

SOCIAL RESPONSIBILITY IN THE CROATIAN BANKING SECTOR

DRUŠTVENA ODGOVORNOST U HRVATSKOM BANKARSKOM SEKTORU

CEROVIC, Ljerka; SEGOTA, Alemka & MARADIN, Dario

Abstract: Contemporary banks are characterized by socially responsible business, which differs from traditional business that is oriented primarily towards profit maximization. Special attention is devoted to improving the dialogue between the banks and individuals, and the banks and the community. Thus, the context of socially responsible banking implies the care for clients, employees and other stakeholders in the environment in which a bank operates, as well as protection of the environment. Activities, stakeholders, challenges and other aspects of a bank's social responsibility are shown on the example of the three largest banks in the Republic of Croatia.

Key words: social responsibility, banking sector, efficiency

Sažetak: Suvremene banke karakterizira društveno odgovorno poslovanje koje se razlikuje od tradicionalnoga poslovanja usmjerenog dominantno prema maksimizaciji profita. Posebna se pažnja usmjerava na poboljšanje dijaloga između banke i pojedinaca, te banke i zajednice. Tako se u kontekstu društveno odgovornog poslovanja banke spominje briga prema klijentu, zaposleniku, briga prema ostalim dionicima okruženja u kojem banka posluje, te briga prema okolišu. Aktivnosti, dionici, izazovi i ostali aspekti društvene odgovornosti banaka prikazani su na primjeru triju najvećih banaka koje djeluju u Republici Hrvatskoj.

Ključne riječi: društvena odgovornost, bankarski sektor, efikasnost



Authors' data: Ljerka, Cerović, prof.dr.sc., Ekonomski fakultet Rijeka, I. Filipovića 4, Rijeka, cerovic@efri.hr; Alemka, Šegota, prof.dr.sc., Ekonomski fakultet Rijeka, I. Filipovića 4, Rijeka, alemka.segota@efri.hr; Dario, Maradin, dr.sc., Ekonomski fakultet Rijeka, I. Filipovića 4, Rijeka, dmaradin@efri.hr

1. Uvod

Predmet istraživanja ovog rada jest društvena odgovornost bankarskog sektora s osvrtnom na tri, aktivom, najveće banke koje djeluju u Republici Hrvatskoj, ZABA, PBZ i Erste banke. Cilj istraživanja jest prezentirati teoretske odrednice, značajke te primjenu koncepta društveno odgovornog poslovanja u sektoru bankarstva, s naglaskom na različite dionike bankarskog okruženja i različite proizvode kojima banka zadovoljava njihove različite potrebe.

U radu su prezentirane aktivnosti, dionici, izazovi i ostali aspekti društvene odgovornosti banaka, te je ukazano na međuzavisnost društveno odgovornog poslovanja i pokazatelja uspješnosti banke, s posebnim osvrtnom na metodu Analize omeđivanja podataka kao vrijednog alata upravljanja poslovnim uspjehom banke.

