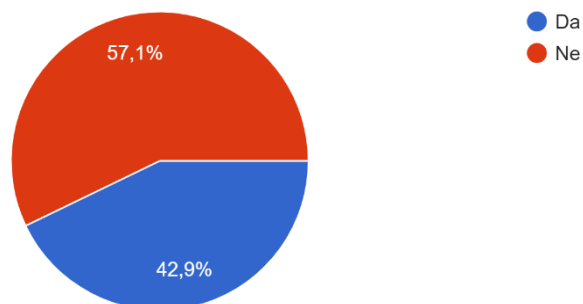
Polovina ispitanih poduzeća ima planove profesionalnog usavršavanja i obrazovanja koje bi financirali za svoje zaposlenike, a u većini odgovora odnose se na sve zaposlenike ili na određene skupine ovisno o potrebama poduzeća.

Prikaz 9. Postojanje edukacija o sustavima upravljanja vezanima za određena područja društveno odgovornog poslovanja



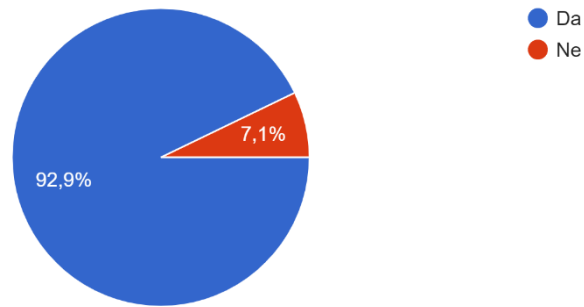
Većina ispitanika navodi kako u njihovim poduzećima ne postoje edukacije zaposlenika o sustavima upravljanja koji su vezani uz određena područja DOP-a, dok je manji dio odgovor povezao sa certificiranim sustavima upravljanja navodeći ISO 9001, ISO 14001, ISO 45001, edukacije o GDPR-u te zaštitom na radu.

Prikaz 10. Financiranje ili organiziranje aktivnosti koje sprječavaju zdravstvene probleme



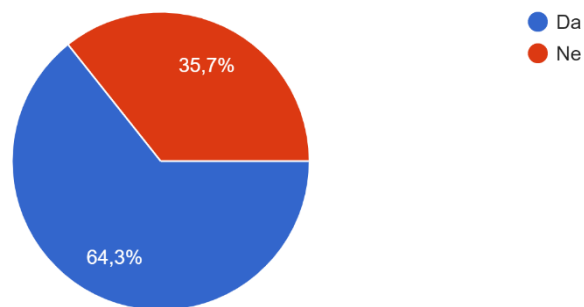
42,9% ispitanih poduzeća financira aktivnosti vezane uz sprečavanje zdravstvenih problema, a one se odnose na darivanje krvi, poticanje rada određenih udruga, provođenje mjera zaštite na radu kao i izvanredne liječničke preglede te infrastrukturne zahvate u radnom prostoru s ciljem poboljšanja uvjeta rada.

Prikaz 11. Praćenje zadovoljstva zaposlenika i poslovne klime



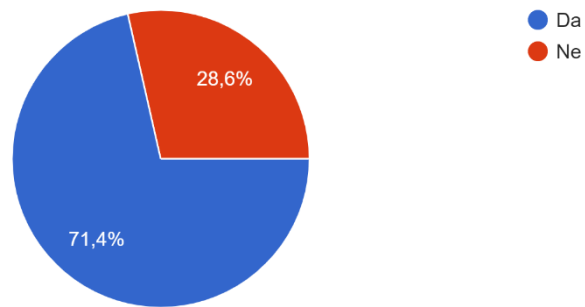
U odgovoru na 12. pitanje gotovo su sva poduzeća navela kako prate zadovoljstvo svojih zaposlenika i kolektivnu klimu. Načini praćenja jesu svakodnevni razgovori i prijateljski pristup, sastanci i bodovanje zaposlenika, suradnja sa sindikatom i radničkim vijećem, anketiranje i slično.

Prikaz 12. Briga o utjecaju strateških odluka na okoliš



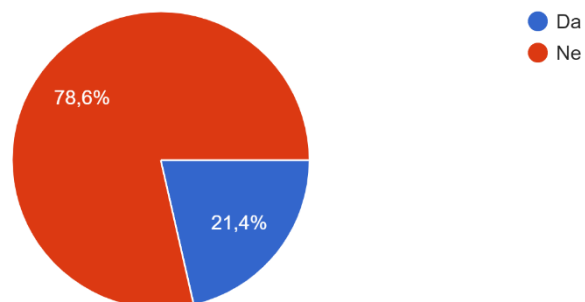
U odgovoru na 13. pitanje se očituje svijest o utjecaju strateških odluka na okoliš kod 64,3 % ispitanika.

Prikaz 13. Briga o utjecaju proizvoda ili usluge na okoliš



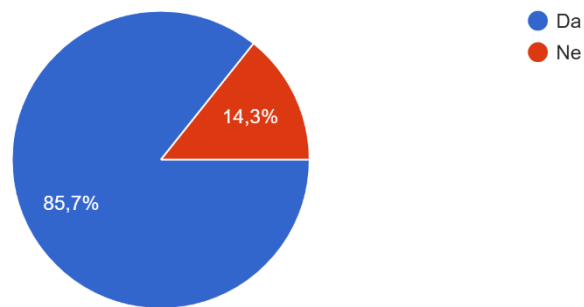
Nadalje, u pogledu utjecaja proizvoda i usluga na okoliš, većina ispitanika navodi kako brine o pravilnom odlaganju otpada, emisijama štetnih plinova, smanjenju CO₂, o uvođenju zelenih tehnologija kao i smanjenju zagađenja tla, zraka i vode.

Prikaz 14. Postojanje odjela za zaštitu okoliša unutar poduzeća



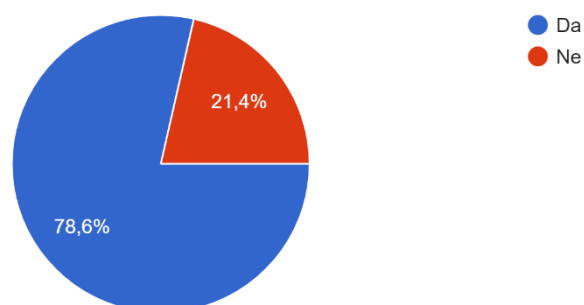
Većina ispitanih poduzeća nema oformljen odjel za provedbu zaštite okoliša, a ako ga ima odnosi se na Odjel za zaštitu na radu, zaštitu okoliša ili zaštitu od požara.

