

IZVJEŠTAVANJE O DRUŠTVENOJ ODGOVORNOSTI BANAKA U HRVATSKOJ

datum prijave: 19.10.
datum prihvaćanja: 4.12.

UDK 316.6:336.71
Prethodno priopćenje

dr. sc. Andrijana Rogošić, Ana Kundid, univ. spec. oec.

Sveučilište u Splitu
Ekonomski fakultet
Cvite Fiskovića 5, 21000 Split, Hrvatska
E-mail: andrijana.rogosic@efst.hr

SAŽETAK - Društvena odgovornost je samoregulatorni oblik poslovanja kojim poduzetnik nastoji ostvariti konstruktivan odnos sa svojim dionicima u cilju održivog razvoja gospodarstva i okoliša, ali i same poslovne organizacije. Izveštavanje o društvenoj odgovornosti predstavlja novu funkciju financijskog računovodstva. U radu je razmatrana praksa izveštavanja o društvenoj odgovornosti banaka u Hrvatskoj. Empirijskim istraživanjem je utvrđena razlika u opsegu objavljenih informacija o društvenom odgovornim aktivnostima obzirom na veličinu banke. Utvrđeno je da velike banke u Hrvatskoj na svojim web-stranicama objavljuju značajno manje informacija o društvenoj odgovornosti iako njihove matične banke imaju dobru praksu izveštavanja, a samim time, i društveno odgovornog ponašanja. U radu se predlaže sistematizacija društveno odgovornog izveštavanja te ukazuje na nedovoljno razvijena područja društveno odgovornog djelovanja banaka.

Ključne riječi: izveštavanje o društvenoj odgovornosti, financijsko računovodstvo, bankovni sektor

SUMMARY - Corporate social responsibility is a self-regulating business model by which entrepreneur tries to achieve constructive relationship with its stakeholders in order to sustain development of the economy, environment, and business organization. Corporate social responsibility reporting represents a new function of the financial accounting. In the paper a practice of social responsibility reporting of banks in Croatia has been investigated. Empirical research results show that there is a difference in the scope of published information on socially responsible activities regarding the bank size. It was found out that large banks in Croatia disclose significantly less information on social responsibility on their web-sites, while their parent banks have a good practice of such reporting as well as socially responsible behavior. Suggestions on the form of more systematic social responsibility reporting and insufficiently developed areas of social responsibility activism of banks are indicated in the paper.

Key words: social responsibility reporting, financial accounting, banking sector

1. UVOD

Korporativna društvena odgovornost (engl. Corporate Social Responsibility - CSR) je koncept prema kojem poslovni subjekti dobrovoljno integriraju brigu o društvu (u smislu šire zajednice) i okolišu u svoje poslovanje te u odnose sa svojim dionicima (zaposlenici, investitori, kupci, dobavljači i drugi vjerovnici, organizacije civilnog društva i javni sektor). Ovakav samoregulatorni okvir je u skladu sa zakonima, etičkim načelima i međunarodnim normama. Društveno odgovorna poduzeća nastoje povećati standarde društvenog razvoja, zaštite okoliša, te, u konačnici, kvalitete života premašujući regulatorni okvir (propisane zahtjeve iz područja radnog prava, zaštite okoliša i dr.). Poduzeća koja provode društveno odgovorno poslovanje potencijalno ostvaruju niz koristi od takvih akcija prepoznatih u poboljšanoj reputaciji koja privlači ozbiljnije poslovne partnere te uspješnije zaposlenike koji se zbog stimulativne radne okoline duže zadržavaju u poduzeću i ostvaruju bolju produktivnost. Društveno odgovorno poslovanje doprinosi boljim odnosima s lokalnim autoritetima i neprofitnim organizacijama, te, samim time, stvara bolju percepciju o poduzeću u javnosti. Prema tome, društveno odgovorno poslovanje je između ostalih motiva koje takvo

poslovanje pokreću u funkciji ostvarivanja komparativnih prednosti.

