

LEKSIKON

Leksikon (grč. lexis – riječ, govor) je usko fokusirano leksikografsko djelo ili predmetni / tematski rječnik koji daje pregled ukupnoga, općega znanja ili pregled znanja neke struke ili teme. Predstavlja djelo u kojem su abecednim redoslijedom obrađeni svi relevantni pojmovi iz određenog područja. Obrađuje jedinice sa stajališta izvanjezičnoga strukovnog, tehničkoga, kulturno-povijesnoga i sličnoga sadržaja. Relevantni pojmovi se u leksikonu nižu abecednim ili metodičkim redoslijedom, sadrže natuknice, skraćenice i slično te su sažeto obrađeni velikim brojem kratkih članaka koji ih prikazuju i tumače čitatelju. Naziv potječe od jednoga takvoga djela Egidia Forcellinija, 'Lexicon totius latinitatis' iz 1711. godine.

ODRŽIVO

Održivost je sposobnost trajnog održavanja neke funkcije ili procesa. U prirodi održivost je najbolje prikazana kruženjem tvari i energije koja predstavlja savršen održiv ciklus. U prirodi nema gubitaka ni otpada, sve tvari i energija obnavljaju se i vraćaju u proces i ovo kruženje može trajati beskonačno. Prvi je put taj pojam čovjek upotrijebio kako bi opisao svoje djelovanje u njemačkom šumarstvu u kojem se govori o trajnu očuvanju šumskog fonda tako da se i sljedeći naraštaji njime mogu služiti. U Hrvatsku je taj princip uveden Zakonskom uredbom o šumama austrougarske carice Marije Terezije 1769. godine. Nema nikakve dvojbe da je taj pozitivan princip u biti ipak ostao nedorečen, idealiziran i nejasan, pa između stvorenog mita i grube stvarnosti postoje velike razlike. On se može ostvariti i opravdati na desetak različitih načina.

RAZVOJA

Za razliku od rasta, razvoj je proces nastajanja nečega novog iz prethodnog i anticipiranog stanja – kvalitativna socijalna promjena u skladu s očekivanjima. Ne isključuje i kvantitativni rast. Razvoj je proces poželjnih promjena. Neki upozoravaju na to da su razvoj i napredak "pojmovi blizanci", a drugi da je moguća oštra granica između njih. Razvoj se tako odnosi na evoluciju, tj. na promjene organskog svijeta (organizmi, ekosustavi), a napredak je povezan sa zbivanjima i obilježjima ljudskog utjecaja. Prema tom razlikovanju, napredak se zbiva svjesno i ciljno je usmjeren, a razvoj započinje nesvjesno, bez cilja.

LEKSIKON ODRŽIVOG RAZVOJA

Dubravka Bačun Mirjana Matešić Mislav Ante Omazić

LEKSIKON ODRŽIVOG RAZVOJA

Dubravka Bačun

Mirjana Matešić

Mislav Ante Omazić

Zagreb, 2012.

IMPRESSUM

Naslov: Leksikon održivog razvoja

Autori: Dubravka Bačun, Mirjana Matešić, Mislav Ante Omazić

Izdavač: Hrvatski poslovni savjet za održivi razvoj

Leksikon je otisnut iz sredstava fondova Europske Unije u sklopu projekta "Razvoj nacionalne mreže za društveno odgovorno poslovanje u Republici Hrvatskoj"

Dizajn naslovnice i grafičko oblikovanje: Katarina Plečaš

Grafička priprema i tisak: Sveučilišna tiskara d.o.o.

Lektura: Marija Matković

Lektura i recenzija prijevoda: CIKLOPEA d.o.o., Zagreb, www.ciklopea.com

Naklada: 1000 komada

ISBN: 978-953-98964-3-8

©Hrvatski poslovni savjet za održivi razvoj, Zagreb, 2012.

tiskano na ekološkom papiru



SADRŽAJ

UVOD	VII
O LEKSIKONU	VII
NAMJENA LEKSIKONA	VIII
CILJEVI LEKSIKONA	VIII
STRUKTURA LEKSIKONA	IX
ZAKLJUČNO.....	XI
LEKSIKON.....	1
ABECEDNI POPIS NA STRANIM JEZICIMA	327
Englesko – hrvatski	327
Francusko – hrvatski	334
Njemačko – hrvatski.....	340
Talijansko – hrvatski	347
LITERATURA	355
ŽIVOTOPISI AUTORA	373

UVOD

O LEKSIKONU

Ovaj leksikon nastao je poslije zajedničkog rada autora na projektu *Izrada metodologije i ustanovljenje Indeksa vrednovanja društveno odgovornog i održivog poslovanja hrvatskih poduzeća*, kraće Indeksu DOP-a. Nositelji tog projekta bili su Hrvatski poslovni savjet za održivi razvoj i Zajednica za društveno odgovorno poslovanje koja djeluje u Sektoru za industriju Hrvatske gospodarske komore, uza stručnu podršku Ekonomskog fakulteta Sveučilišta u Zagrebu i Programa Ujedinjenih naroda za razvoj u Hrvatskoj. Rezultat je projekta upitnik Indeks DOP-a, koji se sastoji od pitanja koja procjenjuju nefinancijske učinke poslovanja poduzeća u više kategorija. Posebno se razmatraju ekonomski, okolišni i društveni učinci te upitnik služi za rangiranje poduzeća prema stupnju njihova društveno odgovornog poslovanja, a najuspješnija se i nagrađuju. Tijekom rada u pripremi pitanja i odgovora stručni je tim raspravljao o značenju pojedinih naziva, o najboljem prijevodu nekih od njih s engleskog, gdje se može naći objašnjenje nekog naziva i slično. U raspravama, pojedini stručnjaci zagovarali su nazive i objašnjenja prema propisima, drugi su isticali kako je neki naziv objašnjen u normama, a treći su potražili objašnjenja u stručnoj literaturi ističući da su u propisima neki nazivi prevedeni bez jasne spoznaje što točno znače.

Brojna pitanja i nedoumice bili su jasan znak da sa stajališta poslovne, ali i akademske zajednice, nedostaje praktičan pregled naziva i objašnjenja potkrijepljenih primjerima iz prakse za područje društveno odgovornog poslovanja i održivog razvoja. Ovaj je leksikon pokušaj odgovora i popunjavanja te praznine. Ponajprije sadržava nazive koji se rabe u upitniku Indeks DOP-a, a dodani su i oni koji se odnose na šire područje društveno odgovornog poslovanja i održivog razvoja te daju njihovo šire tumačenje.

U praksi su prepoznata dva pristupa nazivima i objašnjenjima.

Prvi pristup može se nazvati "tehnički". Objašnjenja naziva propisana su i/ili normirana, kraća su i prilagođena primjeni u poslovnim aktivnostima. Tehnička su objašnjenja ključna za ocjenu provodi li poduzeće zahtjeve propisa i/ili normi ili ih ne provodi. Za gospodarstvo je važno imati jasno objašnjenje nekog naziva, pogotovu kada o objašnjenju ovisi ocjena provodi li se neki propis ili jesu li ispunjeni uvjeti za ishođenje neke dozvole. Zbog nejasna tumačenja nazivlja ili ako se naziv može tumačiti na nekoliko načina mogu nastati problemi s inspekcijom, različito tumačenje ugovora, narušavanje ugleda poduzeća, sudski postupci, povećani troškovi i niz drugih nepoželjnih situacija. U praksi se događa da različite inspekcije imaju različita tumačenja određenog naziva pa neki tumače kako komunalnog otpada u gospodarstvu nema, a drugima je razumljivo kako nema ljudske aktivnosti bez komunalnog otpada.

Drugi pristup može se nazvati "društveni", odnosno "sociološki". Tu se obično razmatra širi aspekt značenja nazivlja te njihov utjecaj u kontekstu šire društvene zajednice, što ga čini teže upotrebljivim u praksi, no temeljitije razrađenim radi njegove sveukupne primjene. Ova su objašnjenja tako pogodna pri izradi strateških dokumenata poput strategija i politika, analiza te promišljanja o ulozi pojedinih dionika u suvremenu društvu.

U ovom je leksikonu uz naziv, kad god se moglo, navedeno objašnjenje i prema propisu(ima), normi, ali i literaturi jer to omogućuje temeljitije upoznavanje značenja naziva te razlike u pristupima. Gdje god je to bilo moguće uz nazive su navedeni i primjeri iz prakse koji ga približavaju čitatelju.

O potrebi za ovakvim leksikonom govori i to kako u gospodarstvu postoje dobri primjeri poduzeća, koja su priredila interni pregled naziva koje rabe u svojim internim dokumentima. U tim poduzećima svaki novi naziv i njegovo objašnjenje prvo moraj biti uvršteni u interni rječnik, a tek se onda može rabiti u internim dokumentima poduzeća.

NAMJENA LEKSIKONA

Leksikon je ponajprije namijenjen predstavnicima poslovne zajednice kako bi bolje razumjeli i lakše odgovorili na postavljena pitanja u upitniku Indeks DOP-a. On može poslužiti u pripremi izvješća o društveno odgovornom poslovanju i pripremi komunikacijskih i prezentacijskih materijala te pomoći u stvaranju proaktivnih poslovnih politika.

Leksikon je namijenjen i može poslužiti:

- stručnjacima koji se bave pripremom propisa kako bi mogli pridonijeti usklađivanju nazivlja i većoj kvaliteti propisa, stručnjacima koji rade u tehničkim odborima u izradi normi, predstavnicima medija, novinarima, kako bi poboljšali kvalitetu informacija i tekstova o društveno odgovornom poslovanju
- predstavnicima akademske zajednice, nastavnom osoblju i studentima koji su zainteresirani za ovo dinamično interdisciplinarno područje. S obzirom na svoju strukturu i širinu pristupa leksikon može biti obrazovni materijal
- zainteresiranim pojedincima koji će u leksikonu naći niz informacija koje će im poslužiti u povećanju znanja o društveno odgovornom poslovanju.

CILJEVI LEKSIKONA

Nekoliko je ciljeva ovog leksikona:

- navesti nazive i objašnjenja iz upitnika Indeksa DOP-a, pronaći njihova objašnjenja prema propisima, normama i odabranoj literaturi te tako dobiti bazu za početak sustavna pristupa sređivanju nazivlja u propisima i normama

- potaknuti rješavanje problema neusklađena nazivlja u propisima i normama
- potaknuti stručnjake različitih područja da se dogovore o prijevodu i objašnjenju nekog naziva. Na primjer engleska riječ *accountability* još nema odgovarajući prijevod na hrvatski jezik. Isto tako, engleske nazive *efficiency* i *effectiveness*, često navođene u dokumentima na engleskom jeziku, različiti autori različito prevode na hrvatski jezik bez objašnjenja što one znače. Slično se dogodilo s riječima *cotamination* i *pollution*. Pravodobnim uključivanjem stručnjaka mogli bi se izbjeći, smanjiti, ali i ispraviti nesporazumi
- pridonijeti podizanju jezične kulture u poslovnoj komunikaciji
- da bude neiscrpan izvor za sve učenike i studente koji će se tijekom svog obrazovanja pokazati interes za ovo područje.

Dugoročno, trebalo bi povezati i uskladiti nazive i objašnjenja iz propisa i normi te dobiti usklađen pregled nazivlja što bi bila velika pomoć svima koji se bave izradom propisa i normi te internim dokumentima poduzeća. U pripremi nekog propisa ili norme moglo bi se provjeriti je li naziv već uveden u pregled i što znači, a ako nije, to učiniti. Pregled nazivlja trebao bi biti svima dostupan na mrežnim stranicama.

Svaka primjedba i prijedlog koji bi mogli doprinijeti poboljšanju kvalitete ovog leksikona, brižljivo će biti razmotreni i ako su relevantni, sa zahvalnošću prihvaćeni.

STRUKTURA LEKSIKONA

Nazivi u leksikonu obrađeni su na način prikazan u nastavku. To ne znači da je uza svaki naziv obrađen svaki dio, nego su obrađeni oni dijelovi za koje su pronađene informacije.

A

slovo abecede po kojem se obrađuju nazivi.

naziv

Naziv se obrađuje na hrvatskom jeziku, a navedeni su i nazivi na engleskom, njemačkom, francuskom i talijanskom. Nazivi na ostalim jezicima dodani su zbog dokumenata na stranim jezicima - na primjer europske direktive obično se odabiru na engleskom jeziku, neke norme još nisu prevedene na hrvatski jezik - a i mnogih drugih međunarodnih dokumenata na stranom jeziku.

Popis važnijih naziva i objašnjenja na početku je svakog propisa i norme te važnih poslovnih dokumenata kao što su ugovori.

objašnjenje

Obično je prvo navedeno opće objašnjenje naziva i povijesni osvrt na uporabu naziva, jasno kada je i ako je potrebno i primjereno.

Slijedi objašnjenje naziva prema propisu ili normi ako je pronađeno.

Zatim je dodano objašnjenje naziva ostalih dostupnih izvora.

Uz neke nazive u zagradama su navedeni korišteni izvori za one koji žele detaljnije objašnjenje.

primjeri

Uz neke nazive navedeni su primjeri koji pomažu njihovu boljem razumijevanju. Neki se primjeri mogu povezati s više naziva. Primjeri poduzeća, navedeni u leksikonu, odabrani su slučajno. Uglavnom smo se koristili primjerima članova Hrvatskoga poslovnog savjeta za održivi razvoj jer su nam bili dostupniji ili nekim primjerima o kojima je pisano u tisku. Jasno je da postoje i brojni drugi primjeri odgovornog ponašanja poduzeća u zajednici koji, nažalost nisu spomenuti.

prigodni datum

Uz neke nazive dodan je prigodni datum povezan s navedenim nazivom, na primjer: uz naziv okoliš naveden je 5. lipnja, Svjetski dan okoliša, a uz naziv zdravlje 7. travnja, Svjetski dan zdravlja.

srodni nazivi

Upućivanje na srodne nazive (sinonime), na primjer: uz AGENDU 21 kao srodni nazivi naveden je Program za promjenu i Program za 21. stoljeće.

više

Upućuje se čitatelja na mrežne izvore na kojima se može dobiti više informacija o pojedinom pojmu.

vidi

Neki nazivi, na primjer AGENDA 21, Program za promjenu, Program za 21. stoljeće, odnose se na isti dokument. Naziv se nalazi po abecedi pod slovom **A** i **P**. Kako bi se izbjeglo ponavljanje objašnjenja na tri mjesta, ono je dano uz Program za 21. stoljeće, a Program za promjenu i AGENDA 21 preusmjereni su na Program za 21. stoljeće i uz taj je naziv iscrpnije objašnjenje. Također se usmjerava čitatelja na slične termine koji su opisani u leksikonu.

poveznice

Ova skupina oznaka povezuje naziv prema pitanjima Indeksa DOP-a, Smjernica za izvještavanje o održivosti (GRI) i načela Svjetskog sporazuma (GC) kao triju dokumenata koji daju smjernice za primjenu društveno odgovornog poslovanja.

Primjer:

Indeks DOP-a: Pitanje 4.C.1

GRI: EN3, EN4, EN5, EN 6, EN7

GC: načela 8 i 9

znakovi

Neki nazivi povezani su s jednim ili više znakova koji su informativno navedeni uz naziv.

Na primjer: uz naziv *otpad* dani su primjeri znakova na proizvodima koji objašnjavaju što učiniti s otpadom



Baciti u koš za otpatke

Ne odložiti u komunalni otpad

Odložiti u odgovarajuće spremnike (ako postoje)

ZAKLJUČNO

Razvoj društveno-ekonomskih i političkih odnosa prati i razvoj nazivlja. Želja je autora ovog leksikona da njegov razvoj ne stane s tiskanim izdanjem nego da se uz pomoć čitatelja, stručnjaka i drugih korisnika ovaj tekst nastavi razvijati, dopunjavati i mijenjati kako bi pratio aktualna zbivanja i stvarao jedinstvenu bazu naziva društveno odgovornog poslovanja i održivog razvoja na hrvatskome jeziku. Mogućnost dopune priručnika novim nazivima i/ili objašnjenjima biti će dostupna na www.dop.hr gdje će se njegova elektronička verzija moći neprestano razvijati, mijenjati i dopunjavati.

Leksikon >>>

A



AA 1000 norme

Serijska norma koju je po prvi puta 1999. godine priredila britanska neprofitna organizacija AccountAbility. Odnose se na razne vidove društvene odgovornosti i održivog razvoja, a primjenjivi su na organizacije svih vrsta i oblika. AA 1000 serijska norma sastoji se od četiri okvira:

- AA 1000 svrha i načela;
- AA 1000 okvir za integraciju;
- AA 1000 norme osiguranja;
- AA 1000 norma uključenosti dionika.

U svojoj srži ove norme su bazirane na načelima:

- uključenost – dionici bi morali imati mogućnost reći nešto o odlukama koje na njih utječu;
- značajnost – donositelji odluka morali bi identificirati i biti jasni oko stvari koje su važne;
- odgovornost – organizacije bi morale biti transparentne oko stvari koje su povezane s njihovim aktivnostima.

Više: www.accountability.org/standards/index.html

Accountability (odgovornost pojedinca ili organizacije)

njem. die Haftung / fr. Redevabilité / tal. responsabilità

Stanje poslovne organizacije u kojem njeni čelni ljudi za svoje odluke i poduzete akcije odgovaraju drugim dionicima. To se posebno odnosi na primarne dionike, odnosno na one na koje poduzeće ima najveći izravan utjecaj. Često se ovaj termin veže uz političare od kojih se očekuje da budu odgovorni svojim biračima.

Agenda 21

Vidi: Program za 21. stoljeće

Akcija

engl. action / njem. die Aktion / fr. action / tal. azione

Radnja koja se poduzima radi postizanja nekog unaprijed dogovorenog cilja. Akcije se razlikuju prema postavljenim ciljevima, pokretačima, uključenim dionicima, vremenu trajanja, broju ponavljanja, količini i podrijetlu utrošenih sredstava te prostornoj rasprostranjenosti. Prikazana su tri različita primjera iste vrste akcije: čišćenja mora, morske obale i podmorja.

Primjer A-1: Electrolux i 5 Gyres u zajedničkoj akciji čišćenja mora od plastike

Electrolux i poznata neprofitna istraživačka organizacija 5 Gyres Institute organizirali su zajedničku ekspediciju na kojoj su u južnom Atlantiku prikupljali otpad plastičnog podrijetla. Cilj ove globalne akcije bio je upozoriti na problem zagađenja prirode plastikom te istodobno rješavati problem nedostatka plastičnog otpada kao sirovine potrebne za izradu kućanskih uređaja. Tijekom akcije, uz ostalo, čišćene su plaže na području Saint Cyr-sur-Mer, odnosno na mediteranskome dijelu Francuske. Prikupljeni otpad većinom su bili odbačeni predmeti poput plastičnih boca, plastičnog posuđa i igračaka za plažu. Nažalost, većina tog otpada jako dugo ostaje u moru jer se plastika sporo razgrađuje pa je dugoročno opasna, prije svega za morske životinje. Prikupljeni plastični otpad iskorišten je za izradu kućišta Electroluxovih kućanskih uređaja.



Slika A-1: Usisavači za čije je kućište upotrijebljen prikupljeni plastični otpad

Primjer A-2: Edukativno-ekološka akcija JGL d.d.

U povodu Svjetskoga dana zaštite okoliša, 5. lipnja 2011., farmaceutska tvrtka JGL pokrenula je važnu edukativno-ekološku akciju "Za čisto more i čisti nos! Aqua Maris". Uz podršku Turističke zajednice Općine Punat, u akciji su sudjelovali isključivo JGL-ovi zaposlenici koji su čistili teško dostupne plaže od naplavina na potezu od rta Negrita do Stare Baške.

JGL takvim akcijama želi također pokazati svoju brigu za očuvanje okoliša, ali i građanima skrenuti pozornost na problem smeća duž naših otoka i priobalja. Time JGL želi vratiti moru ono što od njega uzima, a to je čista morska voda iz koje se dobivaju mnogi preparati toga farmaceutskeg poduzeća iz Rijeke.

Primjer A-3: Akcija čišćenja mora u uvali Slano

Dana 14. lipnja 2011. održana je akcija čišćenja podmorja u uvali Slano u organizaciji Turističke zajednice općine Slano, Dubrovačko primorje i jedriličarskoga kluba "Busola" iz Slanoga. U akciji su sudjelovali i drugi iz lokalne zajednice poput učenika Osnovne škole Slano te dvaju ronilačkih klubova: podvodno-istraživačkoga kluba "Navis" i ronilačkoga kluba "Župa dubrovačka". Tijekom akcije apeliralo se na sve koji se nemarno odnose prema prirodi da prije nego što u more bace smeće s plaže, jedrilice i ribarskog broda još jednom razmisle kakvu štetu čine moru i kako će netko to umjesto njih kad-tad morati očistiti.