Prikaz 15. Provođenje mjera za smanjenje količine otpada



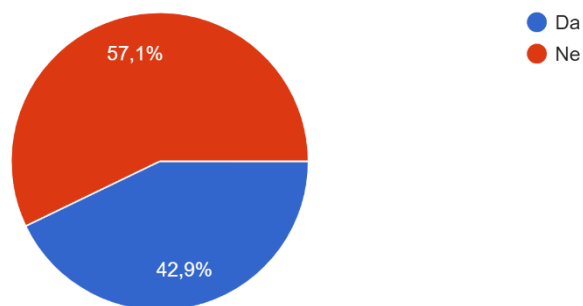
Većina ispitanika potvrdila je da provodi mjere smanjenja količine otpada, a neke od njih su odvojeno sakupljanje i adekvatno zbrinjavanje otpada, recikliranje, sortiranje te racionalno korištenje resursa.

Prikaz 16. Provođenje mjera za smanjenje količine energenata



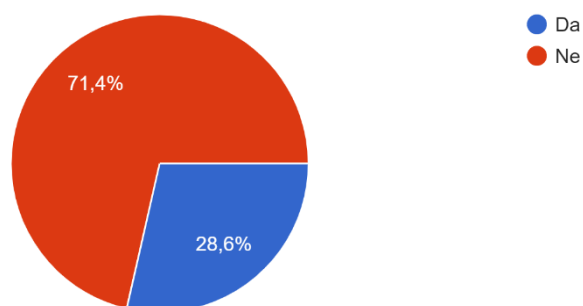
Kao i u prethodnom odgovoru, većina ispitanika provodi mjere smanjenja količine energenata, npr. Kupnjom uređaja i strojeva koji smanjuju potrošnju energenata, smanjenjem potrošnje vode, struje i plina, pametnim prekidačima i led rasvjetom. Neka poduzeća su navela kako posjeduju solarne elektrane te postrojenja na biomasu iz kojih proizvode ekološki prihvatljivu električnu energiju.

Prikaz 17. Provođenje mjera za smanjenje količine sirovina



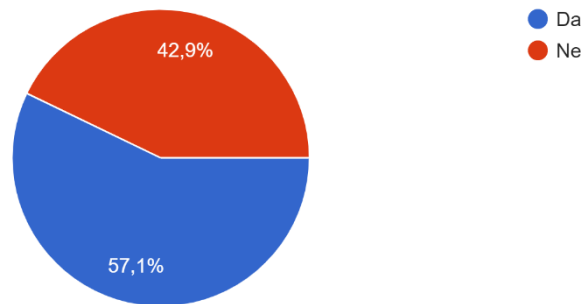
Suprotno prethodna dva odgovora, više od polovine ispitanika ne smanjuje potrošnju sirovina prilikom izrade proizvoda ili usluga, ne želeći utjecati na smanjenje kvalitete istih. Poduzeća koja poduzimaju mjere smanjenja potrošnje sirovina čine to optimizacijom proizvodnih procesa, pravilnim planiranjem i izvođenjem radova, redizajnom i smanjivanjem utroška materijala kao i praćenjem parametara kvalitete.

Prikaz 18. Poduzimanje specifičnih mjera za smanjenje utjecaja na okoliš



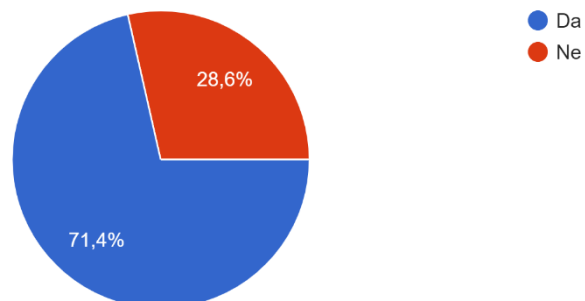
Iz odgovora na 19. pitanje vidljivo je kako više od polovine poduzeća ne poduzima dodatne mjere smanjenja utjecaja na okoliš od onih zakonom propisanih, a ako ih poduzima većinom se odnose na smanjenje količine otpada, recikliranje, posebne mjere u poljoprivredi kao i korištenje obnovljivih izvora energije.

Prikaz 19. Provođenje mjerenja zadovoljstva kupaca



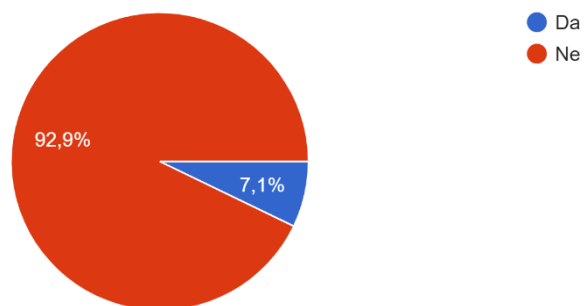
Odgovori na 20. pitanje ukazuju kako se provodi mjerenje zadovoljstva kupaca kod 57,1 % ispitanika. Mjere se odnose na anketiranje, tajnog kupca te praćenje broja reklamacija.

Prikaz 20. Provođenje mjera smanjenja utjecaja proizvoda ili usluge na okoliš prilikom unaprjeđenja i inovacija



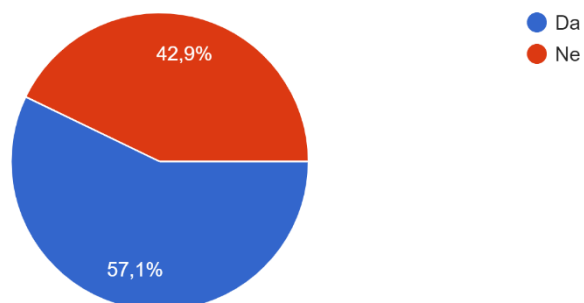
Nadalje, većina poduzeća prilikom unaprjeđenja ili inoviranja postojećih proizvoda ili usluga vodi računa o smanjenju štetnog utjecaja istih na okoliš.

Prikaz 21. Osvajanje nagrada ili priznanja vezanih uz zaštitu okoliša



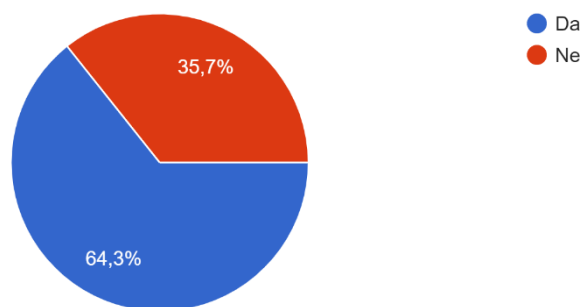
Iz 22. odgovora vidljivo je kako je samo jedno poduzeće osvojilo nagradu vezanu za zaštitu okoliša od strane HGK što sugerira na nedovoljan broj konkretnih aktivnosti u navedenom smjeru.