2. Aktivnosti i dionici društvene odgovornosti banaka

Banke su najznačajnije institucije na financijskom tržištu. Štoviše, banke su specifične institucije, posrednici na tržištu ponude i potražnje dobara i usluga, čije aktivnosti impliciraju niz učinaka na svekoliko gospodarstvo. Kao takve, nužno je da se njihovo poslovanje temelji na etici, moralu i društvenoj odgovornosti [1]. Upravo bi splet ovih triju postulata poslovanja trebao prožeti sve bankarske aktivnosti, interne i eksterne, neovisno o tome radi li se o zaposleniku, klijentu, dobavljaču, partneru ili konkurentu, odnosno pojedincu, zajednici ili nekom višem općem dobru. Dok su interni aspekti društvene odgovornosti banaka usmjereni na politike korištenja resursa te podrazumijevaju osiguranje jednakih prilika i mogućnosti na radnom mjestu; odabir ekološki i etički osviještenih dobavljača; edukaciju zaposlenika o ekološkim i etičkim aspektima poslovanja; ekološki vođeno korištenje ispisivača; štednju energije i vode; redukciju emisija klimatizacijskih uređaja; razvoj politika recikliranja; smanjenje uporabe fosilnih goriva i povećanje potrošnje obnovljivih izvora energije; osiguranje ekoloških financijskih proizvoda i usluga, s druge strane eksterni aspekti usmjereni su na politike financiranja, odnosno poštivanje ljudskih prava te odbijanje pružanja financijskih usluga režimima i organizacijama koji krše ljudska prava i slobode; odbijanje pružanja financijskih usluga spornim društvenim aktivnostima (pranje novca, terorizam, trgovina drogom i oružjem, proizvodnja duhanskih proizvoda, pornografska industrija, testiranja na životinjama, proizvodnja i trgovina krznom, organiziranje borbi među životinjama, neodrživa eksploatacija šumskog fonda, neprimjereni uzgoj životinja na farmama, genetsko manipuliranje, proizvodnja nuklearne energije); te poticanje zelenog i ekološki osviještenog ponašanja te razvijanje etičkih standarda poslovanja [2].

Aktivnosti banke u segmentu društveno odgovornog poslovanja usmjerene su prema četirima osnovnim skupinama sudionika [3]: klijenti, zaposlenici, društvo i zajednica, okoliš. S obzirom da je u središtu bankarskog poslovanja upravo klijent, strategija društvene odgovornosti banke temelji se prije svega na odnosu s klijentima, kao ciljnom skupinom prvog reda. Klijent je na prvome mjestu i svi su resursi usmjereni prema zadovoljavanju njegovih potreba. Osim klijenata, u okviru društvene odgovornosti, veliki značaj pridaje se i odnosu sa zaposlenicima kao temeljnom

mehanizmu izvođenja bankarskih aktivnosti. Društvena odgovornost banke podrazumijeva i uvažavanje mišljenja društva i zajednice, te brigu za okoliš.

Osim neposrednog djelovanja, banke mogu prakticirati društvenu odgovornost i posredno, preko svojih komitenata, na način da im uvjetuju pružanje bankarskih usluga odgovarajućim stupnjem njihovog društveno odgovornog ponašanja [4].

Razvoj bankarskog poslovanja, razvoj tehnologije koja olakšava komunikaciju između banke i njezinih dionika te sve veća osviještenost i zahtjevi dionika, izmijenili su etičke norme u poslovanju te postavili ispred banaka veće zahtjeve u području društvene odgovornosti te izvještavanja o društvenoj odgovornosti [5].

Propitivanje društveno odgovornog poslovanja banaka posebice dolazi do izražaja nakon posljednje svjetske financijske krize [6].

Praksa uvođenja društveno odgovornog poslovanja u banke zaživjela je u Hrvatskoj ulaskom velikog broja inozemnih banaka na domaće tržište. Zajedno sa svojom praksom poslovanja, te su banke donijele i svoje kodekse poslovanja. Štoviše, hrvatski bankarski sektor obilježava stalno rastući broj inozemnih banaka koje postaju većinski vlasnici domaćih banaka, donoseći nove poslovne trendove i pravce razmišljanja naslonjene na etiku, moral i društvenu odgovornost.

3. Društvena odgovornost poslovanja na hrvatskom bankarskom tržištu

Obzirom na društveno odgovorne inicijative triju (aktivom) najvećih banaka koje posluju na hrvatskom bankarskom tržištu, ZABA, PBZ i Erste banke, postaje jasno da upravo odgovorno investiranje, stvaranje održive vrijednosti i dobre korporativne prakse pomažu u izgradnji povjerenja na tržištima i dobrim poslovnim rezultatima. U kontekstu spomenutog, ističe se da je (31.12.2015.) aktiva hrvatskog bankarskog sektora (28 banaka i 5 stambenih štedionica) iznosila 401 mlrd kn, od čega aktiva ZABA-e čak 106 mlrd kn te predstavljala 26,4% tržišnog udjela, aktiva PBZ-a 17,4% tržišnog udjela, a Erste banke 14,7% [7].