Aktivizam

engl. activism / njem. der Aktivismus / fr. activisme / tal. attivismo

Aktivizam je ciljano djelovanje pojedinaca i/ili skupina kako bi se ostvarile društvene, političke, ekonomske i/ili okolišne promjene te promicale određene društvene vrijednosti. Aktivizam se često doživljava kao prosvjed ili suprotnost dotad prevladavajućem mišljenju.

U kontekstu društvene odgovornosti poduzeća, aktivizam je usmjeren protiv nekog oblika neprihvatljiva djelovanja poslovnog sektora, a najčešće radi rušenja ugleda poslovne organizacije koja je meta djelovanja. Jačanje aktivizma potiče stoga poslovni sektor da više promišlja o negativnim posljedicama svojeg djelovanja te poduzima aktivnosti kako bi se one smanjile za okoliš i društvo. U proteklih dvadesetak godina mnoge aktivističke akcije znatno su narušile ugled i poslovanje velikih svjetskih korporacija poput Nestléa, Nikea, Shella, Wal Mart i mnogih drugih. Stoga poslovne organizacije pokušavaju proaktivnim društveno odgovornim djelovanjem upravljati rizicima i smanjiti mogućnost negativnih posljedica te time i organiziranih akcija protiv sebe.

Aktivizam može predstavljati bilo koju političku orijentaciju i pojavljivati se u različitim političkom obliku poput pisanja pisama medijima ili političarima ili blogova široj javnosti, osmišljenih političkih kampanja, različitih oblika građanskog neposlušnosti, ekonomskog aktivizma (kao što je npr. bojkot određenih proizvoda i/ili usluga ili podržavanje boljšeg gospodarskog rješenja), okupljanja, uličnih marševa, štrajkova, obustave rada, štrajkova glađu ili čak nekih gerilskih taktika poput aktivističkih grafita ili objavljivanja videoporuka na internetu. U poslovnome su svijetu primjeri aktivizma štrajk glađu zbog neisplaćenih plaća, zauzimanje poslovnih prostora zbog gubitka radnih mjesta, zabrana ulaska predstavnicima uprave u prostore poduzeća zbog lošeg upravljanja, djelovanje dioničara naspram uprave radi ostvarivanja pojedinačnih zahtjeva, pokušaj pritiska na tijela vlade zbog želje za promjenom zakona itd. Primjeri aktivističkih akcija katkad su navedeni i pod nazivom bojkot te se najčešće odnose na bojkot robnih marki onih poduzeća koja imaju neprihvatljivo poslovnu praksu.

Aktivizam je najčešće povezan s organiziranim djelovanjem neprofitnih udruga koje se bave zaštitom nekih prava kao što su pravo na zdrav život i okoliš, pravo na rad, pravo na slobodu mišljenja i izražavanja te pravo na zaštitu djece i mladih od iskorištavanja njihova rada. Vrlo su česte akcije protiv djelovanja poslovnih subjekata čije aktivnosti imaju negativne posljedice na okoliš, zdravlje i sigurnost stanovnika, neke društvene događaje ili sustav vrijednosti. Aktivizam i organizirane akcije neki su od glavnih uzroka preuzimanja odgovornosti poduzeća za posljedice njihovih aktivnosti koje su izravno povezane sa stvaranjem dodane vrijednosti i profita kao što su štete u okolišu iscrpljivanjem resursa te kršenje osnovnih ljudskih i radnih prava. To preuzimanje odgovornosti očituje se u razvoju društveno odgovorna poslovanja koje postaje sastavni dio svih poslovnih aktivnosti. Različiti su oblici odgovora na aktivističke akcije. Jedan je od njih označavanje proizvoda odgovarajućim znakovima i porukama. Tako mnoga poduzeća, koja bi mogla biti predmet aktivističkog djelovanja organizacija za zaštitu životinja zbog ispitivanja djelovanja proizvoda na životinjama, stavljaju na svoje proizvode znak (slika A-2) ili onaj (slika A-3) za zaštitu

Ljudskih prava zbog iskorištavanja proizvođača sirovina (čaja, kave, šećerne trske) i slično. Tim znakovima izjavljuju da se odgovorno ponašaju prema životinjama ili dobavljačima spomenutih sirovina. Poduzeće stječe pravo stavljanja takvih i sličnih znakova poslije temeljita pregleda neovisne organizacije ili odgovarajućeg izdavaatelja certifikata. Potrošači bi trebali biti svjesni da postupak dobivanja bilo koje vrste certifikata, potvrde da su proizvod ili usluga u skladu s određenim zahtjevima, ima svoju cijenu koja se najčešće ugrađuje u cijenu proizvoda i onda su ti proizvodi češće skuplji od drugih.



Slika A-2: Bez okrutnosti (cruelty free)
(proizvod nije ispitivan na životinjama)



Slika A-3: Poštena je trgovina jamstvo poštena poslovanja

Primjer A-4: Javni prosvjedi i okupljanja u Zagrebu zbog nelegalne gradnje u Varšavskoj ulici

Jedna od tipičnih aktivističkih akcija bila je borba protiv gradnje prilaza u podzemnu garažu u dotad pješačkoj zoni Varšavske ulice u Zagrebu, koju su organizirale neprofitne organizacije "Pravo na grad" i "Zelena akcija" radi zaštite javnog interesa. Prosvjedi su s prekidima trajali više od godine dana od 2008. do 2010. Tijekom akcije povremeno bi se okupilo i po nekoliko tisuća građana koji su se usprotivili provedbi toga projekta. Spomenuta je akcija važna jer je utjecala na buđenje aktivističkih organizacija diljem Hrvatske koje su počele organizirati niz sličnih javnih prosvjeda. Ovo je primjer aktivizma koji nije, kao što je to najčešće, usmjeren prema određenom poduzeću jer nije riječ o bojkotu robnih marki, već u prvom redu protiv postupka izdavanja dozvola, odnosno usmjeren je prema javnoj upravi.

U Hrvatskoj još nema važnijih primjera organizirana bojkota proizvođača nekog neodgovornog proizvođača, dijelom zbog niskog stupnja razvoja građanskog aktivizma te uloge civilnog društva. Kako bi motivirao građane i građanke, organizacije iz javnog i privatnog (profitnog i neprofitnog), sektora na jači angažman u promociji, poticanju i razvoju demokracije i građanskog aktivizma, GONG dodjeljuje godišnje nagrade "Gong za građanski aktivizam i razvoj demokracije".

Više: www.gong.hr

Indeks DOP-a: Pitanja: 4.D.3, 5.A.5, 5.B.6, 5.D.4

GRI: nema posebnih zahtjeva

GC: nema posebnih zahtjeva



Antiglobalizacijski pokret

engl. antiglobalisation movement/ njem. die Antiglobalisierungsbewegung / fr. mouvement altermondialiste/ tal. movimento antiglobalizzazione

Globalizaciju možemo shvatiti kao rastuću ekonomsku i društvenu ovisnost i međusobnu povezanost različitih regija. Ovaj proces je potaknut intenzivnim širenjem granica multinacionalnih korporacija koje pokušavaju iskoristiti svoju konkurentnost izvan granica domicilnog tržišta samostalno ili pomoću globalnih organizacija poput Svjetske trgovinske organizacije, G8, G20 i drugih. Antiglobalizacijski pokret je nastao kao otvorena kritika ovakvim nastojanjima ukazujući na niz negativnih posljedica globalizacijskih procesa poput nejednakog pritupa resursima i javnim dobrima, neravnomjerne distribucije dobiti, rastućeg jaza između bogatih i siromašnih, negativnih eksternalija, kršenja ljudskih prava, štete za okoliš i td.

Na pokret se može gledati iz različitih perspektiva od nasilnih protesta (npr. sastanak Svjetske trgovinske organizacije u Seattlu ili G8 samita u Genovi) preko spontanijih mirnijih inicijativa raznih aktivističkih grupa koje jako dobro koriste društvene mreže za promociju svojih stremljenja do formalizacije u obliku globalnih neprofitnih organizacija (poput Human Rights Watch ili Greenpeace) ili političkih organizacija (stranke zelenih u raznim zemljama). Osnovno polazište antiglobalizacijskog pokreta je kako tržište i konkurencija ne mogu spontano kreirati uvjete u kojima je moguća socijalna pravda i blagostanje te da pojedinci i poduzeća koriste tu činjenicu sebi na korist. Zato civilno društvu služi kao korektor javnih i poslovnih organizacija kako bi se neutraliziralo potencijalno štetno djelovanje i osiguralo poštene tržišne uvjete za sve dionike.

Aspekt okoliša

engl. environmental aspect / njem. der Umweltaspekt / fr. aspect écologique / tal. aspetto ambientale

Prema normi HRN EN ISO 14001 Sustavi upravljanja okolišem, aspekt okoliša element je djelatnosti, proizvoda ili usluga neke organizacije koji može djelovati uzajamno s okolišem. Aspekti su okoliša temelj sustava upravljanja okolišem i povezani su s djelatnošću poduzeća. Prepoznavanje i određivanje važnosti aspekata okoliša bitan je korak u razumijevanju utjecaja poduzeća na lokalnoj i globalnoj razini. Aspekte okoliša potrebno je prepoznati, odrediti njihovu važnost (značajni aspekti), postaviti ciljeve koji se odnose na značajne aspekte te prirediti plan i program za njihovo postizanje. U dogovorenim razmacima potrebno je nadzirati provedbu plana i programa. Iako ne postoji jedinstven pristup prepoznavanju aspekata okoliša, poduzeće treba razmotriti:

- ispuštanje u zrak
- ispuštanje u vodu
- ispuštanje u tlo
- uporabu kemikalija
- uporabu sirovina i prirodnih resursa (na primjer prostora)

- uporabu energije,
- utjecaj proizvoda i/ili usluga
- otpad
- te ostalo (vibracije, buka, prašina, neugodni mirisi, svjetlosno onečišćenje, toplina, radijacija itd.).

Aspekt može biti izravan, na primjer ispuštanje u zrak iz termoelektrane ili neizravan, na primjer ispuštanje u zrak kao posljedica potrošnje električne energije u poduzeću. Isto tako, potrebno je razlučiti koji su aspekti značajni za neko poduzeće, na primjer ispuštanje CO₂ u cementnoj industriji ili otpad na farmi i u klaonicama, a općenito gledano, potrošnja papira svakako je manje značajan aspekt. Određivanje aspekata koristan je korak u definiranju i formuliranju misije i ciljeva organizacije te programa za rješavanje problema okoliša.

Promjene u okolišu, pozitivne ili negativne, koje su posve ili djelomično posljedica aspekata okoliša, nazivaju se utjecajima na okoliš. Odnos između aspekata i utjecaja na okoliš jednak je odnosu uzroka i posljedica.

Indeks DOP: Pitanja 4.B.1 do 4.B.4, 4.E.2

GRI: EN1 do EN30

GC: načela 7, 8, 9

Audit

engl. audit / njem. die Prüfung / fr. audit / tal. revisione

Prema normi HRN EN ISO 9000, audit je sustavan, neovisan i dokumentiran proces dobivanja dokaza audita i njihovo objektivno vrednovanje kako bi se odredio opseg u kojem su ispunjeni kriteriji audita.

Unutrašnje audite, koji se nazivaju auditima prve strane, provodi sama organizacija ili se oni provode u njezino ime kako bi uprava preispitala neki od sustava upravljanja ili za druge unutrašnje potrebe i mogu činiti osnovu za izjavu organizacije o sukladnosti. Često, posebno u manjim organizacijama, neovisnost se može dokazati tako da audit provodi osoba koja nije odgovorna za djelatnost koja je predmet audita, na primjer zaposlenik odgovoran za nabavu može provoditi audit u ljudskim potencijalima.

Vanjski auditi obuhvaćaju ono što se općenito naziva "audit druge strane" i "audit treće strane". Audite druge strane provode subjekti koji imaju interes u poduzeću, kao što su proizvođači koji nabavljaju dijelove za svoj proizvod, poduzeća koja iznajmljuju skladište ili prijevoznika, kupci ili druge osobe u njihovo ime. Audite treće strane provode vanjske, nezavisne organizacije koje se bave auditom poput onih koje provode certifikaciju/registraciju u skladu s normama, na primjer HRN EN ISO 9001, HRN EN ISO 14001 i drugim normama upravljanja.

Zajednički je audit kada se auditiraju dva ili više sustava upravljanja zajedno, na primjer sustavi upravljanja kvalitetom i sustavi upravljanja okolišem. Združeni je audit kada dva ili više poduzeća ili kupaca zajednički auditiraju jednog dobavljača.

Audit treba biti planiran, proveden sukladno primjenjivim normama i potkrijepljen dokazima za nađene nesukladnosti. Rezultati neovisne ocjene podloga su za planiranje popravnih mjera koje moraju biti nadzirane. Unutrašnji audit mogu provoditi zaposlenici koji su prošli odgovarajuću obuku. Osnovno je da rezultati služe internoj analizi učinkovitosti procesa i planiranju aktivnosti za njihovo poboljšanje. Objašnjenje je preuzeto iz temeljnih načela i terminološkog rječnika za sustave upravljanja kvalitetom i vrijedi i za ostale sustave upravljanja.

Audit dobavljača

engl. supplier's audit / njem. die Lieferantenprüfung / fr. audit fournisseur / tal. fornitore di revisione

Audit dobavljača sustavan je, nezavisan i dokumentiran proces prikupljanja dokaza i njihova objektivna vrednovanja radi određivanja opsega u kojem se ispunjavanje kriteriji sustava upravljanja koje je postavilo poduzeće-kupac prema svom dobavljaču. To je primjer proaktivnog djelovanja gdje poduzeće-kupac može pozitivno utjecati na poslovnu praksu poduzeća-dobavljača. Na primjer, poduzeće-kupac traži da njihov dobavljač ima uveden sustav upravljanja kvalitetom, okolišem ili neki drugi sustav upravljanja primjeren djelatnosti poduzeća. Isto tako, poduzeće-kupac može tražiti da dobavljač prihvati njegov kodeks ponašanja. Kako bi poduzeće-kupac provjerilo pridržava li se dobavljač prihvaćenih obveza, može organizirati redovit audit dobavljača. Audit može provesti nezavisna organizacija ili kompetentni zaposlenici samog poduzeća-kupca.

Indeks DOP-a: Pitanja 4.D., od 5.A.1 do 5.A.5

GRI: EC6

GC: nema posebnih zahtjeva

Audit okoliša

engl. environmental audit / njem. Umweltprüfung / fr. audit environnemental/ tal. audit ambientale

Prema normi HRN EN ISO 14001, audit okoliša sustavan je, nezavisan i dokumentiran proces prikupljanja dokaza audita i njihova objektivna vrednovanja radi određivanja opsega u kojem se ispunjavanje kriteriji sustava upravljanja okolišem koje je postavila sama organizacija.

Auditor

engl. auditor / njem. der Revisor / fr. auditeur / tal. uditore

Prema normi HRN EN ISO 9000, auditor je osoba koja je osposobljena za provedbu audita, odnosno ima odgovarajuće dokazane osobne odlike i kompetencije za provođenje audita. Osobne odlike bitne za auditora opisane su u normi HRN EN ISO 19011.

B

Baselska konvencija

engl. Basel convention / njem. Babkommendas Basler Übereinkommen / fr. Convention de Bâle / tal. Convenzione di Basilea

Baselska konvencija skraćeni je naziv dokumenta koji se zove Baselska konvencija o nadzoru prekograničnoga prometa opasnog otpada i njegovu odlaganju. Zakon o potvrđivanju (ratifikaciji) konvencije o nadzoru prekograničnoga prometa opasnog otpada i njegovu odlaganju objavljen je u NN 3/1994. (dio Međunarodni ugovori). Baselska konvencija iz 1989. godine najopsežniji je međunarodni ugovor o opasnom otpadu i ostalim vrstama otpada. Do rujna 2010. godine, Konvenciju je prihvatilo 178 država, a osnovni je cilj zaštititi ljudsko zdravlje i okoliš od različitih utjecaja od nastajanja, gospodarenja i prekograničnog prometa i odlaganja opasnog otpada i ostalih vrsta otpada.

Konvencija je posljedica zabrinutosti afričkih i ostalih država u razvoju (države koje nisu članice OECD-a) da ne postanu odlagalište otpada razvijenih država (države članice OECD-a). Godine 1994. na drugom sastanku država potpisnica odlučeno je da se odmah zabrani izvoz opasnog otpada iz država članica OECD-a na konačno odlaganje u države koje nisu članice OECD-a. Isto tako, odlučeno je da do 1997. godine prestane izvoz opasnog otpada za recikliranje i obradu iz država članica OECD-a u one koje nisu članice OECD-a. Posljedice su neodgovorna ponašanja i postupanja s opasnim otpadom zagađenje okoliša (vode, tla i zraka) i negativan utjecaj na zdravlje i sigurnost lokalnog stanovništva, od teških tjelesnih oštećenja do smrtnih posljedica.

Od 2000. do 2010. godine države potpisnice Baselske konvencije usmjerile su napore na smanjenje/sprječavanje nastajanja opasnog otpada, razvoj i primjenu čistih tehnologija, sprječavanje ilegalne trgovine opasnim otpadom, praćenje legalne trgovine otpada, poboljšanje institucionalnih i tehničkih kapaciteta s posebnim naglaskom na zemlje u razvoju i ekonomije u tranziciji (države koje nisu članice OECD-a).

Više: www.basel.int

Benchmark

engl. benchmark / njem. der Abrisspunkt / fr. étalon / tal. parametro

Izvorno predstavlja znak za nivelaciju pri mjerenju zemljišta, a danas svaki kriterij usporedbe i vrednovanja (osobnih, skupnih, organizacijskih i/ili društvenih) potencijala i postignutih rezultata. Najčešće se za usporedbu uzimaju najbolji, odnosno oni koji postižu najbolje rezultate u određenoj aktivnosti, ali pri tome treba biti oprezan i valjano razmotriti tko je referentna točka jer uspoređivanje s najboljima može rezultirati demotivacijom za inovacijama.

Vidi: uspoređivanje s najboljima

Benchmarking

njem. der Leistungsvergleich /fr. étalonnage/ tal. benchmarking

Vidi: uspoređivanje s najboljima

Beneficija

engl. benefit / njem. die Vorteile / fr. b n fice / tal. beneficio

Vidi: povlastice

Biološka raznolikost

engl. biodiversity / njem. die biologische Vielfalt / fr. biodiversit  / tal. biodiversit 

Biološka je raznolikost broj, raznovrsnost i promjenjivost živih organizama, najčešće na nekom geografskom području. Ona je sveukupnost svih živih organizama koji su sastavni dijelovi ekoloških sustava, a uključuje raznolikost unutar vrsta, između vrsta i životnih zajednica te raznolikost između ekoloških sustava. Pod biološkom raznolikošću podrazumijevamo raznovrsnost postojećeg bilja, životinja i mikroorganizama na razini (1) genetske konstitucije, (2) vrsta i (3) ekosustava i krajolika. Zbog toga je riječ o genetskoj raznovrsnosti (gena, genoma), raznolikosti vrsta (jedinki, podvrsta, vrsta, rodova, porodica, redova itd.) i ekosustava ili ekološkoj raznolikosti (populacija, biljnih zajednica, biocenoza, stajbina, ekosustava itd.).

Predstavnici gospodarstva imaju i zakonsku obvezu brinuti se o biološkoj raznolikosti. Ako poduzeće ima ili planira gradnju pogona ili izvođenje nekog zahvata, mora provjeriti nalazi li se u ekološkoj mreži i zatražiti izradu Karte staništa koja sadrži pregled stanišnih tipova na lokaciji i oko nje. Ekološka je mreža sustav međusobno povezanih ili prostorno bliskih ekološki važnih područja, koja uravnoteženom biogeografskom raspoređenošću uvelike pridonose očuvanju prirodne ravnoteže i biološke raznolikosti, koju čine ekološki značajna područja za Republiku Hrvatsku, a uključuju i ekološki značajna područja Europske unije Natura 2000. Ocjena prihvatljivosti za ekološku mrežu postupak je kojim se procjenjuje postoji li vjerojatnost da provedba plana, programa ili zahvata u području ekološke mreže, samog ili s drugim planovima, programima ili zahvatima, može znatno utjecati na ciljeve očuvanja i cjelovitost područja ekološke mreže s obzirom na njezinu strukturu i funkcionalnost.