Prikaz 22. Postojanje dokumenta kojim je definirana pravovremena obaveza plaćanja dobavljačima



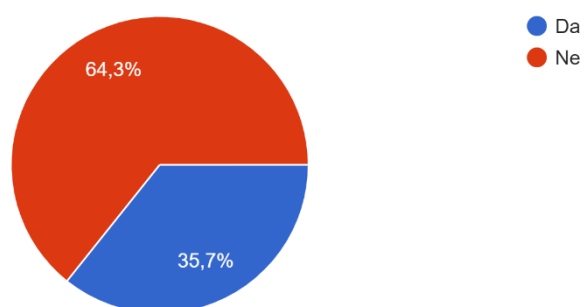
Iz 23. odgovora vidljivo je kako 57,1% poduzeća ima određene dokumente kojima je definirana obveza plaćanja dobavljačima, a to su zadužnice, ugovori, računi te kodeks poslovnog ponašanja.

Prikaz 23. Edukacije zaposlenika za etično ponašanje prema dobavljačima



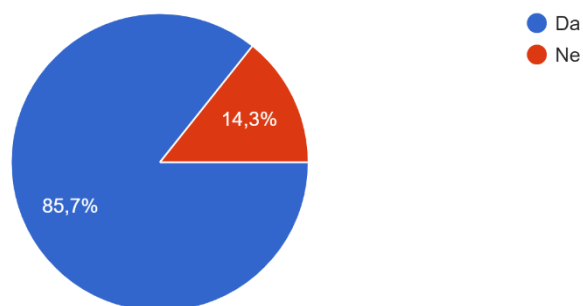
Vidljivo je da veliki dio poduzeća educira svoje zaposlenike za etično ponašanje prema dobavljačima.

Prikaz 24. Postojanje pisanih politika vezanih uz odnose s kupcima i dobavljačima



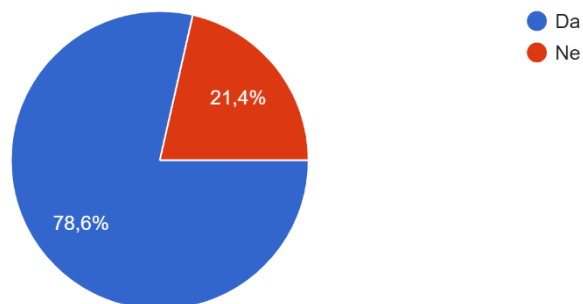
Većina ispitanika nema određene politike za odnose s kupcima i dobavljačima, a ako ih imaju odnose se na politiku kvalitete i kodeks poslovnog ponašanja.

Prikaz 25. Ostvarivanje pozitivnog kontakta s lokalnom zajednicom



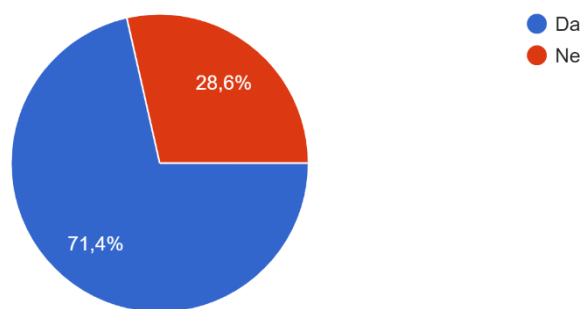
Za gotovo sve ispitanike je važan odnos s lokalnom zajednicom. Dobar odnos se nastoji ostvariti kroz obostranu komunikaciju, donacije potrebitima, lokalnim manifestacijama, zapošljavanje osoba s invaliditetom kao i pomoć u slučaju elementarnih nepogoda koje su u Požeško-slavonskoj županiji sve češća pojava. Neka poduzeća navode kako su im važni sastanci i suradnja s predstavnicima lokalnih vlasti te suradnja s lokalnim poduzećima.

Prikaz 26. Sudjelovanje u donatorskim akcijama



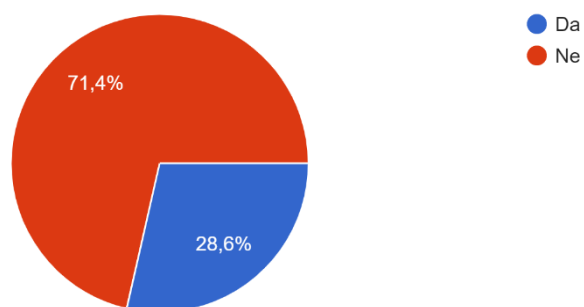
Većina ispitanika sudjeluje u donatorskim akcijama, a neke od njih su sportske, kulturne, medicinske, pomoć stradalima u elementarnim nepogodama i slično.

Prikaz 27. Sponzorstva u vidu općedruštvene koristi



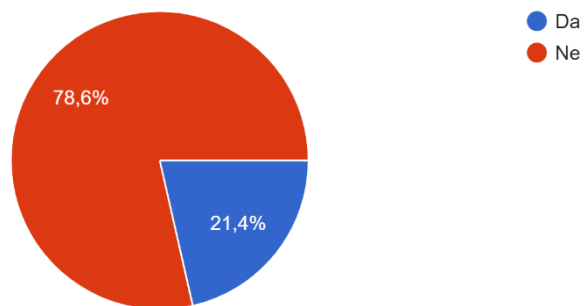
Većina ispitanika bila je sponzor u vidu općedruštvene koristi. Sponzorstva se odnose na lokalne festivale, sportske i humanitarne akcije ili sajmove.

Prikaz 28. Postojanje politike zaštite ljudskih prava



Kao i u većini pitanja koja se odnose na konkretne politike i dokumente, većina ispitanika nema definiranu politiku zaštite ljudskih prava, a ako i ima spominje se u pravilnicima, ugovorima o radu te etičkom kodeksu.

Prikaz 29. Postojanje politike raznolikosti i nediskriminacije



Vidljivo je da većina poduzeća također nema definiranu politiku raznolikosti i nediskriminacije, a ako je ima spominje se u pravilnicima, ugovorima te kodeksima.

5.3. Interpretacija rezultata provedenog istraživanja

Na početku metodologije istraživanja postavljena je temeljna hipoteza kako manji broj gospodarskih subjekata iz Požeško-slavonske županije primjenjuje načela DOP-a te se pri tome ne vežu za točno definirane ciljeve i akcije. Postavljena se hipoteza, nakon provedenog empirijskog istraživanja smatra dokazanom.