Uz društveno odgovorno poslovanje banaka pretpostavlja se efikasno poslovanje u smislu maksimiziranja omjera dobiveno/uloženo. Banke raspolažu velikim brojem podataka o korištenim resursima i ostvarenim rezultatima pa se metodom Analize omeđivanja podataka mogu odrediti iznosi i izvori neefikasnosti poslovanja banaka, kao i potencijalna poboljšanja poslovanja koja vode većoj uspješnosti. Navedenom neparаметarskom metodom se ocjenjuje relativna efikasnost banaka uz pomoć matematičkog programiranja. Jedna od najvažnijih prednosti relativno jednostavne metode je u tome što, za razliku od parametarskih metoda, nije potrebno poznavati funkcijsku vezu između uloženog (višestruki inputi) i dobivenog (višestruki outputi). Nadalje, metodom se za neefikasne banke (koje se nalaze ispod efikasne granice) mogu odrediti potencijalne promjene koje bi, u usporedbi s efikasnim bankama (na efikasnoj granici), trebalo postići. Time je omogućeno i postavljenje realnih ciljeva koje bi trebalo dostići. Uz navedene prednosti metode Analize omeđivanja podataka potrebno je navesti i neke njezine nedostatke, kao što je činjenica da su rezultati osjetljivi s obzirom na odabir inputa i outputa, te da se radi o statičkoj metodi koja procjenjuje relativnu efikasnost na bazi vrijednosti inputa i outputa iz prethodnih

razdoblja. Poboljšanje poslovnih rezultata banaka kroz povećanu efikasnost poslovanja, kao i vraćanje izgubljenog povjerenja klijenata promicanjem društveno odgovornih aktivnosti banaka, postaje imperativ bankarskog sektora.

3.1. Zagrebačka banka (ZABA)

Zagrebačka banka d.d. [8] osnovana je 1914., od kada je promijenila nekoliko imena, od Gradske štedionice (1914.), Gradske štedionice Zagreb (1946.), Komunalne banke Zagreb (1962.), zatim Kreditne banke Zagreb (1966.) do, konačno, Zagrebačke banke (krajem 1970-tih) nastale spajanjem Kreditne banke Zagreb i Jugobanke. ZABA je i prva banka u bivšoj državi organizirana kao suvremeno dioničko društvo (1989.).

Od samog osnutka 1914. godine do danas, štedionica/banka je aktivno uključena u gospodarski razvoj i uređenje Zagreba i šire. Spominju se samo neki od projekata: Zagrebački električni tramvaj (razvoj, 1916), Zračna luka Zagreb (izgradnja, 1959), KD Vatroslava Lisinskog (izgradnja, 1973), Istarski epsilon (izgradnja, 1997), projekt Petrova trudionica (obnova, 2007), vjetroelektrana Pometeno brdo (izgradnja, 2011). Kao zanimljivost, ističe se da je ZABA pokrenula (2014) projekt Vremenski trezor te pozvala sve građane da predaju neki predmet na besplatno čuvanje tijekom idućih 100 godina, čime je Banka omogućila pohranu uspomena građana (dragocjenosti, fotografija i drugih predmeta) koje će njihovi nasljednici moći preuzeti 2114.

Danas je ZABA vodeća banka u Hrvatskoj po kvaliteti proizvoda i usluga, tehnološkoj inovativnosti, mreži samouslužnih uređaja te poslovnim rezultatima. U Hrvatskoj posluje s više od 60 tisuća korporativnih klijenata, više od 1,3 mil građana, ima 128 poslovnica, 860 bankomata, 530 tisuća korisnika internetskog bankarstva e-zabe, 245 tisuća korisnika mobilnog bankarstva m-zabe, 57 centara (poduzetničkih i komercijalnih), 2,7 mil korisnika kartica, 4.200 zaposlenika. Kao članica UniCredit Grupe (od ožujka 2002.), jedne od najuspješnijih financijskih grupacija u Europi, ZABA je i jedna od vodećih banaka u Srednjoj i istočnoj Europi (CEE). Zauzima 26% aktive hrvatskoga bankarskog sektora i 18% aktive bankarskog sektora BiH.