U kontekstu društveno odgovornog poslovanja razvijeno je dobrovoljno izveštavanje koje predstavlja prošireno izveštavanje financijskog računovodstva, iako neki segmenti nisu izraženi u financijskim terminima. U radu je razmatrano objavljivanje informacija o društveno odgovornim aktivnostima banaka koje posluju u Hrvatskoj.

2. OBUHVAT IZVJEŠTAJA O KORPORATIVNOJ DRUŠTVENOJ ODGOVORNOSTI

Društveno odgovorno poslovanje samoregulirano je od strane poslovnog subjekta koja ga poduzima pa izveštavanje o tom dijelu poslovanja obuhvaća različite aspekte i ima širok okvir. Tri su temeljne dimenzije izveštavanja o društvenoj odgovornosti (engl. Corporate Social Responsibility Reporting): ekonomska dimenzija (obuhvaćena većim dijelom temeljnim financijskim izvještajima), društvena dimenzija i dimenzija okoliša. U praksi se izveštavanje o društvenoj odgovornosti često izjednačava s izveštavanjem o održivosti (engl. Sustainability Reporting). Izveštavanje o održivosti ima temelje u izveštavanju outjecaju na okoliš (engl. Environmental Reporting) iz kojeg se vremenom razvilo računovodstvo održivosti (engl.

Sustainability Accounting) koje uključuje društvenu komponentu kao i informacije o proekološkim aktivnostima.

Izveštaj o društvenoj odgovornosti uglavnom obuhvaća sljedeće informacije koje proizlaze iz odnosa s različitim kategorijama dionika:

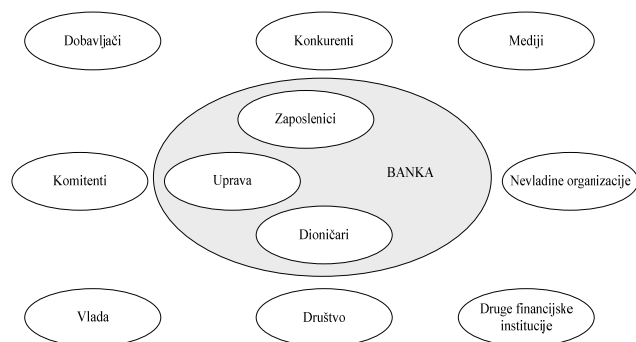
- Ljudski resursi (informacije o strukturi djelatnika obzirom na obrazovanje, spol i dr., zapošljavanje, izdvajanja za usavršavanje djelatnika, izostanci s posla, nagrađivanje i druge beneficije za zaposlenike, unutarorganizacijsko komuniciranje, zaštita na radu, zadovoljstvo zaposlenih, prava zaposlenika, opunomoćenje zaposlenika, disciplinske mjere);
- Dioničari (analiza kretanja cijene dionica i drugih informacija koji se uz njih vezuju, korporativno upravljanje, odnosi s investitorima);
- Kupci (tržišni razvoj, zadovoljstvo kupaca, lojalnost kupaca, informacije o proizvodima i uslugama, informacije o proizvodima/uslugama koji pokrivaju etička i ekološka pitanja);
- Dobavljači (politike upravljanja odnosima s dobavljačima, uvjeti ugovaranja);
- Financijski partneri (primjerice odnosi s bankama i osiguravajućim društvima);
- Javni sektor (odnosi s lokalnim autoritetima, prevencija korupcije i sukladnost sa zakonima);
- Zajednica (izravna pomoć zajednici, potpore putem neprofitnih organizacija, humanitarne aktivnosti);
- Okoliš (potrošnja energije, voda, materijali, emisije i otpad, prijevoz, bio-raznolikost, strategija zaštite okoliša, ekološki projekti).