Rezultati provedenog anonimnog anketiranja 50 poduzeća sa područja Požeško-slavonske županije koja su u prošloj godini ostvarila najveće ukupne prihode pokazuje kako njih 28 % njeguje načela društveno odgovornog poslovanja. Gotovo polovina anketiranih poduzeća spominje DOP u svojim temeljnim dokumentima, dok samo jedno poduzeće posjeduje dokument pod nazivom *Strategija društveno odgovornog poslovanja*. Može se zaključiti kako veći dio anketiranih poduzeća provodi određena načela DOP-a, ali ne vežući se za točno definirane ciljeve i akcije. Zaključak potvrđuje i činjenica kako polovina ispitanika nema zaduženu osobu, odbor ili odjel koji su zaduženi za provedbu DOP-a. S druge strane većina poduzeća ima neki od certificiranih sustava upravljanja koji su sve poželjniji ili uvjetovani za suradnju s određenim dionicima na tržištu. Ispitanici također potvrđuju kako zapošljavaju osobe s otežanim pristupom tržištu rada, ali ne navode konkretne mjere ili pogodnosti prema navedenoj skupini zaposlenika. Zanimljivo je primijetiti kako gotovo niti jedno poduzeće nema program kojim bi pomogla svojim bivšim zaposlenicima u pronalasku novog posla. Pretpostavka je kako su poduzeća sklonija poduzeti određene mjere ako ih se na to uvjetuje u odnosu na one aktivnosti koje su dobrovoljne, a donose im manje koristi od uložениh napora. U kontekstu zaštite okoliša, vidljivo je kako se vodi računa o obnovljivim izvorima energije, smanjenju količine otpada, utjecaju istog na okoliš kao i smanjenju količine energenata. Uz sve navedene aktivnosti vidljiv je nedostatak odjela za zaštitu okoliša kao i izostanak nagrada ili priznanja istog karaktera. Važno je napomenuti kako sva poduzeća njeguju dobar odnos s lokalnom zajednicom nastojeći donirati potrebitima svoje proizvode ili usluge, osigurati pomoć u situacijama elementarnih nepogoda kao i podržati dobrovoljno darivanje krvi.

Rezultati provedenog istraživanja ukazuju kako poslovni subjekti na području Požeško-slavonske županije promišljaju o DOP-u kao i njihovoj želji o napredovanju u tom području te je za očekivati sve veći broj poduzeća s istom namjerom i jasnim aktivnostima.

6. ZAKLJUČAK

Suvremeno poslovanje poduzeća uključuje i zadovoljavanje javnog interesa kao primarnog interesa za svako poduzeće. To se prvenstveno odnosi na zahtjeve dionika iz okruženja i interesnih grupa koje poduzeće treba identificirati te u odnosu na njih odrediti smjernice za postupanje u okviru svoje poslovne politike. Stoga, primjena koncepta DOP-a uključuje niz dionika, poput zaposlenika, sindikata, ulagača, potrošača i nevladinih organizacija.

DOP-a, kao razvojna alternativa poduzeća je okosnica današnjeg i preduvjet budućeg poslovanja poduzeća koja ima tendenciju integriranja u suvremeno poslovanje gotovo svih tvrtki, kao i onih na području Požeško-slavonske županije. Njegovom primjenom, gospodarski subjekti mogu se prilagoditi EU izazovima.

Primjena DOP-a ostvaruje se na različitim razinama od šire razine Europske unije (glavni akter je Europska komisija) do nižih razina: država članica (zaduženost njihovih vlada za promicanje koncepta DOP-a) te regionalne/županijske razine (većina projekata realizira se na toj razini, gdje su glavni akteri regionalne (županijske) jedinice.

Moguće je uočiti kako se u gospodarskim subjektima u državama članicama EU pojavljuju razlike u primjeni koncepta DOP-a, posebice s obzirom na njihovu veličinu i djelatnost te njihovu lokaciju u istočnom dijelu ili zapadnom i južnom dijelu EU. U Republici Hrvatskoj vidljivi su različiti načini integracije DOP-a u poslovanju hrvatskih poduzeća.

Rijetki su gospodarski subjekti u Hrvatskoj koji su usvojili koncept DOP-a u cijelosti. Na području Požeško-slavonske županije, najdosljedniji gospodarski subjekti u primjeni koncepta DOP-a jesu tvrtke Spin Valis d.o.o. i Kutjevo d.d.. Spin Valis primjenjuje koncept DOP-a u određenim elementima, osobito uključivši: odgovornu politiku zapošljavanja, osobito osoba s otežanim pristupom tržištu rada (invalidne osobe), odgovornost prema upravljanju okolišem te društveno odgovorni odnos s lokalnom zajednicom. Na sličan način Kutjevo d.d. promiče sljedeće elemente DOP-a: ravnopravnost, demokratske odnose i kulturu življenja; edukaciju i razvoj ljudskih resursa; održivi razvoj; zaštitu zdravlja te potpomaganje u radu udruga, organizacija i športskih klubova.

Premda je koncept DOP-a primjenjiv na poduzeća svih veličina, na temelju primjene metode analize, u diplomskom radu moguće je zapaziti kako njegova

primjena najviše dolazi do izražaja u velikim i srednjim trgovačkim društvima na području Požeško-slavonske županije. Naime, radi o poduzećima s najvidljivijim utjecajem i najvećom moći. Međutim, to ne mora značiti kako mala i srednja poduzeća nisu u mogućnosti postati društveno odgovornima. Primjerice, OPG-ovi kojih je mnogo na području Požeško-slavonske županije često primjenjuju neke segmente DOP-a, poglavito one koji se odnose na ekološki prihvatljivu proizvodnju i pozitivan odnos prema okolišu te društveno odgovoran odnos s lokalnom zajednicom.

Provedena anketa ukazuje da na području Požeško-slavonske županije postoje poslovni subjekti koji na određeni način promiču načela DOP-a. Iz odgovora je vidljivo kako postoje konkretne aktivnosti u pogledu zaštite okoliša, brige o radnicima, suradnje s lokalnom zajednicom te se nadam kako će u budućnosti od strane poduzeća biti definirane i strategije koje određuju konkretne aktivnosti i ciljeve u svrhu provođenja DOP-a.

