

# DRUŠTVENO ODGOVORNO POSLOVANJE OSIGURAVAJUĆIH I REOSIGURAVAJUĆIH DRUŠTAVA U REPUBLICI SRBIJI

---

**Gotovac, Lucia**

**Master's thesis / Diplomski rad**

**2017**

*Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj:* **University of Split, Faculty of economics Split / Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet**

*Permanent link / Trajna poveznica:* <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:124:508351>

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

*Download date / Datum preuzimanja:* **2024-09-23**

*Repository / Repozitorij:*

[REFST - Repository of Economics faculty in Split](#)



UNIVERSITY OF SPLIT



**SVEUČILIŠTE U SPLITU  
EKONOMSKI FAKULTET**

**DIPLOMSKI RAD**

**DRUŠTVENO ODGOVORNO POSLOVANJE  
OSIGURAVAJUĆIH I REOSIGURAVAJUĆIH  
DRUŠTAVA U REPUBLICI SRBIJI**

**Mentor:  
Doc. dr. sc. Ivana Dropulić**

**Student:  
Lucia Gotovac  
Broj indeksa: 2152568**

**Split, kolovoz 2017.**

## SADRŽAJ:

<b>1. UVOD .....</b>	<b>4</b>
1.1. Problem istraživanja .....	4
1.2. Predmet istraživanja .....	5
1.3. Hipoteze istraživanja.....	7
1.4. Ciljevi istraživanja .....	7
1.5. Metode istraživanja .....	8
1.6. Doprinos istraživanja .....	9
1.7. Struktura diplomskog rada .....	9
<b>2. DRUŠTVENO ODGOVORNO POSLOVANJE.....</b>	<b>11</b>
2.1. Definiranje pojma društvene odgovornosti .....	11
2.2. Razvoj koncepta kroz povijest .....	13
2.3. Dimenzije društvene odgovornosti.....	16
2.3.1. Interna dimenzija.....	16
2.3.2. Eksterna dimenzija .....	17
2.4. Područja društveno odgovornog poslovanja .....	18
2.4.1. Upravljanje ljudskim resursima .....	18
2.4.2. Odnos s poslovnim partnerima i potrošačima .....	20
2.4.3. Upravljanje utjecajima na okoliš i prirodne resurse.....	20
2.5. Vrste društvene odgovornosti.....	21
2.6. Modeli društvene odgovornosti.....	24
2.7. Strategije društvene odgovornosti .....	26
2.8. Nacionalna nagrada za društveno odgovorno poslovanje .....	27
<b>3. OSIGURAVAJUĆA I REOSIGURAVAJUĆA DRUŠTVA.....</b>	<b>29</b>
3.1. Pojam osiguranja i reosiguranja.....	29
3.2. Djelatnost osiguranja .....	30
3.3. Vrste osiguranja .....	30
3.4. Temeljni kapital i dionice .....	34
3.5. Odobrenje za obavljanje poslova.....	34
3.6. Zakonodavni okvir tržišta osiguranja u Republici Srbiji.....	35
3.7. Udruženje za pravo osiguranja Srbije.....	36
<b>4. DRUŠTVENA ODGOVORNOST OSIGURAVAJUĆIH I REOSIGURAVAJUĆIH DRUŠTAVA U REPUBLICI SRBIJI.....</b>	<b>39</b>

<b>4.1. Osnovni podaci o osiguravajućim i reosiguravajućim društvima .....</b>	<b>39</b>
<b>4.2. Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti .....</b>	<b>41</b>
<b>4.3. Rezultati istraživanja .....</b>	<b>63</b>
<b>4.4. Usporedba s rezultatima istraživanja u Republici Hrvatskoj.....</b>	<b>70</b>
<b>5. ZAKLJUČAK.....</b>	<b>73</b>
<b>LITERATURA .....</b>	<b>75</b>
<b>SAŽETAK .....</b>	<b>79</b>
<b>SUMMARY .....</b>	<b>80</b>
<b>POPIS TABLICA, DIJAGRAMA, SLIKA I GRAFIKONA.....</b>	<b>81</b>

# 1. UVOD

## 1.1. Problem istraživanja

Društveno odgovorno poslovanje (DOP) predstavlja koncept kojeg gospodarski subjekti svjesno usvajaju te dobrovoljno nadilaze svoju primarnu funkciju stjecanja i raspodjele profita i na taj način ostvaruju pozitivan utjecaj na svoje radno, društveno i prirodno okruženje. DOP zapravo predstavlja svijest o novom položaju i značaju koje kompanije imaju u suvremenom i globalnom društvu. Odnosno to je proces u kojem kompanije usklađuju svoje odnose sa najraznovrsnijim društvenim akterima koji mogu, iako ne moraju, imati utjecaja na njihovo poslovanje. Praksa DOP-a se odnosi na cjelokupnu sferu utjecaja i raspon djelovanja neke tvrtke, kao i na odnose koje ono pri tome uspostavlja: što proizvodi, kako kupuje i prodaje, pridržava li se zakona, na koji način zapošljava, osposobljava i utječe na razvoj ljudskih resursa, koliko ulaže u lokalnu zajednicu i poštovanje ljudskih i radnih prava, na koji način doprinosi očuvanju životne sredine. DOP, u suštini, predstavlja koncept u okviru kojeg se kompanije prema svim svojim dionicima odnose etički i odgovorno, odnosno na društveno prihvatljiv način<sup>1</sup>.

Istraživanjem osiguravajućih i reosiguravajućih društava u Republici Srbiji prikazat će se da li oni primjenjuju društveno odgovorno poslovanje i kakva je njihova praksa izvještavanja o društveno odgovornom poslovanju.

„Osiguravajuća društva su zbog specifičnosti poslovanja - zaštita od rizika koji ugrožavaju čovjeka, gospodarstvo i društvo, već po definiciji upućena na održavanje visokih standarda u pogledu korporativne društvene odgovornosti“<sup>2</sup>. Na prvi pogled čini se da specifičnost osiguravajućih društava i njihovih usluga ostavlja malo prostora za stvarno društveno odgovorno ponašanje, ipak postoje brojni primjeri osiguravajućih društava koja su aktivna u zaštiti životne sredine.

Korporativna filantropija, odnosno davanje za opće dobro, način je da kompanije dio svog profita, koji legitimno ostvaruju poslovanjem u društvu, ulože natrag u zajednicu. Ne samo da na taj način pokazuju dobru volju građanima koji su i njihovi klijenti, već tako i unaprjeđuju zajednicu u kojoj posluju. Najpozitivniji primjeri društveno odgovornog poslovanja u smislu davanja za opće dobro su zapravo strateška, dugoročna ulaganja u zajednicu i društvo. U

---

<sup>1</sup>Poslovni dnevnik, [Internet], raspoloživo na: <http://www.poslovni.hr/domace-kompanije/dop-mora-bitiprisutan-u-ukupnom-djelovanjutvrtke-164930>

<sup>2</sup>Svijet osiguranja, [Internet], raspoloživo na: <http://www.svijetosiguranja.eu/hr/novosti/hrvatski-osigurateljitekako-svjetsni-zajednice-u-kojoj-rade.13542.html>

Srbiji su to najčešće davanja koja se odnose na razvoj kadrova (stipendije i pomoć pri doškolovavanju stručnjaka iz različitih područja), kao i kapitalna ulaganja (veći iznosi novca dani za opremanje ili izgradnju najčešće obrazovnih i zdravstvenih institucija). Osiguravajuća društva primjenom DOP-a mogu utjecati na smanjenje troškova, potrošnju energije i otpada (npr. korištenje uredskog materijala koji se može reciklirati); istaknuti se i razlikovati među ostalim osiguravajućim društvima (npr. besplatno osiguranje za djecu korisnika osiguranja po istim vrstama rizika); potaknuti podizanje nivoa proizvoda i usluga te stvaranje inovativnih poslovnih procesa; osigurati ulazak na nova tržišta; privući i zadržati najbolje zaposlenike; poboljšati sliku tvrtke kod dioničara i javnosti; smanjiti pravne rizike, te konačno, osigurati bolju kvalitetu života<sup>3</sup>. Primjerice, investiranje u tehnologije koje nisu opasne po okoliš može doprinijeti kompetitivnosti poduzeća, a u socijalnoj sferi, ulaganje u edukaciju, radne uvjete te usvajanje dobrih odnosa sa zaposlenicima može povećati produktivnost<sup>4</sup>. „Stoga, DOP se treba tretirati kao investiciju, a ne kao trošak“<sup>5</sup>.

Bitno je shvatiti da ovakav način poslovanja znači reinvestiranje u budućnost u skladu s vlastitim i općeprihvaćenim vrijednostima, te jasnim zajedničkim osjećajem svrhishodnosti. I još jedan bitan element je da sve to zajedno doprinosi i zaštiti prirode i okoliša. Konkretna problematika ovog rada bit će vezana za sektor osiguranja u Srbiji, tj. koje su mjere različite osiguravajuće kuće poduzele kako bi se prilagodile stanju na tržištu kada društveno djelovanje ima sve veći značaj u postizanju konkurentne prednosti na tržištu.

## **1.2. Predmet istraživanja**

Predmet istraživanja ovog rada je primjena društveno odgovornog poslovanja u djelatnosti osiguravajućih i reosiguravajućih društava u Republici Srbiji. Društvo za osiguranje je pravna osoba koja obavlja poslove životnog ili neživotnog osiguranja. Osiguranje se može definirati kao financijska djelatnost putem koje se pruža ekonomska zaštita od određenih rizika (opasnosti) koji mogu dovesti do nastanka šteta na imovini (stvarima i imovinskim interesima), financijskih gubitaka i šteta na osobama. Reosiguranje je djelatnost koja spada u okvir poslova osiguranja, a omogućava osigurateljima da preuzimaju rizike koji prelaze

---

<sup>3</sup>Poslovni dnevnik, [Internet], raspoloživo na: <http://www.poslovni.hr/domace-kompanije/dop-mora-bit-prisutan-u-ukupnom-djelovanjutvrtke-164930>

<sup>4</sup>Ibid

<sup>5</sup>Pavić-Rogošić, L.: Društveno odgovorno poslovanje (DOP), Odras, [Internet], raspoloživo na: <http://www.odraz.hr/media/21845/dop.pdf>

njihove vlastite kapacitete nošenja rizika. Odvija se samo interno, između osiguratelja i reosiguratelja<sup>6</sup>.

Osiguranje je u suvremenom gospodarskom razvoju postalo učinkovitim i nezamjenjivom zaštitom te čimbenikom sigurnosti i prosperiteta društva. Također, je važan čimbenik stabilnosti financijskog sustava svake zemlje.

Bitna značajka je da se društveno odgovorno poslovanje integrira u dobrovoljno zadanim okvirima. Malo koja država ima zakonski određena pravila po kojima bi tvrtke bile aktivne na društvenim poljima. O aktivnostima DOP-a osiguravajuća i reosiguravajuća društva najčešće izvještavaju na službenim internetskim stranicama, iako to uvijek ne pokazuje cjelokupnu sliku same primjene društveno odgovornog poslovanja.

Sektor osiguranja Srbije čini 21 društvo za osiguranje. Isključivo poslovima osiguranja bavi se 17 društava, a poslovima reosiguranja četiri društva. Od društava koja se bave poslovima osiguranja, životnim osiguranjem se bavi pet društava, samo neživotnim osiguranjem osam društava, a i životnim i neživotnim osiguranjem četiri društva<sup>7</sup>.

Ovim radom će se istražiti i analizirati da li i u kolikoj mjeri osiguravajuća i reosiguravajuća društva primjenjuju društveno odgovorno poslovanje, kakva je njihova praksa izvještavanja o društveno odgovornom poslovanju te iz koje domene društveno odgovornog poslovanja osiguravajuća i reosiguravajuća društva najviše objavljuju poduzete aktivnosti.

Na temelju podataka prikupljenih istraživanjem i analiziranjem prezentirat će se rezultati o primjeni društveno odgovornog poslovanja osiguravajućih i reosiguravajućih društava. Osiguravajućim i reosiguravajućim društvima dodijeliti će se vrijednosti za svaku aktivnost iz pojedine domene društveno odgovornog poslovanja na temelju indeksa izvještavanja o društvenoj odgovornosti. Indeks će biti kreiran tako da će se šest domena društveno odgovornog poslovanja podijeliti na najvažnije aktivnosti i njima će biti dodjeljivane vrijednosti 0 ili 1. Ako društvo izvještava o navedenoj aktivnosti dodijelit će mu se vrijednost 1, a ako ne izvještava dodijelit će mu se vrijednost 0. Maksimalan broj bodova koji se može ostvariti je 24, što znači da društvo izvještava o svim aktivnostima društvene odgovornosti, a najmanji je 0 što bi značilo da društvo o nijednoj domeni društveno odgovornog poslovanja ne izvještava na internetskim stranicama.

---

<sup>6</sup>Bijelić, M.; Miletić, V. (2009) Osiguranje (i reosiguranje) u globalizaciji. *Ekonomija/economics*, 16 (2) str. 316.

<sup>7</sup>Privredna komora Srbije, [Internet], raspoloživo na: <http://www.pks.rs>

### **1.3. Hipoteze istraživanja**

Glavni cilj istraživanja je utvrditi razinu prihvaćanja i primjenjivanja koncepta društvene odgovornosti u sektoru osiguranja Republike Srbije. Sukladno problemu i ciljevima ovog istraživanja postavljaju se slijedeće hipoteze:

H1: Osiguravajuća i reosiguravajuća društva u Republici Srbiji imaju nizak indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti.

Ispitivanjem ove temeljne hipoteze, utvrdit će se da li i u kojem obujmu su osiguravajuća društva u Srbiji društveno odgovorna. Prema istraživanju koje je provedeno na osiguravajućim i reosiguravajućim društvima na području Hrvatske, indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti je relativno nizak iako je Hrvatska članica Europske unije, stoga je za očekivati da će indeks izvještavanja osiguravajućih društava u Srbiji također biti nizak.

H1.1.: Osiguravajuća i reosiguravajuća društva u Republici Srbiji najviše objavljuju poduzete aktivnosti iz domene ljudskih resursa.

Kod ispitivanja ove hipoteze utvrdit će se da li osiguravajuća i reosiguravajuća društva u Srbiji najviše poduzetih aktivnosti objavljuju iz domene ljudskih resursa. Ova hipoteza se temelji na rezultatima dobivenim istraživanjem o društveno odgovornom poslovanju osiguravajućih društava u Hrvatskoj i njihovom izvještavanju o istom, koji pokazuju da je područje ljudskih resursa područje o kojem se najviše izvještava na internetskim stranicama.

H1.2.: Osiguravajuća i reosiguravajuća društva u Republici Srbiji imaju niži indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti u odnosu na osiguravajuća i reosiguravajuća društva u Republici Hrvatskoj.

U usporedbi sa zemljama Europske unije pa tako i Hrvatskom, tržište osiguranja u Srbiji je još uvijek nedovoljno razvijeno, što govori podatak da godišnja premija osiguranja po stanovniku u Srbiji iznosi 93 eura, dok u Hrvatskoj iznosi 272 eura<sup>8</sup>.

### **1.4. Ciljevi istraživanja**

Cilj ovog rada je da se prikaže kako i u kojoj mjeri je djelatnost osiguranja i reosiguranja prihvatila koncept društveno odgovornog poslovanja i koliko s tim upoznaje svoje poslovne partnere, klijente i druge sudionike značajne za njihovo poslovanje. Na temelju prikupljenih

---

<sup>8</sup>Analiza tržišta osiguranja, Centar za promociju i edukaciju u osiguranju, [Internet], raspoloživo na: <http://centarzaosiguranje.com/trziste-osiguranja/analiza-trzista-osiguranja>



podataka analizirat će se svaka domena društveno odgovornog poslovanja te će se donijeti zaključak koje aktivnosti osiguravajuća i reosiguravajuća društva najviše primjenjuju odnosno o njima izvještavaju širu javnost.

Cilj je ukazati na sve veći utjecaj općeg društvenog stanja i okruženja na način poslovanja i rezultate tvrtki i organizacija, te važnost primjene društveno odgovornog poslovanja kao učinkovitog alata za stjecanje konkurentne prednosti i opstanka na tržištu, a posebno značaj da društveno odgovorno poslovanje predstavlja vrijednost, a ne samo sredstvo pomoću kojeg će se ostvariti profit.

Pored navedenog, formira se indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti na temelju kojeg će se dodijeliti vrijednosti svakom osiguravajućem i reosiguravajućem društvu te će se dobiti ocjena djelatnosti osiguranja i reosiguranja kreirana na vrednovanju svake pojedine aktivnosti društveno odgovornog poslovanja.

### **1.5. Metode istraživanja**

Pri izradi diplomskog rada biti će primjenjene različite metode i načini istraživanja kako u njegovom teoretskom tako i u empirijskom dijelu, na kraju se donose zaključci, odnosno sumiraju spoznaje.

U teoretskom dijelu će se koristiti *metode deskripcije*, odnosno postupak jednostavnog opisivanja činjenica, procesa i predmeta te njihovih empirijskih potvrđivanja odnosa i veza.

*Induktivna metoda* - sustavna primjena induktivnog načina zaključivanja kojim se na temelju analize pojedinačnih činjenica dolazi do zaključka o općem sudu, odnosno od zapažanja pojedinačnih slučajeva dolazi se do općih zaključaka.

*Deduktivna metoda* koja predstavlja sustavnu primjenu deduktivnog načina zaključivanja u kojemu se iz općih sudova izvode posebni i pojedinačni zaključci.

*Metoda klasifikacije* kojom se vrši sistematska i potpuna podjela općega pojma na posebne, u okviru opsega pojma, kojom ćemo postići preglednost.

*Metoda komparacije* koristit će se prilikom uspoređivanja uspješnosti poslovanja osiguravajućih i reosiguravajućih društava u Srbiji.

*Metoda analize* raščlanjuje složene misaone tvorevine na njihove jednostavnije dijelove i elemente i izučava svaki dio i element za sebe i u odnosu na druge dijelove, odnosno cjeline.

*Metoda sinteze* spaja jednostavne misaone tvorevine u složene, povezujući izdvojene elemente, pojave, procese i odnose u jedinstvenu cjelinu u kojoj su njezini dijelovi uzajamno povezani<sup>9</sup>. Cilj korištenja posljednjih dviju metoda je upoznavanje s poslovanjem promatranih društava za osiguranje.

Pored primjene navedenih metoda proučavat će se stručna i znanstvena literatura relevantna za predmet ovog istraživanja, obrađivat će se podaci prikupljeni istraživanjem, kreirati indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti te donositi zaključci na temelju analiziranih podataka.

## **1.6. Doprinos istraživanja**

Doprinos rada ogleda se u analizi stanja društveno odgovornog poslovanja u sektoru osiguranja, odnosno kako ono varira među osiguravajućim kućama na srpskom tržištu.

Teoretski dio rada će doprinijeti boljem razumijevanju koncepta društvene odgovornosti u poduzećima. Dok će empirijski dio rada pružiti određene informacije o intenzitetu aktivnosti koje su vezane uz društveno odgovorno ponašanje pojedinog osiguravajućeg društva. Također, analizirat će se i usporediti uspješnost primjene društveno odgovornog poslovanja osiguravajućih društava u Srbiji i Hrvatskoj.

Osim toga želi se istražiti koliko osiguravajuća i reosiguravajuća društva o društveno odgovornom poslovanju izvještavaju javnost što će se također vrednovati indeksom izvještavanja o društvenoj odgovornosti.

## **1.7. Struktura diplomskog rada**

Diplomski rad sastoji se od pet tematskih jedinica.

Prvi dio, uvodni, u kojem su koncipirani i prezentirani problem i predmet istraživanja. Dalje su definirane hipoteze i ciljevi istraživanja te navedene i opisane znanstvene metode i doprinos istraživanja. Osim toga prikazati će se i sama struktura diplomskog rada.

---

<sup>9</sup>Zelenika, R. (2000): Metodologija i tehnologija izrade znanstvenog i stručnog djela, Sveučilište u Rijeci, Rijeka.

Cjelina *Društveno odgovorno poslovanje* obuhvaća definiranje društveno odgovornog poslovanja gdje se prvenstveno objašnjava pojam društvene odgovornosti kao i povijesni razvoj istog, a nakon toga se vrši detaljna analiza karakteristika društvene odgovornosti koja obuhvaća dimenzije, područja, vrste, strategije i modele navedene odgovornosti.

Treći dio se bavi definiranjem poslovanja osiguravajućih i reosiguravajućih društava u Republici Srbiji. Definiraju se ključni pojmovi za ova društva. Osim toga definirati će se i zakonodavni okvir koji regulira tržište osiguranja.

Četvrta cjelina *Društvena odgovornost osiguravajućih i reosiguravajućih društava u Republici Srbiji* obuhvaća empirijski dio rada. U prvom dijelu će biti prikazani opći podaci o osiguravajućim i reosiguravajućim društvima koje se nalaze i posluju na teritoriju Republike Srbije te obujam društveno odgovornog poslovanja istih. Nakon toga se vrši analiza prikupljenih podataka o društveno odgovornom poslovanju koji će dati odgovore na hipoteze te će se kreirati ocjena osiguravajućih i reosiguravajućih društava formirana na indeksu izvještavanja o društvenoj odgovornosti na način da će se vrednovati svaka pojedina aktivnost društveno odgovornog poslovanja. Dalje će se diskutirati isti rezultati i usporediti sa rezultatima u Republici Hrvatskoj.

Zaključak obuhvaća zaključna razmatranja koja se izvode na osnovi rezultata istraživanja i na taj način se zaokružuje cijela priča primjene društveno odgovornog poslovanja u osiguravajućim i reosiguravajućim društvima u Srbiji.

## 2. DRUŠTVENO ODGOVORNO POSLOVANJE

### 2.1. Definiranje pojma društvene odgovornosti

Poduzeća koja aktivno sudjeluju u rješavanju ekoloških, društvenih i etičkih problema smatraju se društveno odgovornim poduzećima. Društveno odgovorno poslovanje (DOP) je koncept kod kojeg poduzeća na dobrovoljnoj osnovi integriraju brigu o društvu i okolišu u svoje poslovanje<sup>10</sup>. Kako se gospodarstvo razvija tako je i društveno odgovorno poslovanje sve važniji koncept u okviru održivog razvoja. U kontekstu društveno odgovornog poslovanja, objašnjavajući zašto je važno činiti dobro, Kotler iznosi kako učešće u korporativnim društvenim inicijativama može donijeti osjećaj zadovoljstva, bolji radni učinak, uspjeh, čak i duži život<sup>11</sup>. Kotler također piše da su se do devedesetih godina prošlog stoljeća, odluke o izboru društvenih ciljeva uglavnom zasnivale na principu da se „napravi nešto dobro kako bi se ostavio dobar dojam“, odnosno da je osnovno pravilo bilo „što je moguće lakše učiniti nešto dobro“<sup>12</sup>. Pri tome, presudnije su bile osobne sklonosti rukovoditelja i predsjednika upravnih odbora, nego potreba da se podrže određeni društveni ciljevi.

Europska komisija je 2011. godine izmijenila svoju prvotnu definiciju društveno odgovornog poslovanja novom, jednostavnijom i prilagođenijom suvremenim promjenama u društvu, a koja društvenu odgovornost definira kao odgovornost poduzeća za učinke njihovog poslovanja na društvo<sup>13</sup>. Organizacija World Business Council for Sustainable Development (WBCSD)<sup>14</sup> ili Svjetski poslovni savjet za održivi razvoj, definira društveno odgovorno poslovanje kao poslovanje koje odgovara ili nadilazi etička, zakonska, tržišna ali i javna očekivanja. Ova definicija je nešto šira, budući da uključuje povezivanje poslovnih odluka s „etičkim vrijednostima i zakonskim propisima, ali i s poštovanjem ljudi, zajednica i životne sredine“<sup>15</sup>.

---

<sup>10</sup>Pavić-Rogošić, L.: Društveno odgovorno poslovanje (DOP), Odraz, [Internet], raspoloživo na: <http://www.odraz.hr/media/21845/dop.pdf>

<sup>11</sup>Kotler, P.; Lee, N. (2007): Korporativna društvena odgovornost: Učiniti najviše za svoju kompaniju i za izabrani društveni cilj, Čigoja štampa, Beograd, str. 12.

<sup>12</sup>Ibid, str. 10.

<sup>13</sup>European Commission (2011): Corporate Social Responsibility. [Internet], raspoloživo na: [http://ec.europa.eu/growth/industry/corporate-social-responsibility/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/growth/industry/corporate-social-responsibility/index_en.htm)

<sup>14</sup>The World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) je jedna od vodećih neprofitnih organizacija u svijetu koja pruža firmama informacije, instrumente, obuku i savjetodavne usluge u vezi s povezivanjem korporativne društvene odgovornosti i relevantnog poslovanja i strategija. Vidjeti šire: <http://www.wbcsd.org>

<sup>15</sup>Kotler, P.; Lee, N. (2007): Korporativna društvena odgovornost: Učiniti najviše za svoju kompaniju i za izabrani društveni cilj, Čigoja štampa, Beograd, str. 3.