Vrijednosti Banke svakako pridonosi i dimenzija društvene odgovornosti poslovanja, jer biti vodeća banka ne znači samo imati najveću aktivu, najveći tržišni udio, najveći broj klijenata, te inovativne proizvode. To podrazumijeva i svijest o odgovornosti i utjecaju na cjelokupnu društvenu zajednicu u kojoj banka posluje te senzibiliziranost za potrebe zajednice. Upravo razumijevanje potreba zajednice omogućuje djelotvorno obavljanje tradicionalnih bankarskih aktivnosti i održivu provedbu ostalih inicijativa financijske i socijalne uključenosti banke u gospodarske tijekove.

Uvažavajući probleme zaštite okoliša globalne razine, ZABA promiče inicijative za upravljanje društvenim rizikom i rizikom očuvanja okoliša te pruža investicijska rješenja koja uvažavaju etičke kriterije i kriterije održivosti. Valja dodati da je ZABA prva i jedina financijska institucija članica HRPSOR-a (od 1997.), a 2002. je usvojila Politiku zaštite okoliša i održivog razvoja te Povelju o zaštiti okoliša i održivog razvoja Banke, kao temeljne dokumente koji potvrđuju opredijeljenost Banke načelima održivog razvoja. O svojim aktivnostima u području održivog razvoja Banka redovito izvještava javnost putem Izvješća održivosti UniCredita [9].

Najznačajniji proizvodi Banke iz palete njezinih društveno odgovornih proizvoda jesu Moj Zaba start, Sponzorstva, potpore i zajedničke donacije, Vizualne umjetnosti i glazba, te Sport.

3.2. *Privredna banka Zagreb (PBZ)*

Privredna banka Zagreb d.d. [10] započela je s radom 1966., iako je zapravo pravna sljedbenica Banke NRH osnovane 1962. Nakon privatizacije Banke (1999.), čak 66,3% dionica stekla je Banca Commerciale Italiana (BCI), a 25% plus dvije dionice postaje vlasništvo Državne agencije za osiguranje štednih uloga i sanaciju banaka. Kasnije (2002.), manjinski udio u vlasništvu Banke stječe Europska banka za obnovu i razvoj (EBRD). U međuvremenu je PBZ-u pripojena Krapinsko-zagorska banka (2000.), Riadria banka (2004.), pa Privredna banka Laguna banka (2005.).

Već 2000. PBZ postaje dijelom Gruppo Intesa, vodeće talijanske bankarske grupacije i jedne od najvećih u Europi. Od 2007., spajanjem Bance Intesa i Sanpaolo IMI, PBZ posluje u okviru grupacije Intesa Sanpaolo.

PBZ u svoje korporativne vrijednosti ugrađuje ne samo poslovni uspjeh, već i brigu za sve svoje dionike, u okviru sveobuhvatnog programa društvene odgovornosti PBZ Prijatelj, a kao najznačajniji proizvodi društvene odgovornosti ističu se Donacije i sponzorstva, Kultura, Utjecaj na okoliš, Projekti i suradnja, te Širimo dobrotu.

3.3. *Erste & Steiermarkische bank*

Erste&Steiermärkische Bank d.d. [11] nastala je 2003. spajanjem Riječke banke d.d., Rijeka (osnovane 1954.) i Erste&Steiermärkische Bank d.d., Zagreb (nastale 2000. spajanjem Bjelovarske, Trgovačke i Čakovečke banke). Danas Banka ima više od 820.000 klijenata u 131 poslovnice, više od 630 bankomata te 30 centara za korporativne klijente. Banka je dio međunarodne financijske grupacije koja djeluje od 1819., isprva pod imenom Prva austrijska štedna banka, tj. Erste Österreichische Spar-Casse, a od 1997. kao Erste Group. Danas je Erste grupa jedna od najvećih financijskih grupacija u Srednjoj i Istočnoj Europi sa 46.600 zaposlenih, 15,8 mil klijenata, te 2.500 poslovnica u 7 država.