Preporuka je da i ostali gospodarski subjekti (posebice oni s većim prihodima) u svoje poslovanje ugrade načela DOP-a. Poduzeća na području Požeško-slavonske županije trebala bi biti svjesna činjenice, ukoliko su ugradila koncept DOP-a u svoje poslovanje tada mogu ostvariti znatne koristi za društvo, ali i za organizaciju, posebice jačanjem: brenda, konkurentnosti, prodaje, tržišnog udjela, pozicije robne marke, imidža, položaja zaposlenika, privlačnosti investitora i smanjenjem poslovnih troškova itd.).

Spoznaje teorijskog istraživanja poklapaju se s zaključcima empirijskog istraživanja da određeni subjekti u Požeško-slavonskoj županiji primjenjuju društveno odgovorno poslovanje u nekim dijelovima svoga poslovanja.

7. LITERATURA

Knjige i članci:

1. Albareda, L., Lozano, J.M., Ysa, T.: *Public Policies on Corporate Social Responsibility: The Role of Governments in Europe*, Journal of Business Ethics, 74, 2007., str. 391–407
2. Bačun, D., Matešić, M., Omazić, M. A. (2012.), *Leksikon održivog razvoja*, Hrvatski poslovni savjet za održivi razvoj, Zagreb, str. 260.-277.
3. Bagić, A., Škrabalo, M., Narančić, M.: *Pregled društvene odgovornosti poduzeća u Hrvatskoj*, Academy for Educational Development, MAP savjetovanja d.o.o., Zagreb, 2004.
4. Carroll, A. B., Buchholtz, A.K.: *Business & Society: Ethics, Sustainability, and Stakeholder Management*, Ninth Edition, Cengage Learning, Stanford, 2015.
5. Gregorić, M., Somođi, Đ., Kovačić, T.: *Društveno odgovorno poslovanje u agroturizmu Republike Hrvatske*, Obrazovanje za poduzetništvo – E4E znanstveno-stručni časopis o obrazovanju za poduzetništvo, 2020, 1; str. 24-39.
6. Kotler, P. & Lee, N., *DOP-Društveno odgovorno poslovanje*, M.E.P. Consult d.o.o., Zagreb, 2009.
7. Letica, B.: *Doba odgovornosti: Korporacijska društvena odgovornost u vrijeme svjetske financijske krize*, Mate, Zagreb, 2010.
8. Matešić, M., Pavlović, D., Bartoluci, D.: *Društveno odgovorno poslovanje*, VPŠ Libertas, Zagreb, 2015.
9. Nekić, B., Krajnović, A.: *Politika zaštite okoliša u RH nakon pristupanja Europskoj Uniji*, Tranzicija, 16(34), 2014.
10. Steurer, R., Konrad, A.: *Business–society relations in Central-Eastern and Western Europe: How those who lead in sustainability reporting bridge the gap in corporate (social) responsibility*, Scandinavian Journal of Management, 25(1), 2009., str. 23-36.
11. Trojnar, L.: *Društvena odgovornost kao važan čimbenik poslovne uspješnosti*, Fakultet organizacije i informatike, Varaždin, 2012.
12. Omazić, M., A., et.al: *Zbirka studija slučaja društveno odgovornog poslovanja*, Ekonomski fakultet Sveučilišta u Zagrebu i Hrvatski poslovni savjet za održivi razvoj, Zagreb, 2012.

13. Vrdoljak Raguž, I., Hazdovac, K.: *Društveno odgovorno poslovanje i hrvatska gospodarska praksa*, Oeconomica Jadertina, Vol. 4(1), 2014., str. 44

Disertacije i diplomski/završni radovi:

1. Vučemilović, V.: *Suvremeni izazovi društveno odgovornog poslovanja u Republici Hrvatskoj*, Ekonomski fakultet u Osijeku, Osijek, 2018., doktorska disertacija, str. 1-2.
2. Marinac, I.: *Usporedba gospodarskih potencijala Istarske i Požeško-slavonske županije*, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Fakultet ekonomije i turizma „Dr. Mijo Mirković“, završni rad, Pula, 2019.
3. Marukić, M.: *Utjecaj depopulacije na gospodarstvo Požeško-slavonske županije u razdoblju 2015. 2020.*, Sveučilište u Zagrebu, Prirodoslovno-matematički fakultet, diplomski rad, Zagreb, 2021.
4. Parčina, A.: *Društveno odgovorno poslovanje*, Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet Split, diplomski rad, Split, 2017.

Propisi i politički dokumenti:

1. Green Paper - Promoting a European framework for Corporate Social Responsibility, Commission of the European Communities, Brussels, 18.7.2001 COM(2001) 366 final
2. Odluka o produljenju važenja Županijske razvojne strategije Požeško-slavonske županije za razdoblje do kraja 2020. godine, Županijska skupština Požeško-slavonske županije, Požega, 16. lipnja 2020. godine.
3. Pravilnik o unutarnjoj organizaciji i sistematizaciji radnih mjesta TEKIJIA d.o.o., Požega, 2015., dostupno na: http://www.tekija.hr/images/dokumenti/propisis_pravilnici/Pravilnik%20o%20unutarnjoj%20organizaciji%20Tekija%20d.o.o.pdf, pristup: 05.06.2021.
4. Pročišćene verzije Ugovora o Europskoj uniji i Ugovora o funkcioniranju Europske unije, Službeni list Europske unije C 202/1, 7.6.2016.
5. Rezolucija Europskog parlamenta o društveno odgovornom poslovanju (DOP) (2018/2633(RSP))

Strategije i planovi:

1. A European Union Strategy for Sustainable Development, Commission of the European Communities, Brussels, 15.5.2001 COM(2001)264 final
2. Strategija razvoja javne uprave za razdoblje od 2015. do 2020. godine, NN 70/15.
3. Županijska razvojna strategija Požeško-slavonske županije za razdoblje do kraja 2020., Požega, kolovoz 2018.
4. Strateška studija utjecaja na okoliš Županijske razvojne strategije za razdoblje do kraja 2020. godine Požeško – slavonske županije, Zagreb, 2018.

