



■ Poseban prilog

LESLIE MATTHEWS ŠULENTA, PREDAVAČICA NA ZSEM-U

BANKE radije financiraju društveno odgovorne KOMPA NIJE

Čak 25 posto tvrtki koje smo uvrstili u svoje istraživanje nisu dobile nijedan bod jer jednostavno nisu pružile nijednu informaciju koju smo tražili o društveno odgovornom ponašanju

Razgovarao: Ante Livajić

ante.livajic@liderpress

Leslie Matthews Šulenta Amerikanka je s hrvatskom adresom. Osim što vodi vlastitu tvrtku Međunarodne poslovne strategije, koja pruža konzultantske usluge, povremeno predaje i na Zagrebačkoj školi ekonomije i menadžmenta te provodi i istraživanja vezana uz hrvatske kompanije. To ju je stavilo uz bok vodećih domaćih stručnjaka iz područja društveno odgovornog poslovanja. U posljednje tri godine sa studentima ZSEM-a i uz financijsku pomoć USAID-a provodila je studiju o društveno odgovornom ponašanju hrvatskih tvrtki, a u vezi s podacima koje objavljuju na svojim internetskim stranicama.

• Kakvo je stanje društveno odgovornog poslovanja u Hrvatskoj?

- Razina društveno odgovornog poslovanja u Hrvatskoj nije visoka. Naime, u istraživanjima koje pro-

vodimo o razini izvještavanja kompanija na internetskim stranicama i u godišnjim izvješćima čak 25 posto tvrtki nije dobilo nijedan bod, jer nam nisu dale nijednu informaciju koju smo tražili. Ipak, neke se, poput Ine, izdvajaju prema razini izvještavanja koja je jednaka onoj međunarodnih kompanija. Općenito, izuzmu li se jako dobre tvrtke i pogledamo li ostale, kod njih još jedino zakon jamči poboljšanje društveno odgovornog poslovanja. Nakon nekog vremena to će regulirati tržište, ali sada to još osiguravaju zakoni regulatornim mjerama i korporativnim kodeksom. Nešto takvo je odluka o skupljanju plastičnih boca.

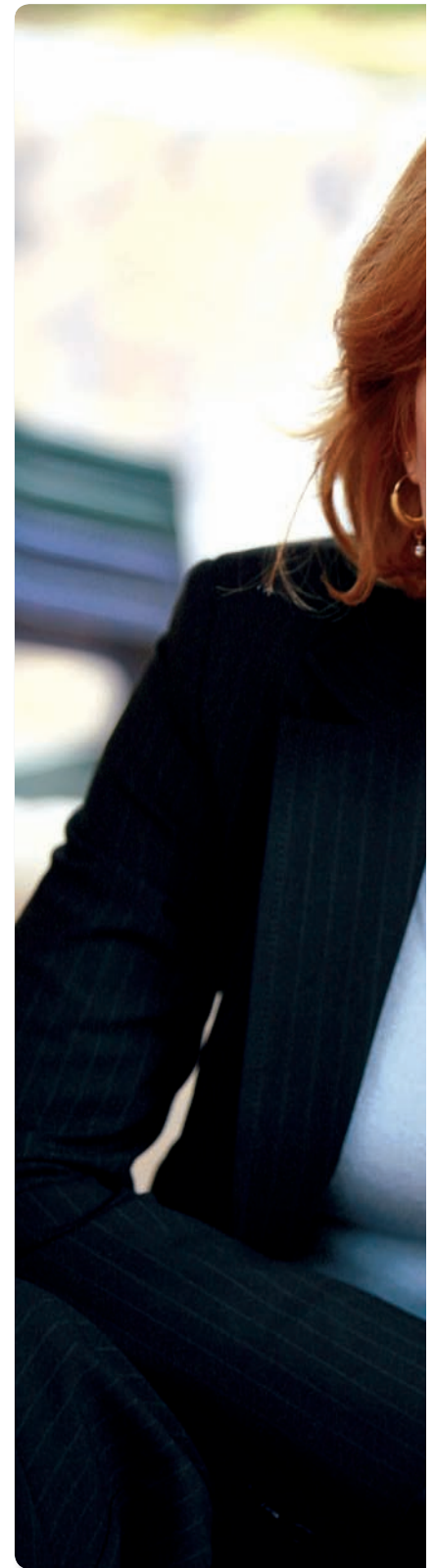
• Što je s vašim ovogodišnjim istraživanjem?

- Protekle tri godine istraživanja smo provodili u ovo vrijeme, ali ovaj ćemo put to dogoditi. Još odlučujemo na koji ćemo ga način provesti. Vjerojatno ćemo proširiti uzorak potraživanja tako da će naj-

vjerojatnije u njega biti uključeno više kompanija, od dosadašnjih 40, na vjerojatno stotinjak. S novom ćemo studijom možda čekati i do polovine 2008. godine jer tada tvrtke izdaju svoja godišnja izvješća, a ove će ih godine prvi put morati izdati u skladu s vladinim korporativnim kodeksom, koji je prihvatila Zagrebačka burza. Prema tom kodeksu kompanije moraju otkriti više podataka nego do sada.

• Jesu li tvrtke koje ste uvrstili u vaše izvješće bile izlistane na burzi?