Za poduzeće, biti društveno odgovoran znači više od samog ispunjavanja zakonskih obaveza, ono znači da poduzeće stalno treba investirati u ljudski kapital, okoliš i brigu o zajednici i svojim dobavljačima<sup>16</sup>. Dodatnoj konkurentskoj prednosti može pridonijeti i investiranje u tehnologije koje nisu opasne za okoliš unutar kojeg djeluju, kao i ulaganje u edukaciju zaposlenika, radne uvjete u kojima zaposlenici djeluju te općenito u dobre odnose sa zaposlenicima ali i dobavljačima. „Cjeloživotno učenje, bolji protok informacija unutar poduzeća, bolja uravnoteženost rada, obitelji i slobodnog vremena zaposlenika, jednake plaće i sigurnost na poslu samo su neke od bitnih sastavnica koncepta društveno odgovornog poslovanja“<sup>17</sup>.

Drugim riječima, društveno odgovorno poslovanje bi se moglo definirati kao koncept u okviru kojeg se kompanije prema svim svojim stakeholderima (svi oni na koje poslovanje jedne kompanije može imati utjecaja, „interesne grupe“) odnose etički i odgovorno, odnosno na društveno prihvatljiv način. DOP se treba tolerirati kao investicija, a ne kao trošak. Nijedan biznis, veliki ili mali, nije odvojen od društva u kojem posluje, isto tako uspjeh ili neuspjeh jednog, u mnogočemu je određen uspjehom ili neuspjehom onog drugog. Ljudi su istinski zainteresirani za to na koji se način poduzeće ophodi prema njima, životnoj sredini i društvu uopće<sup>18</sup>. Ipak, nije dovoljno samo formalno objaviti svoju posvećenost, potrebno je demonstrirati svoju predanost i pokazati da je ona stvarna i da donosi stvarne rezultate. To znači identificiranje onih postupaka i akcija koje mogu donijeti dobrobit osnovnoj djelatnosti poduzeća i društvu u cjelini.

Društveno odgovorno poslovanje je zapravo derivat održivog razvoja te valja reći da održivi razvoj pretpostavlja uspješnu integraciju ekonomskog rasta, zaštite okoliša i kvalitete odnosa i razvoja društva (socijalnu koheziju). Upravo ovu povezanost društveno odgovornog poslovanja i održivog razvoja prikazuje slika u nastavku<sup>19</sup>.

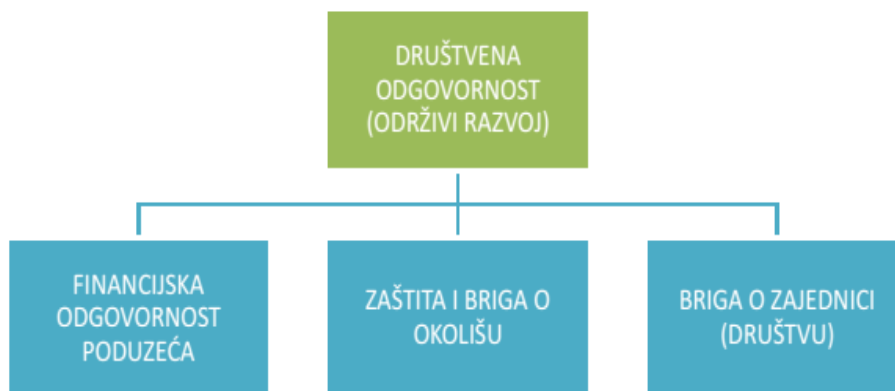
---

<sup>16</sup>Poslovni dnevnik, [Internet], raspoloživo na: <http://www.poslovni.hr/domace-kompanije/dop-mora-bitiprisutan-u-ukupnom-djelovanjutvrke-164930>

<sup>17</sup>Varićak, I., Petračić, M., Brajdić, A. (2012.): Zbornik veleučilišta u Karlovcu, Karlovac, str. 64.

<sup>18</sup>Poslovni dnevnik, [Internet], raspoloživo na: <http://www.poslovni.hr/domace-kompanije/dop-mora-bitiprisutan-u-ukupnom-djelovanjutvrke-164930>

<sup>19</sup>Golja, T.: Društveno odgovorno poslovanje, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, [Internet], raspoloživo na: [http://www.civilnodrustvo-istra.hr/images/uploads/files/DOP\\_Tea\\_Golja.pdf](http://www.civilnodrustvo-istra.hr/images/uploads/files/DOP_Tea_Golja.pdf)



**Slika 1: Povezanost društveno odgovornog poslovanja i održivog razvoja**

Izvor: Golja, T.: Društveno odgovorno poslovanje, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, [Internet], raspoloživo na: [http://www.civilnodrustvo-istra.hr/images/uploads/files/DOP\\_Tea\\_Golja.pdf](http://www.civilnodrustvo-istra.hr/images/uploads/files/DOP_Tea_Golja.pdf)

## 2.2. Razvoj koncepta kroz povijest

Koncept društveno odgovornog poslovanja ima dugačku povijest i mnoštvo definicija čije se značenje mijenjalo kroz vrijeme, koje se u poslovnom rječniku, a zatim i u akademskoj literaturi prvi put pojavljuje početkom šezdesetih godina prošlog stoljeća. Jedan od prvih pokušaja teoretske konceptualizacije pripisuje se autoru Bowen, koji je zastupao mišljenje da vlasnici kapitala i rukovodioci organizacija trebaju “primjenjivati politike, donositi odluke ili provoditi akcije, koje su poželjne u smislu ispunjenja ciljeva našeg društva<sup>20</sup>”. Međutim, ideja koja je u samoj suštini pojma DOP, je stara koliko i prvi pokušaji uređenja ljudskog društva, odnosno civilizacije. Sva društva i sve povijesne epohe su nosili sa sobom svoja karakteristična ekonomska, pravna i moralna očekivanja koje je društvo imalo u odnosu na moć koja se akumulirala u ekonomskoj sferi.

II. industrijska revolucija učinila je poduzeća važnim nositeljima razvoja, a društvo i okoliš su pod utjecajem poslovanja poprimili potpuno novu dimenziju. Značajan doprinos rješavanju brojnih socijalnih i razvojnih problema u zajednici i društvu počinje davati gospodarski sektor<sup>21</sup>. „Tijekom 1980.-ih i 1990.-ih došlo je do prekida jednodimenzionalnog pogleda na poslovanje, prema kojemu su poduzeća bila odgovorna samo za popunjavanje radnih mjesta, postizanje profita radi isplate ulagačima i financijskog razvitka te plaćanje poreza. U 1990.-ima, dolazi do značajnoga porasta zabrinutosti za utjecaj gospodarstva na društvo, no tek u

<sup>20</sup>Vlastelica Bakić, T.; Krstović, J.; Cicvarić Kostić, S. (2012): Poslovna opravdanost društveno odgovornog poslovanja, Marketing 43, br. 3, Ekonomski fakultet, Univerzitet u Beogradu, str. 191.

<sup>21</sup>Srblićinović, M. (2012): Utjecaj društvene odgovornosti poduzeća na ponašanje potrošača u Hrvatskoj, Zbornik ekonomskog fakulteta u Zagrebu, Vol. 10, No. 2, str. 163, [Internet], raspoloživo na: <http://hrcak.srce.hr/93115>

posljednjih 15-ak godina, pojam društvene odgovornosti poduzeća postao je dijelom svakodnevnog rječnika<sup>22</sup>.

Društveno odgovorno poslovanje s razvojem počinje 1983. godine (mnoge poslovne organizacije i poduzetnici djelovali su i ranije po načelima DOP-a) osnivanjem britanske organizacije Business in the Community kao sustavan razvojni koncept dobrovoljnog poslovanja, koja i danas djeluje kao neprofitna organizacija s glavnim ciljem promocije društveno odgovornog poslovanja i korporativne odgovornosti. Okidač za osnivanje prve europske organizacije za promociju društveno odgovornog poslovanja CSR Europe (danas vodeće europske poslovne mreže za pravedno poslovanje koja okuplja više od 5.000 europskih poduzetnika) bio je poznati skandal s Nikeovim nogometnim loptama 1995. godine u kojem je otkriveno kako iza marketinški promoviranog modela odgovornog poslovanja u Pakistanu stoji dječji prisilni rad<sup>23</sup>.

Krajem 2001. godine prekretnica razvoja društveno odgovornog poslovanja bio je bankrot energetskog diva Enron, 18. najveće poslovne organizacije u SAD-u. Deseci tisuća investitora ostali su bez svojih uloga dok je više od 4.500 osoba izgubilo posao, a kao odgovor na američku situaciju, Europski parlament usvaja Zelenu knjigu koja definira europski okvir društveno odgovornog poslovanja. Zadnjih deset godina promocija i razvoj društveno odgovornog poslovanja oslanja se na milenijske razvojne ciljeve UN-a, definirane 2003. godine<sup>24</sup>.

Neki od glavnih vanjskih činitelja i konteksta koji su utjecali na razvoj koncepta društvene odgovornosti poduzeća, krajem 20. i početkom 21. stoljeća, su<sup>25</sup>:

- Revolucija informacijske tehnologije i međusobno približavanje koje vodi prema ekonomiji znanja
- Otvaranje novih tržišta i regionalne političke promjene
- Pojava gospodarstva koje se ravna prema potrošaču
- Uspon nevladinih organizacija (NVO-i)
- Nedostatak povjerenja u institucije tržišnog gospodarstva.

---

<sup>22</sup>Ibid

<sup>23</sup>Petričević, T., Društveno odgovorno poslovanje i društvenopoduzetnički pothvati u turizmu, [Internet], raspoloživo na: [https://www.britishcouncil.hr/sites/default/files/prirucnik\\_dop\\_i\\_dpp\\_u\\_turizmu.pdf](https://www.britishcouncil.hr/sites/default/files/prirucnik_dop_i_dpp_u_turizmu.pdf)

<sup>24</sup>Ibid

<sup>25</sup>Bagić, A.; Škrabalo, M.; Narančić, L. (2006): Pregled društvene odgovornosti poduzeća u Hrvatskoj, AED – Academy for Educational Development, Zagreb, str. 11.

Na temelju brojnih razmatranja posljednjih godina otvaraju se nova područja kojima se društveno odgovorno poslovanje bavi. Može se reći da se sljedeća tri područja najviše ističu i smatraju se glavnim temama DOP-a, a to su<sup>26</sup>:

- *Okoliš*: Odgovornost prema okolišu prioritet je gospodarstva već godinama. Na temu upravljanja okolišem formulirane su brojne vanjske norme, te su utvrđena mjerila i smjernice. Neke od njih su: standard Međunarodne organizacije za normizaciju ISO 14000, Povelja o održivom razvoju za poslovni sektor Međunarodne trgovinske komore, CERES-ova načela, UN-ov Globalni sporazum i Globalna inicijativa za izvještavanje (GRI), Program ekološkog upravljanja i nadzora (EMAS) Europske Unije.
- *Norme poslovanja i upravljanje*: Poslovno upravljanje smatralo se pitanjem kojim se prvenstveno bave tranzicijske zemlje i tržišta u razvoju. Ipak, brojni skandali u sferi poslovnog upravljanja, iznijeli su na svjetlo daleko rašireniji problem. Loše norme poslovnog upravljanja najveća su prepreka ulaganjima u novonastalim tržišnim gospodarstvima te se bez primjerenih ulaganja država često nije sposobna suočiti s pritiskom socijalnih potreba svojih građana. Sve je veći broj inicijativa u svijetu koje nastoje unaprijediti norme poslovnog upravljanja.
- *Ljudska prava*: U posljednjih nekoliko godina sve više se prepoznaje veza između gospodarstva i ljudskih prava. Mnoga načela ljudskih prava su u izravnom ili neizravnom suodnosu s aktivnostima privatnog sektora, npr. korištenje dječje odnosno zatvoreničke radne snage. Kao rezultat, ljudska prava uključena su u globalna načela poslovanja u obliku:
  - sve većeg broja kodeksa ponašanja u poduzećima koji su nastali ugrađivanjem Univerzalne deklaracije o ljudskim pravima u vlastite kodekse, a koji štite ljudska i radna prava radnika i radnica
  - trgovinske sankcije uvedene protiv zemalja koje se oglašuju o međunarodne norme ljudskih prava
  - odluke dioničara kojima se tvrtke pozivaju da osiguraju obavljanje vlastite djelatnosti u skladu s normama ljudskih prava.

---

<sup>26</sup>Ibid, str. 15.



## 2.3. Dimenzije društvene odgovornosti

Stvaranje radnog okruženja koje unaprjeđuje kvalitetu života zaposlenih podrazumjeva ulaganje i napore koji će osigurati da zaposleni svoje radno mjesto smatraju izvrsnim za rad. To mogu biti različiti programi obuke i mentorstva koji će zaposlenima omogućiti napredovanje u karijeri, stimulativne metode nagrađivanja prema ostvarenim rezultatima, trajno usavršavanje da bi se omogućilo napredovanje na poslu, fleksibilno radno vrijeme, veće učešće u odlučivanju, propisivanje broja radnih sati i dozvoljenog prekovremenog rada, unaprjeđenje zaštite na radu, osiguranje normalnih uvjeta rada i slično. Dok se aktivnosti za unaprjeđenje prirodne sredine odnose na korištenje resursa poduzeća za rješavanje ekoloških problema. Ekološka dimenzija DOP-a podrazumjeva korištenje najbolje tehnologije (za reciklažu otpada, uštedu energije, zaštitu vode i zraka od zagađivanja i sl.) koja može eliminirati negativne utjecaje poduzeća na prirodnu sredinu<sup>27</sup>. Sve prethodno navedeno može se sagledati kroz dvije dimenzije društvene odgovornosti, a to su interna i eksterna dimenzija.

### 2.3.1. Interna dimenzija

Interna dimenzija uključuje<sup>28</sup>:

- Ulaganja u ljudske resurse, podrazumjeva privlačenje i zadržavanje talentiranih radnika (doživotno učenje, bolje informiranje unutar poduzeća, uravnotežavanje vremena koje se troši za rad, uživanje i obitelj, nediskriminaciju, poštovanje različitosti, eliminiranje svakog oblika diskriminacije itd.).
- Vođenje računa o zdravlju i sigurnost radnika na radnom mjestu podrazumjeva: propisivanje normalnog broja radnih sati, propisivanje dozvoljenog prekovremenog rada, korištenje zaštitnih uniformi itd.
- Prilagođavanje promjenama, podrazumjeva da poduzeća prilikom restrukturiranja vode računa o interesima svih grupa koje taj proces pogađa, naročito o interesima radnika, jer je restrukturiranje uglavnom praćeno otpuštanjem radnika. Poduzeća, koja vrše restrukturiranje, trebaju poticati razvoj poduzetništva i samozapošljavanje radnika.

---

<sup>27</sup>Ivanović-Đukić, M. (2011): Poticanje društveno odgovornog poslovanja poduzeća u funkciji pridruživanja Srbije EU, Ekonomske teme, Ekonomski fakultet univerziteta u Nišu, str. 48.

<sup>28</sup>Ibid

- Kontroliranje utjecaja poduzeća na prirodnu sredinu i prirodne resurse, znači smanjenje potrošnje energije, smanjenje potrošnje prirodnih sirovina, manje stvaranje otpada itd. Ovim procesom se osigurava manji stupanj zagađenja prirodne sredine, očuvanje prirodnih resursa budućim generacijama, a poduzeću nosi manje troškove koji direktno utječu na profitabilnost.

### 2.3.2. Eksterna dimenzija

Eksterna dimenzija društveno odgovornog poslovanja obuhvaća slijedeće elemente<sup>29</sup>:

- Razvoj lokalne zajednice podrazumjeva: mjere za povećanje ekonomskog razvoja lokalne zajednice (zapošljavanje lokalnog stanovništva, biranje lokalnih dobavljača, ulaganja u lokalnu infrastrukturu), filantropska davanja, volontiranje zaposlenih poduzeća u društvenoj zajednici, ulaganje u obrazovanje i stipendiranje mladih, pružanje mogućnosti studentima da steknu iskustvo radeći volonterski u poduzeću, razvoj međusektorskih partnerstava u cilju unaprjeđenja lokalnog razvoja i sl.
- Programe odgovornog ponašanja prema eksternim stakeholderima koji uključuju: programe odgovornog ponašanja prema potrošačima (ponuda samo sigurnih neškodljivih proizvoda, adekvatan opis proizvoda, kontrola kvalitete proizvoda i usluga, etičko određivanje cijena, etično i odgovorno oglašavanje i marketinške strategije, zaštita prava potrošača itd.), podršku razvoju lanaca opskrbe, društveno odgovorno investiranje, eliminiranje sukoba interesa poduzeća i društvene zajednice i sl.
- Zaštitu životne sredine koja podrazumjeva: primjenu zdravijih tehnologija, odgovornije korištenje resursa, smanjenje emisije štetnih materijala i reciklažu otpada, smanjenje emisije ugljičnog dioksida, recikliranje otpada, aktivno sudjelovanje u inicijativama za zaštitu životne sredine, usvajanje ekoloških standarda, edukaciju zaposlenih u pogledu zaštite životne sredine itd.

---

<sup>29</sup>Ibid, str. 49.

## 2.4. Područja društveno odgovornog poslovanja

Društveno odgovorno poslovanje je koncept koji se bavi pitanjima, aspektima i kriterijima s više različitih područja koja predstavljaju osnovne domene putem kojih se može definirati i opisati društvena odgovornost poduzeća kroz različite aktivnosti.

Uzimajući u obzir navedene dimenzije (internu i eksternu), možemo prepoznati nekoliko ključnih područja društveno odgovornog poslovanja:

- upravljanje ljudskim resursima
- odnos s poslovnim partnerima i potrošačima
- upravljanje utjecajima na okoliš i prirodne resurse

### 2.4.1. Upravljanje ljudskim resursima

Današnja poduzeća su pred velikim izazovom kako da privuku i zadrže zaposlenike koji imaju odgovarajuće znanje i vještine. U tom kontekstu, odgovarajuće mjere mogu uključivati cjeloživotno učenje i osnaživanje zaposlenika; bolji protok informacija unutar poduzeća; bolju uravnoteženost između rada, obitelji i slobodnog vremena, jednake plaće i uvjeti za napredovanje žena; sigurnost na poslu itd. Dijelom DOP-a je i aktivno praćenje zaposlenika koji ne mogu raditi zbog invaliditeta ili povrede na radu, koje ujedno doprinosi smanjenju troškova<sup>30</sup>. „Odgovorno ponašanje pri zapošljavanju, uključujući nediskriminirajuću praksu koja doprinosi zapošljavanju pripadnika manjina, starijih radnika, žena, duže vremena nezaposlenih, te osoba sa invaliditetom, doprinosi postizanju ciljeva Europske strategije zapošljavanja, te smanjenju nezaposlenosti i borbi protiv socijalne isključenosti“<sup>31</sup>.

U odnosu na koncept doživotnog učenja, poduzeća imaju važnu ulogu na nekoliko nivoa: prepoznavanje potreba za edukacijom svojih radnika kroz partnerstva s lokalnim trening organizacijama, kako bi prilagodili edukacijske programe; podupiranje prijelaza mladim ljudima iz škole na posao, kroz osiguravanje pripravničkih mjesta; osiguravanje povoljnog

---

<sup>30</sup>Pavić-Rogošić, L.: Društveno odgovorno poslovanje (DOP), Odraz, str. 2, [Internet], raspoloživo na: <http://www.odraz.hr/media/21845/dop.pdf>

<sup>31</sup>Atanacković, U. (2011): Društveno odgovorno poslovanje kao suvremeni koncept biznisa, Škola biznisa, 2011 (1), Novi Sad, str. 145, [Internet], raspoloživo na: <http://www.vps.ns.ac.rs/SB/2011/5.13.pdf>

radnog okruženja i ohrabrivanje cjeloživotnog učenja zaposlenih, naročito onih manje obrazovanih, onih s manje vještina, kao i starijih<sup>32</sup>.

Cjeloživotno učenje, bolji protok informacija unutar poduzeća, bolja uravnoteženost rada, obitelji i slobodnog vremena zaposlenika, jednake plaće i sigurnost na poslu samo su neke od bitnih sastavnica koncepta društveno odgovornog poslovanja<sup>33</sup>. Ako želi, poduzeće može uvesti dodatne beneficije zaposlenicima u području zaštite zdravlja. To mogu biti bolji uvjeti za rad u vidu bolje opreme, kvalitetnijih uređaja ili dodatnih zdravstvenih pregleda, mogućnost rekreacije s ciljem smanjenja stresa i povećanja kondicije. Sve to dovodi do povećanja zadovoljstva zaposlenika, smanjenja broja izostanaka što znači i veću uspješnost i smanjenje troškova poduzeća<sup>34</sup>.

Kako bi se provelo društveno odgovorno poslovanje na razini organizacije ističe se potreba vrhovnog menadžmenta, ali i inovativnog promišljanja, pri čemu su ključne nove vještine te uključenost zaposlenika kroz dvosmjerni dijalog. Menadžment ljudskih resursa osigurava praktičnu provedbu strategije društvene odgovornosti, odnosno brine da ona oživi. Funkcija ljudskih potencijala pruža stručnu pomoć i osmišljava programe menadžerima u svrhu uspješnog upravljanja ljudskim potencijalima kako bi se stvorili organizacijski ciljevi. Uloga funkcije ljudskih potencijala u provođenju strategije društvene odgovornosti odnosi se na: osmišljavanje inovativnih programa i prakse temeljem ciljeva DOP-a koji se žele postići na razini organizacije, savjetovanje menadžmenta i pomoć oko svakodnevnih izazova, koordinacija provođenja programa i praksi te kontrola uspješnosti u postizanju postavljenih ciljeva<sup>35</sup>.

---

<sup>32</sup>Ibid

<sup>33</sup>Varićak, I., Petračić, M., Brajdić, A. (2012.): Zbornik veleučilišta u Karlovcu, Karlovac, str. 64.

<sup>34</sup>Matešić, M., Pavlović, D., Bartoluci, D. (2015): Društveno odgovorno poslovanje, VPŠ Libertas, Zagreb, str. 45.

<sup>35</sup>Trstenjak, M., Posavec, M., Kralj, A. (2013): Menadžment ljudskih potencijala i društveno odgovorno poslovanje, 14. međunarodni simpozij o kvaliteti „Kvalitetom protiv recesije“, Rovinj, [Internet], raspoloživo na: [https://issuu.com/svijet-kvalitete.com/docs/menad\\_ment\\_ljudskih\\_potencijala\\_i](https://issuu.com/svijet-kvalitete.com/docs/menad_ment_ljudskih_potencijala_i)

#### 2.4.2. Odnos s poslovnim partnerima i potrošačima

Napredak društva ovisi ne samo od zadovoljnih zaposlenih, već i od zadovoljnih potrošača i partnera. Zbog toga je dobar odnos sa svim poslovnim partnerima među prioritetima. Poboljšanje i razvoj odnosa treba biti jedan od dugoročnih strateških ciljeva. Maksimalna pouzdanost također treba biti naglašena u odnosu sa potrošačima/kupcima. „Odnosi se grade kroz stjecanje povjerenja, fer odnose i poštivanje želja i potreba partnera i potrošača te dobrom kvalitetom proizvoda/usluga“<sup>36</sup>. Poduzeća trebaju dati svoj maksimum kako bi omogućila da se isporuke proizvoda/usluga izvrše na vrijeme i potpuno u skladu sa ugovorima. Poduzeća u svom poslovanju trebaju ispuniti: da se uvijek dostavi jasna, konkretna, poštena i relevantna informacija svojim partnerima, izbjeci davanje bilo kakvih izjava koje bi mogle biti pogrešno interpretirane, da se suzdrži od davanja poklona ili usluga van uobičajenog sistema poslovanja sa kupcima te da neće davati obećanja kupcima koja neće biti u mogućnosti da ispoštuje, u pogledu kvalitete proizvoda/usluga i karakteristika, vremena isporuke ili cijene<sup>37</sup>.

#### 2.4.3. Upravljanje utjecajima na okoliš i prirodne resurse

Briga o okolišu jedan je od najvažnijih zadataka poslovanja poduzeća. „Čitava praksa društvene odgovornosti započela je kao nov način poslovanja u velikim multinacionalnim kompanijama koje su bile izložene napadima zbog svoje politike prema okolišu. Naime, takve kompanije bile su usmjerene isključivo na profit i nisu vodile računa o potrebama društva i prirode, što je uzrokovalo kritički stav javnosti prema takvoj neodgovornosti. S vremenom se pojavila potreba za novim sustavom poslovanja koji bi svim sudionicima društva bio na korist. Svakim danom sve više raste svijest o potrebi zaštite okoliša u cijelom svijetu“<sup>38</sup>. Kako je to pitanje od velike važnosti za budućnosti cijelog čovječanstva, kroz brigu za okruženje u kojem živimo doprinosimo globalnim nastojanjima u sprječavanju zagađenja okoliša i zaštiti prirodnih resursa. Poduzeća sve više koriste ekološki prihvatljivu tehnologiju i sirovine te brinu o odlaganju otpada.

---

<sup>36</sup>Atanacković, U. (2011): Društveno odgovorno poslovanje kao suvremeni koncept biznisa, Škola biznisa, 2011 (1), Novi Sad, str. 146, [Internet], raspoloživo na: <http://www.vps.ns.ac.rs/SB/2011/5.13.pdf>

<sup>37</sup>Korporativna odgovornost, [Internet], raspoloživo na: <http://www.arcelormittalprijedor.net/kupciDobavljac.html>

<sup>38</sup>Vrdoljak Raguz, I., Hazdovac, K. (2014): Društveno odgovorno poslovanje i hrvatska gospodarska praksa, [Internet], raspoloživo na: <http://hrcak.srce.hr/130001>

Društvo je suočeno s mnogim okolišnim izazovima, uključujući osiromašivanje prirodnih resursa, zagađenje, klimatske promjene, uništavanje staništa, nestanak vrsta, propast cijelih ekosustava i propadanje naselja. Kako broj stanovnika na svijetu i potrošnja rastu, te su promjene sve veća prijetnja ljudskoj sigurnosti i zdravlju.