Internet izvori:

1. Agronom, Kutjevo d.d., Presoflex gradnja, Plamen, Color email, Alles, Spin Valis, Color trgovina, Zvečevo, Promet građenje i Velički kamen među velikanima, dostupno na: <https://pozega.eu/agronom-kutjevo-d-d-presoflex-gradnja-plamen-color-email-alles-spin-valis-color-trgovina-zvecevo-promet-gradenje-i-velicki-kamen-medu-velikanima/>, pristup: 09.08.2021.
2. Društvena odgovornost tvrtke Kutjevo d.d., dostupno na: <https://mail.kutjevo.com/hr/o-nama/drustvena-odgovornost-tvrtke>, pristup: 06.08.2021.
3. Društveno odgovorno poslovanje: Spin Valis – zlatna dobrota za Zlatnu dolinu, dostupno na: <http://www.spinvalis.hr/2016/09/13/drustveno-odgovorno-poslovanje-spin-valis-zlatna-dobrota-za-zlatnu-dolinu/>, pristup: 30.06.2021.
4. Državni zavod za statistiku, dostupno na: https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2015/11-01-01_04_2015.htm, pristup: 10.09.2021.
5. Državni zavod za statistiku, dostupno na: https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2020/11-01-01_04_2020.htm, pristup: 10.09.2021.
6. Gospodarski godišnjak – „Top 1500 kompanija u Hrvatskoj“, dostupno na: <https://www.jutarnji.hr/promo/gospodarski-godisnjak-top-1500-kompanija-u-hrvatskoj-15090264> pristup: 02.08.2021.
7. Fina, dostupno na: <https://www.fina.hr>, pristup: 06.09.2021.
8. Gospodarski profil županije, dostupno na: <https://www.pszupanija.hr/o-zupaniji/gospodarstvo.html>, pristup: 30.07.2021.

9. Indeks DOP-a, dostupno na: <https://www.hrpsor.hr/indeks-dop-a/>, pristup: 02.08.2021.
10. Indeks DOP-a, društveno odgovorno poslovanje u Hrvatskoj, dostupno na: <https://www.hgk.hr/documents/indeks-dop-a10-godina-provedbe-projekta5c0532d763c50.pdf>, pristup: 06.08.2021.
11. Jutarnji list, dostupno na: <https://www.jutarnji.hr/vijesti/hrvatska/velika-bura-zbog-600-cokolada-za-severinu-i-kojica-celnik-udruga-napao-zvecevo-evo-sto-su-mu-iz-tvornice-odgovorili-190657>, pristup: 01.07.2021.
12. Komunalac d.o.o. Pakrac, dostupno na: <http://komunalac-pakrac.hr/vizija-misija-i-strategija/>, pristup: 25.06.2021.
13. Kutjevo d.d. – Povijest i tradicija, dostupno na: <https://mail.kutjevo.com/hr/otnama/povijest-i-tradicija>, pristup: 05.09.2021.
14. Kutjevo d.d. – Znakovi hrvatske kvalitete, dostupno na: <https://znakovi.hgk.hr/tvrtka/kutjevo-d-d/>, pristup: 05.09.2021.
15. Lipik Glas radi trofej Dražena Petrovića, dostupno na: <https://compas.com.hr/clanak/1/2603/lipik-glas-radi-trofej-draena-petrovia.html>, pristup: 28.06.2021.
16. Novi list, 2017., dostupno na: https://www.novolist.hr/novosti/hrvatska/grabar-kitarovic-u-tvornici-stakla-lipik-glasu/?meta_refresh=true, pristup: 10.09.2021.
17. Plamen d.o.o., dostupno na: <http://www.plamen.hr/hr/>, pristup: 30.07.2021.
18. Poslovna hr., dostupno na: <https://www.poslovna.hr/lite/plamen/347065/subjekti.aspx>, pristup: 07.09.2021.
19. Požega.EU portal, dostupno na: <https://pozega.eu/medu-1500-najvecih-tvrtki-u-nasoj-zemlji-14-je-iz-pozesko-slavonske-zupanije-a-manje-od-toga-imaju-cak-tri-zupanije/>, pristup: 07.08.2021.
20. Rezultati poslovanja poduzetnika Požeško-slavonske županije u 2019. godini, dostupno na: <https://www.fina.hr/-/rezultati-poslovanja-poduzetnika-pozesko-slavonske-zupanije-u-2019.-godini>, pristup: 02.08.2021.
21. Top 1500 kompanija, dostupno na: <https://novac.jutarnji.hr/novac/aktualno/novi-hrvatski-biznis-poredak-ppd-u-krizi-ostvario-zavidan-rast-prihoda-a-viro-ispao-s-liste-15091505>, pristup: 04.08.2021.
22. Tportal, 2017., dostupno na: <https://www.tportal.hr/biznis/clanak/zvecevo-pred-kolapsom-kada-je-ikako-poslo-po-zlu-20170516>, pristup: 09.09.2021.

23. Vinarija Kutjevo ostvarila suradnju s tvrtkom Valoviti papir Dunapack d.o.o., dostupno na: <https://kutjevacki.hr/vinarija-kutjevo-ostvarila-suradnju-s-tvrtkom-valoviti-papir-dunapack-d-o-o/>, pristup: 21.05.2021.

24. Zapošljavanjem osoba s invaliditetom Spin Valis ostvario mnoge vrijednosti, dostupno na: <https://odgovorno.hr/zaposljavanjem-osoba-s-invaliditetom-spin-valis-ostvario-mnoge-vrijednosti/>, pristup: 29.06.2021.

8. POPIS TABLICA

Popis tablica:

Tablica 1. Tvrtke iz Požeško-slavonske županije na listi 1500 najvećih hrvatskih poduzeća u 2020. godini.....	20
Tablica 2. Osnovni financijski rezultati poslovanja poduzetnika Požeško-slavonske županije u 2019. godini.....	21

9. POPIS PRIKAZA

Popis prikaza:

Prikaz 1. Navođenje društvene odgovornosti u temeljnim dokumentima poduzeća..	37
Prikaz 2. Zaduženja za provedbu društveno odgovornog poslovanja.....	38
Prikaz 3. Postojanje periodičnih planova za provedbu društveno odgovornog poslovanja.....	38
Prikaz 4. Posjedovanje certificiranih sustava upravljanja kvalitetom.....	39
Prikaz 5. Članstvo u poslovnim organizacijama koje promiču zaštitu okoliša / održivi razvoj / društveno odgovorno poslovanje.....	39
Prikaz 6. Provođenje programa pomoći za zaposlenike prilikom pronalaska novog radnog mjesta.....	40
Prikaz 7. Pružanje beneficija većih od zakonom propisanih.....	41
Prikaz 8. Postojanje planova profesionalnog usavršavanja i obrazovanja.....	41
Prikaz 9. Postojanje edukacija o sustavima upravljanja vezanima za određena područja društveno odgovornog poslovanja.....	42
Prikaz 10. Financiranje ili organiziranje aktivnosti koje sprječavaju zdravstvene probleme.....	42
Prikaz 11. Praćenje zadovoljstva zaposlenika i poslovne klime.....	43
Prikaz 12. Briga o utjecaju strateških odluka na okoliš.....	43
Prikaz 13. Briga o utjecaju proizvoda ili usluge na okoliš.....	44
Prikaz 14. Postojanje odjela za zaštitu okoliša unutar poduzeća.....	44
Prikaz 15. Provođenje mjera za smanjenje količine otpada.....	45
Prikaz 16. Provođenje mjera za smanjenje količine energenata.....	45
Prikaz 17. Provođenje mjera za smanjenje količine sirovina.....	46
Prikaz 18. Poduzimanje specifičnih mjera za smanjenje utjecaja na okoliš.....	46
Prikaz 19. Provođenje mjerenja zadovoljstva kupaca.....	47