Za zahvat planiran u području ekološke mreže, koji sam ili s drugim zahvatima može znatno utjecati na ciljeve očuvanja i cjelovitost područja ekološke mreže, ocjenjuje se prihvatljivost za ekološku mrežu u skladu sa Zakonom o zaštiti prirode. Za zahvat za koji je posebnim propisom kojim se uređuje procjena utjecaja zahvata na okoliš propisana obveza procjene utjecaja zahvata na okoliš te za zahvat za koji je potreba procjene određena u postupku ocjene o potrebi procjene, glavna ocjena o prihvatljivosti zahvata za ekološku mrežu u odnosu na ciljeve očuvanja i cjelovitost područja ekološke mreže, obavlja se u sklopu obveznog postupka procjene utjecaja zahvata na okoliš. Poduzeća, posebno proizvodna koja se koriste prirodnim sirovi-

nama, na primjer kamenolomi, utječu na bioraznolikost u okruženju. Poduzeća su odgovorna za revitalizaciju prostora poslije prestanka vađenja sirovina. Isto tako, neka poduzeća podupiru održavanje biološke raznolikosti organiziranjem različitih akcija, na primjer: pošumljivanjem područja uništenih u požaru ili vraćanjem nestalih vrsta na određena područja.

Srodni naziv: biodiverzitet

Prigodni datum: 22. svibnja, Međunarodni dan biološke raznolikosti

Indeks DOP-a: Pitanja: 4.B.1, 4.B.4

GRI: EN11, EN12, EN13, EN14, EN15

GC: Načela 7, 8 i 9

Birači

engl. constituency / njem. die Wähler / fr. électeurs / tal. elettori

Tijekom vremena objašnjenje ovog naziva prošireno je i ovisi o kontekstu u kojem se rabi.

a) Objašnjenje je u političkome smislu da je riječ o pojedincima koji imaju pravo glasovanja (birači, biračko tijelo) u određenoj izbornoj jedinici (što svaka država posebno uređuje) i koji biraju svoje predstavnike u predstavnička tijela na određenoj razini (grada, općine, županije, države). Političari ih nastoje pridobiti svojim političkim programom da glasuju za njih, na primjer otvaranjem novih radnih mjesta, smanjenjem poreza, boljom zdravstvenom skrbi, unapređivanjem obrazovnog sustava i slično.

b) Objašnjenje u širem (ekonomsko-društvenom) smislu jest kako je riječ o pojedincima ili skupini osoba koje imaju zajednički interes, zajedničke vrijednosti, ciljeve i slično, na primjer kupci, potrošači, dioničari, primatelji donacija, sudionici projekta i slično.

Bojkot

engl. boycott / njem. der Boykott / fr. boycottage / tal. boicottaggio

Način političke i ekonomske borbe kojim se posve ili djelomično prekida odnos s pojedinom osobom, organizacijom, državom ili je posrijedi suzdržavanje od kupnje ciljanih proizvoda ili korištenja ciljanim uslugama.

Ovaj način borbe prvi su primijenili irski zakupnici 1879. prema svome omraženom upravitelju imanja – Englezu Geoffreju Boycottu. Posrijedi je oblik građanskog aktivizma i prosvjeda te je ključan mehanizam otpora kad govorimo o etičnoj potrošnji. Ovo je oblik ekonomske i društvene borbe koji se odnosi na potpun prekid odnosa s nekim pojedincem ili organizacijom ili pak na odbijanje sudjelovanja u nekoj aktivnosti. Najčešće se odnosi na neslaganja potrošača s načinom na koji su neki proizvodi ili usluge nastali i/ili se naplaćuju te oni odbiju njihovu kupovinu, potrošnju ili bilo kakvu izravnu povezanost s tim proizvodima ili uslugama. Tako na primjer u Velikoj Britaniji čak 36% kupaca bojkotira jednu ili više robnih marki zbog neodgo-

vorna ponašanja njihovih proizvođača/vlasnika. U Danskoj 49% kupaca bojkotira jednu ili više robnih marki, a u Francuskoj ih to čini 46%. Najekstremniji su u Kini u kojoj više od 50% ljudi aktivno bojkotira neke proizvode i/ili usluge. Najtolerantniji su u Meksiku u kojem tek 15-ak % ljudi aktivno nešto bojkotira ili u Japanu u kojem to čini 20-ak% ljudi.

Bojkotirati se mogu i pojedinci, ali i države, najčešće zbog političkih i drugih razloga. Bojkot je stoga vrlo usko povezan s individualnim (pojedinačnim) vrijednostima i načelima neke osobe, a može se provoditi individualnim ili skupnim nastojanjem da se probudi svijest o nekom (pojedinom) društvenom problemu. U praksi se, isto tako, može dogoditi da neki trgovački lanac bojkotira proizvode određenog proizvođača zbog ugleda proizvođača ili zato što ne pristaje na uvjete trgovačkoga lanca. U nekom poduzeću bojkot može poprimiti razmjere odbijanja suradnje ako ono ne posluje u skladu s nekim sustavom vrijednosti. Takvim se djelovanjem u poslovnim krugovima uništava ugled poduzeća i utječe na poslovne rezultate.

Premda je naziv nastao 1880. godine, u praksi se bojkot provodi još od 1830-ih kada je National Negro Convention potaknula stanovnike na bojkot proizvoda koje su napravili robovi. Još je niz primjera poput američkog bojkota britanskih proizvoda za američke revolucije, indijskog bojkota britanskih proizvoda koji je organizirao Mahatma Gandhi, bojkota protiv Henryja Forda koji su organizirali Židovi, bojkota njemačkih proizvoda u Litvi, SAD-u, Velikoj Britaniji i Poljskoj 1933. godine, kineskog bojkota japanskih proizvoda za tzv. Pokreta 4. svibnja 1919. godine, poslije Versailleskog sporazuma; bojkota Olimpijskih igara u Moskvi 1980. godine i onih u Los Angelesu 1984. godine. Povijest je prepuna bojkota nekih poslovnih organizacija zbog njihove poslovne prakse, a najpoznatiji je bojkot Nikeovih proizvoda iz sredine devedesetih godina 20. stoljeća kada su se studenti borili protiv rada djece u tvornicama Nikeovih dobavljača u Indoneziji i Vijetnamu. Taj je bojkot promijenio praksu u Nikeovim tvornicama koje su s obzirom na tržišnu poziciju koju ima taj proizvođač postale standard za cijelu industriju proizvodnje sportske odjeće i obuće.

Neki od poznatijih bojkota jesu:

- bojkot američkog lanca trgovina zdravom hranom Whole Foods, uglavnom zbog negativne uloge njihova člника Johna Mackeya u javnoj debati o američkome sustavu zdravstva ili zato što nisu skloni djelovanju sindikata ili zbog nebrige za zaposlenike
- bojkot Nestléa zbog njegove marketinške kampanje za neetičnu uporabu i promociju mlijeka u prahu za dojenčad u zemljama u razvoju koji je počeo osamdesetih godina i još traje
- bojkot McDonald'sa zbog negativne percepcije njegove uloge kao simbola globalizacije i hrane koja šteti zdravlju
- bojkot nekih drugih poduzeća poput Microsofta, Monsanta, Exxon Mobilea i finansijskih i osiguravateljskih institucija zbog njihove uloge u globalnoj krizi; bojkot se provodi i u poduzećima kad je posrijedi zajednički dogovor radnika koji ne obavljaju svoje redovite aktivnosti radi pritiska na upravu/vlasnika ili se bojkotiraju proizvodi određenih poduzeća koja iskorištavaju dječji rad, provode ispitivanja na životinjama ili se loše odnose prema zaposlenicima.

Primjer B-1: Sukob Greenpeacea i Shella zbog platforme Brent Spar

Jedan je od klasičnih primjera bojkota borba zelenih aktivista iz neprofitne organizacije Greenpeace i naftnog diva Shella (danas Royal Dutch Shell). Godine 1995. britanska je vlada podržala planove Shella da potopi staru platformu Brent Spar koja je izgubila svoju ekonomsku vrijednost još 1991. godine. Aktivisti Greenpeace zauzeli su platformu na tri tjedna i istodobno poduzeli još niz akcija radi sprječavanja Shella u njegovoj nakani. Osobito je uspjela fizička blokada Shellovih benzinskih postaja u Njemačkoj kada je tom naftnom divu, prema nekim izvorima, prodaja pala 20-30%. Jedna od tih postaja bila je čak fizički napadnuta. Na kraju je Shell ipak popustio pritisku i posve reciklirao staru platformu, što ga je stajalo 43 milijuna £ umjesto 4,5 milijuna £ koliko bi stajalo potapanje stare platforme. No najveća sporenja na kraju je izazvala nezavisna studija koja je pokazala kako je originalno Shellovo rješenje, potapanje platforme, bilo ekološki prihvatljivije.

Primjer B-2: Nike i dječji rad

Sredinom devedesetih zbog strateškog marketinga koji se služio poznatim osobama i snažnom kampanjom, Nikeov logo Swoosh postao je jedan od prepoznatljivijih zaštitnih znakova na svijetu. Upravo u vrijeme najvećeg uspjeha, počele su u javnost pristizati informacije da se dio asortimana proizvodi u tvornicama u kojima su radnici izloženi vrlo nehumanim uvjetima rada i imaju izrazito male plaće. Preko noći, riječ Nike postala je sinonim za iskorištavanje siromašnih radnika i dječji rad u zemljama Trećeg svijeta. Nike se našao pod udarom niza aktivista koji su usmjerili pozornost na uvjete rada u tvornicama kojima su upravljali podugovarači, uglavnom u zemljama u razvoju. Tako su njihovi radnici u Vijetnamu bili plaćeni tek 1,60 američkih dolara na dan, a u isto je vrijeme ih je jedan obrok stajao 60-90 centi. Reebok je tada plaćao svoje radnike u Vijetnamu 65 US \$ na mjesec, a Coca-Cola i Goodyear javno su bili priznali kako minimalna plaća nije dovoljna da njihovi radnici u zemljama u razvoju prežive. Pozivi za bojkot Nikeovih proizvoda postali su sve glasnjiji i sve češći te su počeli utjecati na robnu marku i ugled toga proizvođača, ali i na cijenu njegovih dionica. Unatoč ekspanziji američke ekonomije, Nikeove su dionice u relativno kratkom razdoblju izgubile na vrijednosti 43%. Suočeno s rastom broja aktivističkih skupina, padom cijena dionica i lošom prodajom, poduzeće je bilo prisiljeno priznati javnosti da se uvjeti u tvornicama moraju drastično popraviti.

Započeli su prisiljavati svoje podugovarače da prestanu s praksom zapošljavanja djece, slijede američke zdravstvene i sigurnosne standarde te su dopustili neprofitnim organizacijama da sudjeluju u nadgledanju tvornica u Aziji. Unatoč uvjeravanju da je društvena odgovornost duboko usađena u način poslovanja i vrijednosti poduzeća, Nike je i dalje bio na meti optužaba kako je odgovoran za iskorištavanje ili barem povezan s iskorištavanjem siromašnih radnika u zemljama u razvoju. Nike je odgovorio povećanim ulaganjem upravo u traženje odgovora na pitanja kako koncept društvene odgovornosti utječe na strategiju korporacije. Tako danas unutar korporacije djeluje otprilike 150 zaposlenika koji su izravno povezani s pitanjem održivog razvoja i društvene odgovornosti poduzeća, od kojih većina po principu organizacijske matrice sudjeluje u različitim poslovnim jedinicama, nastojeći uravnotežiti sve tri ključne kategorije ciljeva (društvene, ekonomske i one vezane uza

zaštitu okoliša). Napokon je 2005. godine, poslije niza napora i konkretnih aktivnosti, Nikeov napredak i službeno priznat. To je poduzeće na listu 100 najetičnijih uvrstio Business Ethics Magazin. Slučaj Nikea pokazuje kako je veoma skupo biti označen kao društveno neodgovoran. Potreban je samo trenutak da se izgubi ugled koji je poduzeće gradilo godinama, a potrebno je još i više godina da se on ponovno stekne.

Nike je danas, po mnogima, globalni lider kad se govori o poboljšavanju uvjeta rada u zemljama u razvoju. Korporacija sada pokušava napraviti isto i s transparentnosti u poslovanju. Kad je bio optužen za izrabljivanje radnika koji rade u njegovim tvornicama u zemljama u razvoju, Nike je primijenio taktiku suočavanja s optužbama i definirao društveno odgovorno poslovanje kao dio svoje strategije. Rezultat je takvih napora da je 2008. godine menadžment na korporativnoj web stranici objavio kako su sve njihove tvornice prošle reviziju radnih uvjeta. S obzirom na njihov utjecaj tržišnog lidera zanimljivo je kako su i drugi slijedili ovaj primjer pa društveno odgovornu ponašanje pozornost obraćaju i njihovi glavni konkurenti poput Reeboka, Pume i Adidasa.

Srodni pojam: aktivizam

Brand

engl. brand / njem. die Marke / fr. marque/ tal. marca

Vidi: robna marka

Branding

engl. branding / njem. die Markenentwicklung / fr. branding / tal. branding

Vidi: upravljanje robnom markom

Bruto dodana vrijednost

engl. gross added value / njem. die Bruttowertschöpfung / fr. valeur ajoutée brute / tal. valore aggiunto lordo

Bruto dodana vrijednost je vrijednost stvorena tijekom svih faza proizvodnje nekog proizvoda ili usluge. Činitelji proizvodnje uključuju rad, zemlju i kapital te se promatra koliko se doprinosom pojedinih od njih u određenim fazama proizvodnje podiže vrijednost proizvoda ili usluge. Prema tome, ukupni doprinosi svih činitelja proizvodnje upućuju na bruto dodanu vrijednost. Zbroj dodanih vrijednosti u svakoj fazi proizvodnje jednak je vrijednosti finalnog proizvoda ili usluge. Tako na primjer ukupnu dodanu vrijednost domaćih činitelja proizvodnje u nacionalnoj ekonomiji prikazuje bruto domaći proizvod (BDP), odnosno bruto dodana vrijednost je kategorija koja je od BDP-a manja za razliku poreza na proizvode ili usluge i subvencija na proizvode ili usluge. Dodana vrijednost je koncept pomoću kojeg se mogu raditi usporedbe među zemljama, industrijama, organizacijama ili među različitim ekonomskim strukturama.

Postoje dva glavna načina računanja dodane vrijednosti: pristup finalne potrošnje ili proizvodni pristup i pristup pomoću dohoda odnosno zarada svih činitelja proizvodnje ili prihodni pristup.

Kako bi se izbjegla različita tumačenja i načini izračuna te dobile usporedive vrijednosti, za potrebe popunjavanja upitnika Indeks DOP-a prihvaćeno je da se bruto dodana vrijednost izračuna kako je prikazano u slika B-1.

Slika B-1: Način izračuna bruto dodane vrijednosti u Indeksu DOP-a

Bruto dodana vrijednost = amortizacija + (neto nadnice i plaće + doprinosi, porez i prirrez na porez iz plaća + doprinosi na plaće) + kamate na kredite i druge obveze domaćim osobama + porez na dobit + dobit nakon oporezivanja

Business in the Community -BITC

Business in the Community (BITC) je neprofitna, nezavisna organizacija kojoj je svrha inspirirati, uključiti i podržati, ali i potaknuti poduzeća koja su spremna stalno potpomagati društveno korisne inicijative. U 2007. godini ta je organizacija okupljala više od 750 poduzeća koja djeluju u Velikoj Britaniji i drugdje, uključujući 71 iz skupine FTSE 100 kompanija. Zajedno njihovi su članovi zapošljavali više od 12,4 milijuna ljudi u 200 zemalja u 2009. godini, pa su iznimno moćni.

U Hrvatskoj je BITC surađivao na inicijativi HR PSOR/HGK u izradi metodologije Indeksa DOP-a u kojoj je kao predložak primijenjena metodologija "CR Award" Nagrada za društvenu odgovornost u poslovanju (engl. Corporate Responsibility Award/) koju godinama dodjeljuje BITC.

Više: www.bitc.org.uk

Indeks DOP-a: Pitanje 2.10

GRI: točka 4.13

GC: nema posebnih zahtjeva

Business for Social Responsibility -BSR

Američka neprofitna organizacija koja ima za osnovni cilj promociju društveno odgovornog poslovanja kroz i s poslovnom zajednicom. Osnovana je 1992. godine, a danas ima preko 250 članova, ova organizacija nudi savjetovanje, prijenos znanja, analize, relevantne informacije i druge usluge. BSR radi s poduzećima i dionicima kako bi zajedno stvorili pravedniju i održiviju globalnu ekonomiju.

B

šezdesetak profesionalaca koji rade u tri ureda (u sjedištu u San Franciscu, Parizu i Guangzhou) fokusirani su na teme poput ljudskih prava, raznolikosti rade snage, ekonomskog razvoja, zaštite okoliša, sustava korporativnog upravljanja i druge važne teme, ali iz perspektive poslovne zajednice. BSR također djeluje kao posrednik od povjerenja između poslovnog svijeta i civilnog društva. Dok s jedne strane razumije poslovni svijet i njegove potrebe, BSR osigurava i snažnu vezu s ključnim dionicima tako da svim stranama u pregovaračkom procesu omogućuje bolje definiranje i formuliranje odluka, pozicija i akcija.

Više: www.bsr.org

Indeks DOP-a: Pitanje 2.10

GRI: točka 4.13

GC: nema posebnih zahtjeva

c

Caux Round Table - CRT

CRT je međunarodna mreža poslovnih vođa kojima je cilj promicati načela "moralnog kapitalizma", odnosno živjeti i raditi zajedno za opće dobro. CRT promiče primjenu načela putem kojih se može razvijati moralni kapitalizam i održivi, društveno odgovoran prosperitet može postati temelj za zdrav, slobodan i transparentan odnos između svih dionika širom svijeta. U poduzećima se CRT zauzima za primjenu poslovnih načela koja predstavljaju temelj suvremenog vodstva. Načela CRT-a osiguravaju temeljne etičke norme za poslovno odlučivanje i trebala bi biti glavni dio organizacijske kulture svakog poduzeća, a omogućuju i sustavno učenje i edukaciju za vođe poslovnih organizacija te bi trebali biti nositelji etičkog programa za poslovne škole i buduće lidere.

I u Hrvatskoj postoji neformalna skupina koja se povezuje s tom inicijativom i u njoj sudjeluju vodeći hrvatski menadžeri i poduzetnici unutar organizacije CROMA. Povremeni susreti sastoje se od organizacije predavanja predsjednika CRT-a Stephena Younga, pa je tijekom jednog takvog okupljanja predstavljena njegova knjiga "Moralni kapitalizam" u hrvatskom prijevodu.

Više: www.cauxroundtable.org

Indeks DOP-a: Pitanje 2.10

GRI: točka 4.13

GC: nema posebnih zahtjeva

CERES-ova načela

engl. CERES principles / njem. die CERES-Prinzipien / fr. principes du CERES / tal. CERES principi

CERES je kratica za američki Savez za ekološki odgovorna gospodarstva. Godine 1989., nakon velikog ekološkog incidenta koji je poljuljao povjerenje javnosti u poslovni svijet u SAD-u, kada je iz tankera Exxon-Valdez uz obale Aljaske iscurilo gotovo 42 milijuna litara nafte i posve uništilo jedno od do tada bolje očuvanih svjetskih prirodnih staništa, postalo je jasno kako poslovne organizacije ne čine dovoljno kako bi konstruktivnije utjecale na ekološke i društvene aspekte svojih poslovnih aktivnosti. Već šest mjeseci od incidenta, skupina investitora okupila se i osnovala malu neprofitnu organizaciju CERES. U jesen 1989. godine organizacija je objavila kodeks ponašanja u 10 točaka koji je bio usmjeren na različite aspekte zaštite okoliša. Godine 1993., kompanija Sunco bila je prva među Fortuneovih 500 kompanija koja je prihvatila CERES-ova načela. Već je više od 50 kompanija primijenilo ta načela, a među njima je 13 Fortuneovih 500 kompanija. Prihvaćajući ta načela ili primjenjujući odgovarajuća vlastita, poduzeća ne samo što formaliziraju predanost zaštiti okoliša nego i aktivno stalno poboljšavaju postojeću praksu, potiču iskrenu komunikaciju s okruženjem i sustavno izvještavanje. Poduzeća koja prihvate načela postaju dijelom mreže znanja i imaju pristup različitim ekspertizama od investitora i analitičara javnih politika do stručnjaka za energiju, znanstvenika i drugih.