Potrebno je pronaći mogućnost za smanjenje i uklanjanje neodrživih količina i obrazaca proizvodnje i potrošnje te osigurati da potrošnja resursa postane održiva. Za bavljenje tim pitanjima potreban je sveobuhvatan, sustavan i zajednički pristup<sup>39</sup>. Mnoga poduzeća su akteri na međunarodnom i globalnom planu te tako utječu na globalni okoliš. Sve se više govori o ulozi poslovnog sektora u postizanju održivog razvoja. Generalni tajnik UN-a je pokrenuo inicijativu „Global Compact“ (Globalni sporazum) – čiji je cilj potaknuti poduzeća da budu partneri u poboljšanju stanja u društvu i okolišu<sup>40</sup>. Upute OECD-a<sup>41</sup> za multinacionalne kompanije također promoviraju održivi razvoj.

## **2.5. Vrste društvene odgovornosti**

U devedesetim godinama 20. stoljeća nekoliko autora je definiralo vrste društvene odgovornosti. U osnovi definicije su vrlo slične i u glavnom se vežu uz četiri osnovne vrste društvene odgovornosti koje će biti objašnjene u nastavku. Tako, primjerice, profesor Archie B. Carroll, direktor Centra za neprofitne organizacije na poslovnoj školi Terry College of Business, ima svoj koncept nivoa društvene odgovornosti kompanija koje navodi u obliku “piramide društvene odgovornosti“, što prikazuje slika 2.<sup>42</sup>

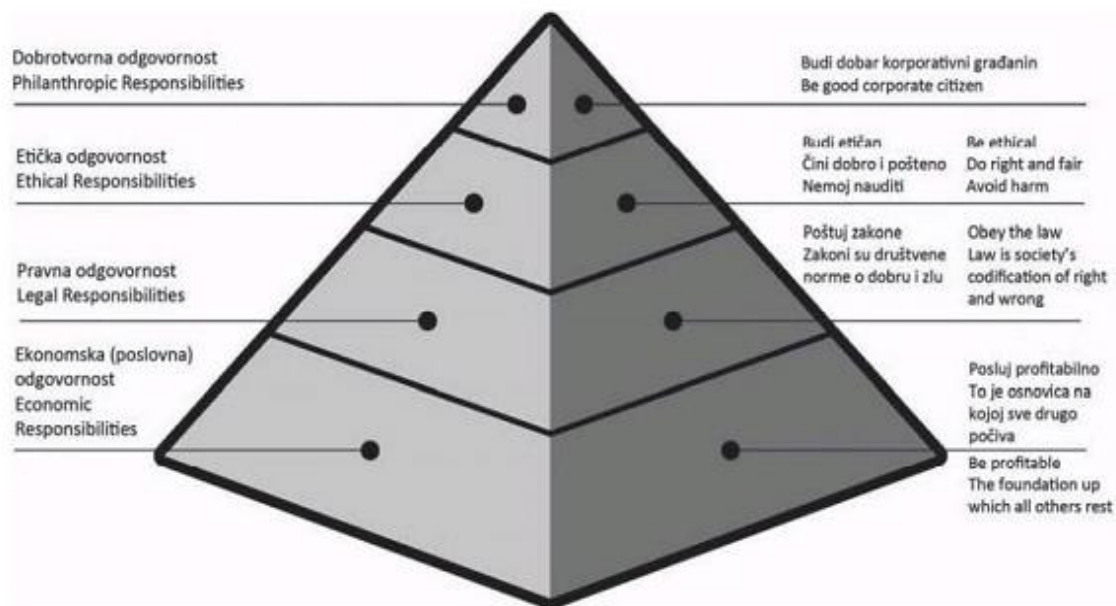
---

<sup>39</sup>Matešić, M., Pavlović, D., Bartoluci, D. (2015): Društveno odgovorno poslovanje, VPŠ Libertas, Zagreb, str. 49.

<sup>40</sup>Pavić-Rogošić, L.: Društveno odgovorno poslovanje (DOP), Odraz, str. 8, [Internet], raspoloživo na: <http://www.odraz.hr/media/21845/dop.pdf>

<sup>41</sup>OECD – Organizacija za ekonomsku suradnju i razvoj

<sup>42</sup>Cerjan-Letica, G. (2010): Piramida profesionalne i poslovne odgovornosti u hrvatskoj stomatologiji, Acta Stomatologica Croatica, 44 (2)



**Slika 2: Piramida društvene odgovornosti Archiea Carolla**

Izvor: Cerjan-Letica, G. (2010): Piramida profesionalne i poslovne odgovornosti u hrvatskoj stomatologiji, Acta Stomatologica Croatica, 44 (2)

Kako se vidi iz slike 2, četiri nivoa društvene odgovornosti kompanije su<sup>43</sup>:

*1. Ekonomska odgovornost (eng. Economic Responsibility)*

Ekonomska odgovornost prema vlasnicima primarna je i najvažnija odgovornost korporacije. Biti profitabilan, to je temelj na kojem se sve zasniva.

*2. Pravna odgovornost (eng. Legal Responsibility)*

Carroll smatra da svaka korporacija mora biti odgovorna pravna osoba koja poštuje slovo i duh svih zakona te ostalih propisa kodificiranih kao pravila ponašanja, a odnose se na tvrtke i/ili građane.

*3. Etička odgovornost (eng. Ethical Responsibility)*

Na toj razini nije dostatno da je tvrtka profitabilna i da poštuje zakone, nego se traži etičnost, tj. da se ponaša u skladu s etičkim normama korporativne društvene odgovornosti.

<sup>43</sup>Ibid

#### 4. Filantropska odgovornost (eng. *Philanthropic Responsibility*)

Na vrh piramide društvenih odgovornosti Carroll je postavio obvezu tvrtke da bude dobar korporativni građanin, tj. da donacijama i dobročinstvom pridonosi boljitku ljudi i zajednice u kojoj djeluje.

Vrlo sličnu definiciju društvene odgovornosti kompanije dao je američki sociolog Robert Daft 1997. godine. Prema njemu društvena odgovornost ima svoju hijerarhiju, koja se proteže od ekonomske do diskrecijske odgovornosti, a prikazuje je slika 3:



**Slika 3: Hijerarhija društvene odgovornosti**

Izvor: Buble, M. (2006): Osnove menadžmenta, Sinergija, Zagreb

Na temelju slike 3 vidi se da su vrste odgovornosti poredane odozdo prema gore u ovisnosti o njihovoj veličini i učestalosti kojom im menadžer pristupa. Značenje svake od navedenih vrsta odgovornosti je<sup>44</sup>:

##### 1. Ekonomska odgovornost

Prva razina društvene odgovornosti poduzeća je ekonomska odgovornost s obzirom da je ona temeljna ekonomska jedinica društva. Njena je odgovornost da proizvodi dobra i usluge koje

---

<sup>44</sup>Buble, M. (2006): Osnove menadžmenta, Sinergija, Zagreb.



društvo želi i da maksimizira profit za svoje vlasnike i dioničare. Nobelovac Milton Friedman zagovara pogled maksimizacije profita, odnosno ekonomsku odgovornost izvedenu do ekstrema. Ovaj pogled pokazuje da poduzeće treba operirati na profitno orijentiranoj osnovi s njegovom jedinom misijom rasta profita tako dugo dok se drži pravila igre.

### *2. Zakonska odgovornost*

Zakonska odgovornost definira što društvo smatra kao važno s obzirom na primjereno ponašanje poduzeća. Od poduzeća se očekuje da ispunjava svoje ekonomske ciljeve unutar zakona koje su donijeli nadležni organi.

### *3. Etička odgovornost*

Etička odgovornost uključuje ponašanja koja nisu neophodno kodificirana u zakonu i ne smiju služiti direktnim ekonomskim interesima poduzeća. Donositelj odluka u poduzeću, da bi bio etičan, treba djelovati s pravičnošću, poštenjem i pravednošću, respektirajući prava pojedinaca, te osigurati različite tretmane pojedinaca samo kada je to važno za ciljeve i zadatke poduzeća.

### *4. Diskrecijska odgovornost*

Diskrecijska odgovornost je isključivo dobrovoljna i vodi se željama poduzeća da čini društvene doprinose bez obveza u odnosu na ekonomiju, pravo ili etiku. Diskrecijske aktivnosti obuhvaćaju filantropski doprinos koji ne nudi povrat poduzeću, niti se on očekuje. Diskrecijska odgovornost je najviši kriterij socijalne odgovornosti jer ona prelazi socijalna očekivanja za doprinosom blagodati zajednice.

## **2.6. Modeli društvene odgovornosti**

Poseban problem u razumijevanju društvene odgovornosti je to da i menadžeri moraju postaviti pitanje "odgovornosti prema komu?" odnosno "kome su odgovorni?". Buble ističe da se tada javlja dvojba oko toga da li je poduzeće ekonomski entitet, subjekt kojemu je cilj ostvarivanje profita za svoje vlasnike, ili je ono ipak socioekonomski entitet, subjekt kojemu je cilj ostvarivanje ekonomskog i socijalnog doprinosa društvu<sup>45</sup>. Temeljem ovoga pitanja razlikuju se dva modela:

- Stockholder model ili klasični ekonomski model

---

<sup>45</sup>Buble, M. (2006): Osnove menadžmenta, Sinergija, Zagreb.

- Stakeholder model ili socioekonomski model

*Stockholder model* temelji se na tome da je poduzeće u privatnom vlasništvu i da za cilj ima isključivo maksimiziranje profita. Menadžeri svoju društvenu odgovornost najbolje ispunjavaju ako vode računa o financijskim interesima dioničara<sup>46</sup>.

*Stakeholder model* temelji se na tome da poduzeće nema samo jedan već više ciljeva, te da treba služiti cjelokupnom društvu. U užem smislu stakeholderi su one grupe o kojima ovisi opstanak poduzeća – dioničari, zaposlenici, kupci, dobavljači i drugi. U širem smislu to su grupe pojedinaca koje mogu utjecati na poduzeće i na koje ono utječe svojim proizvodima, politikama i radnim procesima – grupe od javnog interesa, protestne grupe, lokalna društva, vladine organizacije i dr. Poduzeće je društveno odgovorno ako vodi računa o interesima različitih stakeholdera<sup>47</sup>.

Glavne razlike između dva navedena modela su prikazane u tablici 1.

**Tablica 1: Razlike između klasičnog ekonomskog i socioekonomskog modela**

Ekonomski model	Socioekonomski model
Proizvodnja	Kvaliteta života
Eksploatacija resursa	Očuvanje resursa i sklad s prirodom
Tržišno utemeljenje	Prisutna je društvena kontrola tržišnih odluka
Povrat resursa(ekonomski)	Uravnoteženi ekonomski i društveni povrat resursa
Individualni resursi	Zajednički interesi države
Mala uloga države	Aktivna uloga države

Izvor: prikaz autora prema Buble, M. (2006): Osnove menadžmenta, Sinergija, Zagreb

Navedena različita stajališta o društvenoj odgovornosti rezultirala su i argumentima za i protiv društvene odgovornosti poduzeća. Ističu se četiri argumenta za i četiri argumenta protiv društvene odgovornosti, a to su<sup>48</sup>:

Argumenti za:

- Poduzeće je neizbježno uključeno u društvena pitanja.

<sup>46</sup>Ibid

<sup>47</sup>Ibid

<sup>48</sup>Ibid

- Poduzeće raspolaže resursima kojima se može uhvatiti u koštac sa složenim društvenim problemima.
- Bolje društvo znači i bolju okolinu za poduzeće.
- Društveno odgovorna akcija poduzeća spriječit će vladinu intervenciju.

Argumenti protiv:

- Maksimizacija profita osigurava efikasnu uporabu društvenih resursa.
- Kao ekonomska institucija poduzeće nema sposobnost da ostvaruje društvene ciljeve.
- Poduzeće već ima previše moći.
- Budući da menadžeri nisu izabrani, nisu direktno ni odgovorni narodu.

## 2.7. Strategije društvene odgovornosti

Poduzeća se suočavaju sa specifičnim društvenim zahtjevima, a na temelju njihove reakcije razvijena su četiri tipa strategija<sup>49</sup>:

### 1. *Opstruktivna (obstructive) strategija*

Poduzeća negiraju odgovornost u nastojanju da se održi status quo.

### 2. *Defenzivna (defensive) strategija*

Poduzeća izbjegavaju preuzimanje dodatnih odgovornosti koristeći zakonska sredstva i marketing akcije.

### 3. *Adaptivna (accommodative) strategija*

Poduzeće prihvaća, često pod pritiskom, društvenu odgovornost za svoje akcije pokušavajući ispuniti ekonomsku, zakonsku i etičku odgovornost.

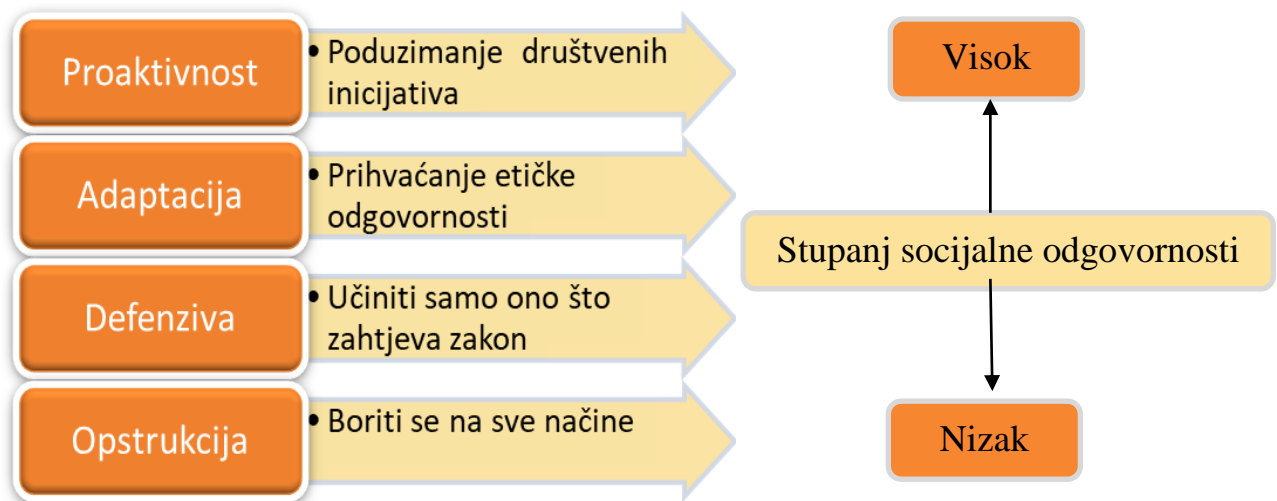
### 4. *Proaktivna (proactive) strategija*

Poduzeće preuzima vodstvo u društvenim pitanjima definiranjem programa društvene odgovornosti koji služi kao model drugima.

Dijagram 1 pokazuje odgovor poduzeća na društvene zahtjeve putem različitih strategija.

---

<sup>49</sup>Ibid



**Dijagram 1: Odgovor korporacije na društvene zahtjeve**

Izvor: Prikaz autora prema Buble, M. (2006): Osnove menadžmenta, Sinergija, Zagreb.

## 2.8. Nacionalna nagrada za društveno odgovorno poslovanje

„Nacionalnu nagradu za društveno odgovorno poslovanje Privredna komora Srbije dodjeljuje još od 2007. godine, i ono što nagradu izdvaja od ostalih u ovom području je njena jedinstvena metodologija, koja na ravnomjeren način tretira različite aspekte poslovanja. Upitnikom je obuhvaćeno pet osnovnih stupova DOP-a: zaposleni, životna sredina, tržište, imovina i zajednica. Nagrada je u međuvremenu postala tradicionalna nagrada, koju Privredna komora Srbije dodjeljuje svake druge godine. Žiri za dodjelu Nacionalne nagrade za društveno odgovorno poslovanje čine predstavnici Privredne komore Srbije, Ministarstva poljoprivrede i zaštite životne sredine, Ministarstva za rad, zapošljavanje, boračka i socijalna pitanja, Javnog medijskog servisa Srbije i civilnog sektora“<sup>50</sup>.

Nacionalna nagrada za DOP u organizaciji Privredne komore Srbije definira doprinos društvenoj odgovornosti poslovnih subjekata i ima za cilj identificirati najbolje programe i inicijative u Srbiji. Poslovni subjekti u Srbiji imaju priliku da se svako dvije godine natječu za nagradu, te predstavljaju ideje i vizije koje su vezane za društveno odgovorno poslovanje. Ovu nagradu će dobiti poslovni subjekti koji su realizirali najbolje društveno odgovorne projekte i

<sup>50</sup>Privredna komora Srbije, [Internet], raspoloživo na: <http://www.pks.rs/PrivredaSrbije.aspx?id=525&p=0&>

koji su najuspješniji u realizaciji principa društveno odgovornog poslovanja u svojim organizacijama<sup>51</sup>.

Poslovni subjekti podnose prijavu za nagradu tako što ispunjavaju upitnik koji se sastoji od četiri dijela koja se ocjenjuju<sup>52</sup>:

- Profil organizacije: prvi dio sadrži opće podatke o organizaciji, kao što su naziv, pravni oblik, broj zaposlenih itd. Ovi podaci potrebni su samo zbog statističkih razloga i neće se ocjenjivati.
- Individualna uspješnost organizacije u društveno odgovornom poslovanju: drugi dio upitnika osigurava podatke o tome koliko je daleko organizacija odmakla u primjeni DOP-a u ključnim područjima – ljudski resursi, tržište, životna sredina, zajednica/društvo i imovina/kapital.
- Opis primjera dobre prakse DOP-a: u trećem dijelu, organizacija bira projekt iz područja DOP-a koji smatra najvažnijim i daje njegov kratak opis.
- Mješovita pitanja: četvrti dio upitnika popunjavaju srednja i velika poduzeća. S obzirom da je praksa DOP-a značajnije razvijena u srednjim i velikim poduzećima, u ovom dijelu se nalaze pitanja koja se odnose na sve aspekte – zaposlenici, tržište, životna sredina, transparentno poslovanje te pomoć lokalnoj zajednici.

---

<sup>51</sup>Ibid, [Internet], raspoloživo na: <http://www.pks.rs/SADRZAJ/Files/Metodologija%20dodele%20Nagrade%20maj%202016.pdf>

<sup>52</sup>Ibid

### 3. OSIGURAVAJUĆA I REOSIGURAVAJUĆA DRUŠTVA

#### 3.1. Pojam osiguranja i reosiguranja

„Kroz povijest razvoja osiguranja kao djelatnosti nastao je niz definicija osiguranja. Njemački klasik u znanosti osiguranja Manes definira osiguranje kao uzajamno namirivanje potreba mnogobrojnih i na isti način ugroženih subjekata, a čije potrebe nastaju slučajno i daju se procijeniti. I Bader definira osiguranje kao oblik financiranja rezervi, baziran na primjeni statističkih zakonitosti, s ciljem individualne raspodjele za pokriće budućih i u svojoj ukupnosti ocjenjivih potreba, koje nastaju nastupom određenih opasnosti (rizika) i kao posljedicu imaju nastanak šteta ili sličnih događaja<sup>53</sup>.

Na temelju vrlo mnogo definicija koje su tijekom povijesnog razvoja osiguranja nastale, osiguranje se može definirati kao „financijska djelatnost putem koje se pruža ekonomska zaštita od određenih rizika koji mogu dovesti do nastanka šteta na imovini, financijskih gubitaka i šteta na osobama<sup>54</sup>.

Osiguranje je kompleksan sustav s dva temeljna obilježja<sup>55</sup>:

- Prijenos rizika od pojedinaca na skupinu ili zajednicu rizika, što treba razumjeti kao svijest pojedinaca od ugroženosti od istih opasnosti od kojih se efikasnije može zaštititi ako se uključe u sustav osiguranja u što većem broju, te
- Raspodjela gubitaka na izjednačenoj osnovici za sve članove skupine, a to podrazumijeva sustav podjele nastalih gubitaka na sve osiguranike i pokriće tih gubitaka u obliku premija koje uplaćuju osiguranici.

Bez obzira na oblik organiziranja, osiguranje mora prikupiti dovoljnu premiju da bi moglo naknaditi nastale štete. Zato je osnovna obveza ugovaratelja osiguranja-osiguranika da plati premiju osiguranja da bi na temelju zaključenog ugovora o osiguranju imao pravo na naknadu štete ili isplatu osiguranog iznosa, a osiguratelja da u slučaju nastanka osiguranog slučaja naknadi štetu ili isplati osigurani iznos<sup>56</sup>.

„Djelatnost osiguranja i od prvih početaka organiziranog osiguranja, a posebno danas, uopće se ne može zamisliti bez reosiguranja. Reosiguranje je djelatnost koja spada u okvir poslova

---

<sup>53</sup>Bijelić, M.; Miletić, V. (2009): Osiguranje (i reosiguranje) u globalizaciji, *Ekonomija/Economics*, 16 (2), str. 313-314, [Internet], raspoloživo na: [http://staro.rifin.com/root/tekstovi/casopis\\_pdf/ek\\_ec\\_612.pdf](http://staro.rifin.com/root/tekstovi/casopis_pdf/ek_ec_612.pdf)

<sup>54</sup>Ibid

<sup>55</sup>Mičin, K. (2008): *Računovodstvo osiguravajućih društava*, HASIBO, Zagreb, str. 45.

<sup>56</sup>Bijelić, M.; Miletić, V. (2009): Osiguranje (i reosiguranje) u globalizaciji, *Ekonomija/Economics*, 16 (2), str. 314, [Internet], raspoloživo na: [http://staro.rifin.com/root/tekstovi/casopis\\_pdf/ek\\_ec\\_612.pdf](http://staro.rifin.com/root/tekstovi/casopis_pdf/ek_ec_612.pdf)

osiguranja, a omogućava osigurateljima da preuzimaju rizike koji prelaze njihove vlastite kapacitete nošenja rizika. Odvija se samo interno, između osiguratelja i reosiguratelja. Ono omogućava osiguratelju povećanje kapaciteta za preuzimanje rizika. Reosiguranje predstavlja osiguranje osiguratelja-prvoosiguratelja, isto kao što osiguranje predstavlja osiguranje osiguranika. Reosiguranje na vrlo jednostavan način omogućava dijeljenje rizika. I reosiguratelj utvrđuje svoje kapacitete nošenja rizika. Ako primi rizike iznad svojih kapaciteta ili ako ne želi u potpunosti koristiti svoje ukupne kapacitete on dalje retrocedira viškove rizika drugim reosigurateljima<sup>657</sup>.

### **3.2. Djelatnost osiguranja**

Društvo za osiguranje se osniva kao dioničko društvo ili kao društvo za uzajamno osiguranje, a društvo za reosiguranje se osniva samo kao dioničko društvo<sup>58</sup>. Društvo za osiguranje i reosiguranje je pravno lice sa sjedištem u Republici Srbiji koje je u registar nadležnog organa upisano na osnovu dozvole Narodne banke Srbije za obavljanje poslova osiguranja i reosiguranja.

Djelatnost osiguranja čine poslovi osiguranja, uključujući i saosiguranje, poslovi reosiguranja, poslovi posredovanja u osiguranju i poslovi zastupanja u osiguranju. U skladu s tim poslovi osiguranja podrazumjevaju zaključivanje i izvršavanje ugovora o životnom i o neživotnom osiguranju, osim o obaveznom socijalnom osiguranju, a poslovi reosiguranja su zaključivanje i izvršavanje ugovora o reosiguranju kojim se osigurani višak rizika iznad samopridržaja društva za osiguranje prenosi u reosiguranje<sup>59</sup>.

### **3.3. Vrste osiguranja**

Skupine osiguranja klasificiraju se na životna i neživotna osiguranja.

Vrste životnih osiguranja su<sup>60</sup>:

1) osiguranje života, koje pokriva:

- osiguranje života za slučaj doživljenja,

---

<sup>57</sup>Ibid, str. 316.

<sup>58</sup>Zakon o osiguranju, „Službeni glasnik Republike Srbije“, br. 139/14. i Zakon o osiguranju, [Internet], raspoloživo na: <http://www.parlament.gov.rs/upload/archive/files/lat/pdf/zakoni/2014/4390-14%20LAT.pdf>

<sup>59</sup>Ibid

<sup>60</sup>Ibid, čl. 8.

- osiguranje života za slučaj smrti,
- osiguranje života za slučaj smrti i doživljenja,
- osiguranje života s povratom premije;

2) osiguranje za slučaj vjenčanja i rođenja;

3) rentno osiguranje;

4) dopunsko osiguranje uz osiguranje života, koje pokriva:

- dopunsko osiguranje od posljedica nezgode uz životno osiguranje,
- dopunsko zdravstveno osiguranje uz životno osiguranje;

5) životna osiguranja pod točkama od 1 do 3, a koja su vezana za jedinice investicijskih fondova;

6) tontine, koje predstavljaju osiguranje u kome se osiguranici dogovore da će zajednički kapitalizirati svoje doprinose i tako kapitaliziranu imovinu podijeliti između onih osiguranika koji dožive određenu starost, odnosno između nasljednika umrlih osiguranika;

7) osiguranje s kapitalizacijom isplate, koje se zasniva na aktuarskim obračunima i u kome osiguranik kao zamjenu za jednokratnu ili periodičnu uplatu premije prima isplate u određenoj visini u određenom periodu.