Obzirom da izvještavanje o društvenoj odgovornosti nije obvezno u većini zemalja, (primjerice Danska, Francuska, Južnoafrička Republika i Švedska zakonski ga propisuju), poduzeća kao (samo)regulatorni okvir često koriste Smjernice izvještavanja o održivosti (engl. Sustainability Reporting Guidelines) koje se temelje na okviru GRI (engl. Global Reporting Initiative). Osim navedenog okvira izvještavanja, postoji čitav niz inicijativa koje mogu biti uporište za ovaj segment dobrovoljnog izvještavanja (Perrini, 2005), a glede prilagodbe poslovanju u financijskom sektoru talijansko udruženje banaka *Associazione Bancaria Italiana*¹ nudi smjernice za izvještavanje o održivosti. Obzirom na prirodu djelatnosti banaka, interni i eksterni dionici (prikazani *Shemom 1*) su nešto drugačije grupirani nego što je to uobičajeno kod razdiobe dionika nefinancijskih poduzeća.

¹ Detaljnije na:

<http://www.abi.it/Pagine/Societa/Csr/Banche-e-Csr.aspx>

SHEMA 1: PREGLED DIONIKA BANKE



Izvor: Saraiva, P. P. i Serrasquero, Z. M. S. (2007): *Corporate Sustainability in the Portuguese Financial Institutions*, *Social Responsibility Journal*, 3 (2), str. 85.

3. PREGLED EMPIRIJSKIH ISTRAŽIVANJA O DRUŠTVENO ODGOVORNOM IZVJEŠTAVANJU

Motivi društveno odgovornog poslovanja mogu biti različiti (Sprinkle i Maines, 2010), od altruističnih (kada poduzeće nastoji biti dobar „korporativni građanin“), vezanih za reputaciju (izbjegavanje negativnog publiciteta i reakcija neprofitnih organizacija), kadrovanje (novačenje, motiviranje i zadržavanje zaposlenika), poboljšanje odnosa s kupcima, do važnog ekonomskog razloga - snižavanja troškova (vodeći računa o okolišu potencijalno se ostvaruju niži proizvodni troškovi) pa je broj poduzeća koja se odlučuju za provedbu ovog koncepta i njegovu integraciju u svoju strategiju rastući. Većina istraživanja na temu izvještavanja o društvenoj odgovornosti su usmjerena na poduzeća i to najčešće na velike poduzetnike (mahom multinacionalne kompanije). Obzirom da je internet postao vrlo važan komunikacijski medij, veliki broj recentnih istraživanja na temu objave izvještaja o društvenoj odgovornosti proveden je analizom sadržaja Internet stranica ili izvješća dostupnih na njima. Sve veća važnost internetske objave poslovnih informacija može se objasniti nižim troškom širenja informacija i pravodobne objave istih čime se mogu ostvariti ekonomske, zakonske, etičke i filantropske odgovornosti koje očekuju dionici (Hinson i dr., 2010: 499). U Hrvatskoj je prvo istraživanje o izvještavanju koje se odmiče od granica tradicionalnog financijskog izvještavanja provedeno 2005. godine (Pervan, 2006). Primjenom IFI - ocjene (engl. Internet Financial Reporting) utvrđeno je da hrvatska poduzeća koja kotiraju na burzi nemaju razvijenu praksu izvještavanja na internetu u odnosu na poduzeća u visoko razvijenim zemljama (Pervan, 2006: 24). Srodnim istraživanjem provedenim 2008. godine (Rogošić i dr., 2008) utvrđeno je da praksu detaljnijeg izvještavanja na službenim web-stranicama imaju uspješnija poduzeća (mjereno ostvarenom dodanom vrijednošću). Istraživanja provedena u inozemstvu najčešće dovode opseg objavljenih informacija u vezu s veličinom poduzeća

pri čemu je utvrđeno da su veliki poduzetnici skloniji dobrovoljnom objavljivanju šireg spektra informacija o poslovanju (Bonsón i Escobar, 2006; Ettredge i dr., 2002, Marston i Polej, 2004).