Ta su načela:

1. zaštita biosfere
2. održiva uporaba resursa
3. smanjenje i gospodarenje otpadom
4. smanjenje potrošnje energije
5. smanjenje rizika i upravljanje rizicima
6. sigurni proizvodi i usluge
7. sanacija okoliša
8. informiranje javnosti
9. predanost menadžmenta
10. revizija i izvještavanje.

Više: www.ceres.org

Indeks DOP-a: Pitanje 2.10

GRI: točka 4.13

GC: nema posebnih zahtjeva

Certifikat

engl. certificate / njem. das Zertifikat / fr. certificat / tal. certificato

Certifikat (potvrda) je dokument izdan prema pravilima potvrđenog/certifikacijskog sustava kojim se pruža jamstvo da je jednoznačno utvrđen proizvod, proces ili usluga sukladan s određenom normom ili drugim normativnim aktom. Postoji više vrsta certifikata, na primjer za uspješno osposobljavanje, za sukladnost s normiranim sustavima upravljanja, za proizvode, pošteno poslovanje, održivo gospodarenje šumama itd. Obično određeni certifikat prati odgovarajući znak koji poduzeće može stavljati na dokumente ili na proizvode, npr. za održivo gospodarenje šumama znak je prikazan na slikama od F-1 do F-4.

Neslužbeni godišnji pregled certifikata za normirane sustave upravljanja poduzećima u Republici Hrvatskoj HR Survey nastao je po uzoru na ISO Survey koji već godinama donosi svjetski pregled certifikata izdanih za normirane sustave upravljanja prema normama HRN EN ISO 9001, HRN EN ISO 14001, ISO/IEC 27001, OHSAS 18001 te ISO 22000 + HACCP. Pregled sadržava ukupan broj certifikata prema pojedinoj normi, broj izdanih certifikata u godini te njihovu podjelu prema županijama i industrijskim sektorima.

Pregled izdanih certifikata prema normama iz područja sustava upravljanja u Republici Hrvatskoj dostupan je na stranici www.kvaliteta.net.

Srodan naziv: potvrdnica

Certifikacija

engl. certification/ njem. die Zertifizierung / fr. certification/ tal. certificazione

Postupak kojim kompetentna i nezavisna strana daje ovjereno i pisano uvjerenje po relevantnim kriterijama koji su unaprijed propisani za proizvod, uslugu, sustav, proces i/ili materijal. Ova nezavisna strana naziva se i certifikacijsko tijelo jer kao rezultat postupka izdaje certifikat.

Indeks DOP-a: Pitanja 2.7, 3.E.6 i 5.A.5

GRI: nema posebnih zahtjeva

GC: nema posebnih zahtjeva

Cilj

engl. goal, objective, target / njem. das Ziel / fr. objectif / tal. obiettivo, scopo

Cilj je ono što se želi postići određenom jasno usmjerenom akcijom, ono čemu se teži, željeni rezultat određene aktivnosti (pojedince, projekta, programa, plana...), odnosno poželjno stanje u budućnosti kojem se teži. U normi HRN EN ISO 14001 za sustave upravljanja okolišem, na temelju objašnjenja uspostavljena je razlika pa je engleska riječ *objective* prevedena kao opći cilj, a *target* kao pojedinačni cilj. Opći je cilj određena namjera da se nešto postigne poput povećanja prihoda, smanjenja potrošnje energije, uštede vode, volontiranja u neprofitnoj udruzi koja se brine o napuštenim životinjama itd. Pojedinačni je cilj jasno iskazivanje budućeg stanja poput povećanja prihoda 3% u idućoj kalendarskoj godini, smanjenja potrošnje energije 10% prema godini prije, uštede 1000 litara vode u sljedećih šest mjeseci te volontiranja tri dana u tjednu sljedećih deset mjeseci u neprofitnoj udruzi koja se brine o napuštenim životinjama. Pojedinačni su ciljevi mjerljivi i može se ustanoviti jesu li postignuti ili nisu.

U poduzeću, ali i u svakoj drugoj organizaciji, ciljevi se određuju potkraj godine za sljedeću godinu ili neko drugo razdoblje. Pritom se mora odgovoriti na ova pitanja:

- Što se želi postići?
- Zašto se nešto želi postići, odnosno koja je svrha ili dobitak od postizanja cilja?
- Tko sve sudjeluje u ostvaranju cilja?
- Gdje se želi postići cilj, odnosno koja je točna lokacija za ostvarenje cilja?
- Koji su zahtjevi ključnih dionika i koja su ograničenja u postizanju cilja?

Postoji niz savjeta kako odrediti ciljeve, odnosno kakvi oni moraju biti. Jedan od vjerojatno najpopularnijih pristupa postavljanju ciljeva poznat je pod engleskim akronimom SMART (engl. pametan), odnosno SMARTER (engl. pametniji) pristup. Kratice su nastale od engleskih riječi koje govore o tome kakvi ciljevi moraju biti. Ovisno o autorima, postoji više riječi u engleskom jeziku koje počinju odgovarajućim slovom, a prikazane su u tablici C-1. Za ovaj Leksikon odabrane su riječi i značenja u skladu s normama i društveno odgovornim ponašanjem poduzeća.

Tablica C-1: Pregled naziva na engleskom jeziku koji počinju odgovarajućim slovom i opis značenja

SMARTER	Opis značenja
Specific (Significant, Stretching, Simple)	Određen Navesti precizno i jasno što se želi postići u poslovanju.
Measurable (Meaningful, Motivational, Manageable)	Mjerljiv Mora se pratiti napredak i mjeriti postignuti rezultati.
Agreed (Appropriate, Achievable, Assignable, Actionable, Ambitious)	Dogovoren Cilj mora biti u skladu s djelatnosti poduzeća i dogovoren sa svim dionicima koji sudjeluju u njegovu ostvarenju.
Realistic (Resourced, Resonant)	Realan Cilj mora biti realno postavljen imajući na umu sva ograničenja.
Time-Bound (Time-oriented, Time-framed, Timed, Time-based, Time-specific, Time-limited)	Vremenski određen Postizanje cilja mora biti vremenski određeno. Dobro je odrediti kontrolne točke u dogovorenim vremenskim razmacima kako bi se moglo bolje pratiti napredak ostvarenja cilja.
Ethical (Evaluated, Excitable, Ecological)	Etičan Cilj mora biti postavljen prema etičkim načelima.
Resourced (Reevaluated, Rewarded, Recordable)	Odgovarajući resursi Za postizanje cilja potrebni su odgovarajući resursi: vrijeme, novac, izvori informacija, podrška suradnika itd.

Cilj kvalitete

engl. quality goal / njem. das Qualitätsziel / fr. objectif de qualité / tal. obiettivo di qualità

Prema normi HRN EN ISO 9001, cilj kvalitete je ono što se traži ili čemu se teži, a povezano je s kvalitetom. Ciljevi kvalitete općenito se temelje na politici kvalitete neke organizacije, a određuju se za odgovarajuće položaje i razine unutar organizacije.

Indeks DOP-a: Pitanja A.1 i A.2

GRI: nema posebnih zahtjeva

GC: nema posebnih zahtjeva

Cilj upravljanja okolišem

engl. environmental target / njem. das Umweltschutzziel / fr. objectif environnemental / tal. obiettivo di gestione ambientale

Norma HRN EN ISO 14001 ciljeve upravljanja okolišem dijeli na opće i pojedinačne. Opći je cilj sveukupni cilj upravljanja okolišem u skladu s politikom upravljanja okolišem koji je organizacija sebi postavila s namjerom da ga postigne.

Pojedinačni cilj upravljanja okolišem detaljan je zahtjev s obzirom na rezultat koji se može primijeniti na određenu organizaciju ili neki njezin dio, a proizišao je iz njezinih općih ciljeva upravljanja okolišem i potrebno ga je postaviti i postići radi ostvarivanja spomenutih ciljeva.

U praksi to znači da neko poduzeće postavlja opći cilj, na primjer štednju energije, na temelju kojeg se razrađuje pojedinačni cilj, na primjer u godinu dana smanjiti potrošnju energije 6% prema prethodnoj godini. Zatim se razrađuje plan i program aktivnosti kako taj cilj postići, dogovore se pokazatelji te planiraju preventivne radnje kako bi se smanjilo ugrožavanje postizanja cilja. U dogovorenim vremenskim razmacima provjeravaju se rezultati provedbe. Ako se ustanove nesukladnosti (nespunjavanje cilja), planiraju se popravne radnje.

Indeks DOP-a: Pitanja 4.A.1, 4.A.2

GRI: nema posebnih zahtjeva

GC: nema posebnih zahtjeva

CSRwire

CSRwire je vodeći svjetski izvor vijesti, istraživanja i izvještaja te različitih drugih relevantnih informacija vezanih uz društveno odgovorno poslovanje i održivi razvoj. Članovi su mreže CSRwire podjednako poduzeća, organizacije civilnog društva, različite vladine agencije i druge organizacije koje su zainteresirane za prenošenje svojih ili tuđih iskustava te najbolje prakse. CSRwire pokriva vijesti vezane uz raznolikost, filantropiju, društveno odgovorno ulaganje, zaštitu okoliša, ljudska prava, radno mjesto, poslovnu etiku, razvoj lokalne zajednice i korporativno upravljanje. CSRwire definira društvenu odgovornost poduzeća kao integrativan pristup procesima i vrijednostima poduzeća, u kojem su uključeni interesi svih dionika od investitora, kupaca, zaposlenika, lokalne zajednice do onoga što utječe na politiku i akcije poduzeća.

Više: www.csrwire.com

Indeks DOP-a: Pitanje:2.10

GRI: točka 4.13

GC: nema posebnih zahtjeva

Č

Čistija proizvodnja

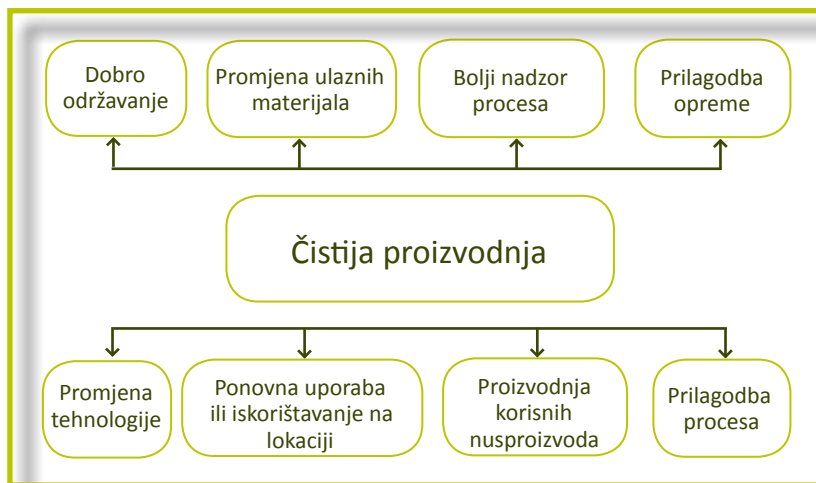
engl. cleaner production / njem. eine reinere / fr. production plus propre / tal. produzione più pulita

Čistija proizvodnja (ČP) stalna je primjena sveobuhvatne preventivne strategije za štite okoliša na proizvodni proces, proizvode i usluge radi povećanja učinkovitosti i smanjenja rizika za ljude i okoliš. Za proizvodni proces, ČP uključuje efikasniju uporabu sirovina i energije, zamjenu ili smanjenje uporabe otrovnih i opasnih tvari te smanjenje emisija i otpada na samome mjestu nastanka.

Zajednička obilježja primjene čistije proizvodnje u zemljama u razvoju jesu:

1. Dobro gospodarenje: odgovarajuća oprema i održavanje za sprječavanje istjecanja i curenja, postizanje odgovarajućih standardiziranih operacija, postupaka i praksi održavanja.
2. Promjena ulaznih sirovina i materijala: zamjena opasnih i neobnovljivih ulaznih sirovina materijala manje opasnim, obnovljivim ili dugotrajnim materijalima.
3. Bolji nadzor procesa: promjena radnih postupaka, radnih uputa i zapisa o procesu, radi djelotvornijeg vođenja procesa i manjeg udjela otpada te stvaranja emisija.
4. Preinaka opreme: preinaka proizvodne opreme tako da proces bude djelotvorniji s manjim udjelom otpada i stvaranja emisija.
5. Promjena tehnologije: zamjena tehnologije, proizvodnih dijelova i/ili spajanje tako da proces bude djelotvorniji s manjim udjelom otpada i stvaranja emisija.
6. Ponovna upotreba/obrada na lokaciji: ponovna upotreba odbačenih materijala u drugom procesu ili neka druga korisna primjena unutar iste lokacije.
7. Proizvodnja korisnih nusproizvoda: preradom odbačenog otpada u materijale koji se mogu ponovno upotrijebiti ili preraditi za neku drugu namjenu izvan poduzeća.
8. Preinaka proizvoda: preinaka značajki proizvoda radi smanjenja utjecaja proizvoda tijekom životnog ciklusa proizvoda, uključujući i obradu otpada, te radi smanjenja utjecaja na okoliš proizvodnog procesa.

U proteklih dvadesetak godina neke od ovih preporuka ugrađene su u zakonodavstvo i postale su obvezne, na primjer nadzor i održavanje opreme pa poduzeća moraju voditi očevidnike redovitih pregleda, a ako to ne rade, moguće su kazne. Isto tako, ograničenje upotrebe, odnosno zabrana upotrebe opasnih tvari predmet je propisa. Važnu ulogu u provedbi 3., 4. i 8. preporuke ima dematerijalizacija (sve veći udio softvera) i minijaturizacija proizvoda radi smanjenja potrošnje sirovina i energije u procesu životnog ciklusa proizvoda i proizvodnog procesa.



Slika Č-1 Prikaz sastavnica čistije proizvodnje

Vidi: dizajn prihvatljiv za okoliš

Indeks DOP-a: Pitanja od 4.B.1 do 4.B.4, od 4.C.1 do 4.C.4, od 4.E.5 do 4.E.8

GRI: većina pokazatelja iz skupine EN, PR1, PR2,

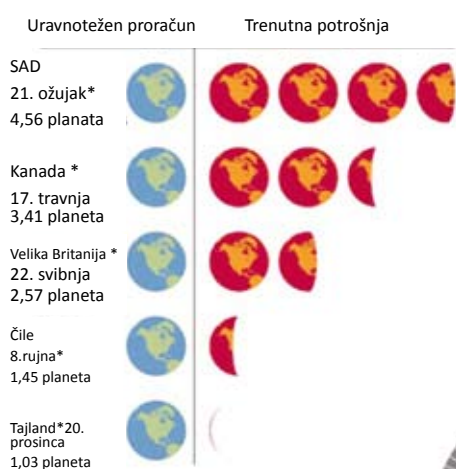
GC: načela 7, 8, 9

D

Dan ekološkog duga

engl. Earth Overshoot, Day Ecological, Debt Day / njem. der Ökoschuldentag / fr. jour du dépassement / tal. giornata mondiale del debito ecologico

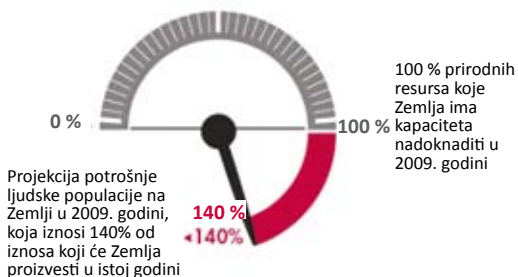
Dan ekološkog duga datum je u godini do kojega je čovječanstvo potrošilo sve resurse za tu godinu koje je priroda mogla obnoviti, pa "posuđuje" od resursa sljedeće godine, tj. troši na teret budućih naraštaja. Dan ekološkog duga ovisi o načinu života u određenoj državi. Razvijene države (slika D-1), troše znatno više prirodnih resursa i u njima Dan ekološkog duga nastupa ranije. Države u razvoju troše neusporedivo manje prirodnih resursa i u njima Dan ekološkog duga nastupa znatno kasnije (slika D-1). U prosjeku se u 12 mjeseci danas troši toliko koliko Zemljin ekosustav može proizvesti u 15 mjeseci. Uočeno je kako se vrijeme potrošnje skraćuje, a vrijeme oporavka produljuje. Dan ekološkog duga u 1987. bio je 19. prosinca (dvanaest dana posudbe iz 1988. godine), a 2007. godine 16. listopada (dva i pol mjeseca posudbe resursa iz 2008.) 2010. godine Dan ekološkog duga bio je 21. kolovoza, što znači da je čovjek 2010. godine potrošio 140% resursa koliko Zemlja može proizvesti u jednoj godini, a u 2011. to je bio 27. rujna, što znači više od tri mjeseca posudbe resursa iz 2012. (slika D-2).



* Označava datum kojeg bismo dostigli Dan ekološkog duga kada bi svi stanovnici Zemlje živjeli kao i žitelji spomenutih država.

Izvor: Global Footprint Network 2008
Nacionalni proračun otisaka

Slika D-1: Dan ekološkog duga kada bi svi živjeli kao stanovnici navedenih država i sposobnost Zemlje da zadovolji te potrebe



Slika D-2: Prikaz potrošnje prirodnih resursa svjetskog stanovništva u odnosu na njihovo godišnje obnavljanje

Dar

engl. gift / njem. das Geschenk / fr. cadeau / tal. regalo

U svakodnevnu životu dar i darivanje znače nešto pozitivno i dobro. U političkom i gospodarskom području dar postaje izvor mogućih problema ako premašuje dopuštene vrijednosti ili se daje s neprimjerenim ciljem. Tada on postaje mito koje se povezuje s korupcijom i sukobom interesa. Već su godinama korupcija i primanje mita stalni problemi hrvatskog društva, posebno gospodarstva. Dar je u smislu Zakona o sprječavanju sukoba interesa definiran kao novac, stvari bez obzira na njihovu vrijednost, prava i usluge dane bez naknade koje dužnosnika dovode ili mogu dovesti u odnos zavisnosti ili kod njega stvaraju obvezu prema darovatelju.

U Zakonu o sprječavanju sukoba interesa dodano je kako dužnosnik smije zadržati samo dar simbolične vrijednosti, i to najviše u vrijednosti do 500 kn od istog darovatelja, te da javni dužnosnik ne smije primiti novac, bez obzira na iznos, drugu vrijednosnicu i dragocjenu kovinu. U "Etičkom kodeksu državnih službenika" nema spomena o daru, mitu ili poklonu. Problem je riješen zabranom stjecanja materijalne ili druge koristi i izbjegavanjem sukoba interesa u službi. U članku 9. spomenutoga Kodeksa navodi se da državni službenik ne smije u obavljanju državne službe zlorabiti ovlasti i položaj u svrhu ostvarivanja materijalne ili druge koristi za sebe ili drugu pravnu i fizičku osobu.

Borba protiv korupcije trebala bi početi s jednoznačnim nazivom i objašnjenjem u svim dokumentima koji uređuju tu temu. Nesređenost i neujednačenost nazivlja u hrvatskim propisima očita je i s darom, poklonom, mitom, protupravnom koristi i sl.

Primjer D-1: Primanje ili zahtijevanje koristi ili obećavanje koristi radi obavljanja dužnosti u objašnjenju smjernica "Sukob interesa u obnašanju javnih dužnosti"

Povjerenstvo za odlučivanje o sukobu interesa priredilo je 2009. godine Smjernice o zabranama za javne dužnosnike pod nazivom "Sukob interesa u obnašanju javnih dužnosti". U tim je smjericama stjecanje materijalne koristi objašnjeno na konkretnim primjerima.

Korist o kojoj je riječ može biti materijalna ili nematerijalna, a mora biti u vezi s obavljanjem dužnosti. U navedenim slučajevima dužnosnik je i inače obavezan učiniti ono zbog čega mu se nudi ili zbog čega prima korist, npr. postupak bržeg izdavanja određene javne isprave (primjerice dozvole u postupku gradnje) koji inače može trajati nerazmjerno dugo. Dužnosniku se nudi, a on prihvaća, korištenje kućom za odmor u zamjenu za žurno izdavanje dozvole i slično.

Primanje nedopuštenih darova također je konkretna situacija navedenog sukoba interesa. Npr., dužnosnik ne smije primiti novac i sl. bez obzira na svotu.