Vrste neživotnih osiguranja su<sup>61</sup>:

1) osiguranje od posljedica nezgode, uključujući i osiguranje od povreda na radu i profesionalnih oboljenja, koje pokriva:

- ugovorenu novčanu naknadu za slučaj nezgode,
- naknadu ugovorenih troškova za slučaj nezgode,
- kombinaciju isplata prethodno navedenog
- isplatu zbog posljedica povrede ili oštećenja zdravlja ili zbog smrti putnika;

2) dobrovoljno zdravstveno osiguranje, koje pokriva:

- ugovorenu novčanu naknadu za slučaj bolesti,

---

<sup>61</sup> Ibid, čl. 9.



- naknadu ugovorenih troškova lečenja,
- kombinaciju isplata prethodno navedenog;

3) osiguranje motornih vozila, koje pokriva štete na motornim vozilima na vlastiti pogon, osim tračnih vozila, i na vozilima bez vlastitog pogona, odnosno koje pokriva gubitak tih vozila;

4) osiguranje tračnih vozila, koje pokriva štete na tračnim vozilima, odnosno gubitak tih vozila;

5) osiguranje zrakoplova, koje pokriva štete na zrakoplovima, odnosno gubitak zrakoplova;

6) osiguranje plovnih objekata, koje pokriva štete na plovnim objektima, odnosno gubitak tih objekata (morskih, rječnih, jezerskih i kanalskih);

7) osiguranje robe u prijevozu, koje pokriva štete na robi, odnosno gubitak robe bez obzira na vrstu prijevoza;

8) osiguranje imovine od požara i drugih opasnosti, koje pokriva štete na imovini koje nastanu usled požara, eksplozije, oluje i drugih prirodnih nepogoda, atomske energije, klizanja i slijeganja tla, osim šteta koje pokrivaju osiguranja iz točke 3 do 7

9) ostala osiguranja imovine, koja pokrivaju štete na imovini nastale zbog loma strojeva, provalne krađe, loma stakla, grada, mraza ili drugih opasnosti, osim šteta koje pokrivaju osiguranja iz točke 3 do 8

10) osiguranje od odgovornosti zbog upotrebe motornih vozila, koje pokriva sve vrste odgovornosti zbog upotrebe motornih vozila na vlastiti pogon na kopnu, uključujući i odgovornost pri transportu;

11) osiguranje od odgovornosti zbog upotrebe zrakoplova, koje pokriva sve vrste odgovornosti zbog upotrebe zrakoplova, uključujući i odgovornost pri transportu;

12) osiguranje od odgovornosti zbog upotrebe plovnih objekata, koje pokriva sve vrste odgovornosti zbog upotrebe ovih objekata, uključujući i odgovornost pri transportu;

13) osiguranje od opće odgovornosti za štetu, koje pokriva ostale vrste odgovornosti, osim odgovornosti iz točke od 10 do 12 ovog članka;

14) osiguranje kredita, koje pokriva:

- rizik od neplaćanja, odnosno kašnjenja u plaćanju zbog nesolventnosti ili drugih događaja ili postupaka,
- izvozne kredite i ostale rizike povezane sa izvozom, trgovinom i ulaganjima na domaćem i stranom tržištu,
- kredite koji se isplaćuju u ratama,
- hipotekarne i lombardne kredite,
- poljoprivredne kredite,
- ostale kredite i zajmove;

15) osiguranje jamstva, koje pokriva neposredno ili posredno ispunjenje obaveza dužnika;

16) osiguranje financijskih gubitaka, koje pokriva financijske gubitke zbog:

- gubitka zaposlenja,
- nedovoljnih prihoda,
- lošeg vremena,
- izgubljene dobiti,
- neplaniranih općih troškova,
- neplaniranih troškova poslovanja,
- gubitka tržišne vrijednosti,
- gubitka zakupnine, odnosno prihoda,
- posrednih poslovnih gubitaka, osim gubitaka zaposlenja i gubitaka zakupnine
- ostalih neposlovnih gubitaka,
- ostalih financijskih gubitaka;

17) osiguranje troškova pravne zaštite, koje pokriva sudske troškove, troškove odvjetnika i druge troškove postupka;

18) osiguranje pomoći na putovanju, koje pokriva pomoć osobama koja naiđu na probleme na putovanju, odnosno u drugim slučajevima odsutnosti iz prebivališta ili boravišta.

### **3.4. Temeljni kapital i dionice**

Temeljni kapital dioničkog društva za osiguranje/reosiguranje ne može biti manji od dinarske protuvrijednosti slijedećih iznosa, i to za<sup>62</sup>:

- 1) životna osiguranja 3.200.000 eura;
- 2) pojedine vrste neživotnih osiguranja, osim vrsta osiguranja navedenih pod točkama 10 do 15 u prethodnom naslovu 2.200.000 eura;
- 3) sve vrste neživotnih osiguranja ili vrste osiguranja navedenih pod točkama 10 do 15 u prethodnom naslovu 3.200.000 eura;
- 4) reosiguranje 3.200.000 eura.

Pri osnivanju društva koje pruža usluge životnog osiguranja, novčani dio temeljnog kapitala čini 100% minimalnog propisanog iznosa, koji se obračunava po srednjem tečaju Narodne banke Srbije na dan uplate te je dužno da u svom poslovanju održava temeljni kapital u propisanoj visini<sup>63</sup>.

Dionice društva za osiguranje moraju glasiti na ime, izdane u nematerijaliziranom obliku i biti u cijelosti uplaćene u novcu prije upisa osnivanja ili upisa povećanja temeljnog kapitala dioničkog društva za osiguranje u sudski registar. Povlaštene dionice društva za osiguranje mogu biti do najviše 25 % ukupnih dionica dioničkog društva za osiguranje.

### **3.5. Odobrenje za obavljanje poslova**

Društvo za osiguranje i reosiguranje je pravna osoba sa sjedištem u Republici Srbiji koje je u registar nadležnog organa upisano na osnovu dozvole Narodne banke Srbije za obavljanje poslova osiguranja odnosno reosiguranja<sup>64</sup>.

Nadzor nad obavljanjem djelatnosti osiguranja provodi Narodna banka Srbije, u skladu sa Zakonom o osiguranju i zakonom kojim se uređuju položaj, organizacija, ovlasti i funkcije Narodne banke Srbije – radi zaštite prava i interesa osiguranika i drugih korisnika osiguranja<sup>65</sup>.

---

<sup>62</sup>Ibid, čl. 27.

<sup>63</sup>Ibid

<sup>64</sup>Ibid, čl. 3.

<sup>65</sup>Ibid, čl. 13.

Narodna banka Srbije vodi registar podataka o društvima za osiguranje i društvima za reosiguranje kojima je izdala dozvolu za obavljanje poslova osiguranja, odnosno poslova reosiguranja, s podacima o osnivačima ovih društava, kvalificiranim imateljima i članovima uprave tih društava, kao i o drugim osobama koja u skladu sa ovim zakonom imaju pravo da u Republici Srbiji obavljaju te poslove<sup>66</sup>.

### **3.6. Zakonodavni okvir tržišta osiguranja u Republici Srbiji**

Tržište osiguranja u Republici Srbiji, kao i djelokrug i nadležnost Narodne banke Srbije (NBS), uređeno je Zakonom o osiguranju, Zakonom o računovodstvu, Zakonom o obveznom osiguranju u prometu, Zakon o sprječavanju pranja novca i financiranja terorizma te pripadajućim podzakonskim aktima<sup>67</sup>.

„Uloga Narodne banke Srbije u nadzoru društava za osiguranja je očuvanje i jačanje financijske stabilnosti tržišta osiguranja, kao dijela modernog, efikasnog i stabilnog financijskog sektora, a s ciljem zaštite prava i interesa osiguranika i drugih korisnika osiguranja“<sup>68</sup>.

Navedeno Narodna banka Srbije provodi kroz: izdavanje i oduzimanje dozvola za obavljanje djelatnosti osiguranja, vršenje kontrole, odnosno nadzora nad obavljanjem te djelatnosti i druge povezane aktivnosti. Osim utvrđivanja udovoljavaju li subjekti propisanim zakonskim uvjetima, prije izdavanja dozvole za obavljanje poslova, NBS organizira i provjeru stručnih znanja putem ispita za dobivanje ovlaštenja za obavljanje poslova zastupanja i posredovanja u osiguranju i reosiguranju.

„Vršenje nadzora podrazumjeva ocjenu: zakonitosti obavljanja djelatnosti osiguranja, sistema upravljanja u društvu, tržišnog ponašanja, investicijske aktivnosti, računovodstva i izvještavanja, djelovanja organa uprave, kao i poštivanja pravila struke osiguranja i aktuarske struke, dobrih poslovnih običaja i poslovne etike“<sup>69</sup>.

---

<sup>66</sup>Ibid, čl. 16.

<sup>67</sup>Narodna banka Srbije, Propisi iz oblasti poslova nadzora nad obavljanjem delatnosti osiguranja, [Internet], raspoloživo na: <https://www.nbs.rs/internet/latinica/20/osg/index.html>

<sup>68</sup>Narodna banka Srbije, Nadzor osiguranja, [Internet], raspoloživo na: <https://www.nbs.rs/internet/latinica/60/index.html>

<sup>69</sup>Ibid

Prema postojećoj zakonodavnoj regulativi, djelatnost osiguranja u Srbiji može obavljati društvo za osiguranje kao dioničko društvo i društvo za uzajamno osiguranje<sup>70</sup>.

Dioničko društvo za osiguranje posluje uz fiksnu premiju, koju ne može mjenjati poslije zaključenja ugovora o osiguranju. Dioničko društvo se može baviti svim vrstama osiguranja, ili samo nekim vrstama (kao što su obavezno osiguranje od autoodgovornosti ili reosiguranje). Dioničko društvo za osiguranje osniva se ugovorom koji zaključuju najmanje dvije pravne ili fizičke osobe<sup>71</sup>.

Društvo za uzajamno osiguranje je pravna osoba koja obavlja djelatnost osiguranja u interesu svojih članova po principu uzajamnosti i solidarnosti. Ono može obavljati sve poslove osiguranja, ali ne i poslove reosiguranja. Osnivaju ga pravne i fizičke osobe<sup>72</sup>.

### **3.7. Udruženje za pravo osiguranja Srbije**

Udruženje za pravo osiguranja Srbije je kao nacionalno odjeljenje Međunarodnog udruženja za pravo osiguranja (AIDA-Association Internationale de Droit des Assurances-International Association for Insurance Law), izašlo iz anonimnosti pred pravnu i drugu stručnu javnost 1971. godine. Udruženje ima za cilj da organizira rad i razvija suradnju na proučavanju i razvoju prava osiguranja<sup>73</sup>.

Zadaci udruženja su<sup>74</sup>:

- okupljanje i organiziranje pravnika koji rade na pravu osiguranja u društvima za osiguranje, sudovima, odvjetništvu, sveučilištima, poduzećima i drugim organizacijama s ciljem što uspješnijeg ostvarivanja zadataka iz područja prava osiguranja;
- rad na proučavanju i unaprjeđivanju prava osiguranja;
- suradnja sa nadležnim upravnim i zakonodavnim organima, komorama i udruženjima pri izradi propisa iz područja osiguranja i provođenja tih propisa u praksi;
- proučavanje propisa iz područja prava osiguranja radi njihove primjene u praksi

---

<sup>70</sup>Zakon o osiguranju, „Službeni glasnik Republike Srbije“, br. 139/14.

<sup>71</sup>Knežević, M. (2010): Zakonodavni okvir poslovanja društva za osiguranje, Ekonomski fakultet Univerziteta u Kragujevcu, str. 74.

<sup>72</sup>Ibid

<sup>73</sup>Udruženje za pravo osiguranja Srbije, [Internet], raspoloživo na: <http://www.srbija-aida.org/index.htm>

<sup>74</sup>Ibid

- suradnja sa pravosudnim organima zbog unaprjeđenja i razvoja sudske prakse i prikupljanja iste;
- unaprjeđenje službi u društvima za osiguranje i drugim organizacijama koje se bave pravom osiguranja;
- organiziranje pomoći pravnicima u društvima za osiguranje na postizanju posebnih stručnih kvalifikacija u daljem stručnom usavršavanju;
- suradnja sa znanstvenim ustanovama, institutima i drugim organizacijama na razvijanju i unaprjeđenju prava osiguranja.

Udruženje ostvaruje svoje zadatke<sup>75</sup>:

- organiziranjem i održavanjem stručnih sastanaka, savjetovanja, predavanja, seminara, simpozija;
- izradom i objavljivanjem znanstvenih i stručnih članaka i radova iz područja prava osiguranja ili pomaganjem u izradi takvih radova („Revija za pravo osiguranja“ je časopis za teoriju i praksu osiguranja sa čijim je izdavanjem Udruženje za pravo osiguranja Srbije započelo 2002. godine);
- predlaganjem nadležnim organima donošenje propisa za uspješno rješavanje pravnih problema osiguranja u praksi, kao i sudjelovanjem u raspravama prilikom donošenja svih propisa iz područja osiguranja;
- prikupljanjem i objavljivanjem komentara sudske prakse iz područja osiguranja;
- suradnjom sa drugim udruženjima na rješavanju problema iz područja osiguranja;
- organiziranjem suradnje i učešćem u međunarodnoj suradnji na proučavanju problema osiguranja u okviru Međunarodnog udruženja za pravo osiguranja.

Skupština je najviši organ Udruženja i ona donosi statut i odlučuje o njegovim izmjenama i dopunama, razmatra i usvaja izvještaj o radu Udruženja, razmatra i odlučuje o općim pitanjima u vezi sa ostvarivanjem ciljeva udruženja i rada organa, bira i razrješava upravni i nadzorni odbor, predsjednika i potpredsjednika. Upravni odbor izvršava odluke Skupštine i upravlja radom Udruženja u onim pitanjima upravljanja koja nisu nadležnost Skupštine<sup>76</sup>.

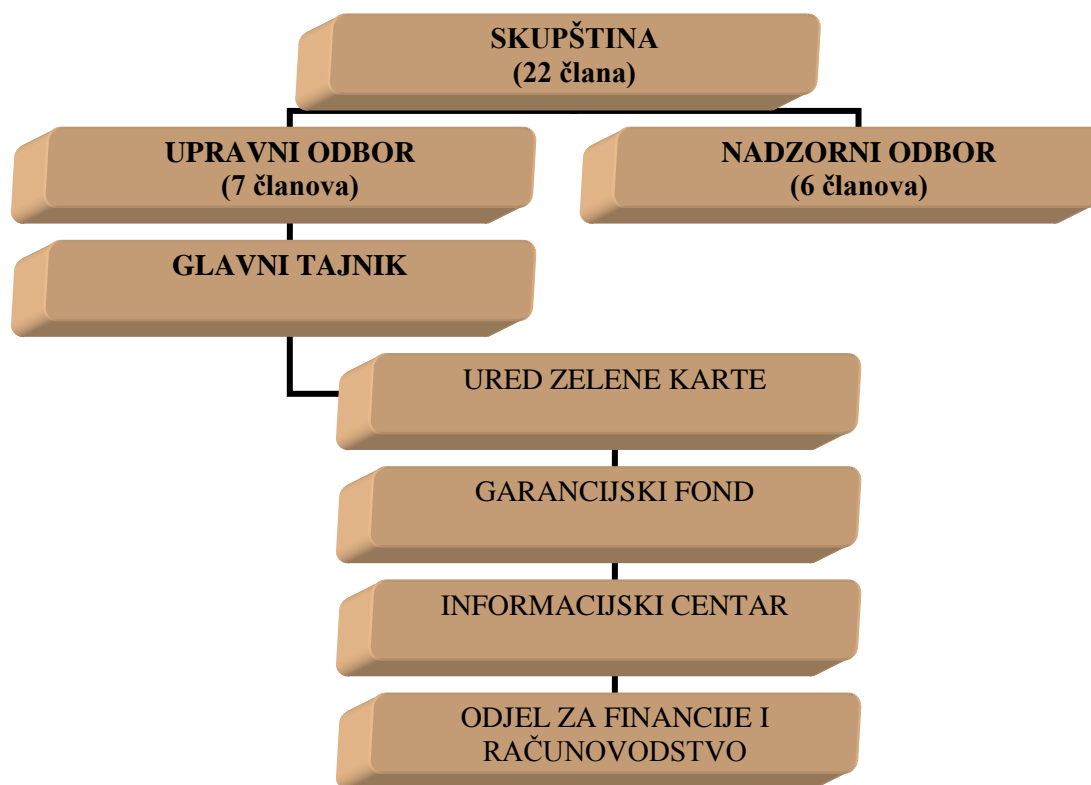
---

<sup>75</sup>Ibid

<sup>76</sup>Ibid, [Internet], raspoloživo na: <http://www.srbija-aida.org/organi.htm>

Članovi Udruženja mogu biti pravne i fizičke osobe. Udruženje ima redovne članove, koje čine diplomirani pravnici, magistri i doktori pravnih nauka. Pridruženi članovi su diplomirani ekonomisti, magistri i doktori ekonomskih nauka i druga diplomirana lica, magistri i doktori znanosti, koji mogu doprinjeti ostvarivanju ciljeva i zadataka Udruženja. Oni imaju položaj pridruženih članova Udruženja dok ostali mogu biti počasni članovi. Članovi-pravne osobe su društva za osiguranje i reosiguranje i druge pravne osobe. Plaćanje članarine, iako je ona minimalna, nije uvjet za pristup fizičkih osoba u članstvo Udruženja, dok je za pravne osobe plaćanje članarine obavezno<sup>77</sup>.

Dijagram 2 prikazuje organizacijsku strukturu Udruženja za pravo osiguranja Srbije.



## Dijagram 2: Organizacija Udruženja za pravo osiguranja Srbije

Izvor: Udruženje za pravo osiguranja Srbije, [Internet], raspoloživo na: <http://www.srbija-aida.org>

<sup>77</sup>Ibid, [Internet], raspoloživo na: <http://www.srbija-aida.org/clanovi.htm>

## **4. DRUŠTVENA ODGOVORNOST OSIGURAVAJUĆIH I REOSIGURAVAJUĆIH DRUŠTAVA U REPUBLICI SRBIJI**

Aktivnosti društveno odgovornog poslovanja mogu se priopćavati javnosti putem godišnjeg izvješća, posebnog izvještaja o društvenoj odgovornosti ili na internetskoj stranici bez propisane forme. Dobrovoljna priroda načina izvještavanja o društveno odgovornom poslovanju daje društvima slobodu da izaberu formu i sadržaj izvještaja.

Predmet istraživanja je izvještavanje na internetskim stranicama o primjeni društveno odgovornog poslovanja osiguravajućih i reosiguravajućih društava koja djeluju na području Republike Srbije. Istražuju se društva koja se nalaze u registru Narodne banke Srbije, a u nastavku će se detaljnije razraditi problem istraživanja i prikazati rezultati.

### **4.1. Osnovni podaci o osiguravajućim i reosiguravajućim društvima**

Tablica 2 prikazuje popis osiguravajućih i reosiguravajućih društava na kojima se provodi istraživanje o društvenoj odgovornosti. U tablici su prikazani podaci o obliku trgovačkog društva, sjedištu društva, godini osnivanja na području Republike Srbije i temeljnom kapitalu.

Sva društva su osnovana kao dionička društva za osiguranje kako je propisano Zakonom o osiguranju te ih većina ima sjedište u Beogradu dok tri društva imaju sjedište u Novom Sadu. Prvo osiguravajuće društvo osnovano na području Republike Srbije 1963. godine je Dunav osiguranje i reosiguranje, a iza njega je osnovano Triglav osiguranje 1972. godine. Najmlađe osiguravajuće društvo na području Republike Srbije je Sogaz osiguranje osnovano 2012. godine.



**Tablica 2: Osiguravajuća i reosiguravajuća društva**

R. b.	Naziv	Oblik trgovačkog društva	Godina osnivanja	Sjedište	Temeljni kapital
1.	AMS osiguranje	dioničko društvo	1998.	Beograd	641.723.000,00 din
2.	DDOR osiguranje	dioničko društvo	1990.	Novi sad	2.649.091.000,00 din
3.	DDOR reosiguranje	dioničko društvo	1990.	Novi sad	575.560.000,00 din
4.	Dunav osiguranje	dioničko društvo	1963.	Beograd	5.853.775.000,00 din
5.	Dunav reosiguranje	dioničko društvo	1963.	Beograd	768.246.000,00 din
6.	Energoprojekt Garant	dioničko društvo	1992.	Beograd	699.887.000,00 din
7.	Generali osiguranje	dioničko društvo	1998.	Beograd	2.131.997.000,00 din
8.	Generali reosiguranje	dioničko društvo	2000.	Beograd	615.635.000,00 din
9.	Globos osiguranje	dioničko društvo	1994.	Beograd	1.099.430.000,00 din
10.	Grawe osiguranje	dioničko društvo	1997.	Beograd	1.000.411.000,00 din
12.	Merkur osiguranje	dioničko društvo	2007.	Beograd	458.131.000,00 din
12.	Milenijum osiguranje	dioničko društvo	1992.	Beograd	601.948.000,00 din
13.	Sava neživotno osiguranje	dioničko društvo	2007.	Beograd	551.373.000,00 din
14.	Sava životno osiguranje	dioničko društvo	2008.	Beograd	448.117.000,00 din
15.	Societe Generale osiguranje	dioničko društvo	2009.	Beograd	412.606.000,00 din
16.	Sogaz osiguranje	dioničko društvo	2012.	Novi sad	568.833.000,00 din
17.	Triglav osiguranje	dioničko društvo	1972.	Beograd	1.375.678.000,00 din
18.	Uniqa neživotno osiguranje	dioničko društvo	2006.	Beograd	1.348.080.000,00 din
19.	Uniqa životno osiguranje	dioničko društvo	2006.	Beograd	789.823.000,00 din
20.	Weiner reosiguranje	dioničko društvo	2008.	Beograd	631.919.00,00 din
21.	Weiner Stadtische osiguranje	dioničko društvo	2003.	Beograd	1.814.422.000,00 din

Izvor: prikaz autora na temelju godišnjih financijskih izvještaja za 2015. godinu

Tablica 3 kreirana je na temelju financijskih izvještaja društava iz 2015. godine te prikazuje ukupne prihode ostvarene tijekom godine te poslovni rezultat, dobit ili gubitak. Društvo koje je ostvarilo najveću dobit u 2015. godini u iznosu od 2.548.972.000,00 din je Generali osiguranje, a društvo s najvećim gubitkom od 725.882.000,00 din je Globos osiguranje. Najveće prihode u 2015. godini u iznosu od 18.274.221.000,00 din ostvarilo je Dunav osiguranje, a najmanje prihode je imalo DDOR reosiguranje u iznosu od 10.269.000,00 din.

**Tablica 3: Poslovni rezultati osiguravajućih i reosiguravajućih društava u 2015. godini**

R. b.	Naziv	Prihod (31.12.2015.)	Dobit/gubitak (31.12.2015.)
1.	AMS osiguranje	2.385.878.000,00 din	16.089.000,00 din
2.	DDOR osiguranje	8.622.456.000,00 din	219.765.000,00 din
3.	DDOR reosiguranje	10.269.000,00 din	5.043.000,00 din
4.	Dunav osiguranje	18.274.221.000,00 din	370.318.000,00 din
5.	Dunav reosiguranje	418.502.000,00 din	343.057.000,00 din
6.	Energoprojekt Garant	114.282.000,00 din	64.891.000,00 din
7.	Generali osiguranje	16.662.586.000,00 din	2.548.972.000,00 din
8.	Generali reosiguranje	144.379.000,00 din	100.058.000,00 din
9.	Globos osiguranje	254.453.000,00 din	-725.882.000,00 din
10.	Grawe osiguranje	3.203.559.000,00 din	314.715.000,00 din
11.	Merkur osiguranje	910.343.000,00 din	19.225.000,00 din
12.	Milenijum osiguranje	2.474.073.000,00 din	23.977.000,00 din
13.	Sava neživotno osiguranje	1.538.327.000,00 din	-70.074.000,00 din
14.	Sava životno osiguranje	139.908.000,00 din	-34.845.000,00 din
15.	Societe Generale osiguranje	459.533.000,00 din	24.949.000,00 din
16.	Sogaz osiguranje	132.763.000,00 din	25.861.000,00 din
17.	Triglav osiguranje	2.791.893.000,00 din	7.308.000,00 din
18.	Uniqa neživotno osiguranje	3.326.306.000,00 din	-230.424.000,00 din
19.	Uniqa životno osiguranje	1.810.311.000,00 din	122.780.000,00 din
20.	Weiner reosiguranje	452.349.000,00 din	67.540.000,00 din
21.	Weiner Stadtische osiguranje	5.630.899.000,00 din	351.069.000,00 din

Izvor: prikaz autora na temelju godišnjih financijskih izvještaja za 2015. godinu

#### 4.2. Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti

Tablica 4 prikazuje Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti društava za osiguranje i reosiguranje koji se sastoji od šest domena DOP-a unutar kojih se nalaze aktivnosti djelovanja. Indeks je kreiran kombinacijom Indeksa izvještavanja o društvenoj odgovornosti banaka<sup>78</sup> (Identification of the Observed Social Disclosure Information<sup>79</sup>) i stručne literature<sup>80</sup>.