Dobrovoljno objavljivanje računovodstvenih i financijskih informacija banaka je analizirano u nekolicini radova (primjerice Spiegel i Yamori, 2004; Bonsón-Ponte i dr., 2006; Serrano-Cinca i dr., 2007; Hossain i Reaz, 2007; Hossain, 2008; Kundred i Rogošić, 2011a) te se može zaključiti da razina publiciranja takvih informacija inicijalno ovisi o regulativi specifičnoj za pojedine zemlje. U Hrvatskoj, banke su klasificirane kao veliki poduzetnici te prema Zakonu o računovodstvu (NN, 109/07) sastavljaju potpuni set financijskih izvještaja kao i godišnje izvješće. Navedene izvještaje (revidirane i nekonsolidirane) zajedno s godišnjim izvješćem banke su dužne objaviti na svojim internetskim stranicama i učiniti dostupnim najkasnije u roku od pet mjeseci od isteka poslovne godine na koju se oni odnose. Potonje je regulirano Zakonom o kreditnim institucijama (NN, 117/08) koji je na snazi od 1. siječnja 2009. godine, a kojim je propisano i javno objavljivanje sljedećih informacija (čl. 178):

1. ciljevi i politike upravljanja rizicima,
2. informacije o osobama na koje se odnose objavljene informacije, kao i druge informacije u vezi s tim osobama,
3. jamstveni kapital,
4. ispunjavanje kapitalnih zahtjeva i procjena adekvatnosti internoga kapitala,
5. izloženost riziku druge ugovorne strane,
6. izloženost kreditnom riziku te razrjeđivačkom riziku,
7. standardizirani pristup mjerenju kreditnog rizika,
8. mjerenje kreditnog rizika primjenom IRB pristupa,
9. kapitalni zahtjevi za tržišne rizike,
10. interni modeli za izračun kapitalnih zahtjeva za tržišne rizike,
11. pristupi, načini i opseg primjene pristupa za izračun kapitalnih zahtjeva za
12. operativni rizik,
13. vlasnički financijski instrumenti u knjizi banke, izloženost kamatnom riziku za stavke u knjizi banke,
14. sekuritizacija, i
15. druga područja koja propiše Hrvatska narodna banka (s tim da ista može naložiti pojedinoj kreditnoj instituciji objavljivanje jedne ili više dodatnih informacija).

Obzirom da je objava financijskih izvještaja na službenim web-stranicama banaka mandatna, dobrovoljno objavljivanje poslovnih informacija kreditnih institucija ide u smjeru otkrivanja društveno odgovornih aktivnosti. Carrasco (2006) ističe da bi interna društvena odgovornost banke trebala biti razvidna omogućavanjem jednakih prilika (za usavršavanje, napredovanje i dr.) zaposlenicima, izborom etičnijih i ekološki svjesnijih

dobavljača, štednjom vode i energije, politikom recikliranja i sličnim inicijativama. Eksterna društvena odgovornost banke se ogleda u podršci ljudskim pravima, ekološkom ponašanju klijenata, te, s druge strane, odbijanjem pružanja financijskih usluga subjektima uključenima u „pranje novca“, trgovinu narkoticima, terorizam, proizvodnju duhana i duhanskih proizvoda, testiranje proizvoda na životinjama i proizvodnju krzna.

Istraživanja ukazuju da su veličina (Spiegel i Yamori, 2004; Bonsón-Ponte i dr., 2006; Serrano-Cinca i dr., 2007; Hossain i Reaz, 2007; Hossain, 2008; Kundred i Rogošić, 2011b) i profitabilnost (Hossain, 2008; Kundred i Rogošić, 2011b) ključne odrednice izvještavanja o društvenoj odgovornosti banaka.

4. REZULTATI EMPIRIJSKOG ISTRAŽIVANJA ZA BANKE U HRVATSKOJ

Istraživanje je obuhvatilo cjelokupnu populaciju, tj. 32 banke koje su u razdoblju istraživanja poslovale u Hrvatskoj². Uvidom u njihove službene web-stranice utvrđeno je da 90% banaka objavljuje svoje financijske izvještaje na Internetu ispunjavajući, u tom dijelu, prethodno navedenu zakonsku obvezu. Međutim, objava informacija sadržanih u godišnjem izvješću bitno zaostaje za javnom publikacijom standardiziranih financijskih izvještaja. Prema Zakonu o računovodstvu (NN, 109/07), godišnje izvješće mora sadržavati:

1. sve značajne događaje nakon kraja poslovne godine,
2. vjerojatan budući razvoj društva,
3. aktivnosti istraživanja i razvoja,
4. informacije o otkupu vlastitih dionica,
5. postojanje podružnica društva,
6. koje financijske instrumente koristi ako je to značajno za procjenu financijskog položaja i uspješnosti poslovanja,
7. ciljeve i politike društva vezane za upravljanje financijskim rizicima, zajedno s politikom zaštite svake značajnije vrste prognozirane transakcije za koju se koristi zaštita,
8. izloženost društva cjenovnom riziku, kreditnom riziku, riziku likvidnosti i riziku novčanog toka,
9. prikaz pravila korporativnog upravljanja (za društva čije su dionice i/ili dužnički vrijednosni papiri uvršteni na organiziranom tržištu vrijednosnih papira).

Pregledom *Tablice 1* može se zaključiti da banke donekle ispunjavaju zakonsku obvezu objave godišnjeg izvješća (u smislu njegovog propisanog sadržaja) te da isti najčešće sadrži informacije glede korištenja financijskih instrumenata, ciljeva i

² Istraživanje je provedeno tijekom listopada i studenog 2010. godine te travnja 2011. godine.

politika upravljanja financijskim rizicima i izloženosti različitim rizicima poslovanja.

TABLICA 1: OBJAVA TEMELJNIH ELEMENATA GODIŠNJEG IZVJEŠĆA (N = 32)

Stavka godišnjeg izvješća	Učestalost (%)
Događaji nakon datuma bilance	34,38
Vjerojatan budući razvoj banke	53,13
Aktivnosti istraživanja i razvoja	62,50
Informacije o otkupu vlastitih dionica	71,88
Postojanje podružnica banke	71,88
Financijski instrumenti	87,50
Upravljanje financijskim rizicima	87,50
Izloženost banke rizicima	87,50
Izjava o primjeni Kodeksa korporativnog upravljanja	34,38
Načela korporativnog upravljanja	28,13

Društvena odgovornost banaka je promatrana kroz provedbu aktivnosti prikazanih *Tablicom 2*, utvrđenih na temelju odnosa banke sa

TABLICA 2: KONSTRUKTI IZVJEŠTAJA O DRUŠTVENOJ ODGOVORNOSTI BANAKA

Ljudski resursi	1. Motiviranost (nagrađivanje, dionice u vlasništvu zaposlenika, zadovoljstvo na radu), 2. Edukacija (seminari, usavršavanja i sl.), 3. Sigurnost na radu, 4. Zapošljavanje (broj novozaposlenih), 5. Jednakost među spolovima (zastupljenost tj. broj žena u upravi),
Uključenost u (lokalnu) zajednicu	6. Investicije (posebni regionalni investicijski projekti), 7. Posebni proizvodi za lokalnu zajednicu, 8. Kreditiranje posebnih skupina (trudnice, novo-nezaposlene, umirovljenike i dr.), 9. Donacije bolnicama i donacije za zdravstvene projekte, 10. Donacije za programe znanosti i obrazovanja, 11. Donacije i sponzorstva projekata u umjetnosti i kulturi, 12. Donacije i sponzorstva sportskih projekata i organizacija (klubova),
Dobročinstvo	13. Izravne aktivnosti dobročinstva (donacije u humanitarne svrhe i organizacija humanitarnih programa), 14. Neizravne aktivnosti dobročinstva (donacije humanitarnim organizacijama),
Odnosi s klijentima	15. Upravljanje odnosima s kupcima, 16. Zadovoljstvo klijenata i nagrade (vezane za zadovoljstvo kupaca), 17. Posebne usluge,
Proizvodi	18. Razvoj proizvoda (novi bankovni proizvodi/usluge), 19. Nagrade za proizvode,
Zaštita okoliša	20. Interne politike zaštite okoliša, 21. Eksterne politike zaštite okoliša, 22. Posebni proizvodi za ekološke projekte, 23. Donacije za ekološke projekte.