Više: www.sukobinteresa.hr

Primjer D-2: Dar prema Kaznenom zakonu

Prema Kaznenom zakonu mito je svaka nagrada, dar ili druga neprimadna imovinska ili neimovinska korist bez obzira na vrijednost. Mito (znači i dar) u gospodarskom poslovanju razrađeno je na ovaj način:

- Tko u gospodarskom poslovanju drugome ponudi, obeća ili daje mito da njemu ili drugome pogoduje prilikom sklapanja ili izvršenja posla ili pružanja usluge i time prouzroči štetu onome koga zastupa ili za koga radi ili tko posreduje pri takvom podmićivanju, kaznit će se kaznom zatvora od šest mjeseci do pet godina.
- Tko u gospodarskom poslovanju drugome ponudi, obeća ili daje mito kao protuuslugu za sklapanje ili izvršenje posla ili pružanje usluge ili tko posreduje pri takvom podmićivanju, kaznit će se kaznom zatvora do tri godine.
- Počinitelj kaznenog djela koji je dao mito na zahtjev odgovorne osobe i prijavio djelo prije njegova otkrivanja ili prije saznanja da je djelo otkriveno, može se osloboditi kazne.

Primjer D-3: Kodeks etike u poslovanju Hrvatske gospodarske komore



Hrvatska gospodarska komora donijela je Kodeks etike u poslovanju Hrvatske gospodarske komore. U članku 18. Kodeksa navodi se da poslovni partneri mogu međusobno razmjenjivati poklone manje vrijednosti, ali njihovo prihvaćanje ne smije uvjetovati sklapanje posla ili biti povezano s postavljanjem darodavatelja u povlašten položaj prema konkurentima. Oblik i vrijednost poklona moraju biti u skladu sa zakonima, internim odlukama poslovnog subjekta i prihvaćenom poslovnom praksom.

Slika D-3: Kodeks etike u poslovanju HGK

Više: www.hgk.hr.

Primjer D-4.: Etički kodeks Grupe INA

Mnoga poduzeća pripremaju vlastite etičke kodekse i u njima propisuju odnos prema poklonima, mitu i drugim, moguće koruptivnim, aktivnostima. Grupa INA to je riješila na ovaj način (izvadak iz Etičkoga kodeksa Grupe INA):

6.2. Poslovi vezani uz Vladu i politički angažman

U našem poslovanju, mi nastupamo u dobroj vjeri i na iskren način, pridržavajući se svih odgovarajućih zakona i propisa zemalja u kojima poslujemo te koristimo samo one metode koje su dozvoljene. Očekujemo od naših ugovornih partnera da nastupaju na isti način. Grupa INA se posvećuje djelovanju na način društveno odgovornog građanina u odnosu na državna i vladina tijela, lokalna tijela te regiju i društvo kao cjelinu. Grupa INA plaća svoje poreze i inzistira na transparentnosti svih financijskih transakcija.

Kao radnik Grupe INA ne smijete nikad:

- Nuditi ili izvršiti neovlašteno plaćanje ili ovlastiti neprilično plaćanje lokalnom ili stranom vladinom službeniku ili kojoj povezanoj osobi ili subjektu.
- Pokušati navesti lokalnog ili stranog vladinog službenika da počini ilegalno djelo.

Ponuditi ili primiti novce, poklone, mito, provizije (ili nešto od vrijednosti) vezano uz dobivanje posla ili dodjeljivanje ugovora.

Činiti bilo što čime bismo nekog naveli ili pomogli nekome da prekrši ta pravila.

Primjer D-5: Hospira i njihov etički kodeks

Neka su strana poduzeća koja djeluju na području RH odnos prema mitu, daru i ostalim nekorektnim aktivnostima detaljno razradila, na primjer Hospira u svom Kodeksu poslovnog ponašanja pod naslovom "Bez mita, provizija ili drugih nekorektnih poticaja" potiče moralno poslovanje i društveno odgovorno ponašanje unutar industrije te izjavljuje kako se neće služiti nezakonitim poticajima da bi prodala, iznajmila, preporučila i dogovorila prodaju, iznajmljivanje, preporuke ili povlašten tretman svojih proizvoda ili usluga. Ni jedna isplata, poklon, obrok, zabava, pozajmica, usluga ili drugi predmet koji ima vrijednost ne smiju se ponuditi ili dati kako bi se dao povod za sporazum ili razumijevanje da će se Hospirini proizvodi ili usluge koristiti, kupiti, iznajmiti, naručiti, propisati, preporučiti ili na drugi način preferirati. U Kodeksu se savjetuje kako zaposlenici trebaju biti oprezni da bi izbjegli čak i pomisao da nude ili prihvaćaju nekorektan poticaj, mito ili proviziju, ili da se upuštaju u neku drugu aktivnost koja bi mogla utjecati na razmišljanje osobe koja donosi odluku.

Srodni nazivi: mito, poklon, materijalna i druga korist

Vidi: korupcija

Indeks DOP-a: Pitanje 5.C.2

GRI: SO2, SO3, SO4

GC: načelo 10

Degradacija ekosustava

engl. ecosystem degradation / njem. die Verschlechterung des Ökosystems / fr. dégradation des écosystèmes / tal. degrado degli ecosistemi

Ekosustav je prirodna zajednica živih organizama i nežive tvari na staništu na kojem je izmjena tvari među članovima ciklična ili kružna. Degradacija je zapravo smanjivanje nekog svojstva, a degradacija okoliša smanjivanje je kvalitete okoliša, posebno čovjekovim štetnim djelovanjem. Zakon o zaštiti okoliša definira onečišćenje okoliša kao promjenu stanja okoliša koja je posljedica nedopuštene emisije i/ili drugog štetnog djelovanja, ili izostanaka potrebna djelovanja, ili utjecaja zahvata koji može promijeniti kakvoću okoliša. Degradacija okoliša usko je povezana s industrijalizacijom, prekomjernim iscrpljivanjem resursa te emisijama i odlaganjem velikih količina štetnih tvari u okoliš. Odgovornost za promjenu ponašanja i smanjenje degradacije okoliša u smanjenju je potrošnje stanovnika razvijenih zemalja, odnosno u uvođenju održive potrošnje i promjeni ponašanja gospodarstva te ulaganju više energije u pronalaženje održivijih obrazaca proizvodnje primjenom dizajna prihvatljiva za okoliš, analize životnog ciklusa i drugih inovativnih modela razvoja proizvoda.

Opterećivanje okoliša svaki je zahvat ili posljedica utjecaja zahvata u okoliš, ili utjecaj na okoliš određene aktivnosti, koja sama ili povezana s drugim aktivnostima može izazvati ili je mogla izazvati onečišćivanje okoliša, smanjenje kakvoće okoliša, štetu u okolišu, rizik po okoliš ili korištenje okoliša.

Zakon o zaštiti prirode oštećenje prirode definira kao stanje prirode kada su ljudskim djelovanjem prirodni procesi promijenjeni toliko da je narušena prirodna ravnoteža ili su uništene prirodne vrijednosti.

Degradacija ekosustava je degradacija ili uništenje velikih područja prirodnog okoliša. Kad je ekosustav pod negativnim utjecajem prirodnih ili nesreća uzrokovanih čovjekovim djelovanjem, iznimno je teško izračunati ukupan učinak na ostatak prirode. Kad su dva ili više ekosustava degradirani, višestruko se povećava mogućnost sinergijskoga učinka. Ekosustavi su u mnogim regijama ugroženi unatoč njihovu biološkom bogatstvu i materijalnim koristima koje donose stanovništvu.

Sljedeći primjeri pokazuju kako poduzeća na različite načine pokušavaju smanjiti negativne utjecaje na degradaciju okoliša koji su posljedica poslovnih aktivnosti i barem donekle podići kvalitetu biološke raznolikosti. Neke od ovih aktivnosti regulirane su zakonom, a neke su posve dobrovoljne.

Primjer D-6: Holcim Hrvatska d.o.o. – revitalizacija kamenoloma Očura

Kao dobar primjer vraćanja biološke raznolikosti na gospodarski korištene prostore može se navesti program revitalizacije u Holcimovu kamenolomu Očura. Program je započeo u rujnu 2006. godine, a završetak se predviđa 2012. godine iako je moguće produljenje roka zbog opsežnosti radova. To je prvi primjer revitalizacije kamenoloma uz istodobnu eksploataciju u Hrvatskoj iako je prema hrvatskom zakonu revitalizacija kamenoloma predviđena tek kad on završi s radom. U prvoj fazi pripremljene su tri vršne etaže koje su zakošene na vrijednost propisanu rudarskim projektom, a određena je i širina terasa između etaža. Na njih je navezeno pola metra humusa i započeta je biološka rekultivacija sadnjom primarnih kultura odabranih u suradnji s Hrvatskim šumama. U prvoj fazi zasađeno je ukupno 1.500 sadnica crnog bora, lijeske i bršljana, a sadnja se neprestano nastavlja po fazama. Planirana je sadnja 21.000 sadnica na 112.000 m² površine. Program je važan jer se planiraju zasadići biljke koje rastu na tom području i koje će stvoriti preduvjete za povrat ostalih biljnih i životinjskih vrsta. Dva otkopna polja, Očura I i Istočni greben, bit će spojena u jednu revitaliziranu cjelinu, a pritom će poslužiti zemlja iskopana pri otvaranju novoga otkopnog polja Očura II.

Primjer D-7: Hrvatski Telekom d.d. – pošumljivanje područja uništenih u požaru

Projektom "Pošumljavanje opožarenih područja" Hrvatski Telekom već četvrtu godinu zaredom izravno ulaže u jedinstven i sveobuhvatan ekološki sadržaj, svjedočeći i tako o trajnoj odgovornosti prema zajednici. Ulaganje u 2011. godini nastavak je istoimena projekta, a mladicama alpskog bora, pinije i čempresa bit će zasađeno 27 ha šume. Pošumljivanje će biti provedeno na pet lokacija na kojima je proteklih godina tijekom ljetnih šumskih požara izgorjela šuma, i to u Biogradu, Imotskom, Metkoviću, Splitu te na Korčuli. Hrvatski Telekom do sada je u zasebno osmišljen ekološki projekt uložio tri puta: 2008. godine u pošumljivanje četiriju područja diljem Hrvatske, 2009. godine u očuvanje močvara kao staništa ugroženih vrsta i 2010. u pošumljivanje četiriju lokacija uništenih u požaru.

Primjer D-8: INA d.d. – povratak dabra u Hrvatsku

Rjeđi su primjeri vraćanja životinjskih vrsta na prostore na kojima su nekad živjele. Među njima je povratak dabra na jedno od najstarijih i najvećih naftnih polja, Žuticu, mjesto 40-ak km udaljeno od Zagreba, blizu Ivanić Grada. Povratak dabrova u Hrvatsku potaknula je bavarska vlada koja je time željela pomoći mladoj i ratom uništenoj Hrvatskoj te upozoriti na važnost ove teme čak i u ratnim uvjetima. U suradnji sa Šumarskim fakultetom Sveučilišta u Zagrebu odabrano je spomenuto područje jer su na njemu nekada živjeli dabrovi.

Na lokalitetu Žutici dabrovi su dopremani i puštani devet puta, počevši od 1996. godine kada je pušten jedan mužjak i jedna ženka. Nakon toga iz Bavorske su redovito dopremani i puštani novi dabrovi te je do 1998. godine ukupno pušteno 47 jedinki. Naknadnim je provjerama ustanovljeno kako se broj dabrova od 1998. godine utrostručio, što je dokaz da su se oni posve udomačili u Hrvatskoj. Od samog početka u projektu su sudjelovali stručnjaci INE.

Godine 2011. INA je donacijom Udruzi za zaštitu prirode Ivanić Grad potpomogla dovršetak gradnje poučne staze šume Žutica u blizini Ivanić Grada. Tom se donacijom INA uključila u projekt kojim Udruga za zaštitu prirode sa svojim partnerima uređivanjem poučne staze javnosti približava prirodne znamenitosti šume Žutice. To se posebno odnosi na staništa dabrova te brojnih drugih biljnih i životinjskih vrsta koje obitavaju na području šume Žutice.

Primjer D-9: CEMEX Hrvatska d.d. – revitalizacija kamenoloma na obroncima Kozjaka

Gotovo stotinu godina, rudnik na obroncima Kozjaka iznad Splita bio je izvor sirovina za proizvodnju cementa. Kada je prestalo vađenje sirovine, CEMEX je započeo sa sanacijom i rekultiviranjem prostora kopa, degradirana ekosustava. Prvo je smanjena površina, a povećana dubina kopa, čime je smanjen negativan vizualni učinak. Zatim je na osnovi projekta Instituta za jadranske kulture i melioraciju krša rekultivirano više od 200.000 m² površine. U sklopu projekta sanacije eksploatacijskih polja od 2005. do 2008. godine posađeno je više od 25.000 sadnica mediteranskih biljaka, od čega oko 2.000 stabala maslina, većinom sorte oblica.

CEMEX Hrvatska d.d. time je dao dobar primjer kako gospodarskim aktivnostima degradiran ekosustav (vađenje sirovina) ponovno dobiva gospodarsku svrhu – proizvodnju i uzgoj maslina te dobivanje maslinova ulja Lintar u pokušaju da se barem djelomično revitalizira uništeno područje i obnovi biološka raznolikost.

Indeks DOP-a: Pitanja 6.A.10, 6.A.12, 6.A.13, 6.A.14, 6.A.15

GRI: od EN11 do EN15, EN25

GC: načelo 8

Deklaracija o održivom razvoju iz Johannesburga

engl. Johannesburg Declaration on Sustainable Development / njem. die Erklärung von Johannesburg über nachhaltige Entwicklung / fr. Déclaration de Johannesburg sur le développement durable / tal. Dichiarazione di Johannesburg sullo sviluppo sostenibile

Deklaracija o održivom razvoju iz Johannesburga dokument je Ujedinjenih naroda prihvaćen na Svjetskom summitu o održivom razvoju (WSSD) održanom 2002. godine. Deklaracija iz Johannesburga nadograđuje se na deklaraciju UN-ove konferencije o ljudskom okolišu koja je održana u Stockholmu 1972. i Summita o Zemlji održanog u Rio de Janeiru 1992. godine. Njome se potvrđuje opredjeljenje mnogih država za održivi razvoj i ističe kako je multilateralnost jedini put prema održivom razvoju. S aspekta političkog opredjeljenja sudionika Summita, ova je Deklaracija, u usporedbi s onom iz Rija, općenita. To je dogovor u vezi sa svjetskim stanjem koje je opasnost za održivi razvoj čovječanstva. Posrijedi su pritom globalni problemi poput gladi, neishranjenosti i pothranjenosti, strane okupacije, oružanih sukoba, ilegalne trgovine drogom, djelovanja organiziranoga kriminala, korupcije, prirodnih katastrofa, ilegalne trgovine oružjem, trgovine ljudima, terorizma, netolerancije i poticanja rasne, etničke, vjerske i druge mržnje, ksenofobije te endemijskih i kroničnih bolesti među kojima se ističu sida, malarija i tuberkuloza. Mnogi kritiziraju deklarativno opredjeljenje država za održivi razvoj dok se u praksi nastavlja neodrživa praksa, a neke su kritike Deklaracije usmjerene na skretanje pozornosti s pitanja okoliša na ekonomska pitanja i iskorjenjivanje siromaštva. To je privuklo pozornost zemalja Trećeg svijeta, ali je omogućilo nastavak prekomjerne potrošnje resursa.

Deklaracija o okolišu i razvoju iz Rio de Janeira

engl. Rio Declaration on Environment and Development / njem. die Rio-Erklärung über Umwelt und Entwicklung / fr. Déclaration de Rio sur l'environnement et le développement / tal. Dichiarazione di Rio sull'ambiente e lo sviluppo

Deklaracija o okolišu i razvoju (takozvana Deklaracija iz Rija) dokument je Ujedinjenih naroda prihvaćen 1992. godine na Konferenciji o okolišu i razvoju (UNCED), neformalno poznatoj kao Summit o Zemlji. Deklaracija iz Rija sastoji se od 27 načela važnih za održivi razvoj. Neka od načela te deklaracije pravni stručnjaci smatraju trećom generacijom prava.

Načela Deklaracije iz Rija:

1. uloga čovjeka
2. državni suverenitet
3. pravo na razvoj
4. zaštita okoliša u procesu razvoja
5. iskorjenjivanje siromaštva
6. prioritet za najnerazvijenije
7. državna suradnja za zaštitu ekosustava
8. smanjenje neodrživog načina proizvodnje i potrošnje
9. jačanje kapaciteta za održivi razvoj

10. sudjelovanje javnosti
11. nacionalna regulativa zaštite okoliša
12. otvoreni međunarodni ekonomski sustav
13. ošteta za žrtve onečišćenja okoliša i ostalih onečišćenja
14. sprečavanje prekograničnog onečišćenja
15. načelo opreza
16. internacionalizacija troškova okoliša
17. procjena utjecaja na okoliš
18. obavještavanje o incidentima
19. pravodobno obavještavanje
20. uloga žena
21. mobilizacija mladih
22. zaštita autohtonog stanovništva
23. zaštita od ugnjetavanja, okupacije i iskorištavanja prirodnih resursa
24. zaštita okoliša u doba sukoba
25. mir, razvoj i zaštita okoliša
26. mirno rješavanje sporova
27. suradnja država i naroda

Deklaracija o pravima potrošača

engl. Consumer Bill of Rights / njem. Verbraucherschutz / fr. Projet de loi renforçant les droits, la protection et l'information des consommateurs / tal. Dichiarazione sui diritti dei consumatori

Deklaracija o pravima potrošača dokument je koji sadržava osam temeljnih prava potrošača. Godine 1962., u obraćanju američkom Kongresu predsjednik John Fitzgerald Kennedy istaknuo je kako smo svi mi potrošači, da su potrošači najvažniji dionik koji utječe i na koji utječu gotovo sve javne i privatne ekonomske odluke. Pritom je istaknuo kako su česte situacije u kojima se stajališta potrošača ne razmatraju. J. F. Kennedy odredio je četiri temeljna prava potrošača:

1. pravo na sigurnost
2. pravo na informaciju
3. pravo na odabir
4. pravo na sudjelovanje.

S vremenom su početna temeljna prava potrošača proširena za još četiri i tako je nastala Deklaracija o pravima potrošača koja je objavljena na internetskim stranicama za potrošače. Europa je dala svoj doprinos zaštiti potrošača objavivši također relevantan dokument Zaštita potrošača u Europskoj uniji - deset temeljnih načela (Consumer Protection in the European Union, Ten Basic Principles).

Prava potrošača dogovorena na međunarodnoj razini uvrštena su u propise pojedinih država pa su na primjer u Hrvatskoj ona djelomično dio Zakona o zaštiti potrošača.

Ovisno o državi, propisima mogu biti obuhvaćena i razrađena sva prava iz Deklaracije o pravima potrošača, odnosno dio njih jer se zaštita prava potrošača može razlikovati od države do države. Deklaracija sadržava ova prava potrošača:

1. pravo na ispunjavanje osnovnih potreba
2. pravo na sigurnost
3. pravo na informaciju
4. pravo na izbor
5. pravo na sudjelovanje
6. pravo na naknadu
7. pravo na obrazovanje
8. pravo na zdrav okoliš.

Vidi: potrošač

Digitalni jaz

engl. digital divide / njem. die digitale Spaltung / fr. fracture numérique / tal. divario digitale

Digitalni jaz odnosi se na jaz između pojedinaca, kućanstava, poduzeća i zemljopisnih područja na različitim socio-ekonomskim razinama s obzirom na mogućnost pristupa informacijsko-komunikacijskim tehnologijama i korištenja internetom za obavljanje različitih aktivnosti. On uključuje i fizički pristup tehnologiji i resursima te vještne potrebne za učinkovito sudjelovanje kao digitalni građani. Digitalni jaz odnosi se na jaz između onih koji imaju pristup informacijskim i telekomunikacijskim tehnologijama, što im omogućuje pristup informacijama i razvoju, te onih kojima to nije omogućeno. Stoga poduzeća mogu na različite načine pomoći u smanjenju digitalnog jaza, na primjer donacijom rabljenih računala, opremanjem škola, fakulteta, centara koji se bave djecom s posebnim potrebama odgovarajućom prilagođenom opremom te domova za starije osobe računalnom opremom, održavanjem tečajeva za informatičko opismenjavanje i sl.

Različiti su načini borbe protiv digitalnog jaza, a u nastavku su opisani neki primjeri hrvatskih poduzeća.

Primjer D-10: CS Computer Systems d.o.o.