Prikaz 20. Provođenje mjera smanjenja utjecaja proizvoda ili usluge na okoliš prilikom unaprjeđenja i inovacija.....	47
Prikaz 21. Osvajanje nagrada ili priznanja vezanih uz zaštitu okoliša.....	48
Prikaz 22. Postojanje dokumenta kojim je definirana pravovremena obaveza plaćanja dobavljačima.....	48
Prikaz 23. Edukacije zaposlenika za etično ponašanje prema dobavljačima.....	49
Prikaz 24. Postojanje pisanih politika vezanih uz odnose s kupcima i dobavljačima..	49
Prikaz 25. Ostvarivanje pozitivnog kontakta s lokalnom zajednicom.....	50
Prikaz 26. Sudjelovanje u donatorskim akcijama.....	50
Prikaz 27. Sponzorstva u vidu općedruštvene koristi.....	51
Prikaz 28. Postojanje politike zaštite ljudskih prava.....	51
Prikaz 29. Postojanje politike raznolikosti i nediskriminacije.....	52

10. POPIS KRATICA

Cijeli izraz	Kratika
Društveno odgovorno poslovanje	DOP
Europska unija	EU
Hrvatska gospodarska komora	HGK
Hrvatski poslovni savjet za održivi razvoj	HR PSOR

11. SAŽETAK

Diplomski rad obuhvaća analizu društveno odgovornog poslovanja (DOP-a) u Požeško-slavonskoj županiji. Cilj rada je navesti i analizirati temeljne postavke o DOP-u te utvrditi u kojoj mjeri poduzeća na području Požeško-slavonske županije njeguju načela društveno odgovornog poslovanja. Poseban naglasak stavljen je na gospodarske subjekte u Požeško-slavonskoj županiji s osvrtom na primjere društveno odgovornog poslovanja među velikim, srednjim i malim trgovačkim društvima i obrtnicima te ostalim subjektima koji posluju na području Županije. U empirijskom dijelu rada dani su grafički prikazi i pojašnjeni rezultati *online* anketiranja članova uprave gospodarskih subjekata u Požeško-slavonskoj županiji o primjeni koncepta društveno odgovornog poslovanja. Temeljem teorijskog istraživanja dade se zaključiti kako dio gospodarskih subjekata s područja Požeško-slavonske županije primjenjuje dijelove koncepta društveno odgovornog poslovanja (Kutjevo d.d., Plamen d.o.o., Zvečevo d.d., Spin Valis d.d. i Lipik Glas d.o.o.). Preporuka je da to čine i ostali subjekti obzirom na znatne prednosti primjene toga koncepta. Zaključci teorijskog istraživanja potvrđuju se i na osnovi empirijskog istraživanja zaključkom da određeni subjekti primjenjuju društveno odgovorno poslovanje.

Ključne riječi: društveno odgovorno poslovanje, gospodarski subjekti, indeks društveno odgovornog poslovanja, Požeško-slavonska županija

SUMMARY

The thesis includes an analysis of corporate social responsibility (CSR) in Požeško-slavonska County. The aim of this paper is to state and analyze the basic assumptions about CSR and to determine the extent to which companies in the Požeško-slavonska County nurture the principles of socially responsible business. Special emphasis was placed on economic entities in Požeško-slavonska County with reference to examples of socially responsible business among large, medium and small companies and craftsmen and other entities operating in the County. In the empirical part of the paper, graphic representations are given and the results of the online survey of members of the management board of economic entities in Požeško-slavonska County on the application of the concept of socially responsible business are explained. Based on the theoretical research, it can be concluded that some economic entities from the area of Požeško-slavonska County apply parts of the concept of socially responsible business (Kutjevo d.d., Plamen d.o.o., Zvečevo d.d., Spin Valis d.d. and Lipik Glas d.o.o.). It is recommended that other entities do the same, given the significant advantages of applying this concept. The conclusions of the theoretical research are also confirmed on the basis of empirical research by the conclusion that certain subjects apply socially responsible business.

Keywords: corporate social responsibility, economic entities, corporate social responsibility index, Požeško-slavonska County

12. PRILOZI

12.1. Anketni upitnik

Poštovani,

javljam Vam se kao student zadnje godine diplomskog studija na Fakultetu ekonomije i turizma „Dr. Mijo Mirković” Pula, smjer Management i poduzetništvo. Kako dolazim iz Požeško-slavonske županije, tokom cijelog studija sam za pisanje seminara, završnog i drugih radova koristio teme vezane uz našu županiju nastojeći na taj način prezentirati primjere dobre poduzetničke prakse, ukazati na potencijal, ali i prostor za napredak. Trenutno sam u fazi pisanja diplomskog rada na temu „Analiza društveno odgovornog poslovanja u Požeško-slavonskoj županiji”. Sastavni dio rada je anketa (anonimna) koju ovim putem šaljem u 50 poduzeća koja su u prošloj godini ostvarila najveće ukupne prihode. Stoga Vas molim, ukoliko Vaše poduzeće na bilo koji način njeguje načela društveno odgovornog poslovanja, da ispunite anonimnu anketu koja će mi uvelike pomoći u kreiranju što realnije slike navedene teme. Također bih Vas molio povratni odgovor ukoliko ćete anketi pristupiti ili ne.

Unaprijed se zahvaljujem i srdačno Vas pozdravljam.

Ivan Marinac

1. Spominje li vaše poduzeće društvenu odgovornost u nekim temeljnim dokumentima i ako da, u kojim i na koji način?

DA,

NE

2. Postoji li osoba, odbor ili odjel koji su zaduženi za provedbu društveno odgovornog poslovanja?

DA osoba, navedite naziv mjesta rada _____

DA odbor, navedite naziv _____

DA odjel, navedite naziv _____

NE

3. Postoje li u vašem poduzeću periodični planovi s definiranim ciljevima i akcijama koji se odnose na provedbu društveno odgovornog poslovanja?