Pored navedenih aktivnosti promatrana je objava antikorupcijskih programa te je utvrđeno da su samo dvije banke imale na svojim web-stranicama objavljen takav dokument. Važno je napomenuti da samo tri banke objavljuju izvještaj o društvenoj odgovornosti dok ostale u okviru različitih poslovnih informacija otkrivaju svoje aktivnosti u domeni društveno odgovornog

njenim ključnim dionicima. Temeljem navedenih aktivnosti konstruiran je Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti banaka (engl. Bank Social Disclosure Indeks - BSDI) koji predstavlja svojevrsnu razvojnu putanju ocjene dobrovoljnog izvještavanja u tom segmentu temeljenu na prethodnim istraživanjima (Branco i Rodrigues, 2006; Barako i Brown, 2008; Aribi i Gao, 2010; Hinson i dr., 2010; Menassa, 2010).

poslovanja. Od svih promatranih aktivnosti (*Tablica 2*), banke najčešće (u 38% slučajeva) objavljuju ponudu posebnih proizvoda (najčešće kredita) namijenjenih razvoju lokalne zajednice, informacije o novim proizvodima (34% banaka), informacije o donacijama ili sponzorstvima projekata na području umjetnosti i kulture (31%), informacije o donacijama u zdravstvene projekte poput,

primjerice, donacije uređaja bolnicama (28%), informacije o donacijama ili sponzorstvima sportskih projekata (28%), te informacije o posebnim uslugama (pogodnostima) koje nude klijentima (25%). S druge strane, najrjeđe su objavljene informacije o sigurnosti i zaštiti na radu, informacije o osvojenoj nagradi za proizvod, te informacije o posebnim proizvodima za ekološke projekte, poput, primjerice, povoljnijeg kreditiranja. Od šest elemenata izvještavanja o društvenoj odgovornosti,

banke su najviše sklone objavljivati aktivnosti iz domene uključenosti u lokalnu zajednicu.

Kompozitni BSDI indeks (Kundid i Rogošić, 2011b), čija je najveća teorijska vrijednost 23, je izračunan obzirom na veličinu banaka (*Tablica 3*).

TABLICA 3: INDEKS IZVJEŠTAVANJA O DRUŠTVENOJ ODGOVORNOSTI (BSDI) OBZIROM NA VELIČINU BANAKA

Veličina banke	N	Srednja vrijednost	Std. devijacija	Std. greška	95% Razina pouzdanosti		Najniža vrijednost	Najviša vrijednost
					Donja granica	Gornja granica		
Mala	23	2,5217	3,56587	0,74353	0,9797	4,0637	0,00	16,00
Srednja	3	7,0000	7,93725	4,58258	-12,7172	26,7172	1,00	16,00
Velika	6	7,5000	3,72827	1,52206	3,5874	11,4126	2,00	11,00
Ukupno	32	3,8750	4,49193	0,79407	2,2555	5,4945	0,00	16,00

Uvidom u *Tablicu 3* jasno je da velike banke u prosjeku objavljuju najviše promatranih informacija (7,5000), a male banke najmanje (2,5217). Međutim, najviše informacija (16 od ukupno 23) su publicirale dvije banke od kojih je jedna mala, a druga srednja banka, dok kod velikih banaka najveći ostvareni BSDI iznosi 11. Analizom varijance je utvrđena statistička značajnost za razliku BSDI obzirom na kategorizaciju banaka prema veličini (*Tablica 4*).