Dvije godine zaredom CS Computer Systems d.o.o. pokrovitelj je CARNetove korisničke konferencije CUC 2005. i CUC 2006., koja istražuje mogućnosti interneta i informacijskih tehnologija, kao i sponzor - partner 5. konferencije Cisco Systems, koja prati tehnološke trendove u obliku predavanja i radionica te predstavljanja rješenja i njihove ugradnje na mrežnoj opremi. Godinama surađuju sa Zavodom za elektroakustiku Fakulteta za elektrotehniku i računarstvo Sveučilišta u Zagrebu, gdje njihovi stručnjaci drže uvodna predavanja o digitalnim, audio i videosustavima. Redovitim doniranjem informatičke opreme također pokušavaju pomoći ustanovama i pojedincima da lakše ovladaju informacijskim tehnologijama.

Primjer D-11: Donacija tvrtke Ericsson Nikola Tesla d.d.

Godine 2002. Ericsson Nikola Tesla, telekomunikacijsko poduzeće, odlučio je pomoći Kliničkoj bolnici sestara milosrdnica u Vinogradskoj ulici u Zagrebu, koja je pretrpjela veliku štetu u požaru, donacijom suvremena poslovnoga komunikacijskog sustava. Kliničkoj bolnici Dubrava u Zagrebu, Klinici za traumatologiju u Draškovićevoj u Zagrebu, Klinici za ženske bolesti i porode u Petrovoj u Zagrebu te Klinici za dječje bolesti u Klaićevoj u Zagrebu namijenjeni su internetski kiosci - uređaji osmišljeni i proizvedeni u Ericssonu Nikoli Tesli koji omogućuju pristup internetu i lokalno pohranjenim podacima te korištenje elektroničkom poštom. Poliklinici SUVAG u Zagrebu Ericsson Nikola Tesla donirao je suvremeno osobno računalo koje će poslužiti u rehabilitaciji djece s oštećenim sluhom i poteškoćama u govoru. Osoblju navedenih ustanova te brojnim pacijentima koji ih svakodnevno posjećuju ili u njima borave donirana oprema svakako će olakšati internu komunikaciju i povezivanje s vanjskim svijetom.

Indeks DOP-a: Pitanje 6.A.10, 6.A.13

GRI: nema posebnih zahtjeva

GC: nema posebnih zahtjeva

Dioničar

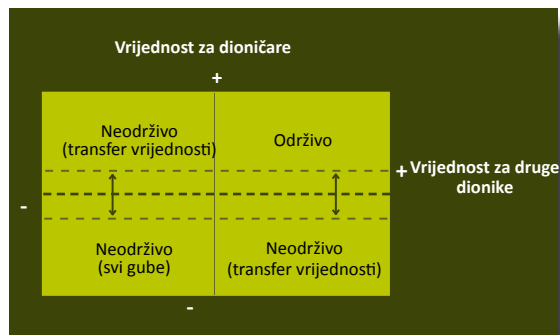
engl. shareholder, stockholder / njem. Aktionär / fr. actionnaire / tal. azionista

Dioničar je fizička ili pravna osoba, vlasnik jedne ili više dionica nekoga dioničkog društva. Kupnjom dionica postaje suvlasnik i stječe pravo na dio ostvarenoga godišnjeg profita (dividende) ako je izglasaju upravljačka tijela dioničkog društva. Ovisno o broju dionica razlikuju se mali (manjinski) dioničari i većinski dioničar koji ima više od 50% plus jedna dionica te time stječe upravljačka prava. Dioničar može kupovati i prodavati dionice na burzi dionica isključivo preko za to ovlaštene osobe, odnosno posrednika ili brokera.

Tipični se mali dioničar najčešće ne identificira s ciljevima korporacije, ne ide za time da na nju utječe, a i ne očekuje da bi mogao imati znatan utjecaj. Prosječna duljina ulaganja u dionice pala je s pet godina sredinom sedamdesetih na šest mjeseci danas, što pokazuje da ljudi više ne ulažu u poduzeća već u njihove dionice. To potiče poslovne organizacije da sve napore ulažu u maksimalizaciju dioničarske vrijednosti. Menadžment se tada usredotočuje na kratkoročnu izvedbu na štetu dugoročnih prilika, što često znači dugoročne negativne posljedice na vrijednost za sve druge dionike.

Povijesno gledano, često je pritisak na top-menadžere da maksimalno povećaju profit za dioničare bio toliki da je od njih gotovo zahtijevao da zaborave što znači biti dobar. Na slici D-4 vidljivo je kako treba stalno promatrati odnos s ostalim dionicima jer on nije konstantan, a stvaranje vrijednosti za dioničare uglavnom je jasno definirano i konstantno. To nipošto ne znači da je potrebno uvijek zadovoljiti interese svih dionika, ali je nužno da je poduzeće svjesno da oni postoje i imaju svoje interese kako bi moglo strateški njima upravljati. Čak i oni koji su zagovornici toga kako je isključivi cilj poduzeća maksimalizacija dobiti njegovih vlasnika ne

moгу jednostavno zanemariti potrebe drugih dionika poput društveno odgovornih investitora, medija specijaliziranih za ovo područje ili naprednih kupaca, zatvarajući pristup važnom dijelu tržišta koje stalno raste. Poduzeća mogu maksimalizirati vrijednost za svoje dioničare u globalnoj ekonomiji primjenom strategija koje zadovoljavaju potrebe njihovih ključnih dionika jer su one skriven izvor nove vrijednosti, ali i rizik za buduće poslovanje.



Slika D-4: Vrijednost za dioničare i druge dionike

Razumijevanje trenutačne pozicije poduzeća ne znači ništa drugo do sposobnost menadžmenta da razumije vrijednost koja se može stvoriti ili uništiti za svoje dioničare i druge dionike. Iz slike D-4 vidljivo je kako samo ona poduzeća koja uspijevaju stvoriti vrijednost za druge dionike ne transferirajući je od dioničara imaju šansu da opstanu na dugi rok. Prerađivačko poduzeće koje stvara preveliku buku i prašinu iz svojih pogona ili transportno poduzeće u čijem voznom parku ne postoje vozila koja se pogone alternativnim izvorima energije slučajevi su iz gornjeg lijevog kvadranta i dugoročno je takav poslovni model neodrživ. Takva bi poduzeća trebala realno procijeniti svoj negativan učinak i pokušati ga u dogledno vrijeme internalizirati.

Vidi: dionici, maksimizacija profita

Indeks DOP-a: Pitanja 5.C

GRI: točke od 4.14 do 4.17, SO1

GC: nema posebnih zahtjeva

Dionik

engl. stakeholder / njem. der Anspruchsberechtigte / fr. partie prenante / tal. partita interessata

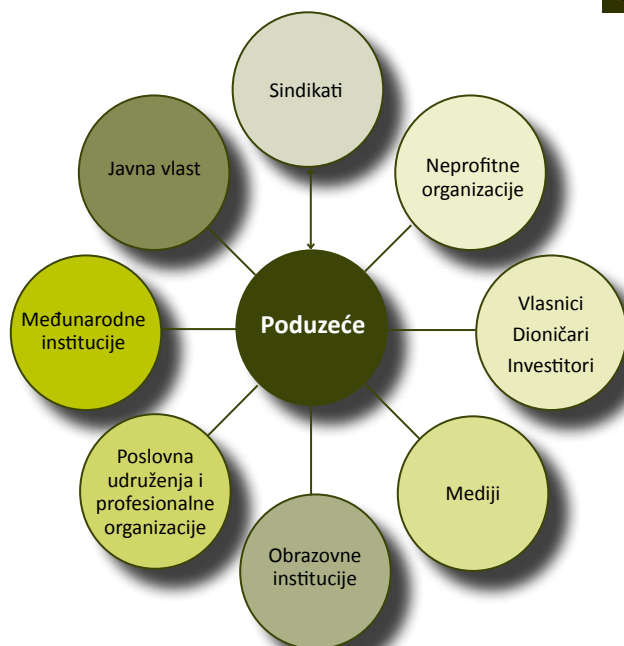
Dionici su organizacije ili pojedinci koji utječu pozitivno ili negativno ili su pod utjecajem odluka i aktivnosti poduzeća. Transparentan odnos između poduzeća i njegovih dionika osigurava dugoročno stvaranje povjerenja između svih zainteresiranih strana koje izgrađuju trajniji odnos.

Norma ISO 26000 dionikom smatra pojedinca ili skupinu koja je zainteresirana za odluke ili aktivnosti neke organizacije. U normi HRN EN ISO 9000 postoji naziv zainteresirana strana (interested party) kao osoba ili skupina koja ima interesa za rad ili uspješnost organizacije ili na koju djeluje poslovanje organizacije.

Dionici predstavljaju pojedince, skupine i/ili organizacije te saveze pojedinaca, skupina i organizacija, unutar poduzeća i izvan njega, koji imaju neka prava, zahtjeve ili interese naspram poduzeća. Dakle to su osobe, skupine i/ili organizacije koje imaju interes u određenom poduzeću jer mogu izravno ili neizravno utjecati na to poduzeće, ili postupci tog poduzeća utječu na njih. Udio ili utjecaj jest svaki interes ili potraživanje koje pojedinac ili skupina ima u ishodu politike poduzeća, postupcima ili akcijama prema drugima. Prema načelima menadžmenta dionika poduzeća promatraju i djeluju u skladu s interesima različitih skupina i pojedinaca poput zaposlenika, investitora, dobavljača, lokalne zajednice, političkih grupacija..., dok donose poslovne odluke. Na određen način menadžment dionika predstavlja provedbu društvene odgovornosti poduzeća. Zbog takva pogleda na poslovnu zbilju, prema istraživanju KMPG-a u više od 40% izvještaja 250 najboljih svjetskih kompanija spominje se neki oblik komunikacije s dionicima, ponajprije putem aktivnosti vezanih uz društvenu odgovornost.

Nekoliko je podjela dionika: na primarne i sekundarne, društvene i ekonomske ili unutrašnje i vanjske. Primarni su oni koji imaju izravan utjecaj i opipljive interese; to su vlasnici, menadžeri, zaposlenici, kupci, dobavljači i krajnji potrošači. Ti su dionici presudni za postojanje i uspjeh, odnosno za preživljavanje poduzeća. Sekundarni su oni koji imaju neizravan utjecaj, ali i dalje su važni za uspjeh. To su konkurenti, javnost, mediji, javna uprava i društvo kao cjelina. Postoji i podjela dionika na:

1. skrivene ili spavajuće – imaju moć, ali ona nije realizirana zbog izostajanja legitimnosti ili brzine reakcije
2. diskrecijske – imaju samo legitimnost i o diskreciji menadžera ovisi hoće li im obratiti pozornost
3. potražujuće – oni čiji je zahtjev samo hitan
4. dominantne – oni koji imaju moćne i legitime zahtjeve prema poduzeću
5. zavisne – imaju hitne i legitime zahtjeve, ali nemaju moć da utječu na poduzeće
6. opasne – imaju moć i hitan zahtjev
7. nezaobilazne ili definitivne – imaju moć da nametnu svoje legitime i hitne zahtjeve.



Slika D-5: Prikaz poduzeća i njegovih dionika

Kad govorimo o društveno odgovornom konceptu poslovanja, svi ključni dionici za uspjeh poduzeća trebali bi biti strateški partneri poduzeća i proći kroz neke faze razvoja te je zato nužno:

1. prepoznati i odrediti ključne dionike koji su važni za uspjeh ostvarenja strateških ciljeva poduzeća (identifikacija)
2. odrediti načine i pravila zajedničke komunikacije (komuniciranje)
3. zajednički odlučiti o društveno odgovornim inicijativama (iniciranje)
4. revidirati regulatorne i ostale propisane aktivnosti kako bi se mogla definirati dobrovoljna razina koja je iznad njih (voluntarizam)
5. procijeniti kako će te aktivnosti pomoći ostvarivanju strateških ciljeva svih dionika i identificirati potencijalne prepreke na tom putu te načine njihova rješavanja
6. procijeniti načine kako neke od nastalih koristi sve strane, a posebno poduzeće, mogu zadržati za sebe
7. predvidjeti buduće promjene u okruženju poduzeća i potrebama dionika te poduzeti korektivne akcije koje će zadovoljiti buduću situaciju (proaktivnost)
8. odrediti načine za stvaranje pozitivne vidljivosti s ključnim internim i eksternim dionicima (vidljivost)
9. mjeriti i stalno uspoređivati aktualnu i potencijalnu vrijednost koja se može ostvariti nekom od društveno odgovornih aktivnosti te kako ona utječe na bazu znanja poduzeća (učenje).

Odnos prema dionicima temelj je društvene odgovornosti poduzeća te zauzima važan dio informacija u izradi izvješća o održivosti. Globalna inicijativa za izvještavanje posebno detaljno traži da se izvijesti o uključenosti dionika u poduzeću tijekom izvještajnog razdoblja, ne samo u aktivnostima provedenim radi pripreme izvješća. Poduzeće treba izvijestiti o dionicima koje je uključilo u svoje procese savjetovanja te metodama za određivanje i odabir sudionika koje su pritom primijenjene. Na kraju potrebno je da poduzeće izvijesti i o načinu sudjelovanja tih dionika, uključujući i učestalost njihova uključivanja, o ključnim temama i zabrinutostima proisteklim iz procesa savjetovanja te načinima na koje je na njih odgovorilo.

Srodni pojmovi: interesno utjecajna skupina, zainteresirana strana, interesna skupina, utjecajna skupina

Indeks DOP-a: Područje 5.

GRI: 4.14, 4.15, 4.16 i 4.17.

GC: nema posebnih zahtjeva

Diskriminacija

engl. discrimination / njem. die Diskriminierung / fr discrimination / tal. discriminazione

Diskriminacija (lat. *discriminare* – razlučivanje, dijeljenje) znači odnos i konkretne aktivnosti prema pojedincu ili skupini koje se temelje isključivo na predrasudama zbog njihove pripadnosti određenim skupinama ili društvenim kategorijama. Takav odnos temelji se na subjektivnoj percepciji karakteristika pojedine skupine, gdje se članovima jedne društvene skupine ograničavaju prava ili ih se isključuje iz aktivnosti koje su dostupne članovima druge društvene skupine. Termin se počeo upotrebljavati 1830-ih kao pogrdan izraz temeljen na predrasudi Thomasa Dartmoutha Ricea koji je glumio crnač Jima Crowa. Sociološki, diskriminacija je termin koji opisuje tretman pojedinaca ili skupina koji se temelji isključivo na percepciji njihove društvene klase ili kategorije. Ujedinjeni narodi objašnjavaju kako se diskriminacijsko ponašanje pojavljuje u mnogim oblicima, ali svi uključuju neku vrstu isključivanja ili odbacivanja. Diskriminacijski su zakoni postojali u mnogim zemljama, a pojavljivali su se i kontroverzni pokušaji kao što su rasne i/ili rodne kvote, da se isprave negativne posljedice diskriminacije. Diskriminacija može biti rasna, vjerska, rodna/spolna, klasna, obrazovna itd.

U poslovnom okruženju najčešće su: rodna/spolna diskriminacija – davanje prednosti određenom rodu/spolu pri zapošljavanju, različite plaće između muškaraca i žena za isto radno mjesto; dobna diskriminacija – davanje prednosti mlađim zaposlenicima; vjerska diskriminacija – davanje prednosti zaposlenicima određene vjeroispovijesti; zemljopisna diskriminacija – u zapošljavanju davanje prednosti pripadnicima određenoga geografskog područja.

Vidi: nepotizam, ravnopravnost

Indeks DOP-a: Pitanja A.1 i A. 2.

GRI: HR4

GC: Načela 1, 2, 6

Dizajn prihvatljiv za okoliš

engl. design for environment DfE / njem. Umweltdesign / fr. conception pour l'environnement / tal. disegno ambientale

U Leksikonu se upotrebljava izraz dizajn prihvatljiv za okoliš, a u literaturi se mogu naći i drugi nazivi poput ekodizajn i održivi dizajn.

Dizajn prihvatljiv za okoliš pristup je osmišljavanju proizvoda tijekom kojeg se procjenjuje utjecaj proizvoda na okoliš u njegovu životnom ciklusu. Osim utjecaja na okoliš, procjenjuje se i utjecaj na zdravlje i sigurnost svih dionika, posebno potrošača.

Procjena životnog ciklusa proizvoda najčešće se dijeli na razmatranje ulaznih sirovina i materijala, nabavu i transport, proizvodnju, upotrebu i rukovanje te gospodarenje otpadom kada proizvodu prestane uporabna vrijednost i postane otpad. Kako se cijeli životni ciklus proizvoda treba promatrati objedinjeno, voditelj projekta, predstavnici razvoja, dizajna, oglašavanja, nabave, proizvodnje, ispitnih laboratorija, transporta i drugi trebaju raditi zajedno na dizajnu novog ili unapređivanju postojećeg proizvoda kako bi zajednički iskoristili sve mogućnosti da predvide učinke proizvoda na okoliš, sigurnost i zdravlje potrošača i predložili inovacije i promjene. Dizajn prihvatljiv za okoliš odnosi se na proizvode za svakodnevnu upotrebu i na gradnju zgrada (na primjer pasivne kuće), dizajn infrastrukture gradova, prostorno planiranje, unutrašnje uređenje prostora, modu i ostala područja. Dizajn prihvatljiv za okoliš jedan je od odgovora na globalnu krizu okoliša, povećanje broja stanovnika i crpljenje prirodnih resursa, posebno neobnovljivih.

Tijekom procjene životnog ciklusa proizvoda analiziraju se aspekti okoliša proizvodnog procesa i proizvoda, na primjer energija, sirovine (posebno rijetke poput talija), materijali, voda, otpadna voda, ispuštanja u zrak, vodu i tlo ako su relevantna za okoliš i ljudsko zdravlje, opasne i štetne kemikalije i opasni metali (živa, šesterovalantni krom, olovo, kadmij i drugi), buka, vibracije, svjetlosno onečišćenje te gospodarenje otpadom.

Dizajn prihvatljiv za okoliš regulira europsko zakonodavstvo jer je prema europskoj direktivi (Directive 2005/32/EC), dizajn prihvatljiv za okoliš ključan čimbenik u strategiji Europske unije prema Integriranoj politici proizvoda (engl. Integrated Product Policy - IPP). To znači na primjer da hladnjaci u kućanstvu moraju biti usklađeni sa zahtjevima dizajna prihvatljivog za okoliš kako bi bili na tržištu Europske unije. Cilj je standarda propisanih ovom direktivom znatno smanjiti potrošnju energije. Do 2020. godine primjenjivat će se prvih devet mjera prikazanih u tablici D-1, a dodatne se mjere planiraju. Primjena ovih mjera trebala bi pridonijeti smanjenju potrošnje električne energije za 12% potrošnje u EU u 2007. godini.

Zahtjevi dizajna za okoliš odnose se samo na ključne parametre zaštite okoliša proizvoda koji imaju značajnu prodaju i time mogu podnijeti dodatne troškove (riječ je o proizvodima koji se prodaju u najmanje 200.000 jedinica), ali time i važan utjecaj na okoliš te potencijal za unapređenje. Jednako tako zakonodavac se trudi da zahtjevi dizajna za okoliš budu i troškovno efikasni.

Tablica D-1: Prvih devet mjera prema direktivi 2005/32/EC.

Mjere dizajna za okoliš	Prilagodba	Procijenjena ušteda (godišnje do 2020)
Stand-by	prosinac 2008.	35 TWh
Jednostavan <i>set-top box</i>	veljača 2009.	6 TWh
Ulična i uredska rasvjeta	ožujak 2009.	38 TWh
Rasvjeta u kućanstvu	ožujak 2009.	37 TWh
Eksterna opskrba strujom	travanj 2009.	9 TWh
Elektromotori	srpanj 2009.	140 TWh
Cirkulatori	srpanj 2009.	27 TWh
Hladnjaci u kućanstvu	srpanj 2009.	6 TWh
Televizije	srpanj 2009.	43 TWh
UKUPNO		341 TWh

Direktiva o ekodizajnu 2009. godine proširena je na sve proizvode koji se koriste energijom (uporaba kojih utječe na potrošnju energije), uključujući:

- proizvode koji se koriste energijom – to su proizvodi koji koriste, proizvode, prenose i mjere energiju, i to električnu energiju, plin i/ili fosilna goriva poput bojlera, računala, televizora, strojeva za pranje, žarulja itd. Ovi proizvodi uključuju i industrijske proizvode poput nekih strojeva za proizvodnju, transformatora, industrijskih fenova itd.
- druge proizvode povezane s potrošnjom energije (engl. other energy related products – ERPs) – to su proizvodi koji se nužno ne koriste energijom, ali imaju izravan ili neizravan učinak na njezinu potrošnju te time mogu pomoći očuvanju energije poput prozora, vrata, roleta, tuševa, keramičkih pločica, izolacijskog materijala i slično.