DA, u _____

NE

4. Ima li poduzeće certificiran neki od navedenih sustava upravljanja?

Sustav upravljanja kvalitetom (ISO 9001)	DA	NE
Sustav upravljanja okolišem (ISO 14001)	DA	NE
Sustav upravljanja zaštitom zdravlja i sigurnosti na radu (OHSAS 18001)	DA	NE
Sustav upravljanja sigurnošću informacija (ISO/27001)	DA	NE
Sustav upravljanja sigurnošću hrane (ISO 22000 + HACCP)	DA	NE
Društvena odgovornost (SA 8000 ili AA1000)	DA	NE
Sustav Smjernica o društvenoj odgovornosti (ISO 26000)	DA	NE
Neki drugi (navedite koji) _____		

5. Je li vaše poduzeće član poslovne organizacije koja promiče zaštitu okoliša / održivi razvoj / društveno odgovorno poslovanje?

HR PSOR

Zajednica za DOP, HGK

Zajednica za zaštitu okoliša u gospodarstvu, HGK

Global Compact

Svjetski poslovni savjet za održivi razvoj (WBCSD)

Svjetski poslovni forum (IBLF)

Hrvatsko društvo za kvalitetu

Nešto drugo, što

Nije član takve poslovne organizacije

6. Kakav je odnos poduzeća, prilikom zapošljavanja novih zaposlenika, prema osobama s otežanim pristupom tržištu rada?

7. Imate li programe za pomoć zaposlenicima koji napuštaju Vaše poduzeće u pronalasku novog posla i ako da, navedite koje?

8. Imaju li Vaši zaposlenici određene beneficije veće od zakonom propisanih i ako da, navedite koje?

9. Postoje li planovi profesionalnog usavršavanja i obrazovanja koje financira Vaše poduzeće? Ako da, koje kategorije zaposlenika su uključene u iste?

10. Postoje li određene edukacije zaposlenika o sustavima upravljanja vezanima za određena područja društveno odgovornog poslovanja i ako da, za koja područja?
11. Financira ili organizira li Vaše poduzeće neke aktivnosti radi sprečavanja zdravstvenih problema i ako da, koje su to aktivnosti?
12. Pratite li zadovoljstvo svojih zaposlenika i kolektivnu klimu? Ako da, na koji način?
13. Je li prilikom donošenja strateških odluka na ishod odluke utječe utjecaj iste na okoliš?
14. Razmatrate li utjecaje Vašeg proizvoda/usluge na okoliš ? Ako da, opišite koje utjecaje?
15. Ima li poduzeće zaseban odjel za provedbu zaštite okoliša, i ako da, navedite naziv?
16. Poduzimate li mjere za smanjenje količine otpada i ako da koje?
17. Poduzimate li mjere za smanjenje količine energenata i ako da koje?
18. Poduzimate li mjere za smanjenje potrošnje sirovina i ako da koje?
19. Poduzimate li još neke specifične mjere smanjenja utjecaja na okoliš, i ako da, navedite koje?
20. Provodite li mjerenje zadovoljstva kupaca i ako da, na koji način?
21. Poduzimate li mjere smanjenja utjecaja proizvoda/usluga na okoliš prilikom unaprijeđenja i inovacije proizvodnje?
22. Jeste li u posljednjih nekoliko godina osvojili nagradu ili priznanje vezano uz zaštitu okoliša ? Ako da, navedite naziv?
23. Postoje li određeni dokumenti kojima je definirana pravovremena obveza plaćanja dobavljačima i ako da, navedite naziv dokumenta.
24. Educirate li svoje zaposlenike za etično ponašanje prema dobavljačima?
25. Imate li određene pisane politike vezane uz odnose s kupcima i dobavljačima? Ako da, navedite koje politike.

26. Nastoji li poduzeće ostvariti pozitivan odnos s lokalnom zajednicom i ako da na koji način?

27. Jeste li sudjelovali u donatorskim akcijama i ako da, u kojim?

28. Jeste li ikada bili sponzor u vidu općedruštvene koristi, i ako da navedite primjer?

29. Ima li poduzeće definiranu politiku zaštite ljudskih prava i ako da, u kojim dokumentima?

30. Ima li poduzeće definiranu politiku raznolikosti i nediskriminacije i ako da, u kojim dokumentima?

12.2. Popis poduzeća kojima je poslan anketni upitnik

1. AGRONOM d. o. o.
2. ALLES d. o. o.
3. APP d. d.
4. AUTODIJELOVI BARIŠIĆ, obrt za trgovinu i usluge, vl. Josip Barišić
5. AUTOPRIJEVOZNIK IVAN MILOŠ, vl. Ivan Miloš
6. BIOS d. o. o.
7. CESTE POŽEGA d.o.o.
8. COLOR TRGOVINA d.o.o.
9. COR d.o.o.
10. D.E.M. d. o. o.
11. EMBER KAMIN d.o.o.
12. EXPERTA GRUPA d.o.o.
13. FLOREUS d.o.o.
14. GALIĆ d.o.o.
15. GAMAUF d.o.o.
16. IRIS MBM d.o.o.
17. JANI d.o.o.
18. JOZIĆ TRGOVINA d.o.o.
19. KOMUNALAC d. o. o
20. KOMUNALAC POŽEGA d.o.o.
21. KRAUTHAKER d.o.o.
22. KUTJEVO d. d.
23. L PROJEKT d.o.o.
24. LIPIK GLAS d.o.o.
25. LJEKARNA PROHASKA TOME
26. LJEKARNA ŠKOKO Požega
27. LJEKARNE FILIPOVIĆ
28. LJEKARNE RAJIĆ
29. LJEKARNA VUKOJA
30. MAGMA d. o. o.
31. METALKO d. o. o.
32. NISKOGRADNJA JURČAK d.o.o.

33. NISKOGRADNJA MARIJANOVIĆ d.o.o.
34. OBRT ELEKTRO-TEAM, vl. Tomislav Čabraja
35. PATERNA d.o.o.
36. PLAMEN d.o.o.
37. POLJO-GAJ d. o. o.
38. POLJOPRIVREDA LIPIK d. d.
39. PRESOFLEX GRADNJA d.o.o.
40. PROMET GRAĐENJE d.o.o.
41. PZ DOLINA SUNCA
42. SPIN VALIS d. d.
43. STRAGA TRANS d. o. o.
44. STUDENAC d.o.o.
45. TEKIJA d. o. o.
46. TITAN d.o.o.
47. TOFRADO TRGOVINA d.o.o.
48. USLUGA d. o. o.
49. VELIČKI KAMEN d.o.o.
50. ZVEČEVO d. d.