TABLICA 4: TESTIRANJE (ANOVA) UTJECAJA VELIČINE BANKE NA BSDI

	Zbroj kvadrata	Stupnjevi slobode	Srednja vrijednost kvadrata	F	Sig.
Između uzoraka	159,688	2	79,844	4,585	0,019
Unutar uzoraka	508,312	29	17,528		
Ukupno	668,000	31			

Navedeni test (*Tablica 4*) ukazuje na statistički značajnu ($\alpha = 0,019$) razliku u izvještavanju o društveno odgovornim aktivnostima između velikih, srednjih i malih banaka čime se može potvrditi pretpostavka o utjecaju veličine banke na opseg objavljenih informacija. Ipak, može se zaključiti da su velike banke u Hrvatskoj, u većinskom vlasništvu uglednih europskih financijskih institucija, podbacile u izvještavanju o društveno odgovornom poslovanju. Naime, uvidom u Izvještaj o društvenoj odgovornosti kojeg objavljuju matične banke šest velikih banaka vidljivo je da su te banke u svojim zemljama filantropski orijentiranije, socijalno osjetljivije,

proekološki nastrojene i sklone različitim oblicima motivacije zaposlenika. Navedeno posebno dolazi do izražaja ako se uzme u obzir iznimna profitabilnost velikih banaka u Hrvatskoj. Njihove superiorne financijske performanse mogu se ilustrirati činjenicom da zajedno ostvaruju veću dobit prije oporezivanja (4,473 milijardi kuna u 2009. i 4,305 milijardi kuna u 2010.) nego cijeli bankarski sektor (4,225 milijardi kuna u 2009. i 4,303 milijardi kuna u 2010.) u Hrvatskoj. Njihova profitabilnost ne jenjava čak ni u vrijeme zaokreta prema negativnim gospodarskim trendovima. U konačnici može se zaključiti da banke u Hrvatskoj svoje filantropske i druge društveno odgovorne aktivnosti skromno publiciraju. To može biti posljedica njihove nedovoljne sklonosti ka takvom djelovanju, percipirane skromne zainteresiranosti javnosti za ovaj aspekt njihovog poslovanja i/ili neosviještenosti da kroz razvijenu praksu društveno odgovornog izvještavanja banke mogu ublažiti negativne konotacije koje ih prate u slučaju i vremenima ostvarivanja ekstra profita.

5. ZAKLJUČAK

Financijsko izvještavanje širi svoj djelokrug u smjeru izvještavanja o društvenoj odgovornosti koje sadrži (i nefinancijske) informacije o aktivnostima poduzetnika na poboljšanju odnosa sa svojim dionicima uključujući i proekološke aktivnosti. Velika i profitabilna poduzeća često se smatraju nositeljima i predvodnicima takvog djelovanja. S obzirom da banke u Hrvatskoj u prosjeku bilježe visoku dobit, (a ulogu banaka u razvoju gospodarstva suviše je pojašnjavati) bilo je zanimljivo istražiti praksu njihovog izvještavanja o društveno odgovornim aktivnostima. Uočeno je da velike

banke, u odnosu na srednje i male banke, u prosjeku objavljuju više informacija iz domene društveno odgovornog poslovanja. Ipak, uspoređujući s objavljenim aktivnostima matičnih banaka (većinskim vlasnicama šest velikih banaka) u inozemstvu, može se zaključiti da velike banke u Hrvatskoj imaju manje izraženu praksu angažiranja u humanitarnim projektima i projektima razvoja lokalne zajednice, promicanja politika zaštite okoliša, motiviranja i edukacije zaposlenika. Unatoč tome što imaju svoje uzore na području društveno odgovornog aktivizma, velike banke u Hrvatskoj ne pokazuju izražen afinitet prema društveno odgovornom poslovanju promatranom barem kroz objavljivanje informacija o izabranim aktivnostima na službenim web-stranicama. Za očekivati je da će ta praksa postati izraženija s uočenim rastućim aktivizmom civilnog društva te u vremenima dugotrajnijeg gospodarskog pada i istovremene perzistentnosti ekstra profita banaka.