<sup>78</sup>Rogošić, A., Kundid, A.: Izvještavanje o društvenoj odgovornosti banaka u Hrvatskoj, Praktični menadžment, Vol. III, br. 5, str. 15-20, Ekonomski fakultet u Splitu, Split

<sup>79</sup>Kundid, A., Rogošić, A. (2011): Bank Online Reporting: Comparative Advantage, Formalism or Fashion?, Faculty of Economics, University of Split, Croatia

<sup>80</sup>Matešić, M., Pavlović, D., Bartoluci, D. (2015): Društveno odgovorno poslovanje, VPŠ Libertas, Zagreb

**Tablica 4: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti**

Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti	
Ljudski resursi	1. Edukacija (seminari, usavršavanja i sl.)
	2. Poštivanje osnovnih ljudskih i radničkih prava
	3. Sigurnost na radu
	4. Zapošljavanje
	5. Ispitivanje i maksimalizacija zadovoljstva
	6. Jednakost među spolovima (ravnopravnost muškaraca i žena u upravi)
Uključenost u zajednicu i dobročinstvo	7. Donacije za zdravstvo
	8. Donacije za znanost i obrazovanje
	9. Donacije i sponzorstva u umjetnosti i kulturi
	10. Donacije i sponzorstva sporta
	11. Donacije u humanitarne svrhe i organizacija humanitarnih programa
	12. Donacije humanitarnim organizacijama
Poslovna strategija i tržišni odnosi	13. Antikorupcijski program
	14. Etički kodeks
	15. Zaštita osobnih podataka potrošača
	16. Politika odnosa prema konkurenciji
Odnosi s klijentima	17. Nagrade
	18. Posebne usluge
Proizvodi/usluge	19. Nagrade za proizvode/usluge
	20. Razvoj proizvoda/usluga
Zaštita okoliša	21. Donacije za ekološke projekte
	22. Interna politika zaštite okoliša
	23. Eksterna politika zaštite okoliša
	24. Posebni proizvodi za ekološke projekte

Izvor: Berić, T. (2016): Društveno odgovorno poslovanje osiguravajućih i reosiguravajućih društava u Republici Hrvatskoj, Diplomski rad, Ekonomski fakultet u Splitu

Istraživanjem osiguravajućih i reosiguravajućih društava na internetskim stranicama dodijelit će se bodovi svakom pojedinom poduzeću na način da će se svaka pojedina aktivnost vrednovati sa 1 ili 0.

Ako društvo izvještava o navedenoj aktivnosti dodijelit će mu se vrijednost 1, a ako ne izvještava dodijelit će mu se vrijednost 0. Visina bodova pokazat će koliko osiguravajuća i reosiguravajuća društva izvještavaju o aktivnostima društveno odgovornog poslovanja, o kojoj domeni najviše izvještavaju te će se donijeti zaključak koliko je izvještavanje o društvenoj odgovornosti prisutno u djelatnosti osiguranja.

Najveći broj bodova je 24, što znači da društvo izvještava o svim aktivnostima društvene odgovornosti, a najmanji je 0 što bi značilo da društvo o nijednoj domeni društveno odgovornog poslovanja ne izvještava na internetskim stranicama.

Za svako osiguravajuće i reosiguravajuće društvo će se dati kratak osvrt na Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti, a na kraju će se na temelju istraživanja i prikupljenih

podataka donijeti zaključak o kojem području društvene odgovornosti se najviše izvještava, o koliko područja društvene odgovornosti koje osiguravajuće/reosiguravajuće društvo izvještava te će se izračunati prosječan broj bodova djelatnosti osiguranja u Republici Srbiji na temelju Indeksa izvještavanja o društvenoj odgovornosti.

**Tablica 5: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti AMS osiguranja**

<b>1. AMS OSIGURANJE a.d.o. Beograd</b>				
<b>Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti</b>		<b>DA (1)</b>	<b>NE (0)</b>	<b>Ukupno</b>
<b>Ljudski resursi</b>	1. Edukacija (seminari, usavršavanja i sl.)	1		5
	2. Poštivanje osnovnih ljudskih i radničkih prava	1		
	3. Sigurnost na radu	1		
	4. Zapošljavanje	1		
	5. Ispitivanje i maksimalizacija zadovoljstva	1		
	6. Jednakost među spolovima (ravnopravnost muškaraca i žena u upravi)		0	
<b>Uključenost u zajednicu i dobročinstvo</b>	7. Donacije za zdravstvo	1		3
	8. Donacije za znanost i obrazovanje		0	
	9. Donacije i sponzorstva u umjetnosti i kulturi		0	
	10. Donacije i sponzorstva sporta	1		
	11. Donacije u humanitarne svrhe i organizacija humanitarnih programa	1		
	12. Donacije humanitarnim organizacijama		0	
<b>Poslovna strategija i tržišni odnosi</b>	13. Antikorupcijski program		0	2
	14. Etički kodeks	1		
	15. Zaštita osobnih podataka potrošača	1		
<b>Odnosi s klijentima</b>	16. Politika odnosa prema konkurenciji		0	1
	17. Nagrade	1		
<b>Proizvodi/usluge</b>	18. Posebne usluge		0	1
	19. Nagrade za proizvode/usluge		0	
<b>Zaštita okoliša</b>	20. Razvoj proizvoda/usluga	1		1
	21. Donacije za ekološke projekte		0	
	22. Interna politika zaštite okoliša	1		
	23. Eksterna politika zaštite okoliša		0	
	24. Posebni proizvodi za ekološke projekte		0	
<b>UKUPNO:</b>				<b>13</b>

Izvor: prikaz autora na temelju istraživanja web stranice osiguranja, [Internet], raspoloživo na: <https://www.ams.co.rs>

Tablica 5 prikazuje Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti za AMS osiguranje. Od ukupno 24 boda kojih može prikupiti društvo je dobilo 13 bodova, odnosno 54,17 % od ukupnog broja bodova što znači da poduzeće izvještava u svim domenama o društveno odgovornom poslovanju na svojoj internetskoj stranici.

Područje o kojem društvo najviše izvještava su aktivnosti vezane za ljudske resurse što iznosi 5 bodova, odnosno 20,83 % od ukupnog broja bodova, dok samo jedan bod, odnosno 4,17 % nose područja odnosa s klijentima, proizvoda/usluga i zaštite okoliša.

**Tablica 6: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti DDOR Novi Sad osiguranja**

2. DDOR NOVI SAD a.d.o. Novi Sad				
Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti		DA (1)	NE (0)	Ukupno
Ljudski resursi	1. Edukacija (seminari, usavršavanja i sl.)	1		4
	2. Poštivanje osnovnih ljudskih i radničkih prava	1		
	3. Sigurnost na radu		0	
	4. Zapošljavanje	1		
	5. Ispitivanje i maksimalizacija zadovoljstva	1		
	6. Jednakost među spolovima (ravnopravnost muškaraca i žena u upravi)		0	
Uključenost u zajednicu i dobročinstvo	7. Donacije za zdravstvo		0	2
	8. Donacije za znanost i obrazovanje	1		
	9. Donacije i sponzorstva u umjetnosti i kulturi		0	
	10. Donacije i sponzorstva sporta		0	
	11. Donacije u humanitarne svrhe i organizacija humanitarnih programa	1		
	12. Donacije humanitarnim organizacijama		0	
Poslovna strategija i tržišni odnosi	13. Antikorupcijski program		0	1
	14. Etički kodeks		0	
	15. Zaštita osobnih podataka potrošača	1		
	16. Politika odnosa prema konkurenciji		0	
Odnosi s klijentima	17. Nagrade	1		1
	18. Posebne usluge		0	
Proizvodi/usluge	19. Nagrade za proizvode/usluge		0	0
	20. Razvoj proizvoda/usluga		0	
Zaštita okoliša	21. Donacije za ekološke projekte		0	0
	22. Interna politika zaštite okoliša		0	
	23. Eksterna politika zaštite okoliša		0	
	24. Posebni proizvodi za ekološke projekte		0	
			<b>UKUPNO:</b>	<b>8</b>

Izvor: prikaz autora na temelju istraživanja web stranice osiguranja, [Internet], raspoloživo na: <http://www.ddor.rs>

**Tablica 7: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti DDOR reosiguranja**

3. DDOR RE a.d.o. Novi Sad				
Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti		DA (1)	NE (0)	Ukupno
Ljudski resursi	1. Edukacija (seminari, usavršavanja i sl.)	1		4
	2. Poštivanje osnovnih ljudskih i radničkih prava	1		
	3. Sigurnost na radu		0	
	4. Zapošljavanje	1		
	5. Ispitivanje i maksimalizacija zadovoljstva	1		
	6. Jednakost među spolovima (ravnopravnost muškaraca i žena u upravi)		0	
Uključenost u zajednicu i dobročinstvo	7. Donacije za zdravstvo		0	2
	8. Donacije za znanost i obrazovanje	1		
	9. Donacije i sponzorstva u umjetnosti i kulturi		0	
	10. Donacije i sponzorstva sporta		0	
	11. Donacije u humanitarne svrhe i organizacija humanitarnih programa	1		
	12. Donacije humanitarnim organizacijama		0	
Poslovna strategija i tržišni odnosi	13. Antikorupcijski program		0	1
	14. Etički kodeks		0	
	15. Zaštita osobnih podataka potrošača	1		
	16. Politika odnosa prema konkurenciji		0	
Odnosi s klijentima	17. Nagrade	1		1
	18. Posebne usluge		0	
Proizvodi/usluge	19. Nagrade za proizvode/usluge		0	0
	20. Razvoj proizvoda/usluga		0	
Zaštita okoliša	21. Donacije za ekološke projekte		0	0
	22. Interna politika zaštite okoliša		0	
	23. Eksterna politika zaštite okoliša		0	
	24. Posebni proizvodi za ekološke projekte		0	
			<b>UKUPNO:</b>	<b>8</b>

Izvor: prikaz autora na temelju istraživanja web stranice osiguranja, [Internet], raspoloživo na: <http://www.ddor.rs>

Tablice 6 i 7 prikazuju Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti DDOR Novi Sad osiguranja i DDOR reosiguranja koji imaju jednako bodovane aktivnosti iz područja društvene odgovornosti te od ukupno 24 boda imaju po 8 bodova odnosno 33,33 %.

Društva objavljuju poduzete aktivnosti iz 4 područja društvene odgovornosti, a najviše iz područja ljudskih resursa što nosi 4 boda odnosno 16,67 %. Područja poslovne strategije i tržišnih odnosa te odnosa s klijentima nose samo po jedan bod, dok područja proizvodnja/usluga i zaštite okoliša nisu ostvarila ni jedan bod.

Dunav osiguranje i Dunav reosiguranje imaju isti broj bodova i izvještavaju o istim područjima i aktivnostima društvene odgovornosti što prikazuju tablice 8 i 9 te su ostvarili po 14 bodova odnosno 58,33 %, što pokazuje da društva izvještavaju o poduzetim aktivnostima u 5 od 6 područja.

Najveći broj bodova društva su ostvarila iz područja ljudskih resursa, što iznosi 5 bodova odnosno 20,83 %. Visok broj bodova društva su dobila i iz područja uključenosti u zajednicu i dobročinstvo koje nosi 4 boda, što čini 16,67 %. Odnosi s klijentima i proizvodi/usluge nose po 2 boda te poslovna strategija i tržišni odnosi 1 bod, što zajedno čini 20,83 %. O području zaštite okoliša nema objavljenih aktivnosti na internetskim stranicama društava.

**Tablica 8: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti Dunav osiguranja**

<b>4. DUNAV OSIGURANJE a.d.o. Beograd</b>				
<b>Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti</b>		<b>DA (1)</b>	<b>NE (0)</b>	<b>Ukupno</b>
<b>Ljudski resursi</b>	1. Edukacija (seminari, usavršavanja i sl.)	1		5
	2. Poštivanje osnovnih ljudskih i radničkih prava	1		
	3. Sigurnost na radu	1		
	4. Zapošljavanje		0	
	5. Ispitivanje i maksimalizacija zadovoljstva	1		
	6. Jednakost među spolovima (ravnopravnost muškaraca i žena u upravi)	1		
<b>Uključenost u zajednicu i dobročinstvo</b>	7. Donacije za zdravstvo		0	4
	8. Donacije za znanost i obrazovanje		0	
	9. Donacije i sponzorstva u umjetnosti i kulturi	1		
	10. Donacije i sponzorstva sporta	1		
	11. Donacije u humanitarne svrhe i organizacija humanitarnih programa	1		
	12. Donacije humanitarnim organizacijama	1		
<b>Poslovna strategija i tržišni odnosi</b>	13. Antikorupcijski program		0	1
	14. Etički kodeks	1		
	15. Zaštita osobnih podataka potrošača		0	
	16. Politika odnosa prema konkurenciji		0	
<b>Odnosi s klijentima</b>	17. Nagrade	1		2
	18. Posebne usluge	1		
<b>Proizvodi/usluge</b>	19. Nagrade za proizvode/usluge	1		2
	20. Razvoj proizvoda/usluga	1		
<b>Zaštita okoliša</b>	21. Donacije za ekološke projekte		0	0
	22. Interna politika zaštite okoliša		0	
	23. Eksterna politika zaštite okoliša		0	
	24. Posebni proizvodi za ekološke projekte		0	
			<b>UKUPNO:</b>	<b>14</b>

Izvor: prikaz autora na temelju istraživanja web stranice osiguranja, [Internet], raspoloživo na: <http://www.dunav.com>

**Tablica 9: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti Dunav reosiguranja**

5. DUNAV RE a.d.o. Beograd				
Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti		DA (1)	NE (0)	Ukupno
Ljudski resursi	1. Edukacija (seminari, usavršavanja i sl.)	1		5
	2. Poštivanje osnovnih ljudskih i radničkih prava	1		
	3. Sigurnost na radu	1		
	4. Zapošljavanje		0	
	5. Ispitivanje i maksimalizacija zadovoljstva	1		
	6. Jednakost među spolovima (ravnopravnost muškaraca i žena u upravi)	1		
Uključenost u zajednicu i dobročinstvo	7. Donacije za zdravstvo		0	4
	8. Donacije za znanost i obrazovanje		0	
	9. Donacije i sponzorstva u umjetnosti i kulturi	1		
	10. Donacije i sponzorstva sporta	1		
	11. Donacije u humanitarne svrhe i organizacija humanitarnih programa	1		
	12. Donacije humanitarnim organizacijama	1		
Poslovna strategija i tržišni odnosi	13. Antikorupcijski program		0	1
	14. Etički kodeks	1		
	15. Zaštita osobnih podataka potrošača		0	
	16. Politika odnosa prema konkurenciji		0	
Odnosi s klijentima	17. Nagrade	1		2
	18. Posebne usluge	1		
Proizvodi/usluge	19. Nagrade za proizvode/usluge	1		2
	20. Razvoj proizvoda/usluga	1		
Zaštita okoliša	21. Donacije za ekološke projekte		0	0
	22. Interna politika zaštite okoliša		0	
	23. Eksterna politika zaštite okoliša		0	
	24. Posebni proizvodi za ekološke projekte		0	
			<b>UKUPNO:</b>	<b>14</b>

Izvor: prikaz autora na temelju istraživanja web stranice osiguranja, [Internet], raspoloživo na: <http://www.dunav.com>

Iz tablice 10 možemo vidjeti Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti za Energoprojekt Garant koji pokazuje kako ovo osiguravajuće društvo jako malo izvještava o svojim društveno odgovornim aktivnostima. Svaka domena je bodovana s nulom, osim područja ljudskih resursa. Od ukupno 24 boda društvo je prikupilo 3 boda što čini 12,50 % te upućuje na minimalno objavljivanje podataka o društveno odgovornom poslovanju na internetskoj stranici.

O preostalih pet područja društvene odgovornosti koja se odnose na uključenost u zajednicu i dobročinstvo, poslovnu strategiju i tržišne odnose, odnose s klijentima, proizvode/usluge te zaštitu okoliša Energoprojekt Garant ne objavljuje informacije dostupne javnosti.



**Tablica 10: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti Energoprojekt Garant osiguranja**

<b>6. ENERGOPROJEKT GARANT a.d.o. Beograd</b>				
<b>Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti</b>		<b>DA (1)</b>	<b>NE (0)</b>	<b>Ukupno</b>
<b>Ljudski resursi</b>	1. Edukacija (seminari, usavršavanja i sl.)	1		3
	2. Poštivanje osnovnih ljudskih i radničkih prava		0	
	3. Sigurnost na radu		0	
	4. Zapošljavanje		0	
	5. Ispitivanje i maksimalizacija zadovoljstva	1		
	6. Jednakost među spolovima (ravnopravnost muškaraca i žena u upravi)	1		
<b>Uključenost u zajednicu i dobročinstvo</b>	7. Donacije za zdravstvo		0	0
	8. Donacije za znanost i obrazovanje		0	
	9. Donacije i sponzorstva u umjetnosti i kulturi		0	
	10. Donacije i sponzorstva sporta		0	
	11. Donacije u humanitarne svrhe i organizacija humanitarnih programa		0	
	12. Donacije humanitarnim organizacijama		0	
<b>Poslovna strategija i tržišni odnosi</b>	13. Antikorupcijski program		0	0
	14. Etički kodeks		0	
	15. Zaštita osobnih podataka potrošača		0	
	16. Politika odnosa prema konkurenciji		0	
<b>Odnosi s klijentima</b>	17. Nagrade		0	0
	18. Posebne usluge		0	
<b>Proizvodi/usluge</b>	19. Nagrade za proizvode/usluge		0	0
	20. Razvoj proizvoda/usluga		0	
<b>Zaštita okoliša</b>	21. Donacije za ekološke projekte		0	0
	22. Interna politika zaštite okoliša		0	
	23. Eksterna politika zaštite okoliša		0	
	24. Posebni proizvodi za ekološke projekte		0	
			<b>UKUPNO:</b>	<b>3</b>

Izvor: prikaz autora na temelju istraživanja web stranice osiguranja, [Internet], raspoloživo na: <http://www.garant.rs>

Tablice 11 i 12 prikazuju da Generali osiguranje i Generali reosiguranje na svojim internetskim stranicama izvještavaju o svim područjima društvene odgovornosti te su jednakim bodovanjem ostvarila po visokih 22 boda od ukupnih 24, odnosno 91,67 %, što je ujedno i najveći broj bodova ostvarenih među ostalim osiguravajućim društvima u Srbiji.

Društva iz čak četiri područja društveno odgovornog poslovanja izvještavaju o svim aktivnostima, odnosno iz područja ljudskih resursa, poslovne strategije i tržišnih odnosa, odnosa s klijentima i proizvoda/usluga, što ukupno iznosi 58,33 %, dok iz područja uključenost u zajednicu i dobročinstvo imaju 5 bodova što čini 20,83 %, te zaštite okoliša 3 boda odnosno 12,5 %.

**Tablica 11: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti Generali osiguranja**

<b>7. GENERALI OSIGURANJE Srbija a.d.o</b>				
<b>Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti</b>		<b>DA (1)</b>	<b>NE (0)</b>	<b>Ukupno</b>
<b>Ljudski resursi</b>	1. Edukacija (seminari, usavršavanja i sl.)	1		6
	2. Poštivanje osnovnih ljudskih i radničkih prava	1		
	3. Sigurnost na radu	1		
	4. Zapošljavanje	1		
	5. Ispitivanje i maksimalizacija zadovoljstva	1		
	6. Jednakost među spolovima (ravnopravnost muškaraca i žena u upravi)	1		
<b>Uključenost u zajednicu i dobročinstvo</b>	7. Donacije za zdravstvo	1		5
	8. Donacije za znanost i obrazovanje	1		
	9. Donacije i sponzorstva u umjetnosti i kulturi	1		
	10. Donacije i sponzorstva sporta	1		
	11. Donacije u humanitarne svrhe i organizacija humanitarnih programa	1		
	12. Donacije humanitarnim organizacijama		0	
<b>Poslovna strategija i tržišni odnosi</b>	13. Antikorupcijski program	1		4
	14. Etički kodeks	1		
	15. Zaštita osobnih podataka potrošača	1		
	16. Politika odnosa prema konkurenciji	1		
<b>Odnosi s klijentima</b>	17. Nagrade	1		2
	18. Posebne usluge	1		
<b>Proizvodi/usluge</b>	19. Nagrade za proizvode/usluge	1		2
	20. Razvoj proizvoda/usluga	1		
<b>Zaštita okoliša</b>	21. Donacije za ekološke projekte	1		3
	22. Interna politika zaštite okoliša	1		
	23. Eksterna politika zaštite okoliša	1		
	24. Posebni proizvodi za ekološke projekte		0	
			<b>UKUPNO:</b>	<b>22</b>

Izvor: prikaz autora na temelju istraživanja web stranice osiguranja, [Internet], raspoloživo na: [http://www.generali.rs/fizicka\\_lica/naslovna.760.html](http://www.generali.rs/fizicka_lica/naslovna.760.html)

**Tablica 12: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti Generali reosiguranja**

<b>8. GENERALI REOSIGURANJE Srbija a.d.o</b>				
<b>Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti</b>		<b>DA (1)</b>	<b>NE (0)</b>	<b>Ukupno</b>
<b>Ljudski resursi</b>	1. Edukacija (seminari, usavršavanja i sl.)	1		6
	2. Poštivanje osnovnih ljudskih i radničkih prava	1		
	3. Sigurnost na radu	1		
	4. Zapošljavanje	1		
	5. Ispitivanje i maksimalizacija zadovoljstva	1		
	6. Jednakost među spolovima (ravnopravnost muškaraca i žena u upravi)	1		
<b>Uključenost u zajednicu i dobročinstvo</b>	7. Donacije za zdravstvo	1		5
	8. Donacije za znanost i obrazovanje	1		
	9. Donacije i sponzorstva u umjetnosti i kulturi	1		
	10. Donacije i sponzorstva sporta	1		
	11. Donacije u humanitarne svrhe i organizacija humanitarnih programa	1		
	12. Donacije humanitarnim organizacijama		0	
<b>Poslovna strategija i tržišni odnosi</b>	13. Antikorupcijski program	1		4
	14. Etički kodeks	1		
	15. Zaštita osobnih podataka potrošača	1		
	16. Politika odnosa prema konkurenciji	1		
<b>Odnosi s klijentima</b>	17. Nagrade	1		2
	18. Posebne usluge	1		
<b>Proizvodi/usluge</b>	19. Nagrade za proizvode/usluge	1		2
	20. Razvoj proizvoda/usluga	1		
<b>Zaštita okoliša</b>	21. Donacije za ekološke projekte	1		3
	22. Interna politika zaštite okoliša	1		
	23. Eksterna politika zaštite okoliša	1		
	24. Posebni proizvodi za ekološke projekte		0	
			<b>UKUPNO:</b>	<b>22</b>

Izvor: prikaz autora na temelju istraživanja web stranice osiguranja, [Internet], raspoloživo na: [http://www.generali.rs/fizicka\\_lica/naslovna.760.html](http://www.generali.rs/fizicka_lica/naslovna.760.html)

Globos osiguranje je na temelju istraživanja internetske stranice prikupilo 4 od 24 boda što čini 16,67 % kao što prikazuje tablica 13. Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti pokazuje da poduzeće objavljuje informacije o ljudskim resursima što nosi 3 boda odnosno 12,5 % dok područje proizvodi/usluge nosi 1 bod što čini 4,17 %. O uključenosti u zajednicu i dobročinstvo, poslovnoj strategiji i tržišnim odnosima, odnosima s klijentima te zaštiti okoliša osiguranje ne objavljuje informacije dostupne javnosti.

**Tablica 13: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti Globos osiguranja**

<b>9. GLOBOS OSIGURANJE a.d.o. Beograd</b>				
<b>Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti</b>		<b>DA (1)</b>	<b>NE (0)</b>	<b>Ukupno</b>
<b>Ljudski resursi</b>	1. Edukacija (seminari, usavršavanja i sl.)		0	3
	2. Poštivanje osnovnih ljudskih i radničkih prava	1		
	3. Sigurnost na radu		0	
	4. Zapošljavanje		0	
	5. Ispitivanje i maksimalizacija zadovoljstva	1		
	6. Jednakost među spolovima (ravnopravnost muškaraca i žena u upravi)	1		
<b>Uključenost u zajednicu i dobročinstvo</b>	7. Donacije za zdravstvo		0	0
	8. Donacije za znanost i obrazovanje		0	
	9. Donacije i sponzorstva u umjetnosti i kulturi		0	
	10. Donacije i sponzorstva sporta		0	
	11. Donacije u humanitarne svrhe i organizacija humanitarnih programa		0	
	12. Donacije humanitarnim organizacijama		0	
<b>Poslovna strategija i tržišni odnosi</b>	13. Antikorupcijski program		0	0
	14. Etički kodeks		0	
	15. Zaštita osobnih podataka potrošača		0	
	16. Politika odnosa prema konkurenciji		0	
<b>Odnosi s klijentima</b>	17. Nagrade		0	0
	18. Posebne usluge		0	
<b>Proizvodi/usluge</b>	19. Nagrade za proizvode/usluge		0	1
	20. Razvoj proizvoda/usluga	1		
<b>Zaštita okoliša</b>	21. Donacije za ekološke projekte		0	0
	22. Interna politika zaštite okoliša		0	
	23. Eksterna politika zaštite okoliša		0	
	24. Posebni proizvodi za ekološke projekte		0	
			<b>UKUPNO:</b>	<b>4</b>

Izvor: prikaz autora na temelju istraživanja web stranice osiguranja, [Internet], raspoloživo na: <http://www.globos.co.rs>

Grawe osiguranje izvještava o pet područja društvene odgovornosti što vidimo u tablici 14 gdje je prikazan Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti. Ukupni broj bodova za Merkur osiguranje je 12 od maksimalnih 24 što čini 50 % te upućuje na prosječnu razinu izvještavanja o društvenoj odgovornosti na internetskim stranicama osiguranja, a rezultati pokazuju da društvo ne izvještava samo o jednom području i to o zaštiti okoliša.