Banka, kao nositelj inozemne poslovne prakse, od samog početka svog poslovanja primjenjuje korporativnu filozofiju Erste Grupe te kontinuirano provodi strategiju društveno odgovornoga poslovanja kao doprinos održivom razvoju i poboljšanju kvalitete života u zajednici u kojoj djeluje. Društveno odgovorno poslovanje shvaća kao kompleksan i sveobuhvatan strateški okvir upravljanja usmjeren svim zainteresiranim grupama, te podržava širok spektar humanitarnih i obrazovnih, ali i kulturnih i sportskih institucija, uvažavajući specifične regionalne karakteristike i lokalne potrebe društva. Kao temeljna područja društveno odgovornog djelovanja Banke ističu se Klijenti, Zaposlenici, Društvo i zajednica, te Okoliš.

4. Izazovi društvenoj odgovornosti u sektoru bankarstva

Svekoliki razvoj gospodarstva te osviještenost dionika društva implicira sve veće zanimanje za proizvode i usluge društveno odgovornih banaka, banaka čiji osnovni

cilj poslovanja nije maksimizacija profita, već usmjerenost na klijenta, partnera i zajednicu. Zanimljivo je dodati da upravo potonji principi (dijeljenja sudbine sa svojim klijentima, promicanja partnerstva te pravednije raspodjele rizika među dionicima) čine temelj poslovanja islamskih banaka (ne i konvencionalnih), kao jedne od najbrže rastućih financijskih industrija. Nedavna svjetska financijska kriza također snažno potiče na propitivanje društvene odgovornosti u sektoru bankarstva.

Na suvremenom bankarskom tržištu prisutna je snažna konkurencije, a najviše konkurencije dolazi iz inozemstva, odnosno razvijenih država Europe i svijeta gdje je društveno odgovorno poslovanje dio poslovne filozofije već duže vrijeme [12].

U promicanju društvene odgovornosti banaka valja istaknuti ulogu eminentnih organizacija, kao što su međunarodne organizacije World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) i International Business Leaders Forum (IBLF). Svakako treba spomenuti European Organization for Sustainable Development (EOSD), kao čelnu organizaciju za promicanje društvene odgovornosti na području EU. U Republici Hrvatskoj djeluje Nacionalna mreža za društveno odgovorno poslovanje (NMDOP), kao krovno tijelo koje okuplja razne dionike zainteresirane za razvoj društveno odgovornog poslovanja.

U posljednje vrijeme pojavljuje se sve veći broj predavanja, seminara, knjiga, priručnika, mrežnih stranica i ostalih materijala koji pružaju uvid u društveno odgovorno poslovanje i mogućnosti njegove primjene. Sve više poslovnih subjekata u svoje poslovanje uvode certifikate kvalitete kojim javnosti dokazuju da je njihovo poslovanje u skladu sa principima pozitivnog poslovanja i društvene odgovornosti. Sa razvojem društveno odgovornog poslovanja javlja se potreba i za novim oblikom zanimanja, a to su savjetnici za društveno odgovorno poslovanje [13].

5. Zaključak

Društveno odgovorno poslovanje javlja se kao odgovor na svekoliki gospodarski razvoj, nedavnu svjetsku financijsku krizu, ulazak inozemnih banaka na domaće bankarsko tržište te osviještenost unutarnjih i vanjskih dionika bankarskog sektora. Očekuje se da banke promijene način svog poslovanja i usklade ga sa zahtjevima društva, a u svoje poslovne aktivnosti implementiraju nov i interaktivan dijalog sa pojedincima i zajednicom koji počiva na etici, moralu i društvenoj odgovornosti.