LITERATURA

- Aribi, Z. A., Gao, S. (2010): Corporate Social Responsibility Disclosure: A Comparison Between Islamic and Conventional Financial Institutions, *Journal of Financial Reporting and Accounting*, Vol 8/2 (72-91)
- Barako, D. G., Brown, A. M. (2008): Corporate Social Reporting and Board Representation: Evidence from the Kenyan Banking Sector, *Journal of Management and Governance*, Vol 12/4 (309-324)
- Bonsón, E., Escobar, T. (2006): Digital Reporting in Eastern Europe: An Empirical Study, *International Journal of Accounting Information Systems*, Vol 7/4 (299-318)
- Bonsón-Ponte, E., Escobar-Rodríguez, T., Flores-Muñoz, F. (2006): Online Transparency of the Banking Sector, *Online Information Review*, Vol 30/6 (714-730)
- Branco, M. C., Rodrigues, L. L. (2006): Communication of Corporate Social Responsibility by Portuguese Banks: A Legitimacy Theory Perspective, *Corporate Communications: An International Journal*, Vol 11/3 (232-248)
- Carrasco, I. (2006) Ethics and Banking, *International Advances in Economic Research*, Vol 12 (43-50)
- Ettredge, M., Richardson, V. J., Scholz, S. (2002): Dissemination of Information for Investors at Corporate Web Sites, *Journal of Accounting and Public Policy*, Vol 21/4-5 (357-369)
- Hinson, R., Boateng, R., Madichie, N. (2010): Corporate Social Responsibility Activity Reportage on Bank Websites in Ghana, *International Journal of Bank Marketing*, Vol 28/7 (498-518)
- Hossain, M., Reaz, M. (2007): The Determinants and Characteristics of Voluntary Disclosure by Indian Banking Companies, *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, Vol 14 (274-288)
- Hossain, M. (2008): The Extent of Disclosure in Annual Reports of Banking Companies: The Case of India, *European Journal of Scientific Research*, Vol 23/4 (659-680)
- Kundid, A., Rogošić, A. (2011a): E-transparency of Croatian Banks: Determinants and Disclosure Contents, Proceedings of the 5th International Scientific Conference "Entrepreneurship and Macroeconomic Management: Reflections on the World in Turmoil", Pula, Croatia, March 24th - 26th, 2011, (127-155)
- Kundid, A., Rogošić, A. (2011b): Bank Online Reporting: Comparative Advantage, Formalism or Fashion?, *Global Business & Economics Anthology*, Vol 2/2 (500-518)
- Marston, C., Polei, A. (2004): Corporate Reporting on the Internet by German Companies, *International Journal of Accounting Information Systems*, Vol 5/3 (285-311)
- Menassa, E. (2010): Corporate Social Responsibility: An Exploratory Study of the Quality and Extent of Social Disclosures by Lebanese Commercial Banks, *Journal of Applied Accounting Research*, Vol 11/1 (4-23)
- Perrini, F. (2005): Building a European Portrait of Corporate Social Responsibility Reporting, *European Management Journal*, Vol 27/6 (611-627)
- Pervan, I. (2006): Voluntary Financial Reporting on the Internet: Analysis of the Practice of Stock-Market Listed Croatian and Slovene Joint Stock Companies, *Financijska teorija i praksa*, vol 30/1 (1-27)
- Rogošić, A., Ramljak, B., Bilić, I. (2008): E-presentation of Accounting Information, Challenges of Economic Sciences in the 21st Century, Proceedings, Institute of Economic Sciences, Belgrade, Decembre 4-5, 2008, (486-493)
- Saraiva, P. P., Serrasquero, Z. M. S. (2007): Corporate Sustainability in the Portuguese Financial Institutions, *Social Responsibility Journal*, Vol 3/2 (82-94)
- Serrano-Cinca, C., Fuertes-Callén, Y., Gutiérrez-Nieto, B. (2007): Online Reporting by Banks: A Structural Modelling Approach, *Online Information Review*, Vol 31/3 (310-332)
- Spiegel, M. M., Yamori, N. (2004): Determinants of Voluntary Bank Disclosure: Evidence from Japanese Shinkin Banks, CESIFO Working paper, No. 1135.
- Sprinkle, G. B. Maines, L. A. (2010): The Benefits and Costs of Corporate Social Responsibility, *Business Horizons*, Vol 53 (445-453)
- Zakon o kreditnim institucijama, NN, 117/08, 74/09, 153/09, 108/12.
- Zakon o računovodstvu, NN, 109/07.