Područje uključenosti u zajednicu i dobročinstvo nosi najveći broj bodova što čini 20,83 %, dok područje ljudskih resursa nosi 3 boda odnosno 12,50 %. Područje proizvoda/usluga nosi 2 boda odnosno 8,33 % a poslovna strategija i tržišni odnosi i odnosi s klijentima nose po 1 bod što zajedno iznosi 8,33 %.

**Tablica 14: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti Grawe osiguranja**

<b>10. GRAWE OSIGURANJE a.d.o. Beograd</b>				
<b>Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti</b>		<b>DA (1)</b>	<b>NE (0)</b>	<b>Ukupno</b>
<b>Ljudski resursi</b>	1. Edukacija (seminari, usavršavanja i sl.)	1		3
	2. Poštivanje osnovnih ljudskih i radničkih prava		0	
	3. Sigurnost na radu		0	
	4. Zapošljavanje	1		
	5. Ispitivanje i maksimalizacija zadovoljstva	1		
	6. Jednakost među spolovima (ravnopravnost muškaraca i žena u upravi)		0	
<b>Uključenost u zajednicu i dobročinstvo</b>	7. Donacije za zdravstvo		0	5
	8. Donacije za znanost i obrazovanje	1		
	9. Donacije i sponzorstva u umjetnosti i kulturi	1		
	10. Donacije i sponzorstva sporta	1		
	11. Donacije u humanitarne svrhe i organizacija humanitarnih programa	1		
	12. Donacije humanitarnim organizacijama	1		
<b>Poslovna strategija i tržišni odnosi</b>	13. Antikorupcijski program		0	1
	14. Etički kodeks		0	
	15. Zaštita osobnih podataka potrošača	1		
	16. Politika odnosa prema konkurenciji		0	
<b>Odnosi s klijentima</b>	17. Nagrade	1		1
	18. Posebne usluge		0	
<b>Proizvodi/usluge</b>	19. Nagrade za proizvode/usluge	1		2
	20. Razvoj proizvoda/usluga	1		
<b>Zaštita okoliša</b>	21. Donacije za ekološke projekte		0	0
	22. Interna politika zaštite okoliša		0	
	23. Eksterna politika zaštite okoliša		0	
	24. Posebni proizvodi za ekološke projekte		0	
			<b>UKUPNO:</b>	<b>12</b>

Izvor: prikaz autora na temelju istraživanja web stranice osiguranja, [Internet], raspoloživo na: <http://www.grawe.rs/rs/index.htm>

**Tablica 15: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti Merkur osiguranja**

<b>11. MERKUR OSIGURANJE a.d.o. Beograd</b>				
<b>Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti</b>		<b>DA (1)</b>	<b>NE (0)</b>	<b>Ukupno</b>
<b>Ljudski resursi</b>	1. Edukacija (seminari, usavršavanja i sl.)		0	2
	2. Poštivanje osnovnih ljudskih i radničkih prava		0	
	3. Sigurnost na radu		0	
	4. Zapošljavanje	1		
	5. Ispitivanje i maksimalizacija zadovoljstva	1		
	6. Jednakost među spolovima (ravnopravnost muškaraca i žena u upravi)		0	
<b>Uključenost u zajednicu i dobročinstvo</b>	7. Donacije za zdravstvo		0	3
	8. Donacije za znanost i obrazovanje		0	
	9. Donacije i sponzorstva u umjetnosti i kulturi		0	
	10. Donacije i sponzorstva sporta	1		
	11. Donacije u humanitarne svrhe i organizacija humanitarnih programa	1		
	12. Donacije humanitarnim organizacijama	1		
<b>Poslovna strategija i tržišni odnosi</b>	13. Antikorupcijski program		0	0
	14. Etički kodeks		0	
	15. Zaštita osobnih podataka potrošača		0	
	16. Politika odnosa prema konkurenciji		0	
<b>Odnosi s klijentima</b>	17. Nagrade		0	0
	18. Posebne usluge		0	
<b>Proizvodi/usluge</b>	19. Nagrade za proizvode/usluge	1		2
	20. Razvoj proizvoda/usluga	1		
<b>Zaštita okoliša</b>	21. Donacije za ekološke projekte		0	0
	22. Interna politika zaštite okoliša		0	
	23. Eksterna politika zaštite okoliša		0	
	24. Posebni proizvodi za ekološke projekte		0	
			<b>UKUPNO:</b>	<b>7</b>

Izvor: prikaz autora na temelju istraživanja web stranice osiguranja, [Internet], raspoloživo na: <http://www.merkur.rs>

Merkur osiguranje izvještava o tri područja društveno odgovornog poslovanja, i to o ljudskim resursima, uključenosti u zajednicu i dobročinstvo te proizvodima/uslugama, što mu nosi broj bodova 7 od ukupno 24 što čini 29,17 %.

Najviše poduzetih aktivnosti Merkur osiguranje objavljuje iz područja uključenosti u zajednicu i dobročinstvo, što nosi 3 boda odnosno 12,5 %. Ljudski resursi i proizvodi/usluge nose po 2 boda što zajedno čini 16,67 %.

O područjima poslovna strategija i tržišni odnosi, odnosi s klijentima te zaštita okoliša nema objavljenih informacija na internetskoj stranici osiguravajućeg društva.

**Tablica 16: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti Milenijum osiguranja**

<b>12. MILENIJUM OSIGURANJE a.d.o. Beograd</b>				
<b>Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti</b>		<b>DA (1)</b>	<b>NE (0)</b>	<b>Ukupno</b>
<b>Ljudski resursi</b>	1. Edukacija (seminari, usavršavanja i sl.)	1		3
	2. Poštivanje osnovnih ljudskih i radničkih prava		0	
	3. Sigurnost na radu		0	
	4. Zapošljavanje	1		
	5. Ispitivanje i maksimalizacija zadovoljstva	1		
	6. Jednakost među spolovima (ravnopravnost muškaraca i žena u upravi)		0	
<b>Uključenost u zajednicu i dobročinstvo</b>	7. Donacije za zdravstvo		0	0
	8. Donacije za znanost i obrazovanje		0	
	9. Donacije i sponzorstva u umjetnosti i kulturi		0	
	10. Donacije i sponzorstva sporta		0	
	11. Donacije u humanitarne svrhe i organizacija humanitarnih programa		0	
	12. Donacije humanitarnim organizacijama		0	
<b>Poslovna strategija i tržišni odnosi</b>	13. Antikorupcijski program		0	0
	14. Etički kodeks		0	
	15. Zaštita osobnih podataka potrošača		0	
	16. Politika odnosa prema konkurenciji		0	
<b>Odnosi s klijentima</b>	17. Nagrade		0	0
	18. Posebne usluge		0	
<b>Proizvodi/usluge</b>	19. Nagrade za proizvode/usluge		0	0
	20. Razvoj proizvoda/usluga		0	
<b>Zaštita okoliša</b>	21. Donacije za ekološke projekte		0	0
	22. Interna politika zaštite okoliša		0	
	23. Eksterna politika zaštite okoliša		0	
	24. Posebni proizvodi za ekološke projekte		0	
			<b>UKUPNO:</b>	<b>3</b>

Izvor: prikaz autora na temelju istraživanja web stranice osiguranja, [Internet], raspoloživo na: <http://milenijum-osiguranje.rs>

U tablici 16 je prikazan Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti za Milenijum osiguranje koje nosi 3 od ukupna 24 boda što čini 12,50 % te pokazuje da društvo minimalno izvještava o poduzetim aktivnostima društveno odgovornog djelovanja.

Društvo izvještava o poduzetim aktivnostima iz samo jednog područja, ljudskih resursa, dok iz ostalih pet područja, uključenost u zajednicu i dobročinstvo, poslovna strategija i tržišni odnosi, odnosi s klijentima, proizvodi/usluge i zaštita okoliša nema objavljenih aktivnosti.

**Tablica 17: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti Sava neživotnog osiguranja**

<b>13. SAVA NEŽIVOTNO OSIGURANJE a.d.o. Beograd</b>				
<b>Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti</b>		<b>DA (1)</b>	<b>NE (0)</b>	<b>Ukupno</b>
<b>Ljudski resursi</b>	1. Edukacija (seminari, usavršavanja i sl.)		0	3
	2. Poštivanje osnovnih ljudskih i radničkih prava		0	
	3. Sigurnost na radu		0	
	4. Zapošljavanje	1		
	5. Ispitivanje i maksimalizacija zadovoljstva	1		
	6. Jednakost među spolovima (ravnopravnost muškaraca i žena u upravi)	1		
<b>Uključenost u zajednicu i dobročinstvo</b>	7. Donacije za zdravstvo		0	1
	8. Donacije za znanost i obrazovanje		0	
	9. Donacije i sponzorstva u umjetnosti i kulturi		0	
	10. Donacije i sponzorstva sporta		0	
	11. Donacije u humanitarne svrhe i organizacija humanitarnih programa	1		
	12. Donacije humanitarnim organizacijama		0	
<b>Poslovna strategija i tržišni odnosi</b>	13. Antikorupcijski program		0	1
	14. Etički kodeks		0	
	15. Zaštita osobnih podataka potrošača	1		
	16. Politika odnosa prema konkurenciji		0	
<b>Odnosi s klijentima</b>	17. Nagrade		0	0
	18. Posebne usluge		0	
<b>Proizvodi/usluge</b>	19. Nagrade za proizvode/usluge		0	0
	20. Razvoj proizvoda/usluga		0	
<b>Zaštita okoliša</b>	21. Donacije za ekološke projekte		0	0
	22. Interna politika zaštite okoliša		0	
	23. Eksterna politika zaštite okoliša		0	
	24. Posebni proizvodi za ekološke projekte		0	
			<b>UKUPNO:</b>	<b>5</b>

Izvor: prikaz autora na temelju istraživanja web stranice osiguranja, [Internet], raspoloživo na: <http://sava-osiguranje.rs>

Sava neživotno osiguranje objavljuje o poduzetim aktivnostima društveno odgovornog poslovanja iz tri područja, te je prikupilo 5 bodova od mogućih 24, što čini 20,83 %.

U tablici 17 možemo vidjeti da se najviše objavljenih aktivnosti odnosi na područje ljudskih resursa, što nosi 3 boda odnosno 12,5 %. Ostala dva područja o kojima društvo na svojoj internetskoj stranici izvještava javnost, uključenost u zajednicu i dobročinstvo te poslovna strategija i tržišni odnosi, nose po 1 bod što zajedno čini 8,33 %, dok o aktivnostima na području odnosa s klijentima, proizvoda/usluga i zaštite okoliša nema objavljenih informacija.



**Tablica 18: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti Sava životnog osiguranja**

14. SAVA ŽIVOTNO OSIGURANJE a.d.o. Beograd				
Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti		DA (1)	NE (0)	Ukupno
Ljudski resursi	1. Edukacija (seminari, usavršavanja i sl.)	1		4
	2. Poštivanje osnovnih ljudskih i radničkih prava	1		
	3. Sigurnost na radu		0	
	4. Zapošljavanje	1		
	5. Ispitivanje i maksimalizacija zadovoljstva	1		
	6. Jednakost među spolovima (ravnopravnost muškaraca i žena u upravi)		0	
Uključenost u zajednicu i dobročinstvo	7. Donacije za zdravstvo		0	1
	8. Donacije za znanost i obrazovanje		0	
	9. Donacije i sponzorstva u umjetnosti i kulturi		0	
	10. Donacije i sponzorstva sporta		0	
	11. Donacije u humanitarne svrhe i organizacija humanitarnih programa	1		
	12. Donacije humanitarnim organizacijama		0	
Poslovna strategija i tržišni odnosi	13. Antikorupcijski program		0	1
	14. Etički kodeks		0	
	15. Zaštita osobnih podataka potrošača	1		
	16. Politika odnosa prema konkurenciji		0	
Odnosi s klijentima	17. Nagrade		0	0
	18. Posebne usluge		0	
Proizvodi/usluge	19. Nagrade za proizvode/usluge		0	1
	20. Razvoj proizvoda/usluga	1		
Zaštita okoliša	21. Donacije za ekološke projekte		0	0
	22. Interna politika zaštite okoliša		0	
	23. Eksterna politika zaštite okoliša		0	
	24. Posebni proizvodi za ekološke projekte		0	
			<b>UKUPNO:</b>	<b>7</b>

Izvor: prikaz autora na temelju istraživanja web stranice osiguranja, [Internet], raspoloživo na: <https://www.sava-zivot.rs>

Tablica 18 prikazuje Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti Sava životnog osiguranja. Od ukupno 24 boda osiguranje je prikupilo 7 bodova što čini 29,17 %. Unatoč ostvarenom niskom broju bodova, društvo o poduzetim aktivnostima društveno odgovornog poslovanja ne izvještava javnost samo iz dva područja, odnosi s klijentima te zaštita okoliša.

Najveći broj bodova Sava životno osiguranje prikupilo je iz područja ljudskih resursa, koje nosi 4 boda odnosno 16,67 %. Uključenost u zajednicu i dobročinstvo, poslovna strategija i tržišni odnosi te proizvodi/usluge nose po 1 bod što zajedno čini 12,5 %.

**Tablica 19: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti Societe Generale osiguranja**

<b>15. SOCIETE GENERALE OSIGURANJE a.d.o. Beograd</b>				
<b>Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti</b>		<b>DA (1)</b>	<b>NE (0)</b>	<b>Ukupno</b>
<b>Ljudski resursi</b>	1. Edukacija (seminari, usavršavanja i sl.)		0	2
	2. Poštivanje osnovnih ljudskih i radničkih prava		0	
	3. Sigurnost na radu		0	
	4. Zapošljavanje		0	
	5. Ispitivanje i maksimalizacija zadovoljstva	1		
	6. Jednakost među spolovima (ravnopravnost muškaraca i žena u upravi)	1		
<b>Uključenost u zajednicu i dobročinstvo</b>	7. Donacije za zdravstvo		0	0
	8. Donacije za znanost i obrazovanje		0	
	9. Donacije i sponzorstva u umjetnosti i kulturi		0	
	10. Donacije i sponzorstva sporta		0	
	11. Donacije u humanitarne svrhe i organizacija humanitarnih programa		0	
	12. Donacije humanitarnim organizacijama		0	
<b>Poslovna strategija i tržišni odnosi</b>	13. Antikorupcijski program		0	0
	14. Etički kodeks		0	
	15. Zaštita osobnih podataka potrošača		0	
	16. Politika odnosa prema konkurenciji		0	
<b>Odnosi s klijentima</b>	17. Nagrade		0	0
	18. Posebne usluge		0	
<b>Proizvodi/usluge</b>	19. Nagrade za proizvode/usluge		0	0
	20. Razvoj proizvoda/usluga		0	
<b>Zaštita okoliša</b>	21. Donacije za ekološke projekte		0	0
	22. Interna politika zaštite okoliša		0	
	23. Eksterna politika zaštite okoliša		0	
	24. Posebni proizvodi za ekološke projekte		0	
			<b>UKUPNO:</b>	<b>2</b>

Izvor: prikaz autora na temelju istraživanja web stranice osiguranja, [Internet], raspoloživo na: <http://www.sogeosiguranje.rs>

Societe Generale osiguranje je prema informacijama o aktivnostima iz područja društveno odgovornog poslovanja, dostupnima na internetskoj stranici, prikupilo 2 boda od ukupno 24 odnosno 8,33 %, što znači da društvo minimalno izvještava javnost o svojim društveno odgovornim aktivnostima.

Kao što tablica 19 prikazuje, jedino područje o kojem društvo izvještava je područje ljudskih resursa, dok o uključenosti u zajednicu i dobročinstvo, poslovnoj strategiji i tržišnim odnosima, odnosima s klijentima, proizvodima/uslugama te zaštiti okoliša nema objavljenih aktivnosti.

**Tablica 20: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti Sogaz osiguranja**

16. SOGAZ OSIGURANJE a.d.o. Novi Sad				
Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti		DA (1)	NE (0)	Ukupno
Ljudski resursi	1. Edukacija (seminari, usavršavanja i sl.)		0	1
	2. Poštivanje osnovnih ljudskih i radničkih prava		0	
	3. Sigurnost na radu		0	
	4. Zapošljavanje		0	
	5. Ispitivanje i maksimalizacija zadovoljstva	1		
	6. Jednakost među spolovima (ravnopravnost muškaraca i žena u upravi)		0	
Uključenost u zajednicu i dobročinstvo	7. Donacije za zdravstvo		0	1
	8. Donacije za znanost i obrazovanje		0	
	9. Donacije i sponzorstva u umjetnosti i kulturi		0	
	10. Donacije i sponzorstva sporta		0	
	11. Donacije u humanitarne svrhe i organizacija humanitarnih programa	1		
	12. Donacije humanitarnim organizacijama		0	
Poslovna strategija i tržišni odnosi	13. Antikorupcijski program		0	0
	14. Etički kodeks		0	
	15. Zaštita osobnih podataka potrošača		0	
	16. Politika odnosa prema konkurenciji		0	
Odnosi s klijentima	17. Nagrade	1		1
	18. Posebne usluge		0	
Proizvodi/usluge	19. Nagrade za proizvode/usluge		0	0
	20. Razvoj proizvoda/usluga		0	
Zaštita okoliša	21. Donacije za ekološke projekte		0	0
	22. Interna politika zaštite okoliša		0	
	23. Eksterna politika zaštite okoliša		0	
	24. Posebni proizvodi za ekološke projekte		0	
			<b>UKUPNO:</b>	<b>3</b>

Izvor: prikaz autora na temelju istraživanja web stranice osiguranja, [Internet], raspoloživo na: <http://www.sogaz.co.rs>

U tablici 20 je prikazan Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti za Sogaz osiguranje koje nosi 3 od ukupna 24 boda što čini 12,50 % te pokazuje da društvo jako malo izvještava o poduzetim aktivnostima društveno odgovornog djelovanja. Područja iz kojih je poduzeće prikupilo bodove su ljudski resursi, uključenost u zajednicu i dobročinstvo te odnosi s klijentima, svako od navednog područja nosi po jedan bod, dok iz ostala tri područja, poslovna strategija i tržišni odnosi, proizvodi/usluge te zaštita okoliša, nema objavljenih aktivnosti.

**Tablica 21: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti Triglav osiguranja**

17. TRIGLAV OSIGURANJE a.d.o. Beograd				
Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti		DA (1)	NE (0)	Ukupno
Ljudski resursi	1. Edukacija (seminari, usavršavanja i sl.)	1		3
	2. Poštivanje osnovnih ljudskih i radničkih prava		0	
	3. Sigurnost na radu		0	
	4. Zapošljavanje	1		
	5. Ispitivanje i maksimalizacija zadovoljstva	1		
	6. Jednakost među spolovima (ravnopravnost muškaraca i žena u upravi)		0	
Uključenost u zajednicu i dobročinstvo	7. Donacije za zdravstvo		0	3
	8. Donacije za znanost i obrazovanje		0	
	9. Donacije i sponzorstva u umjetnosti i kulturi		0	
	10. Donacije i sponzorstva sporta	1		
	11. Donacije u humanitarne svrhe i organizacija humanitarnih programa	1		
	12. Donacije humanitarnim organizacijama	1		
Poslovna strategija i tržišni odnosi	13. Antikorupcijski program	1		1
	14. Etički kodeks		0	
	15. Zaštita osobnih podataka potrošača		0	
	16. Politika odnosa prema konkurenciji		0	
Odnosi s klijentima	17. Nagrade		0	1
	18. Posebne usluge	1		
Proizvodi/usluge	19. Nagrade za proizvode/usluge	1		2
	20. Razvoj proizvoda/usluga	1		
Zaštita okoliša	21. Donacije za ekološke projekte	1		1
	22. Interna politika zaštite okoliša		0	
	23. Eksterna politika zaštite okoliša		0	
	24. Posebni proizvodi za ekološke projekte		0	
			<b>UKUPNO:</b>	<b>11</b>

Izvor: prikaz autora na temelju istraživanja web stranice osiguranja, [Internet], raspoloživo na: <http://www.triglav.rs/o-nama/triglav-osiguranje>

Tablica 21 prikazuje Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti Triglav osiguranja koje od ukupno 24 boda ima 11 bodova odnosno 45,83 %.

Osiguranje objavljuje poduzete aktivnosti iz svih područja društvene odgovornosti, a najviše iz područja ljudskih resursa i uključenosti u zajednicu i dobročinstvo koja nose po 3 boda što zajedno čini 25 %. Područje proizvoda/usluga nosi 2 boda, odnosno 8,33 %, dok područja poslovne strategije i tržišnih odnosa, odnosa s klijentima te zaštite okoliša nose po 1 bod što zajedno čini 12,5 %.

Premda broj bodova upućuje na prosječnu razinu izvještavanja, Triglav osiguranje prema objavljenim informacijama na svojoj internetskoj stranici pokriva sva područja društveno odgovornog poslovanja.

Uniqa neživotno i Uniqa životno osiguranje imaju jednako bodovane aktivnosti koje se odnose na društveno odgovorno poslovanje a koje su objavljene za javnost na samim internetskim stranicama društava. Kao što tablice 22 i 23 prikazuju, društva su prikupila po 11 bodova od mogućih 24 odnosno 45,83 %.

Osiguranja objavljuju poduzete aktivnosti iz svih područja društvene odgovornosti osim iz područja zaštite okoliša. Ljudski resursi nose najveći broj bodova, što čini 16,67 % odnosno 4 boda. Uključenost u zajednicu i dobročinstvo nose 3 boda, proizvodi/usluge 2 boda dok područja poslovne strategije i tržišnih odnosa i odnosa s klijentima nose po 1 bod.

**Tablica 22: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti Uniqa neživotnog osiguranja**

<b>18. UNIQA NEŽIVOTNO OSIGURANJE a.d.o. Beograd</b>				
<b>Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti</b>		<b>DA (1)</b>	<b>NE (0)</b>	<b>Ukupno</b>
<b>Ljudski resursi</b>	1. Edukacija (seminari, usavršavanja i sl.)	1		4
	2. Poštivanje osnovnih ljudskih i radničkih prava		0	
	3. Sigurnost na radu		0	
	4. Zapošljavanje	1		
	5. Ispitivanje i maksimalizacija zadovoljstva	1		
	6. Jednakost među spolovima (ravnopravnost muškaraca i žena u upravi)	1		
<b>Uključenost u zajednicu i dobročinstvo</b>	7. Donacije za zdravstvo		0	3
	8. Donacije za znanost i obrazovanje	1		
	9. Donacije i sponzorstva u umjetnosti i kulturi	1		
	10. Donacije i sponzorstva sporta	1		
	11. Donacije u humanitarne svrhe i organizacija humanitarnih programa		0	
	12. Donacije humanitarnim organizacijama		0	
<b>Poslovna strategija i tržišni odnosi</b>	13. Antikorupcijski program		0	1
	14. Etički kodeks		0	
	15. Zaštita osobnih podataka potrošača	1		
	16. Politika odnosa prema konkurenciji		0	
<b>Odnosi s klijentima</b>	17. Nagrade	1		1
	18. Posebne usluge		0	
<b>Proizvodi/usluge</b>	19. Nagrade za proizvode/usluge	1		2
	20. Razvoj proizvoda/usluga	1		
<b>Zaštita okoliša</b>	21. Donacije za ekološke projekte		0	0
	22. Interna politika zaštite okoliša		0	
	23. Eksterna politika zaštite okoliša		0	
	24. Posebni proizvodi za ekološke projekte		0	
<b>UKUPNO:</b>				<b>11</b>

Izvor: prikaz autora na temelju istraživanja web stranice osiguranja, [Internet], raspoloživo na: <https://www.uniqa.rs>

**Tablica 23: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti Uniqa životnog osiguranja**

19. UNIQA ŽIVOTNO OSIGURANJE a.d.o. Beograd				
Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti		DA (1)	NE (0)	Ukupno
Ljudski resursi	1. Edukacija (seminari, usavršavanja i sl.)	1		4
	2. Poštivanje osnovnih ljudskih i radničkih prava		0	
	3. Sigurnost na radu		0	
	4. Zapošljavanje	1		
	5. Ispitivanje i maksimalizacija zadovoljstva	1		
	6. Jednakost među spolovima (ravnopravnost muškaraca i žena u upravi)	1		
Uključenost u zajednicu i dobročinstvo	7. Donacije za zdravstvo		0	3
	8. Donacije za znanost i obrazovanje	1		
	9. Donacije i sponzorstva u umjetnosti i kulturi	1		
	10. Donacije i sponzorstva sporta	1		
	11. Donacije u humanitarne svrhe i organizacija humanitarnih programa		0	
	12. Donacije humanitarnim organizacijama		0	
Poslovna strategija i tržišni odnosi	13. Antikorupcijski program		0	1
	14. Etički kodeks		0	
	15. Zaštita osobnih podataka potrošača	1		
	16. Politika odnosa prema konkurenciji		0	
Odnosi s klijentima	17. Nagrade	1		1
	18. Posebne usluge		0	
Proizvodi/usluge	19. Nagrade za proizvode/usluge	1		2
	20. Razvoj proizvoda/usluga	1		
Zaštita okoliša	21. Donacije za ekološke projekte		0	0
	22. Interna politika zaštite okoliša		0	
	23. Eksterna politika zaštite okoliša		0	
	24. Posebni proizvodi za ekološke projekte		0	
			<b>UKUPNO:</b>	<b>11</b>

Izvor: prikaz autora na temelju istraživanja web stranice osiguranja, [Internet], raspoloživo na: <https://www.uniq.rs>

Kao što tablica 24 prikazuje, Weiner reosiguranje o svojim društveno odgovornim aktivnostima, na svojoj internetskoj stranici, izvještava iz samo dva područja, i to ljudskih resursa i uključenosti u zajednicu i dobročinstvo, te je prikupilo 5 bodova odnosno 20,83 %.