Temeljni cilj društveno odgovornog poslovanja banaka jest postići zadovoljstvo klijenata, zaposlenika, poslovnih partnera, dobavljača te ostalih skupina iz poslovnog okruženja, uočiti njihove potrebe i odgovoriti na njih. Stoga je razvijena cijela paleta društveno odgovornih proizvoda i aktivnosti prezentirana na primjeru triju (aktivom) najvećih banaka koje djeluju u Republici Hrvatskoj, ZABA, PBZ i Erste banka.

Valja dodati da između društveno odgovornog poslovanja i pokazatelja uspješnosti poslovanja banaka postoji međuzavisnost. Društveno odgovorno poslovanje banaka pozitivno utječe na poslovni rezultat, dioničarsku dobit, ukupnu stabilnost, imidž i konkurentnost banke, posebice u dugome roku. U analizi utjecaja društveno odgovornog poslovanja na uspješnost poslovanja banke, prije svega njezinu efikasnost, metoda Analize omeđivanja podatak predstavlja vrijedan alat upravljanja poslovnim uspjehom banke.

6. Literatura

- [1] Kotler, P. (2009). DOP-društveno odgovorno poslovanje, M.E.P. Consult, ISBN 978-953-6807-39-0, Zagreb
- [2] Carrasco, I. (2006). Ethics and Banking. International Advances in Economic Research, Vol. 12, No. 1, 2006., str. 43-50., ISSN 1083-0898
- [3] The European Business Network for Corporate Social Responsibility, Dostupno na: <http://www.csreurope.org/get-equipped> Pristup: 19.03.2016.
- [4] Guadamillas-Gómez, F.; Donate-Manzanares, M. J.; Škerlavaj, M. (2010). Integracija društveno odgovornog poslovanja u strategiju tehnološki intenzivnih poduzeća: poslovni slučaj. Zbornik radova Ekonomskog fakulteta u Rijeci: časopis za ekonomsku teoriju i praksu, Vol. 28, No. 1, lipanj 2010, str. 9-34., ISSN 1331-8004
- [5] Rogošić, A.; Kundid, A. (2012). Izvješćavanje o društvenoj odgovornosti banaka u Hrvatskoj. Praktični menadžment, stručni časopis za teoriju i praksu menadžmenta, Vol. 3, No. 2, prosinac 2012, str. 15-20., ISSN 1847-8107
- [6] Letica, B. (2010). Doba odgovornosti: korporacijska društvena odgovornost u vrijeme svjetske financijske krize. Mate, ISBN 978-953-246-118-3, Zagreb
- [7] HNB, Privremeni nerevidirani podaci za kreditne institucije na dan 31.12.2015., Dostupno na: <https://www.hnb.hr/statistika/statisticki-podaci/> Pristup: 01.03.2016.
- [8] Zagrebačka banka. O nama, Dostupno na: <http://www.zaba.hr/home/o-nama/o-nama> Pristup: 12.03.2016.
- [9] Zagrebačka banka. Održivo poslovanje, Dostupno na: <http://www.zaba.hr/home/o-nama/odrzivost/odrzivo-poslovanje> Pristup: 10.04.2016.
- [10] Privredna banka Zagreb. Naša povijest, Dostupno na: <https://www.pbz.hr/hr/nasa-povijest> Pristup: 07.04.2016.
- [11] Erste&Steiermärkische Bank. O nama, Dostupno na: https://www.erstebank.hr/hr/O_nama Pristup: 01.04.2016.
- [12] Katsoulakos, T.; Katsoulakos, Y. (2008). Mainstreaming corporate responsibility and sustainability: Creating an advantage. Strategic Direction, Vol. 24, No. 3, 2008, str. 9-12, ISSN 0258-0543
- [13] CSR Advisors, Dostupno na: <http://www.csradvisors.net/> Pristup: 24.04.2016.

Napomena: Rad je napisan u okviru projekta Koncepti i metode troškovnog i upravljačkog računovodstva u javnom sektoru Republike Hrvatske u potpori Sveučilišta u Rijeci, šifra: 13.02.1.2.09.