Slika D-6: Proizvod prihvatljiv za okoliš

I Američka agencija za zaštitu okoliša potiče dizajn za okoliš te je pokrenula program dodjele znaka dizajn prihvatljiv za okoliš (Design for Environment, DfE) onim proizvodima koji su sigurniji za okoliš (slika D-6). Ova oznaka potrošačima omogućuje brzo prepoznavanje proizvoda koji mogu pomoći zaštiti okoliša i većoj sigurnosti pri uporabi. Znak DfE na proizvodu znači da je stručni tim provjerio sve sastojke proizvoda koji su potencijalno štetni za zdravlje ljudi ili okoliš, temeljem trenutno dostupnih informacija, modela predvidljivosti Agencije za zaštitu okoliša i prosudbe stručnjaka, te da proizvod sadržava samo sastojke koji su najmanja moguća prijetnja od svih kemikalija iste klase.

Primjer D-12: Zabrana i smanjenje uporabe opasnih tvari

Pošto se ustanovi štetno djelovanje nekih metala na ljudski organizam, na primjer arsena, olova, kadmija, žive, šesterovalentnog kroma, i nakon što su neka poduzeća platila goleme odštete zbog narušena zdravlja radnika ili potrošača, počelo se razmatrati kako te metale ukloniti ili bar smanjiti njihov udio u proizvodnji i proizvodu. Gdje god je to bilo moguće zamijenjeni su manje štetnim metalima. Europska unija donijela je direktivu nazvanu "RoHS direktiva" (engl. Restriction of Hazardous Substances – RoHS) kojom se općenito zabranjuje ili ograničava uporaba opasnih tvari, odnosno dopušta samo u posebnim, strogo kontroliranim slučajevima. Proizvođači, na proizvode koji su usklađeni s direktivom RoHS, stavljaju znakove kako bi na to upozorili i zakonodavca i potrošače. Budući da nije propisan univerzalni znak koji bi potvrđivao sukladnost direktivi RoHS, proizvođači diskreicijski osmišljavaju svoje znakove (slike od D-7 do D-9, što može stvoriti zabunu).



Slika D-7: RoHS sukladan



Slika D-8: RoHS sukladan



Slika D-9: RoHS sukladan

Neki proizvođači javno objavljuju popise zabranjenih tvari i tvari ograničene upotrebe kako bi na to upozorili svoje dobavljače, ali i potrošače. Tijekom vremena, na popisu su se našli i kloro-fluoro-ugljikovodici te je trebalo mijenjati dizajn hladnjaka, halogenirani usporivači gorenja (polibromirani bifenili – PBB i polibromirani difenileteri – PBDE, uključujući dekabromodifeniletere), te je trebalo mijenjati proizvodni proces tiskanih ploča, zatim azbest, formaldehid, azo-boje itd. Osim zabranjenih tvari i tvari ograničene upotrebe, postoje i one koje se razmatraju, a njihovo djelovanje na okoliš i ljudsko zdravlje ne znaju se. U dokumentima su označene sa SVHC (Substances of very high concern – SVHC). Sve takve i druge zahtjeve treba temeljito razmotriti tijekom osmišljavanja proizvoda i njegove proizvodnje.

Srodan naziv: ekodizajn, održivi dizajn

Vidi: životni ciklus proizvoda

Indeks DOP-a: Pitanja: 4.B.4, 4.E.7, 4.E.8

GRI: većina pokazatelja skupine EN i skupine PR

GC: načela 7, 8,

Dječji rad

engl. child labour / njem. die Kinderarbeit / fr. travail des enfants / tal. lavoro infantile

Dječji rad odnosi se na svaki oblik zapošljavanja djece u redovitom i kontinuiranom radu. Takvu praksu nelegalnom i neprihvatljivom smatraju mnoge međunarodne organizacije i u mnogim je zemljama protuzakonita. Iako ne postoji općeprihvaće-

na definicija dječjeg rada, UNICEF definira dječji rad kao rad koji premašuje minimalan broj sati, ovisno o dobi djeteta i vrsti rada. Takav se rad smatra štetnim za dijete i stoga ga treba sprječavati na svaki mogući način. Općenito, dječji rad je rad koji djeci šteti ili ih iskorištava na neki način (fizički, psihički, moralno) i/ili blokira pristup njihovu obrazovanju. Različitim se definicijama služe međunarodne organizacije, neprofitne organizacije, sindikati i drugi. Dječji je rad u različitim stupnjevima i oblicima bio prisutan u cijeloj povijesti ljudskoga roda, a javno neprihvatljivim postao je uvođenjem obveznog školovanja, s promjenama u uvjetima rada tijekom industrijske revolucije te razvojem prava djece kao posebno osjetljive društvene kategorije.

Treba imati na umu kako nije sav rad loš za djecu. Neki sociolozi upozoravaju na to da neke vrste i oblici rada mogu biti korisni; na primjer dijete koje raznosi novine prije škole zapravo može imati koristi od stjecanja odgovornosti i shvaćanja kako se trud isplati. Ako dijete ne dobiva naknadu za rad, onda je iskorištavano. UNICEF je 1997. objavio izvješće o stanju djece u svijetu i naveo kako treba razlučiti destruktivni ili izrabljivački dječji rad s jedne strane i koristan rad - promicanje i unapređivanje razvoja djece bez utjecaja na školovanje, rekreaciju i odmor. Znanstvenici imaju različite metode razlučivanja između prihvatljivog i neprihvatljivog rada. U tom se izvješću procjenjuje kako 158 milijuna djece u dobi od 5 do 14 godina sudjeluje u nekom obliku dječjeg rada, što znači jedno od šestero djece u svijetu. Milijuni djece sudjelovali su u opasnim situacijama i uvjetima kao što je rad u rudnicima, rad s kemikalijama i pesticidima u poljoprivredi ili rad s opasnim strojevima. Djeca koja žive u najsiriromašnijim kućanstvima te u ruralnim područjima najvjerojatnije sudjeluju u radu. Na rad u kućanstvu najčešće su osuđene djevojke, koje su posebno osjetljive na eksploataciju i zlostavljanje. Rad često ometa dječje obrazovanje, odnosno razvoj djece te šansu da sutra budu ravnopravna na tržištu radne snage. Osigurati da sva djeca idu u školu i da je njihovo obrazovanje dobre kvalitete najbolji je način sprječavanja dječjeg rada.

U Hrvatskoj je Zakon o radu ograničio rad osobama mlađim od 18 godina. No to ne znači da ne postoji dječji rad kao što je pomoć u obiteljima koje se bave poljoprivrednim ili ugostiteljskim djelatnostima. Takav rad u pravilu ne ugrožava dječje obrazovanje i razvoj pa time zakonima nije posebno sankcioniran.

Indeks DOP-a: nema pitanja

GRI: HR6

GC: načela 1, 2 i 5

Djelatnost

engl. activity / njem. die Tätigkeit / fr. activité / tal. attività

Općenito, za poduzeće odnosno bilo koju organizaciju, djelatnost je opseg rada, na primjer proizvodna djelatnost, ugostiteljska djelatnost itd. Svako poduzeće registrirano je za jednu ili više djelatnosti prema "Nacionalnoj klasifikaciji djelatnosti NKD 2007". Skupina i podskupine djelatnosti označene su slovima, brojkama i nazivom (primjer D-13). Djelatnost poduzeća registrirana je pri odgovarajućem Trgovačkom sudu.

Kako je vidljivo u primjeru D-14, ovisno o djelatnosti određene su dozvole koje poduzeće mora ishoditi. O djelatnosti ovisi i koju dokumentaciju poduzeće mora dobiti kako bi proizvod mogao biti na tržištu ili koja radna mjesta mora imati itd. Ovisno o djelatnosti vode se i registri poslovnih subjekata (poduzeća), statistički podaci i drugo. Osim primjera D-13 i D-15 postoje još registri poslovnih subjekata. I u Indeksu DOP-a dodana su pitanja za proizvodna poduzeća, za razliku od neproizvodnih.

Primjer D-13: Registar poslovnih subjekata Hrvatske gospodarske komore

Dobar primjer korisnički usmjerenog Registra poslovnih subjekata (poduzeća) onaj je Hrvatske gospodarske komore (HGK). Registar poslovnih subjekata Hrvatske gospodarske komore integrirana je baza podataka svih hrvatskih trgovačkih društava registriranih na području Republike Hrvatske. Brzim pristupom Registar nudi mogućnost pregleda podataka za pojedino trgovačko društvo ili više njih grupiranih prema kriterijima koje su zadali korisnici.

Poslije nekoliko registracijskih brojeva (MB-matični broj, MBS-matični broj subjekta, OIB) slijedi naziv i oznake djelatnosti:

Skraćena tvrtka/naziv: VETROPACK STRAŽA d.d. Hum na Sutli

Tvrtka/naziv: VETROPACK STRAŽA Tvornica stakla d.d. Hum na Sutli

Glavna djelatnost: DI2613 Proizvodnja šupljega stakla

Glavna djelatnost NKD 2007.: C2313 Proizvodnja šupljeg stakla

Tablica D-2: Značenje znakova prema NKD 2007.

PODRUČJE	ODJELJAK	SKUPINA	RAZRED
C	23	23.1	23.13
Prerađivačka industrija	Proizvodnja ostalih nemetalnih mineralnih sirovina	Proizvodnja stakla i proizvoda od stakla	Proizvodnja šupljeg stakla

Primjer D-14: Povezanost propisa i djelatnosti te potrebnih dozvola

Zakonom o otpadu propisuje se niz odredbi, uz ostalo i o nadležnosti i odgovornosti u vezi s gospodarenjem otpadom, uvjetima za građevine u kojima se obavlja gospodarenje otpadom, načinu obavljanja djelatnosti, prekograničnom prometu otpadom i nadzoru nad gospodarenjem otpadom.

Na temelju Zakona o otpadu i Zakona o izmjenama i dopunama Zakona o otpadu Ministarstvo zaštite okoliša i prirode (MZOIP) nadležno je za izdavanje dozvola za gospodarenje opasnim otpadom te spaljivanje i suspaljivanje otpada, a nadležna tijela u županijama, odnosno Gradu Zagrebu izdaju dozvole za gospodarenje komunalnim i neopasnim proizvodnim otpadom te za termičku obradu otpada (osim za spaljivanje i suspaljivanje).

Zakon o otpadu obvezuje osobe registrirane za obavljanje djelatnosti skupljanja, oporabe i/ili zbrinjavanja (obrade, odlaganja, spaljivanja i drugih načina zbrinjavanja otpada), odnosno za djelatnost gospodarenja posebnim kategorijama otpada, da prije početka obavljanja navedenih djelatnosti pribave dozvolu propisanu ovim

zakonom. Dozvolom se određuje, ovisno o vrsti djelatnosti: vrsta otpada s kojom se posluje, količine otpada s obzirom na vrste s kojima se posluje i s obzirom na raspoložive kapacitete mjesta poslovanja otpadom, ispunjavanje propisanih uvjeta (tehnički uvjeti za rad, način i sustav praćenja), mjere opreza koje iz sigurnosnih razloga treba poduzeti, postupak uporabe i/ili zbrinjavanja, odnosno drugoga načina gospodarenja otpadom te lokacija i mjesto uporabe i zbrinjavanja.

Primjer D-15: Registar poslovnih subjekata Hrvatskoga zavoda za statistiku

Drugi je dobar primjer onaj Hrvatskoga zavoda za statistiku koji vodi svoj registar poslovnih subjekata. Svaki poslovni subjekt upisan u Registar poslovnih subjekata može pomoću svoga matičnog broja vidjeti osnovne podatke koji se vode o njemu i o dijelu poslovnog subjekta; dakle prvo se mora znati matični broj. Pronalaženjem matičnog broja na stranicama Hrvatske gospodarske komore i upisom na stranici Hrvatskoga zavoda za statistiku dobiju se ovi podaci:

Naziv/tvrtka: VETROPACK STRAŽA TVORNICA STAKLA D.D. HUM NA SUTLI

Sjedište i adresa: Hum na Sutli 203

Pravnoustrojbeni oblik: d.d. prema Zakonu o trgovačkim društvima

Brojčana oznaka: 91

Djelatnost: Proizvodnja šupljeg stakla

Brojčana oznaka razreda: 2313

Primjer D-16: Okolišna dozvola i djelatnost

Poduzeća koja moraju ishoditi okolišnu dozvolu, osim oznake djelatnosti prema NKD 2007, u dokumentaciju moraju upisati i oznaku djelatnosti prema Prilogu I. Uredbe o postupku utvrđivanja objedinjenih uvjeta zaštite okoliša. Za cementnu industriju oznaka djelatnosti glasi: 3.1 Postrojenja za proizvodnju cementnog klinkera u rotacijskim pećima proizvodnog kapaciteta preko 500 tona/dnevno ili vapna. Potrebno je priložiti i oznaku djelatnosti prema: EC/166/2006; 91/689/EEC i 96/61/EC. Primjerice, za cementnu industriju oznaka djelatnosti glasi: 3(c)(i) (E-PRTR).

Indeks DOP-a: Pitanja: 0.10, 4.E.2

GRI: točka 2.2, HR2

GC: nema posebnih zahtjeva

Djelotvornost

engl. efficiency / njem. die Effizienz / fr. efficacité / tal. efficienza

Prema HRN EN ISO 9000:2008, djelotvornost je odnos između postignutih rezultata i upotrijebljenih resursa. Djelotvornost znači i da zadatak treba obaviti uz najmanji utrošak potrebnih resursa, a najčešće znači dobar rad u prvom pokušaju, dakle rad bez ponavljanja ako ona nisu nužna za poslovni proces.

Tijekom rada na ovom Leksikonu, uočeno je da su u nizu različitih dokumenata različito prevedeni i upotrijebljeni engleski nazivi *efficiency* i *effectiveness*, dakle djelotvornost i učinkovitost. Za poslovni sektor, ali i za druge sektore, važno je razlikovati ta dva naziva i pravilno ih upotrebljavati.

Srodni naziv: efikasnost

Dobavljač

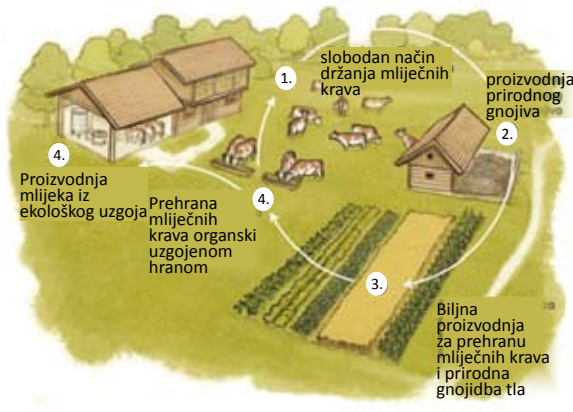
engl. supplier / njem. der Lieferant / fr. fournisseur / tal. fornitore

Dobavljač je osoba ili organizacija koja isporučuje proizvod. Za organizaciju dobavljači mogu biti unutarnji i vanjski. Unutarnji ili interni dobavljači isporučuju proizvode ljudima unutar njihove organizacije, a vanjski ili eksterni dobavljači isporučuju proizvode drugim organizacijama. Primjeri dobavljača uključuju organizacije ili ljude koji proizvode, distribuiraju ili prodaju proizvod, uslugu ili objavljuju informaciju.

U društveno odgovornom poslovanju posebna se pozornost obraća odnosu s dobavljačima. Naglasak je na razvoju partnerskog odnosa u kojem obje strane imaju koristi, bez namjere da se u njihovoj interakciji stvaraju neravnopravni odnosi. Odgovornost je posebno na velikim poduzećima koja mogu uvelike utjecati na opstanak malih dobavljača. Kritičari su često okrenuti ponašanju velikih poduzeća koja s jedne strane promiču društvenu odgovornost i isto zahtijevaju od svojih dobavljača, a s druge strane postavljaju nerealne uvjete rokova plaćanja i cijene uvjetujući loše uvjete rada i niske plaće u dobavljača. U sklopu programa društvene odgovornosti, posebno velikih poduzeća koja su značajni kupci, važna stavka svakako je ulaganje u partnerske odnose i rad na povećanju kompetentnosti i konkurentnosti dobavljača, posebice malih i srednjih poduzeća.

Primjer D-17: Lanac stvaranja vrijednosti Dukatovog biomlijeka.

Kako bi na biomlijeko mogao staviti EKO znak (slika O-3), Dukat d.d. mora voditi brigu provodi li dobavljač propisane zahtjeve ekološkog uzgoja biljaka za prehranu životinja. Kvaliteta biljaka ovisi o upotrijebljenim prirodnim gnojivima i kvaliteti tla i vode. Važno je i obavljaju li uzgajivači krava redovite zdravstvene preglede životinja, održava li se čistoća staja, redovita svakodnevna njega životinja i brinu li se o slobodnom načinu držanja mliječnih krava. Svi ti kriteriji važni su za stajališta kvalitete Dukatovih proizvoda i zato se ulažu značajna sredstva i napori u edukaciju dobavljača i poboljšanje kvalitete njihovih procesa.



Slika D-10: Dobavljači u procesu proizvodnje mlijeka

Primjer D-18: Ericsson Nikola Tesla i odnos s dobavljačima

Ericsson Nikola Tesla d.d. godinama redovito provodi revizije u svojim značajnim dobavljača. Revizija odnosa provodi se jedanput u godini, po potrebi i češće, planira se unaprijed i u njoj sudjeluju (obično) odgovorne osobe za kvalitetu, okoliš i zaštitu na radu. Cilj je revizije ustanoviti nesukladnosti i pomoći dobavljaču da ih ispravi i poboljša svoj poslovni proces. Sastavni je dio ugovora s dobavljačem i "Kodeks ponašanja za dobavljače" te "Zahtjevi okoliša za Ericssonove dobavljače." Sastavni je dio revizije i provjera provedbe zahtjeva audita. Stručnjaci Ericssona Nikole Tesle pomažu u uklanjanju nesukladnosti, savjetuju dobavljače te ih potiču da unaprijede način poslovanja uvođenjem novih aplikacija. Na početku godine u radnom kalendaru poduzeća planiran je i datum za Dan dobavljača. Dan dobavljača prigoda je da predstavnici Ericssona Nikole Tesle predstave važnije teme za dobavljače, ali i za neformalno druženje.

Indeks DOP-a: Pitanja 2.4a, 4.D.1, 5.A.

GRI: točke od 4.14 do 4.17, EC6, HR2

GC: nema posebnih zahtjeva

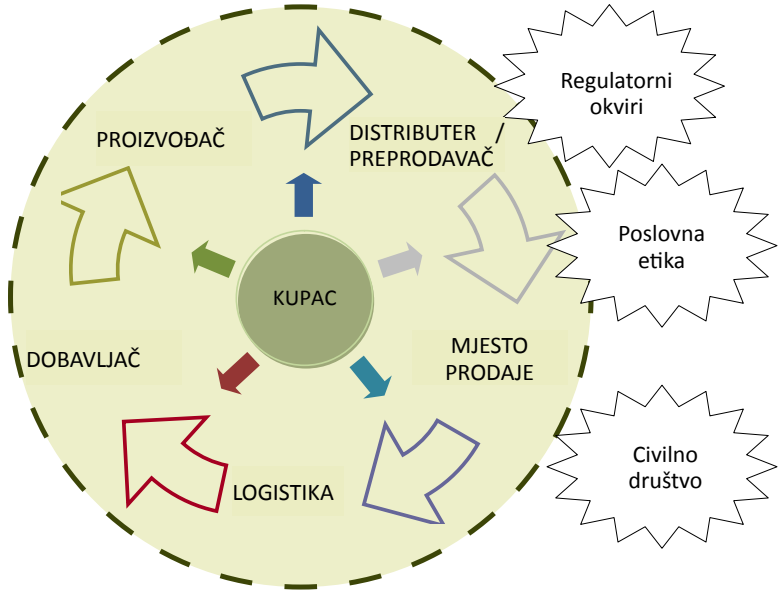
Dobavljački lanac

engl. supply chain / njem. die Belieferungskette, die Wertschöpfungskette / fr.chaine logistique / tal. catena di forniture

Sustav organizacija, ljudi, tehnologija, aktivnosti, informacija i resursa koji su direktno uključeni u proces stvaranja proizvoda ili usluge od dobavljača do krajnjeg potrošača naziva se dobavljački lanac. Aktivnostima u dobavljačkom lancu transformiraju se prirodni resursi, sirovine i komponente u završne proizvode te se oni isporučuju krajnjem potrošaču. Kao što je vidljivo na slici D-11, suvremeni su dobavljački lanci takvi da proizvod koji je isporučen krajnjem kupcu poslije svog vijeka trajanja ili u bilo kojem trenutku može poslužiti kao sirovina za sljedeći ciklus stvaranja, odnosno može se posve reciklirati. Stoga dobavljački lanac započinje s ekološkom i biološkom regulacijom prirodnih resursa, nastavlja se s ekstrakcijom sirovih materijala i uključuje nekoliko proizvodnih karika (poput izgradnje komponenti i spajanja) prije nego što se, racionalno se služeći prostorom, skladišti, kako bi na kraju bio isporučen uza što manje negativnih utjecaja krajnjem kupcu. Dobavljački lanac zapravo povezuje lanac stvaranja vrijednosti. Stoga se transakcije u dobavljačkom lancu mogu obavljati između različitih organizacija ili unutar jedne organizacije ovisno o interesima, mogućnostima i raspoloživim kompetencijama zaposlenika te obilježjima proizvoda ili usluge.