Područje ljudskih resursa nosi 4 boda, dok 1 bod nosi područje uključenosti u zajednicu i dobročinstvo.

**Tablica 24: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti Weiner reosiguranja**

20. WEINER RE a.d.o. Beograd				
Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti		DA (1)	NE (0)	Ukupno
Ljudski resursi	1. Edukacija (seminari, usavršavanja i sl.)	1		4
	2. Poštivanje osnovnih ljudskih i radničkih prava	1		
	3. Sigurnost na radu		0	
	4. Zapošljavanje		0	
	5. Ispitivanje i maksimalizacija zadovoljstva	1		
	6. Jednakost među spolovima (ravnopravnost muškaraca i žena u upravi)	1		
Uključenost u zajednicu i dobročinstvo	7. Donacije za zdravstvo		0	1
	8. Donacije za znanost i obrazovanje		0	
	9. Donacije i sponzorstva u umjetnosti i kulturi	1		
	10. Donacije i sponzorstva sporta		0	
	11. Donacije u humanitarne svrhe i organizacija humanitarnih programa		0	
	12. Donacije humanitarnim organizacijama		0	
Poslovna strategija i tržišni odnosi	13. Antikorupcijski program		0	0
	14. Etički kodeks		0	
	15. Zaštita osobnih podataka potrošača		0	
	16. Politika odnosa prema konkurenciji		0	
Odnosi s klijentima	17. Nagrade		0	0
	18. Posebne usluge		0	
Proizvodi/usluge	19. Nagrade za proizvode/usluge		0	0
	20. Razvoj proizvoda/usluga		0	
Zaštita okoliša	21. Donacije za ekološke projekte		0	0
	22. Interna politika zaštite okoliša		0	
	23. Eksterna politika zaštite okoliša		0	
	24. Posebni proizvodi za ekološke projekte		0	
			<b>UKUPNO:</b>	<b>5</b>

Izvor: prikaz autora na temelju istraživanja web stranice osiguranja, [Internet], raspoloživo na: <http://www.wienerre.rs>

Weiner Stadtische osiguranje na svojoj internetskoj stranici izvještava o svim domenama društvene odgovornosti što i prikazuje Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti prikazan u tablici 25. Društvo je prikupilo 16 bodova od ukupnih 24 što čini 66,67 %.

Weiner Stadtische osiguranje najviše izvještava o uključenosti u zajednicu i dobročinstvo te je ostvarilo maksimalnih 6 bodova za to područje odnosno 25% od ukupnog broja bodova.

Područje ljudskih resursa nosi 5 bodova odnosno 20,83 %, dok zaštita okoliša nosi 2 boda odnosno 8,33 %. Preostala tri područja, poslovna strategija i tržišni odnosi, odnosi s klijentima te proizvodi/usluge nose po 1 bod što zajedno čini 12,5 % i predstavljaju područja o kojima društvo objavljuje najmanje informacija dostupnih na internetskoj stranici.

**Tablica 25: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti Weiner Stadtische osiguranja**

<b>21. WEINER STADTISCHE OSIRURANJE a.d.o. Beograd</b>				
<b>Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti</b>		<b>DA (1)</b>	<b>NE (0)</b>	<b>Ukupno</b>
<b>Ljudski resursi</b>	1. Edukacija (seminari, usavršavanja i sl.)	1		5
	2. Poštivanje osnovnih ljudskih i radničkih prava	1		
	3. Sigurnost na radu		0	
	4. Zapošljavanje	1		
	5. Ispitivanje i maksimalizacija zadovoljstva	1		
	6. Jednakost među spolovima (ravnopravnost muškaraca i žena u upravi)	1		
<b>Uključenost u zajednicu i dobročinstvo</b>	7. Donacije za zdravstvo	1		6
	8. Donacije za znanost i obrazovanje	1		
	9. Donacije i sponzorstva u umjetnosti i kulturi	1		
	10. Donacije i sponzorstva sporta	1		
	11. Donacije u humanitarne svrhe i organizacija humanitarnih programa	1		
	12. Donacije humanitarnim organizacijama	1		
<b>Poslovna strategija i tržišni odnosi</b>	13. Antikorupcijski program		0	1
	14. Etički kodeks		0	
	15. Zaštita osobnih podataka potrošača	1		
	16. Politika odnosa prema konkurenciji		0	
<b>Odnosi s klijentima</b>	17. Nagrade	1		1
	18. Posebne usluge		0	
<b>Proizvodi/usluge</b>	19. Nagrade za proizvode/usluge		0	1
	20. Razvoj proizvoda/usluga	1		
<b>Zaštita okoliša</b>	21. Donacije za ekološke projekte	1		2
	22. Interna politika zaštite okoliša		0	
	23. Eksterna politika zaštite okoliša	1		
	24. Posebni proizvodi za ekološke projekte		0	
			<b>UKUPNO:</b>	<b>16</b>

Izvor: prikaz autora na temelju istraživanja web stranice osiguranja, [Internet], raspoloživo na: <http://wiener.co.rs>

### 4.3. Rezultati istraživanja

Nakon provedenog istraživanja mogu se prikazati konačni rezultati koji nam pokazuju o kojem području društvene odgovornosti se najviše izvještava, koliki broj osiguravajućih i reosiguravajućih društava izvještava o pojedinom području, o koliko područja društvene odgovornosti pojedino društvo izvještava te prosječnu ocjenu djelatnosti osiguranja i reosiguranja kreiranu putem Indeksa izvještavanja o društvenoj odgovornosti.



**Tablica 26: Broj osiguravajućih/reosiguravajućih društava koja izvještavaju o pojedinom području DOP-a**

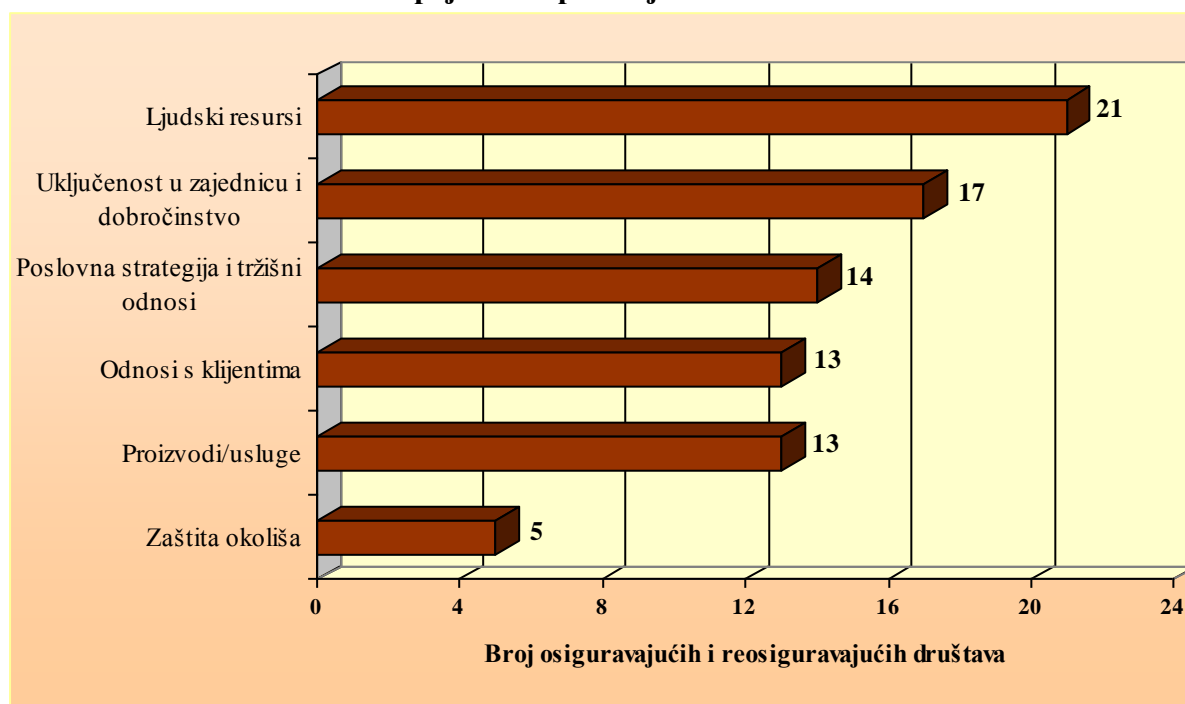
Područja društveno odgovornog poslovanja	Broj društava koja izvještavaju o pojedinom području	%
Ljudski resursi	21	100
Uključenost u zajednicu i dobročinstvo	17	80,95
Poslovna strategija i tržišni odnosi	14	66,67
Odnosi s klijentima	13	61,9
Proizvodi/usluge	13	61,9
Zaštita okoliša	5	23,81

Izvor: prikaz autora na temelju istraživanja

Tablica 26 prikazuje o kojem se području najviše izvještava te koliki broj osiguravajućih i reosiguravajućih društava izvještava o pojedinoj aktivnosti društvene odgovornosti.

Rezultati pokazuju da sva društva izvještavaju o području ljudskih resursa što je ujedno i područje o kojem se najviše izvještava na internetskim stranicama. Time je dokazana pomoćna hipoteza da osiguravajuća i reosiguravajuća društva u Republici Srbiji najviše objavljuju poduzete aktivnosti iz domene ljudskih resursa. Uključenost u zajednicu i dobročinstvo je područje o kojem izvještava čak 17 odnosno 80,95 % društava, dok aktivnosti vezane za zaštitu okoliša objavljuje samo 5 odnosno 23,81 % društava. Na grafikonu 1 su prikazani rezultati gdje se lakše mogu usporediti razlike u izvještavanju o pojedinim područjima društvene odgovornosti.

### Broj osiguravajućih i reosiguravajućih društava koja izvještavaju o pojedinom području DOP-a



**Grafikon 1: Broj osiguravajućih/reosiguravajućih društava koja izvještavaju o pojedinom području DOP-a**

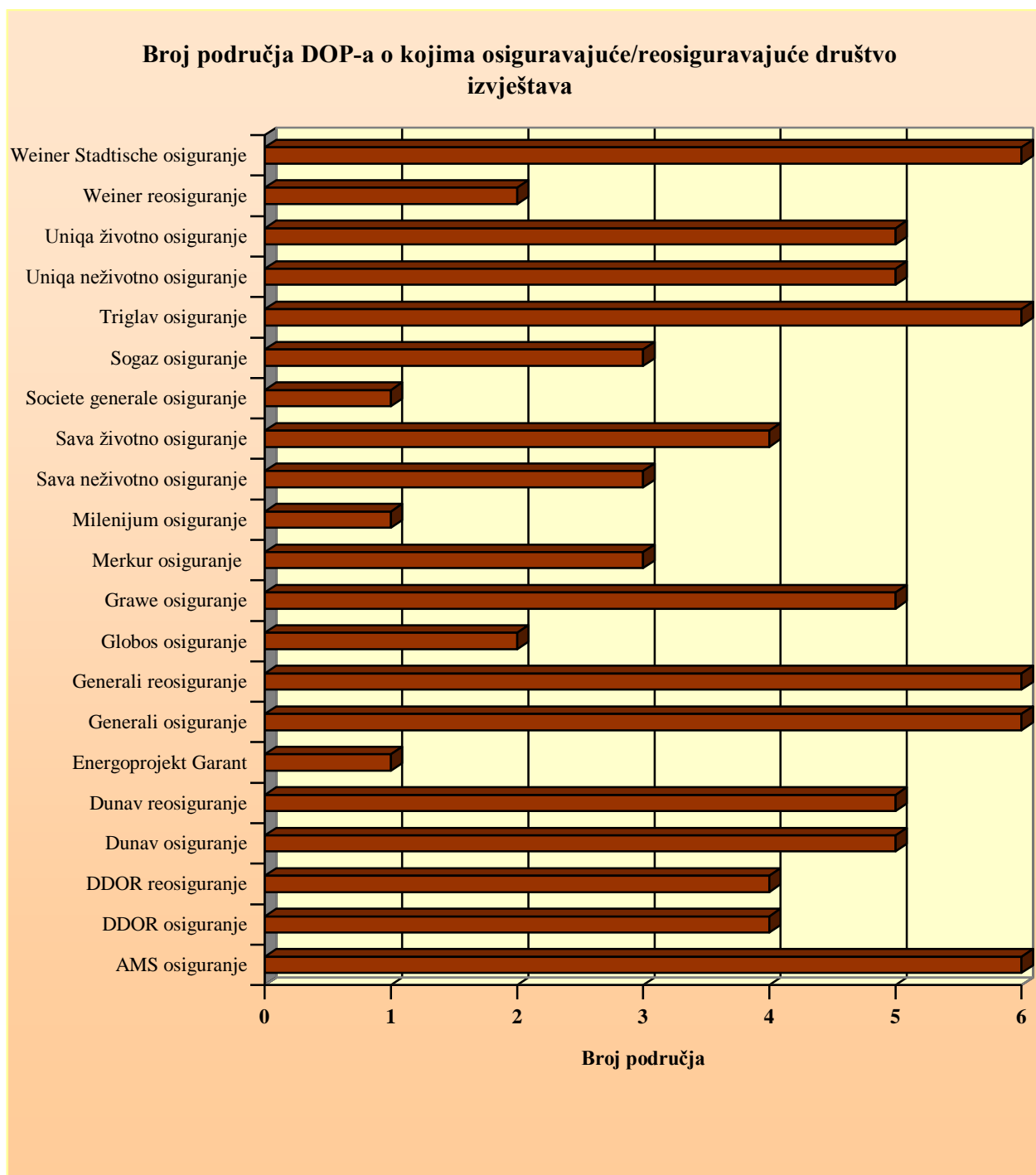
Izvor: prikaz autora na temelju istraživanja

Tablica 27 prikazuje broj područja društveno odgovornog poslovanja o kojima pojedino osiguravajuće/reosiguravajuće društvo izvještava što je prikazano i na grafikonu 2 iz kojeg možemo vidjeti da pet društava izvještava o svim područjima društvene odgovornosti na svojim internetskim stranicama, dok čak tri društva izvještavaju o samo jednom području, a dva društva o dva područja društvene odgovornosti. Na temelju prikazanog može se zaključiti da ne postoji osiguravajuće/reosiguravajuće društvo koje uopće ne izvještava o primjeni društveno odgovornog poslovanja što pokazuje da djelatnost osiguranja i reosiguranja primjenjuje društveno odgovorno poslovanje i o tome izvještava putem internetskih stranica.

**Tablica 27: Broj područja DOP-a o kojima osiguravajuće/reosiguravajuće društvo izvještava**

R.b.	Osiguravajuće/reosiguravajuće društvo	Broj područja društveno odgovornog poslovanja o kojima društvo izvještava
1.	AMS osiguranje	6
2.	DDOR osiguranje	4
3.	DDOR reosiguranje	4
4.	Dunav osiguranje	5
5.	Dunav reosiguranje	5
6.	Energoprojekt Garant	1
7.	Generali osiguranje	6
8.	Generali reosiguranje	6
9.	Globos osiguranje	2
10.	Grawe osiguranje	5
11.	Merkur osiguranje	3
12.	Milenijum osiguranje	1
13.	Sava neživotno osiguranje	3
14.	Sava životno osiguranje	4
15.	Societe Generale osiguranje	1
16.	Sogaz osiguranje	3
17.	Triglav osiguranje	6
18.	Uniqa neživotno osiguranje	5
19.	Uniqa životno osiguranje	5
20.	Weiner reosiguranje	2
21.	Weiner Stadtische osiguranje	6

Izvor: prikaz autora na temelju istraživanja



**Grafikon 2: Broj područja DOP-a o kojima osiguravajuće/reosiguravajuće društvo izvještava**

Izvor: prikaz autora na temelju istraživanja

**Tablica 28: Prosječna ocjena djelatnosti osiguranja i reosiguranja**

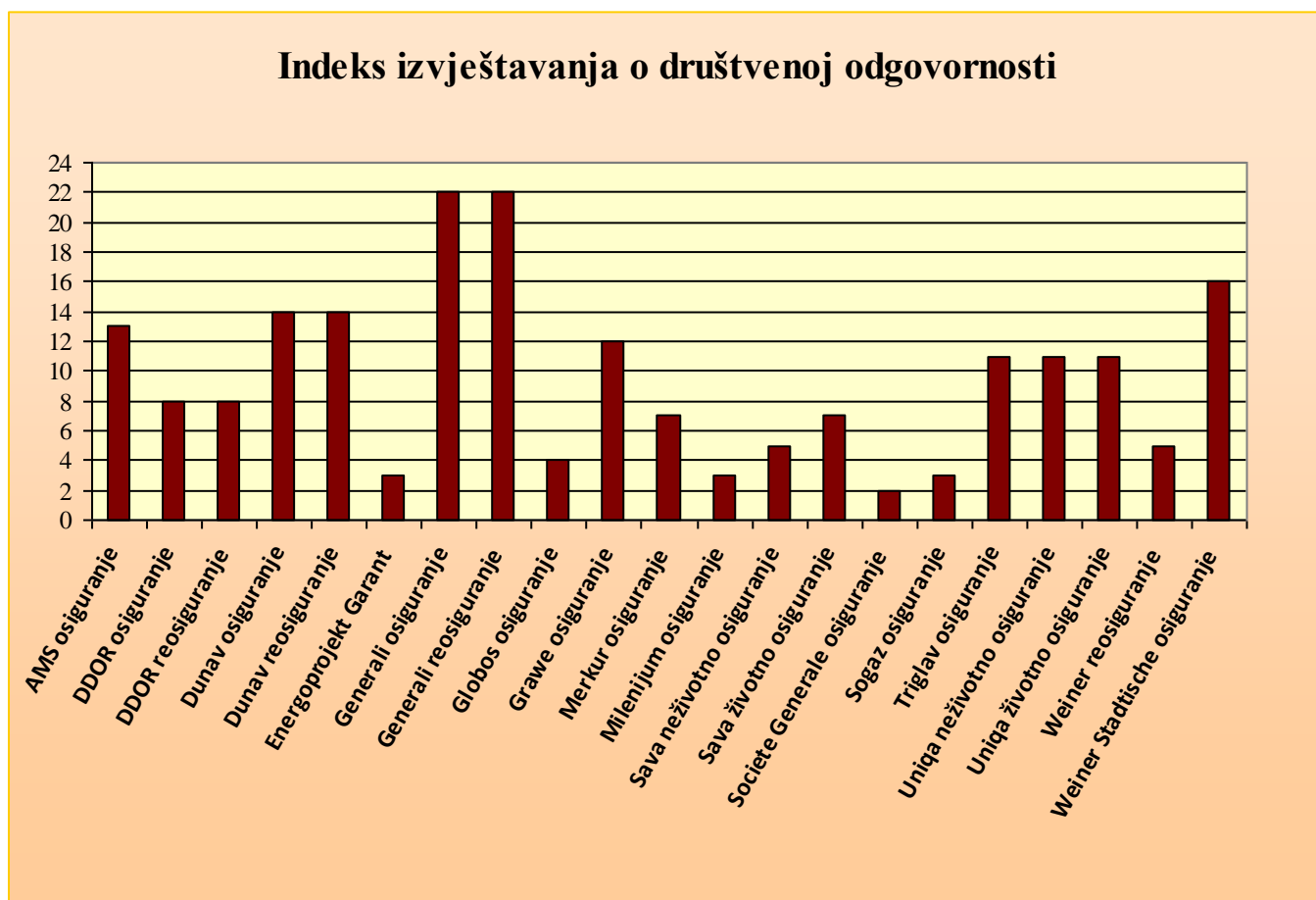
R.b.	Osiguravajuće/reosiguravajuće društvo	Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti (max. 24)
1.	AMS osiguranje	13
2.	DDOR osiguranje	8
3.	DDOR reosiguranje	8
4.	Dunav osiguranje	14
5.	Dunav reosiguranje	14
6.	Energoprojekt Garant	3
7.	Generali osiguranje	22
8.	Generali reosiguranje	22
9.	Globos osiguranje	4
10.	Grawe osiguranje	12
11.	Merkur osiguranje	7
12.	Milenijum osiguranje	3
13.	Sava neživotno osiguranje	5
14.	Sava životno osiguranje	7
15.	Societe Generale osiguranje	2
16.	Sogaz osiguranje	3
17.	Triglav osiguranje	11
18.	Uniqa neživotno osiguranje	11
19.	Uniqa životno osiguranje	11
20.	Weiner reosiguranje	5
21.	Weiner Stadtische osiguranje	16
<b>UKUPNO (max. 504):</b>		201
<b>PROSJEČNI BROJ BODOVA:</b>		9,57

Izvor: prikaz autora na temelju istraživanja

Tablica 28 daje pregled bodova svih osiguravajućih/reosiguravajućih društava na temelju čega je kreiran prosječni broj bodova djelatnosti osiguranja i reosiguranja koji iznosi 9,57 što iznosi 39,88 %. Iako nam broj bodova govori da je izvještavanje o društvenoj odgovornosti prisutno u djelatnosti osiguranja/reosiguranja, prosječna ocjena je niska s obzirom da je maksimalan broj bodova 24. Time je dokazana glavna hipoteza da osiguravajuća i

reosiguravajuća društva u Republici Srbiji imaju nizak indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti. Kao što i grafikom 3 prikazuje, skoro polovica osiguravajućih/reosiguravajućih društava ima broj bodova veći od prosjeka iako je manji broj onih koji znatno odskoču od prosjeka u pozitivnom smislu, a nešto veći broj onih društava koja se nalaze oko prosjeka ili ispod prosjeka. Od 21 osiguravajućeg/reosiguravajućeg društva njih 10 ima bodovan Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti veći od prosjeka, iako je manji broj onih koji znatno odskoču od prosjeka. Veće odskakanje od prosjeka u pozitivnom smislu vidimo kod 5 društava koja izvještavaju o velikom broju aktivnosti poduzetih na području odgovornog poslovanja.

Društva koja se ističu po broju bodova su Generali osiguranje i Generali reosiguranje sa 22 boda (91,67 %), Weiner Stadtische osiguranje sa 16 bodova (66,67 %) te Dunav osiguranje i Dunav reosiguranje s 14 bodova (58,33 %), što vodi do zaključka da ova društva izvještavaju o većini aktivnosti s područja društvene odgovornosti.



**Grafikon 3: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti**

Izvor: prikaz autora na temelju istraživanja

#### 4.4. Usporedba s rezultatima istraživanja u Republici Hrvatskoj

Prosječan broj bodova koji se dobio istraživanjem za djelatnost osiguranja u Hrvatskoj iznosi 8,33 koji je u usporedbi s prosječnim brojem bodova od 9,57 što su ostvarila osiguravajuća i reosiguravajuća društva u Srbiji neznatno manji. Sukladno tome, pomoćna hipoteza da osiguravajuća i reosiguravajuća društva u Republici Srbiji imaju niži indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti u odnosu na osiguravajuća i reosiguravajuća društva u Republici Hrvatskoj nije dokazana.

Istraživanje je pokazalo da od 24 osiguravajuća/reosiguravajuća društva, koja posluju na području Hrvatske, njih pola ima iznadprosječan broj bodova prema Indeksu izvještavanja o društvenoj odgovornosti<sup>81</sup>, dok je iznadprosječan rezultat u Srbiji ostvarilo 10 od ukupno 21 društva, što opet vodi zaključku da je društveno odgovorno poslovanje u djelatnosti osiguranja i reosiguranja u sličnoj mjeri zastupljeno u obje države.