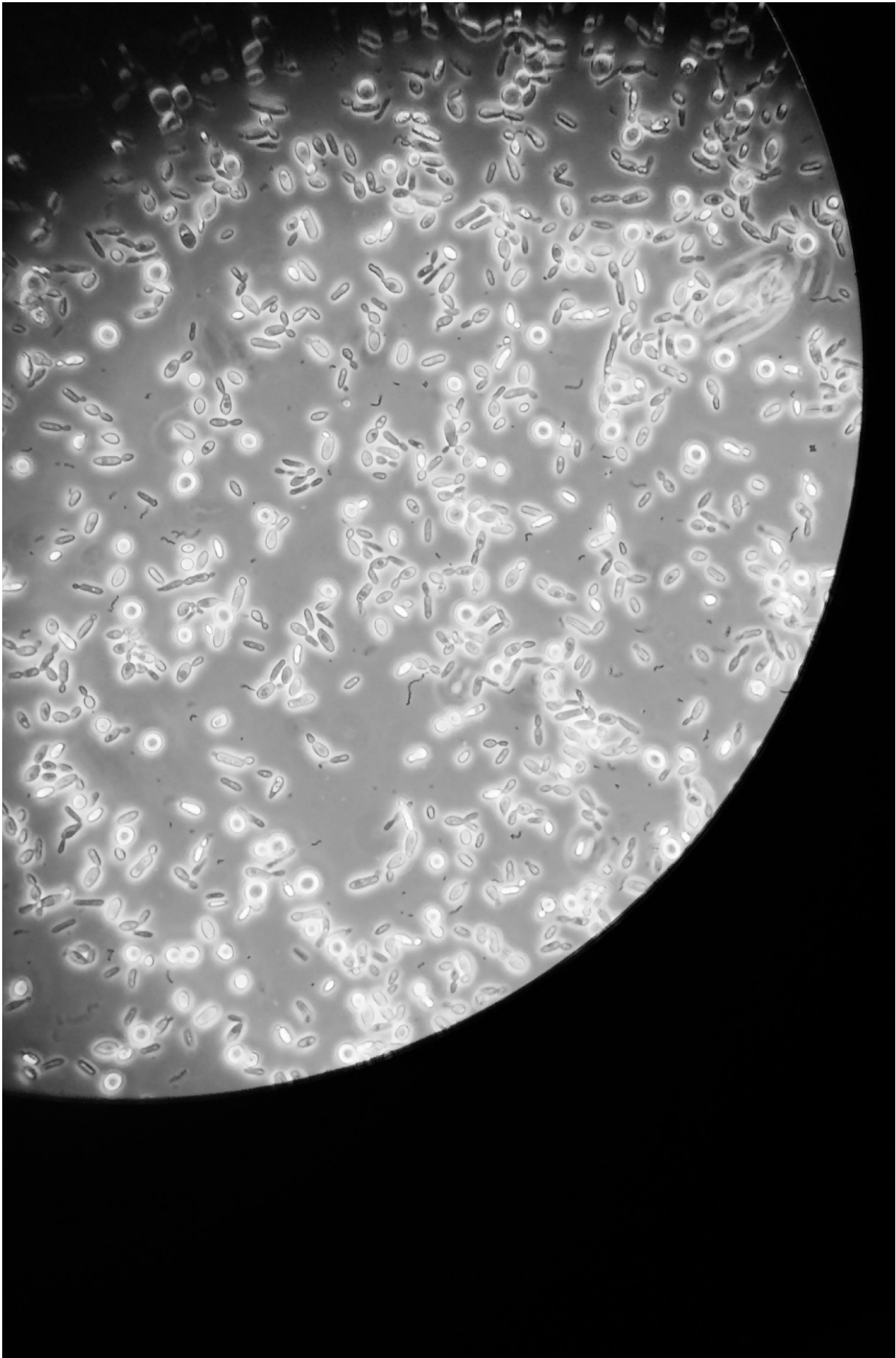


Photo 008. Yeast / Kvasci