- Većina kompanija koje smo obradili u posljednjem istraživanju tada su kotirale na burzi. Zamisao je bila da u istraživanje uključimo tvrtke koje su izlistane na burzi i tvrtke od javnog interesa kao što su veće banke, osiguravajuća društva i komunalna poduzeća (struja, plin, voda, telekomunikacije, riječju, infrastruktura) kao što su Ina i HEP. Razlog tomu jest da činjenica da tvrtke s burze, osim što je to u njihovu interesu, imaju obvezu izvje-



štavati o svom poslovanju, a imaju i obveze prema dioničarima, dok kompanije koje nisu na burzi ne moraju na taj način otkrivati podatke o svom poslovanju. Razvrtali smo ih prema kriterijima volumena trgovanja dionica i na osnovi tržišne kapitalizacije. Sada vodimo pregovore s USAID-om o





Društveno odgovorno poslovanje ■



takvu istraživanju u Makedoniji i Srbiji. Za posao na terenu bili bi zaduženi njihovi ljudi, a naš bi dio posla bila analiza prikupljenih podataka.

• Što tvrtke dobivaju odlučiti se postati društveno odgovorne?

- Prije svega bolji ugled. To je

glavni dobitak i on postaje sve važniji danas kad se biznis sve više globalizira i mijenja. Potrošači na Zapadu, pa i u Hrvatskoj, radije će kupovati proizvode tvrtke koja provodi dobru društvenu politiku. Takva se tvrtka brine o svojim uposlenicima, o okolišu i lokalnoj zajednici. Ako na primjer kupu-

jete jogurt i imate izbor između dva proizvoda po istoj cijeni, vjerojatno nećete kupiti proizvod tvrtke za koju znate da svoje radnike plaća 1.500 kuna na mjesec i tjera ih da rade 16 sati na dan. Htjet ćete kupiti proizvod one druge tvrtke. Druga prednost tvrtki s visokom razinom društvene odgovornosti jest to da postaju bolje mjesto za rad. Mladi ljudi koji pripadaju generaciji X žele raditi za tvrtku koja razumije što je zapravo važno i nije joj jedini cilj zgrnuti što više novca. Takva će kompanija privući najtalentiranije mlade ljude, zadržati ih i motivirati na rad.

• Što tvrtka dobiva time da je počela više brige posvećivati okolišu?

- Kad se počne voditi briga o okolišu, većina tvrtki uvidi da zapravo time štedi novac. Do takvih se rezultata dolazi smanjenjem emisije plinova štetnih za okoliš, razvrstavanjem smeća i manjom potrošnjom energije. S druge strane, društveno odgovorne tvrtke imaju veće izgleda da dobiju sredstva za financiranje svojih aktivnosti od banaka, jer one uviđaju da je tvrtka odgovorna i da ozbiljno shvaća svoje obveze prema zajednici.

• Što je s tvrtkama koje su izlistane na burzi a brinu se za okoliš, zaposlenike i širu zajednicu u mjestu u kojem su smještene. Hoće li investitori radije ulagati u njihove dionice?

-Tu postoji nevjerojatna podudarnost, naime, tvrtke s najvećim volumenom trgovanja dionica i one s najvišom tržišnom kapitalizacijom postigle su najbolje rezultate u našem istraživanju. Teško je reći što je tome uzrok, a što posljedica. Ipak ne gledaju sve tvrtke samo na to kako zaraditi novac za svoje dioničare, iako je i to važno. Skandali vezani uz Enron i Parmalat naučili su nas da se ne može misliti samo na zaradu i pritom skrivati određene pojave. Treba biti transparentan, a upravo sam zbog toga spominjala banke jer su one u slučajevima vezanim uz Enron i Parmalat bile 'osuđene' da su sudjelovale u tim prijevarama. Neke od najvećih svjetskih banaka morale su platiti stotine milijuna dolara kazni zbog nedopuštenih poteza svojih komintenata. Sada banke postaju odgovorne za djela svog komintenta pa više paze koga

će financirati, a koga ne. Stoga vam kao bankar mogu reći da su banci poželjnije društveno odgovorne kompanije.

• Koje se kompanije više brinu o društveno odgovornom ponašanju, domaće ili strane?

- Prema nekim novinskim člancima objavljenim prošle godine u stranim tiskovinam nakon objavljivanja naše studije u društveno odgovornom ponašanju u Hrvatskoj primat imaju strane kompanije, no to nije cijela istina, jer u prvih deset kompanija njih polovina nije u stranom vlasništvu. Kao iznimku izdvojila bih Podravku, koja je usvojila pravila društveno odgovornog poslovanja i transparentnosti i u našem je istraživanju zauzela visoko mjesto.

• Što dobiva zajednica kad se kompanije koje djeluju na njenom području odluče za društveno odgovorno poslovanje?

- Već sam naglasila da od društveno odgovornog poslovanja najviše koristi ima okoliš, ali dobivamo i sigurnije proizvode. Dosta se govori o doniranju sredstava u plemenite svrhe, ali to nije najvažniji dio društveno odgovornog poslovanja iako je najuočljiviji. Zajednica najviše dobiva kada lokalne vlasti rasprave s kompanijama što jedni i drugi očekuju, o tome kakvi su kadrovi potrebni kompanijama koje posluju u toj sredini, a nakon toga se na toj osnovi provodi reforma školstva. Dogovorom lokalne zajednice i tvrtki s njenog područja može se raditi i na rješavanju pitanja nezaposlenosti. Tvrtke koje su u dobrim odnosima s lokalnom i državnom vlasti mogu potaknuti pozitivne promjene.

• Koriste li neke tvrtke donacije za svoju promociju?

- I to se događa. U svom smo istraživanju otkrili da 63 posto tvrtki objavljuje podatke o donacijama na svojim internetskim stranicama. Međutim, samo je sedam posto spomenulo da ima kodeks etičkog ponašanja, a svega devet posto objavljuje kvartalne rezultate poslovanja, a godišnja izvješća 51 posto ispitanih kompanija. Naime, možete kupiti njihove dionice na burzi ali ne možete doći do njihova godišnjeg izvješća. ☺