**Tablica 29: Broj osiguravajućih/reosiguravajućih društava u Srbiji i Hrvatskoj koja izvještavaju o pojedinom području DOP-a**

Područja društveno odgovornog poslovanja	Broj društava koja izvještavaju o pojedinom području u Srbiji (ukupno 21 društvo)	%	Broj društava koja izvještavaju o pojedinom području u Hrvatskoj (ukupno 24 društva) <sup>82</sup>	%
Ljudski resursi	21	100	24	100
Uključenost u zajednicu i dobročinstvo	17	80,95	16	66,67
Poslovna strategija i tržišni odnosi	14	66,67	13	54,17
Odnosi s klijentima	13	61,9	15	62,5
Proizvodi/usluge	13	61,9	21	87,5
Zaštita okoliša	5	23,81	8	33,33

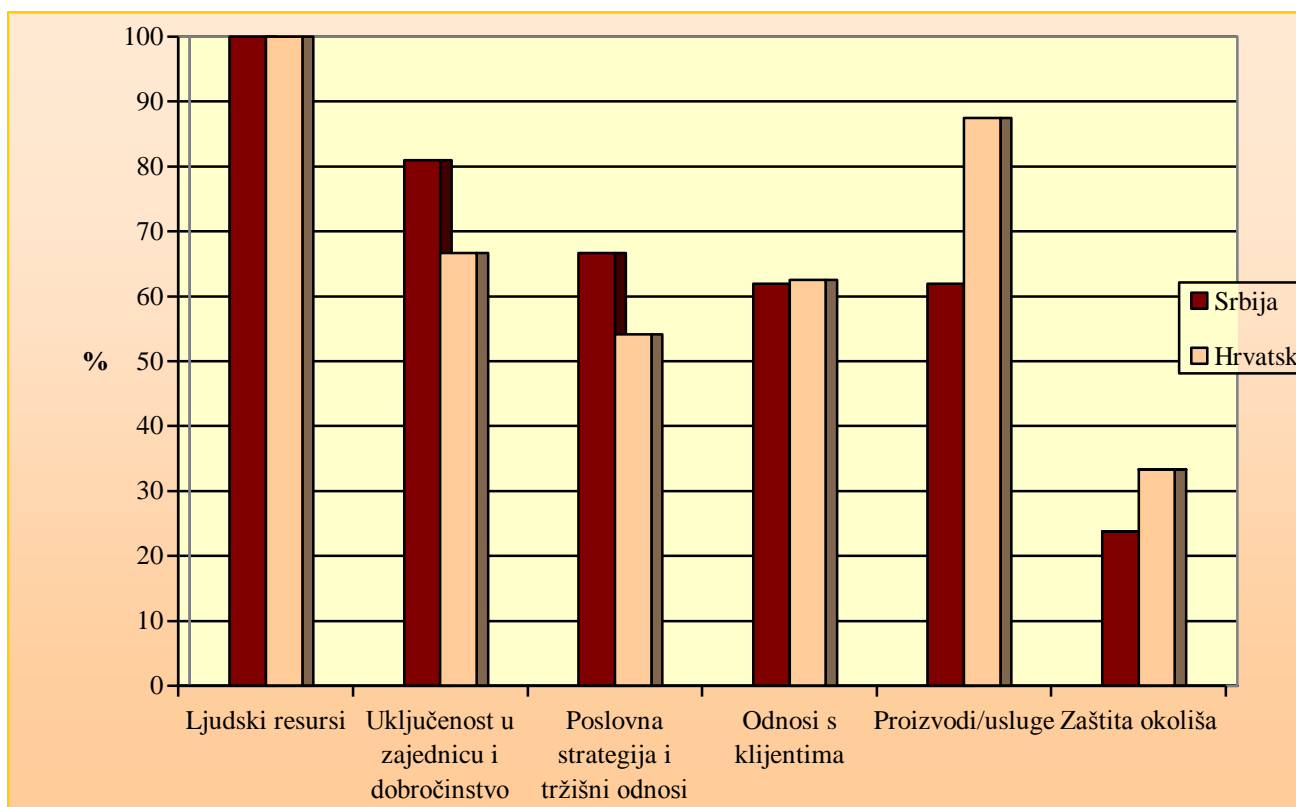
Izvor: prikaz autora na temelju istraživanja i Berić, T. (2016): Društveno odgovorno poslovanje osiguravajućih i reosiguravajućih društava u Republici Hrvatskoj, Diplomski rad, Ekonomski fakultet u Splitu

<sup>81</sup>Berić, T. (2016): Društveno odgovorno poslovanje osiguravajućih i reosiguravajućih društava u Republici Hrvatskoj, Diplomski rad, Ekonomski fakultet u Splitu

<sup>82</sup>Ibid

Tablica 29 prikazuje broj društava koja izvještavaju o pojedinom području društveno odgovornog poslovanja u Srbiji i Hrvatskoj što je prikazano i na grafikonu 4 iz kojeg možemo vidjeti da sva društva izvještavaju o poduzetim aktivnostima na području ljudskih resursa. O uključenosti u zajednicu i dobročinstvo te poslovnoj strategiji i tržišnim odnosima osiguravajuća/reosiguravajuća društva koja posluju na području Srbije izvještavaju javnost za 14,28 p.p. odnosno 12,5 p.p. više nego društva koja posluju na području Hrvatske. Dok o poduzetim aktivnostima na područjima odnosa s klijentima, proizvoda/usluga i zaštite okoliša društva u Hrvatskoj objavljuju više informacija dostupnih javnosti nego što to objavljuju društva u Srbiji.

### Broj osiguravajućih/reosiguravajućih društava u Srbiji i Hrvatskoj koja izvještavaju o pojedinom području DOP-a



**Grafikon 4: Broj osiguravajućih/reosiguravajućih društava u Srbiji i Hrvatskoj koja izvještavaju o pojedinom području DOP-a**

Izvor: prikaz autora na temelju istraživanja

Tablica 30 prikazuje Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti osiguravajućih/reosiguravajućih društava koja posluju na području obje države odnosno Srbije



i Hrvatske. Među društvima koja značajnije odskoču od prosjeka svakako se može istaknuti Generali osiguranje s najvećim brojem bodova, i to s ostvarenih 22 boda u Srbiji, odnosno 17 bodova u Hrvatskoj, dok informacije o društveno odgovornim aktivnostima na području obje države najmanje objavljuje Societe Generale osiguranje koje je prikupilo 3 boda u Hrvatskoj te 2 boda u Srbiji.

Uzimajući u obzir samo društva koja posluju i u Srbiji i u Hrvatskoj kreiran je prosječan broj bodova djelatnosti osiguranja i reosiguranja koji za Srbiju iznosi 11,57 odnosno 48,21 %, a za Hrvatsku 11,14 što iznosi 46,42 %. Broj bodova nam govori kako je društveno odgovorno poslovanje navedenih društava u obje države prihvaćeno u djelatnosti osiguranja kao sastavni dio poslovne strategije i djelovanja. Uprkos ostvarenom napretku, u svjetskim razmjerima, ali i u usporedbi sa Hrvatskom, kao zemljom iz regije, srpsko tržište osiguranja je još uvijek na relativno niskom nivou razvijenosti.

**Tablica 30: Usporedba Indeksa izvještavanja o društvenoj odgovornosti društava u Srbiji i Hrvatskoj**

Osiguravajuće/reosiguravajuće društvo	Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti društava u Srbiji (max. 24)	Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti društava u Hrvatskoj <sup>83</sup> (max. 24)
Generali osiguranje	22	17
Grawe osiguranje	12	11
Merkur osiguranje	7	11
Societe Generale osiguranje	2	3
Triglav osiguranje	11	11
Uniqa osiguranje	11	14
Weiner Stadtische osiguranje	16	11
<b>UKUPNO:</b>	<b>81 (max. 168)</b>	<b>78 (max. 168)</b>
<b>PROSJEČNI BROJ BODOVA:</b>	<b>11,57</b>	<b>11,14</b>

Izvor: prikaz autora na temelju istraživanja i Berić, T. (2016): Društveno odgovorno poslovanje osiguravajućih i reosiguravajućih društava u Republici Hrvatskoj, Diplomski rad, Ekonomski fakultet u Splitu

<sup>83</sup>Ibid

## 5. ZAKLJUČAK

Nefinancijsko izvještavanje postaje u 21. stoljeću uobičajena praksa, dok je nekoć bilo isključivo u domeni vrlo ekološki ili društveno osviještenih poduzeća. Briga za okruženje u kojem neka organizacija djeluje počinje sve više utjecati na korporativnu strategiju velikih tvrtki, kao i malog i srednjeg poduzetništva širom svijeta. Te promjene u korporativnoj politici potiču organizacije na razvijanje svijesti i povećanje brige za društvo i okoliš u kojem djeluju. Veliki broj teorijskih pristupa, sve veći broj radova iz područja društveno odgovornog poslovanja, kao i sve veća posvećenost poduzeća socijalnim pitanjima, dokazuju da se radi o konceptu kome se pridaje sve veći značaj. Čak 95% najvećih svjetskih poduzeća podnosi nefinancijske izvještaje, u koju skupinu spadaju i osiguravajuća/reosiguravajuća društva čija su praksa i način izvještavanja društvene odgovornosti predmet istraživanja ovog rada.

Ispitivanjem glavne hipoteze da osiguravajuća i reosiguravajuća društva u Republici Srbiji imaju nizak indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti kroz rad se pokazalo da sva društva primjenjuju društveno odgovorno poslovanje barem u nekom obliku, premda trud i zalaganje u prihvaćanju koncepta društvene odgovornosti nije kod svih poduzeća jednak. Prema rezultatima istraživanja može se reći da je glavna hipoteza potvrđena odnosno da društva u Republici Srbiji imaju nizak indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti ali da je društveno odgovorno poslovanje prisutno u djelatnosti i prihvaćeno od strane društava iako još uvijek ima prostora za poboljšanje i uvođenje dodatnih mjera i aktivnosti.

Osim glavne hipoteze može se potvrditi i prva pomoćna hipoteza da osiguravajuća i reosiguravajuća društva u Republici Srbiji najviše objavljuju poduzete aktivnosti iz domene ljudskih resursa. Od šest područja društvene odgovornosti koja poduzeća primjenjuju i o njima izvještavaju područje ljudskih resursa je najzastupljenije. Drugim riječima aktivnosti društvene odgovornosti o kojima sva društva izvještavaju odnose se na upravljanje ljudskim resursima.

Druga pomoćna hipoteza se temelji na usporedbi s rezultatima istraživanja provedenog na osiguravajućim/reosiguravajućim društvima u Republici Hrvatskoj a koja je ovim istraživanjem opovrgnuta što znači da osiguravajuća i reosiguravajuća društva u Republici Srbiji imaju viši indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti u odnosu na osiguravajuća i reosiguravajuća društva u Republici Hrvatskoj. Konačan broj bodova za djelatnost osiguranja u Srbiji koji se dobio kao prosjek ukupnog broja bodova svih osiguravajućih društava iznosi 9,57 dok u Hrvatskoj iznosi 8,33.

Istraživanje pokazuje da od 21 osiguravajućeg/reosiguravajućeg društva, na kojima je provedeno istraživanje, njih deset ima iznadprosječan broj bodova prema Indeksu izvještavanja o društvenoj odgovornosti, dok samo pet društava značajnije odskoče od prosjeka među kojima se svakako može istaknuti Generali osiguranje i Generali reosiguranje s najvećim brojem bodova (22) što čini 91,67 % od maksimalnog broja bodova.

## LITERATURA

### Knjige i stručni članci:

1. Atanacković, U. (2011): Društveno odgovorno poslovanje kao suvremeni koncept biznisa, Škola biznisa, 2011 (1), Novi Sad, [Internet], raspoloživo na: <http://www.vps.ns.ac.rs/SB/2011/5.13.pdf>
2. Bagić, A.; Škrabalo, M.; Narančić, L. (2006): Pregled društvene odgovornosti poduzeća u Hrvatskoj, AED – Academy for Educational Development, Zagreb.
3. Berić, T. (2016): Društveno odgovorno poslovanje osiguravajućih i reosiguravajućih društava u Republici Hrvatskoj, Diplomski rad, Ekonomski fakultet u Splitu
4. Bijelić, M.; Miletić, V. (2009): Osiguranje (i reosiguranje) u globalizaciji, Ekonomija/Economics, 16 (2), [Internet], raspoloživo na: [http://staro.rifin.com/root/tekstovi/casopis\\_pdf/ek\\_ec\\_612.pdf](http://staro.rifin.com/root/tekstovi/casopis_pdf/ek_ec_612.pdf)
5. Buble, M. (2006): Osnove menadžmenta, Sinergija, Zagreb.
6. Cerjan–Letica, G. (2010): Piramida profesionalne i poslovne odgovornosti u hrvatskoj stomatologiji. Acta stomatologica Croatica, 44 (2), Hrčak, [Internet], raspoloživo na: <http://hrcak.srce.hr/55644>
7. Golja, T.: Društveno odgovorno poslovanje, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, [Internet], raspoloživo na: [http://www.civilnodrustvo-istra.hr/images/uploads/files/DOP\\_Tea\\_Golja.pdf](http://www.civilnodrustvo-istra.hr/images/uploads/files/DOP_Tea_Golja.pdf)
8. Ivanović–Đukić, M. (2011): Poticanje društveno odgovornog poslovanja poduzeća u funkciji pridruživanja Srbije EU, Ekonomske teme, Ekonomski fakultet Univerziteta u Nišu.
9. Knežević, M. (2010): Zakonodavni okvir poslovanja društva za osiguranje, Ekonomski fakultet Univerziteta u Kragujevcu.
10. Kotler, P.; Lee, N. (2007): Korporativna društvena odgovornost: Učiniti najviše za svoju kompaniju i za izabrani društveni cilj, Čigoja štampa, Beograd.
11. Kundid A; Rogošić, A. (2011): Bank online reporting: Comparative Advantage, Formalism or Fashion?, Ekonomski fakultet Split, Split.

12. Matešić, M.; Pavlović, D.; Bartoluci, D. (2015): Društveno odgovorno poslovanje, VPŠ Libertas, Zagreb.
13. Mićin, K.(2008): Računovodstvo osiguravajućih društava, HASIBO, Zagreb.
14. Pavić-Rogošić, L.: Društveno odgovorno poslovanje (DOP), Odraz, [Internet], raspoloživo na: <http://www.odraz.hr/media/21845/dop.pdf>
15. Petričević, T., Društveno odgovorno poslovanje i društvenopoduzetnički pothvati u turizmu, [Internet], raspoloživo na: [https://www.britishcouncil.hr/sites/default/files/prirucnik\\_dop\\_i\\_dpp\\_u\\_turizmu.pdf](https://www.britishcouncil.hr/sites/default/files/prirucnik_dop_i_dpp_u_turizmu.pdf)
16. Rogošić, A.; Kundid, A. (2012): Izvješćavanje o društvenoj odgovornosti banaka u Hrvatskoj, Hrčak, [Internet], raspoloživo na: [http://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id\\_clanak\\_jezik=142659](http://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=142659)
17. Srbljinović, M. (2012): Utjecaj društvene odgovornosti poduzeća na ponašanje potrošača u Hrvatskoj, Zbornik ekonomskog fakulteta u Zagrebu, Vol. 10 No. 2, [Internet], raspoloživo na: <http://hrcak.srce.hr/93115>
18. Trstenjak, M., Posavec, M., Kralj, A. (2013): Menadžment ljudskih potencijala i društveno odgovorno poslovanje, 14. međunarodni simpozij o kvaliteti „Kvalitetom protiv recesije“, Rovinj, [Internet], raspoloživo na: [https://issuu.com/svijet-kvalitete.com/docs/menad\\_ment\\_ljudskih\\_potencijala\\_i](https://issuu.com/svijet-kvalitete.com/docs/menad_ment_ljudskih_potencijala_i)
19. Varićak, I.; Petračić, M.; Brajdić, A. (2012.): Zbornik veleučilišta u Karlovcu, Karlovac.
20. Vlastelica Bakić, T.; Krstović, J.; Cicvarić Kostić, S. (2012): Poslovna opravdanost društveno odgovornog poslovanja, Marketing 43, br. 3, Ekonomski fakultet, Univerzitet u Beogradu.
21. Vrdoljak Raguz, I., Hazdovac, K. (2014): Društveno odgovorno poslovanje i hrvatska gospodarska praksa, [Internet], raspoloživo na: <http://hrcak.srce.hr/130001>
22. Zelenika, R. (2000): Metodologija i tehnologija izrade znanstvenog i stručnog djela, Sveučilište u Rijeci, Rijeka.

### **Zakonski propisi:**

1. Zakon o osiguranju, „Službeni glasnik Republike Srbije“, br. 139/14

### **Internetske stranice:**

1. AMS osiguranje a.d.o. Beograd, [Internet], raspoloživo na: <https://www.ams.co.rs>
2. Analiza tržišta osiguranja, Centar za promociju i edukaciju u osiguranju, [Internet], raspoloživo na: <http://centarzaosiguranje.com/trziste-osiguranja/analiza-trzista-osiguranja>
3. DDOR Novi Sad a.d.o. Novi Sad, [Internet], raspoloživo na: <http://www.ddor.rs>
4. DDOR RE a.d.o. Novi Sad, [Internet], raspoloživo na: <http://www.ddorre.co.rs/index.html>
5. Dunav osiguranje a.d.o. Beograd, [Internet], raspoloživo na: <http://www.dunav.com>
6. DUNAV RE a.d.o. Beograd, [Internet], raspoloživo na: [http://www.dunavre.rs/index\\_sr.html](http://www.dunavre.rs/index_sr.html)
7. Energoprojekt Garant a.d.o. Beograd, [Internet], raspoloživo na: <http://www.garant.rs>
8. European Commission (2011): Corporate Social Responsibility. [Internet], raspoloživo na: [http://ec.europa.eu/growth/industry/corporate-social-responsibility/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/growth/industry/corporate-social-responsibility/index_en.htm)
9. Generali osiguranje Srbija a.d.o., [Internet], raspoloživo na: [http://www.generali.rs/fizicka\\_lica/naslovna.760.html](http://www.generali.rs/fizicka_lica/naslovna.760.html)
10. Generali reosiguranje Srbija a.d.o., [Internet], raspoloživo na: [http://www.generali.rs/o\\_nama/generali\\_reosiguranje\\_srbija.938.html](http://www.generali.rs/o_nama/generali_reosiguranje_srbija.938.html)
11. Globos osiguranje a.d.o. Beograd, [Internet], raspoloživo na: <http://www.globos.co.rs>
12. Grawe osiguranje a.d.o. Beograd, [Internet], raspoloživo na: <http://www.grawe.rs/rs/index.htm>
13. Korporativna odgovornost, [Internet], raspoloživo na: <http://www.arcelormittalprijedor.net/kupciDobavljac.html>
14. Merkur osiguranje a.d.o. Beograd, [Internet], raspoloživo na: <http://www.merkur.rs>

15. Milenijum osiguranje a.d.o. Beograd, [Internet], raspoloživo na: <http://milenijum-osiguranje.rs>
16. Narodna banka Srbije, [Internet], raspoloživo na: <https://www.nbs.rs/internet/cirilica/index.html>
17. Poslovni dnevnik, [Internet], raspoloživo na: <http://www.poslovni.hr/domace-kompanije/dop-mora-biti-prisutan-u-ukupnom-djelovanjutvrtke-164930>
18. Privredna komora Srbije, [Internet], raspoloživo na: <http://www.pks.rs>
19. Sava neživotno osiguranje a.d.o. Beograd, [Internet], raspoloživo na: <http://sava-osiguranje.rs>
20. Sava životno osiguranje a.d.o. Beograd, [Internet], raspoloživo na: <https://www.sava-zivot.rs>
21. Societe Generale osiguranje a.d.o. Beograd, [Internet], raspoloživo na: <http://www.sogeosiguranje.rs>
22. SOGAZ osiguranje a.d.o. Novi Sad, [Internet], raspoloživo na: <http://www.sogaz.co.rs>
23. Svijet osiguranja, [Internet], raspoloživo na: <http://www.svijetosiguranja.eu/hr/novosti/hrvatski-osiguratelji-itekako-svjiesni-zajednice-u-kojoj-rade,13542.html>
24. Triglav osiguranje a.d.o. Beograd, [Internet], raspoloživo na: <http://www.triglav.rs/onama/triglav-osiguranje>
25. Udruženje za pravo osiguranja Srbije, [Internet], raspoloživo na: <http://www.srbija-aida.org>
26. Uniqa neživotno osiguranje a.d.o. Beograd, [Internet], raspoloživo na: <https://www.uniqa.rs>
27. Uniqa životno osiguranje a.d.o. Beograd, [Internet], raspoloživo na: <https://www.uniqa.rs>
28. WEINER RE a.d.o. Beograd, [Internet], raspoloživo na: <http://www.wienerre.rs>
29. Wiener stadtsche osiguranje a.d.o. Beograd, [Internet], raspoloživo na: <http://wiener.co.rs>
30. Zakon o osiguranju, [Internet], raspoloživo na: <http://www.parlament.gov.rs/upload/archive/files/lat/pdf/zakoni/2014/4390-14%20LAT.pdf>

## SAŽETAK

Etično poslovanje, odgovornost prema zaposlenicima, doprinos društvu te društvenim pitanjima kao što je ekologija, zdravlje, sigurnost, obrazovanje i slično, glavni su elementi društveno odgovornog poslovanja. Ono se ostvaruje kroz razvoj i implementaciju poslovnih praksi i djelovanja tvrtke s ciljem povećavanja dobrobiti zajednice i društva u kojoj se posluje, poboljšanja kvalitete života zaposlenika uz istovremeno stvaranje pozitivnog dojma tvrtke u javnosti.

Djelatnost osiguranja u Republici Srbiji koje je uzeto kao uzorak istraživanja obuhvaća 21 osiguravajuće/reosiguravajuće društvo za koje je provedeno istraživanje o primjeni društveno odgovornog poslovanja koje obuhvaća šest domena od kojih je svaka podijeljena na određene aktivnosti.

Rezultati su pokazali da osiguravajuća i reosiguravajuća društva u Republici Srbiji imaju nizak indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti ali da je društveno odgovorno poslovanje prisutno u djelatnosti osiguranja i da sva društva o tome izvještavaju na internetskim stranicama. Također, sva društva izvještavaju javnost o poduzetim aktivnostima iz domene ljudskih resursa. Prema rezultatima dobivenim ovim istraživanjem osiguravajuća i reosiguravajuća društva u Republici Srbiji imaju nešto viši indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti u odnosu na osiguravajuća i reosiguravajuća društva u Republici Hrvatskoj. Rezultati su kreirani na temelju Indeksa izvještavanja o društvenoj odgovornosti.

Ključni pojmovi: društveno odgovorno poslovanje, djelatnost osiguranja, Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti



## **SUMMARY**

Ethical business, responsibility to employees, contribution to society and social issues such as ecology, health, safety, education, etc., are the main elements of corporate social responsibility. It is accomplished through the development and implementation of business practices and company activities, aiming at increasing the welfare of the community and society in which the company operates, improvement of the employee's quality of life, simultaneously creating a positive impression in the public.

The insurance industry in the Republic of Serbia, which is taken as a sample of the research, includes 21 insurance/reinsurance companies for which the study was conducted on the application of corporate social responsibility that includes six areas where each is divided into certain activities .

The results showed that insurance and reinsurance companies in the Republic of Serbia have a low index of corporate social responsibility reporting but that corporate social responsibility is present in the insurance industry and that all companies report it on their web sites. Also, all insurance companies report to the public about activities taken from the human resources domain. According to the results of this research insurance and reinsurance companies in the Republic of Serbia have a slightly higher index of corporate social responsibility reporting in relation to insurance and reinsurance companies in the Republic of Croatia. The results are based on the Index of reporting on social responsibility.

Key terms: corporate social responsibility, insurance industry, Index of reporting on social responsibility

## POPIS TABLICA, DIJAGRAMA, SLIKA I GRAFIKONA

### Popis tablica:

Tablica 1: Razlike između klasičnog ekonomskog i socioekonomskog modela .....	25
Tablica 2: Osiguravajuća i reosiguravajuća društva.....	40
Tablica 3: Poslovni rezultati osiguravajućih i reosiguravajućih društava u 2015. godini.....	41
Tablica 4: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti .....	42
Tablica 5: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti AMS osiguranja .....	43
Tablica 6: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti DDOR Novi Sad osiguranja .....	44
Tablica 7: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti DDOR reosiguranja .....	45
Tablica 8: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti Dunav osiguranja .....	46
Tablica 9: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti Dunav reosiguranja.....	47
Tablica 10: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti Energoprojekt Garant osiguranja .....	48
Tablica 11: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti Generali osiguranja.....	49
Tablica 12: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti Generali reosiguranja.....	50
Tablica 13: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti Globos osiguranja .....	51
Tablica 14: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti Grawe osiguranja .....	52
Tablica 15: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti Merkur osiguranja.....	53
Tablica 16: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti Milenijum osiguranja.....	54
Tablica 17: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti Sava neživotnog osiguranja .....	55
Tablica 18: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti Sava životnog osiguranja.....	56
Tablica 19: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti Societe Generale osiguranja .....	57
Tablica 20: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti Sogaz osiguranja.....	58
Tablica 21: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti Triglav osiguranja.....	59
Tablica 22: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti Uniqa neživotnog osiguranja ....	60
Tablica 23: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti Uniqa životnog osiguranja.....	61
Tablica 24: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti Weiner reosiguranja.....	62
Tablica 25: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti Weiner Stadtische osiguranja ...	63
Tablica 26: Broj osiguravajućih/reosiguravajućih društava koja izvještavaju o pojedinom području DOP-a.....	64
Tablica 27: Broj područja DOP-a o kojima osiguravajuće/reosiguravajuće društvo izvještava .....	66

Tablica 29: Broj osiguravajućih/reosiguravajućih društava u Srbiji i Hrvatskoj koja izvještavaju o pojedinom području DOP-a .....	70
Tablica 30: Usporedba Indeksa izvještavanja o društvenoj odgovornosti društava u Srbiji i Hrvatskoj .....	72

**Popis dijagrama:**

Dijagram 1: Odgovor korporacije na društvene zahtjeve.....	27
Dijagram 2: Organizacija Udruženja za pravo osiguranja Srbije.....	38

**Popis slika:**

Slika 1: Povezanost društveno odgovornog poslovanja i održivog razvoja.....	13
Slika 2: Piramida društvene odgovornosti Archiea Carolla .....	22
Slika 3: Hijerarhija društvene odgovornosti.....	23

**Popis grafikona:**

Grafikon 1: Broj osiguravajućih/reosiguravajućih društava koja izvještavaju o pojedinom području DOP-a.....	65
Grafikon 2: Broj područja DOP-a o kojima osiguravajuće/reosiguravajuće društvo izvještava .....	67
Grafikon 3: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti.....	69
Grafikon 4: Broj osiguravajućih/reosiguravajućih društava u Srbiji i Hrvatskoj koja izvještavaju o pojedinom području DOP-a .....	71