Koncept dobavljačkog lanca s aspekta društveno odgovornog poslovanja proširuje koncept kvalitete lanca koji mora uzeti u obzir etička, društvena i pitanja povezana sa zaštitom okoliša te proširuje shvaćanje troška u tom lancu. U kontekstu društveno odgovornog poslovanja i upravljanja dionicima treba imati na umu kako poduzeća nisu samo odgovorna za ono što ona čine nego i za ono što čine njihovi dobavljači i kupci s proizvodima i uslugama koje ona stvaraju. Stoga su poduzeća odgovorna za sve učinke po pojedinim fazama lanca dobave te se uvijek moraju pitati od kuda dolaze njihovi ulazi i kako su napravljeni. Najčešća je s aspekta uprav-

ljanja rizicima razvijenost politike nabave u smislu jasnog komuniciranja i stalne revizije onoga što je (ne)prihvatljiva praksa ponašanja i prema karici koja joj prethodi i prema karici koja slijedi. Od dobavljača se zahtijeva stalno ulaganje u poboljšanje prakse i politike njihovih programa, a na poduzeću je da stalno provjerava taj proces i pomaže aktivno dobavljaču da ga usavrši u skladu s najboljom praksom.



Slika D-11: Opći prikaz dobavljačkoga lanca sa stajališta kupca



Slika D-12:
Proizvođač tvrdi da je 100% kontrolirao ulazne sirovine

Dobavljači i dobavljački lanac za proizvođača su važni jer utječu na kvalitetu konačnog proizvoda. Nekvalitetan proizvod i proizvod s greškom može utjecati na zdravlje i sigurnost potrošača, na okoliš, ugled proizvođača, ali i na troškove zbog plaćanja odšteta u sudskim sporovima. U tiskovinama su se mogli pročitati napisi o povlačenju automobila s tržišta zbog određenih grešaka ili su kupci bili pozivani da dođu zamijeniti neke dijelove. Tako su mnogi proizvodi koji dolaze iz Kine povučeni s tržišta zbog nedopuštene količine teških metala ili opasnih i štetnih kemikalija. Proizvođači nadzorom i praćenjem aktivnosti dobavljača osiguravaju kvalitetu svojih proizvoda. Neki proizvođači to ističu na svojim proizvodima stavljanjem odgovarajućega znaka (slika d-12).

Vidi: dobavljač

Indeks DOP-a: Pitanja: 2.4a, 4.D.1, 5.A

GRI: točke od 4.14 do 4.17, EC6, HR2

GC: nema posebnih zahtjeva

Dobrovoljni rad zaposlenika

engl. employee volunteering / njem. freiwillige Mitarbeiterereinsätze / fr. bénévolat des employés / tal. dipendente volontariato

Volonterstvo je praksa u kojoj ljudi rade za druge a da za to nisu motivirani financijski ili materijalnom dobiti. Ono se općenito smatra altruističnom aktivnošću i ovdje poduzeća potiču svoje zaposlenike na ovakav oblik rada kako bi oni pomogli lokalnoj zajednici da riješi neke od problema s kojima je suočena. Volontiranje zaposlenika ili dobrovoljni rad zaposlenika trajan je koordiniran napor kojim poduzeća podržavaju i potiču uključenost svojih zaposlenika u društvenim inicijativama u lokalnoj zajednici. Često se taj dobrovoljni angažman odnosi na uključivanje zaposlenika u različite aktivnosti/akcije koje organizira civilni sektor. Programi volontiranja zaposlenika mogu imati različite oblike, od neformalnih do formalnih, a vode ih zaposlenici ili poslodavci.

- Timsko volontiranje – uključuje skupinu zaposlenika koji rade zajedno da obave određeni zadatak, npr. kućnu njegu bolesnika. Obično traje od jednog do sedam dana.
- Mentorstvo – postoje dva osnovna oblika mentorstva: licem u lice i e-mentorstvo. Omogućuje mentorima da ostvare komunikaciju jedan na jedan sa svojim učenicima na dulje razdoblje.
- Razvojni zadaci – kratki i intenzivni projekti u organizaciji iz zajednice koji traju od 100 sati do tri mjeseca. Projekti su osmišljeni tako da pridonose razvoju zaposlenika, a organizacija koja ih ugošćuje ima koristi od njihovih vještina i iskustva. Ovaj je oblik čest između poduzeća i fakulteta i može biti dio studentske prakse u nekom poduzeću.
- Zamjenski posao – poslovi s punim radnim vremenom od 3 do 24 mjeseca, a obavljaju se obično pri važnim promjenama u karijeri. Zaposlenik obavlja posao u drugoj organizaciji, ali je još zaposlen u matičnoj. To se obično događa pri prijevremenom umirovljenju, restrukturiranju poduzeća ili razvoju menadžmenta.
- Pojedinačno volonterstvo – zaposlenici volontiraju redovito ili povremeno, npr. sudjelovanjem u upravnom odboru neprofitnih organizacija te tako povezuju svoje interese s potrebama zajednice.
- Donacije zaposlenih – dogovorene donacije zaposlenika iz bruto plaće koje mogu biti jendokratne i stalne putem trajnih naloga.
- Izjednačavanje davanja – poduzeća mogu izjednačiti vrijeme koje zaposlenik provede u dobrotvornom radu ili novac koji je prikupio u dobrotvorne svrhe.

Koristi od dobrovoljnog rada zaposlenika imaju sve zainteresirane strane, i to podjednako poduzeća, zajednica i zaposlenici. Koristi su za sve njih sljedeće:

- koristi za poduzeće:
 - uspostavljanje i/ili povećanje ugleda poduzeća u zajednici u kojoj posluje, što se dugoročno odražava na pozitivne odnose sa svim dionicima
 - osnaženje organizacijske kulture poduzeća stvaranjem timskog duha i promicanjem preferencijalnog sustava vrednota

- stvaranje partnerskog odnosa sa zajednicom te se poduzeće pozicionira kao poželjan i odgovoran partner s kojim se ljudi identificiraju
- povećana učinkovitost i djelotvornost zaposlenika
- privlačenje i zadržavanje najboljih zaposlenika
- osnaživanje vrijednosti robne i tržišne marke
- smanjenje rizika od tužbi i ušteđena novca sudskih procesa i kazni.
- koristi za zajednicu:
 - rješavanje važnih društvenih problema korištenjem resursa poduzeća
 - kroz imidž poduzeća i njegov značaj zajednica može privući pozornost šire javnosti i medija za određene probleme pa time rješenja postaju održivijima
 - unapređivanje kompetencija (znanja i vještina) svih koji sudjeluju u procesu
 - unapređivanje odnosa s poduzećem te stvaranje dugoročnog partnerskog odnosa za neke druge probleme.
- koristi za zaposlenike:
 - unapređivanje kompetencija (znanja i vještina) zaposlenika te rad na ciljanim sposobnostima poput vodstva ili kreativnosti
 - porast motivacije i lojalnosti zaposlenika kroz osjećaj samozadovoljstva i poštovanja naspram učinjenog
 - umrežavanje s novim ljudima
 - osjećaj timskog duha i pripadnosti
 - dobar imidž u novih talenata koji će predstavljati budućnost poduzeća.

Organizacije privatnog i javnog sektora sve su zainteresiranije za uključivanje svojih zaposlenika u volonterske akcije. Poticanje dobrovoljnog rada zaposlenika postaje dio programa društveno odgovornog poslovanja, a podrškom interesima zaposlenika poslodavci grade njihovu lojalnost i zadovoljstvo. Neki poslodavci aktivno potiču zaposlenike na dobrovoljni rad u lokalnoj zajednici. Dobrovoljni rad može biti, na primjer, određen broj radnih sati (jedan radni dan) koje zaposlenik može umjesto u poduzeću odraditi na nekom projektu u zajednici (nekoj organizaciji). Točan opis i količina radnih sati moraju biti navedeni u projektu. Poduzeće može organizirati skupinu zaposlenika koja će za radnog vremena raditi na nekom društveno korisnom projektu, kao što su to određeni obrazovni programi ili uređivanje školskog dvorišta ili čišćenje plaža (primjeri A-2 i A-3). Dobrovoljni rad zaposlenika mora biti dio plana i programa aktivnosti određene organizacijske jedinice u određenom razdoblju.

Potrebno je razdvojiti dobrovoljni rad zaposlenika izvan radnog vremena, kada zaposlenik daruje svoje privatno vrijeme, od dobrovoljnog rada zaposlenika kada poduzeće donira radne sate zaposlenika za neke aktivnosti izvan poduzeća. Zaposlenik može biti uključen u projekte i dati svoje privatne sate kao dio svog osobnog razvoja i to istaknuti u životopisu. U praksi se događa da poduzeće ističe privatni dobrovoljni rad zaposlenika, što bi trebalo izbjegavati. Česte su i organizacije "team buildinga" koje se obavljaju u nekim dobrotvornim akcijama kao što je uređenje neke škole ili okoliša. No upitan je stupanj dobrovoljnosti u njima, a poduzeće može

pripisati ovu aktivnost sebi samo ako je ona održana u radno vrijeme; u protivnom riječ je o privatnom angažmanu zaposlenika.

U Hrvatskoj su za sada rijetki programi u kojima zaposlenici mogu od jednog do nekoliko dana u godini donirati prema vlastitoj želji i osobnim sklonostima, a na teret poslodavca.

Primjer D-19: Coca-Colin klub volontera

Sve su češći primjeri u Hrvatskoj kada lokalna poduzeća organiziraju dobrotvorne akcije koje se sastoje od donacije radnih sati zaposlenika. Tako npr. Coca-Cola organizira čišćenje rijeke Gacke donacijom radnih sati svojih zaposlenika.

Primjer D-20: dm-ovih 15 godina u Hrvatskoj

Tijekom 2011. godine, a zbog proslave 15 godina dm-ova poslovanja u Hrvatskoj, zaposlenici dm-a u volonterskim su projektima odradili oko 15.000 sati, što je u prosjeku dva radna dana po zaposleniku, a poduzeće ih je za to nagradilo slobodnim danima.

Srodni naziv: volontiranje

Vidi: volonterstvo, ulaganje u zajednicu

Indeks DOP-a: Pitanja 6.A.4, 6.A.10, 6.A.12

GRI: nema posebnih zahtjeva

GC: nema posebnih zahtjeva

Dodana vrijednost, novostvorena vrijednost

engl. added value / njem. die Wertschöpfung / fr. valeur ajoutée/ tal. valore aggiunto

Dodana vrijednost je razlika između vrijednosti prodaje proizvedenih dobara i usluga te vrijednosti nabavljenih sirovina koje su ugrađene u proizvod ili uslugu. Drugim riječima, dodana vrijednost novostvorena je vrijednost koju proizvođač dodaje proizvodu prije nego što ga proda kao novi proizvod.

Novostvorena je vrijednost razlika između vrijednosti ulaznog dijela u proces (informacije, energija, materijali, usluge) i rezultata proizvodnog procesa. Bit proizvodne funkcije svodi se na dodavanje vrijednosti za trajanja procesa imajući na umu želje/interese svih uključenih čimbenika te pomirenja ekonomskih, društvenih i aspekata toga procesa povezanih sa zaštitom okoliša. Što je veća dodana ekonomska, društvena i okolišna vrijednost, to je veća i djelotvornost određene organizacije te je veća i njezina konkurentska prednost. Zato se teži zamjeni ili ukidanju onih dijelova proizvodnog procesa koji ne dodaju vrijednost te se smatraju suvišnim i rasipnim, osim ako nisu obvezni prema zakonu. Poboljšavanjem takvih aktivnosti smanjuju se troškovi i raste dodana vrijednost.

Vidi: bruto dodana vrijednost

Dokument

engl. document / njem. das Dokument/ fr. document / tal. documento

Prema normi HRN EN ISO 9000:2008, dokument je izvor podataka i informacija koje se mogu koristiti pri izradi izvještaja. Dokument se sastoji od informacije i medija na kojem se nalazi. Medij može biti papir, magnetski, elektronički ili optički računalni disk, fotografija ili matrica za umnožavanje, ili njihova kombinacija. Skup dokumenata, na primjer specifikacija zapisa, izvještaja, crteža i sl., naziva se dokumentacija. Sadržaj i izgled dokumenta može biti propisan, odnosno može biti predmet internih pravila poduzeća.

Osnovni je zahtjev za dokument, bez obzira na način čitanja (očno ili strojno) da bude čitljiv, ažuran i cjelovit.

Vidi: zapis

Donacija

engl. donation / njem. die Spende / fr. donation / tal. donazione

Donacija je davanje u novcu, stvarima ili uslugama bez očekivane ili ugovorene protuusluge. Donator ima pravo biti informiran o utrošenim sredstvima, ali za svoju donaciju ne dobiva i ne potražuje za sebe nikakvu izravnu ekonomsku i gospodarsku korist. Ona je poklon fizičke ili pravne osobe, tipično zbog humanitarnih razloga i/ili kako bi se pridonijelo zajedničkoj stvari. Donacija može poprimiti različite oblike, uključujući novac i novčane zamjene (radne sate), usluge, nove ili korištene stvari (poput odjeće, obuće, hrane), medicinske potrepštine i lijekove ili različite druge stvari (poput šatora, pokrivača, oruđa i alata).

Donacija je predmet više propisa s različitih aspekata, na primjer poreza i financiranja političkih stranaka.

Prema Zakonu o porezu na dobit, darovanjima se smatraju darovanja u naravi ili novcu, učinjena u tuzemstvu za kulturne, znanstvene, odgojno-obrazovne, zdravstvene, humanitarne, sportske, vjerske, ekološke i druge općekorisne svrhe udruuga i drugim osobama koje navedene djelatnosti obavljaju u skladu s posebnim propisima, ako su veća od 2% prihoda ostvarenog u prethodnoj godini. Iznimno, svota može biti i veća od 2% prihoda prethodne godine ako je dana prema odlukama nadležnih ministarstva o provedbi financiranja posebnih programa i akcija.

U nekim naprednijim demokracijama osobita se pozornost obraća donacijama u politici te stoga zakon zabranjuje ili ograničava količinu donacija koju političari smiju prihvatiti, posebno od poslovnih subjekata ili nekih interesnih skupina. Dobrovoljni prilog (donacija) prema Zakonu o financiranju političkih stranaka, nezavisnih lista i kandidata povremena je ili redovita uplata kojom fizičke ili pravne osobe dobrovoljno daju novac političkoj stranci u iznosu većem od iznosa članarine, kao i pružanje usluga ili davanje proizvoda političkoj stranci bez naplate. U Hrvatskoj je visina donacije koju politička stranka smije primiti ograničena zakonom.

Neka poduzeća objavljuju natječaje za donacije i sponzorstva poput nekih privatnih, ali i javnih organizacija. To su na primjer Zagrebačka banka d.d., Holcim Hr-

vatska d.d., INA d.d., Hrvatska lutrija d.o.o., Croatia osiguranje d.d. i HEP d.d. Na natječaju se objavljuju područja za koja se dodjeljuje donacija (na primjer očuvanje kulturne baštine, zaštita okoliša, sportske aktivnosti i sl.) ili određena tema (borba protiv korupcije).

U novije vrijeme sve je češća praksa donacije radnih sati (dobrovoljni rad, volonterski rad) kojom pojedinci ili zaposlenici u ime organizacije daju doprinos nekoj vrijednoj inicijativi ili pružaju uslugu bez naplate.

Primjer D-21: Donatorski program Holcim Hrvatska d.o.o.

Holcim Hrvatska d.o.o. donatorski je program u 2009. i 2010. godini posve posvetio projektima borbe protiv korupcije. Naime, Holcim svake godine tematski veže svoje donacije kako bi ciljanim djelovanjem osnažio sve dionike da riješe neki problem pa je procijenio kako je korupcija jedan od problema koji iznimno utječe na uspješnost poslovanja te tvrtke u Hrvatskoj. Stoga je kao strateški cilj određena potreba borbe protiv korupcije. On je ušao i u program korporativnog doniranja kao jedina tema za koju su se dodjeljivala sredstva u spomenutim godinama. Taj društveni problem istaknut je i kao jedna od najvećih prepreka uspješnu završetku pregovora o ulasku Republike Hrvatske u EU. O donatorskom programu više u Izvješću o održivom razvoju 2010. Holcima Hrvatska.

Vidi: dobrovoljni rad zaposlenika

Indeks DOP-a: Pitanja: od 6.A.3 do 6.A.15

GRI: nema posebnih zahtjeva

GC: nema posebnih zahtjeva

Donator

engl. donor / njem. der Spender / fr. donateur / tal. donatore

Fizička ili pravna osoba koja daje / poklanja donaciju.

Dostojanstven rad

engl. decent work / njem. die menschenwürdige Arbeit / fr. travail décent / tal. lavoro dignitoso

Dostojanstven rad poštuje potrebe radnika te je onaj rad koji omogućuje dobar (pristojan) život. Dostojanstven rad, kao ideju i kao cilj, uvela je i u početku promovirala Međunarodna organizacija rada (ILO/MOR) 1999. godine. Dostojanstven se rad sastoji od četiriju komponenata: zapošljavanja, prava, zaštite i dijaloga te pretpostavlja da su sve one potrebne za stvaranje dobre perspektive za društveni (socijalni) napredak i razvoj.

Dostojanstven rad/zapošljavanje znači:

- pristojan prihod koji omogućuje dostojanstven životni standard
- jednak tretman i jednake prilike za sve
- dobre uvjete rada

- zdravstvenu zaštitu i sigurnost na radnome mjestu
- mogućnost smislenog i produktivnog rada
- mogućnost osobnog razvoja
- sigurnost za obitelj zaposlenika
- socijalnu integraciju
- slobodu da se izrazi zabrinutost oko nečega što je izravno vezano uz posao
- jednak tretman bez obzira na rod, seksualnu orijentaciju, vjeru i dob.

Radnička prava u kontekstu dostojanstvenog rada podrazumijevaju:

- slobodu organiziranja
- slobodu izražavanja
- svi imaju mogućnost sudjelovati u odlučivanju koje utječe na njihove živote
- pravo na kolektivno pregovaranje
- slobodu od diskriminacije
- slobodu od prisilnog rada
- slobodu od dječijeg rada
- pravno priznanje i pristup pravnom sustavu
- postojanje radnog zakonodavstva i opće vladavine zakona.

Socijalna zaštita ističe:

- važne veze između produktivnog zaposlenja i sigurnosti za one koji iz bilo kojeg razloga nisu uopće zaposleni
- zaštitu od gubitka ili smanjenja prihoda zbog nezaposlenosti, ozljede, majčinstva, roditeljstva ili starosti
- pravedno i inkluzivno društvo.

Socijalni dijalog ističe:

- radnici i poslodavci imaju pravo i način da budu predstavljeni kroz svoje organizacije
- najbolja i trajna rješenja postižu se suradnjom koja je temelj socijalne stabilnosti, ravnomjerna rasta i razvoja
- postoje kanali kroz koje se o konfliktima raspravlja i rješavaju se.

Prema Zakonu o radu, teži je prekršaj poslodavca - pravne osobe ako ne imenuje osobu koja je osim njega ovlaštena primiti i rješavati pritužbe za zaštitu dostojanstva radnika ili ako otkrije podatke utvrđene u postupku zaštite dostojanstva.

Vidi: ljudska prava

Indeks DOP-a: Pitanje 3.E.5

GRI: od LA1 do LA14

GC: načela 1,3 i 6

Dozvola

engl. permit / njem. die Genehmigung / fr. permission / tal. permesso

Dozvola je dokument koji izdaje neko ovlašteno tijelo. Dokumentom se daje nekom neko pravo, na primjer vozačka je dozvola dokument koji daje pravo svom nositelju da upravlja vozilom. U građevini su poznate lokacijska, građevinska i uporabna dozvola. Za određene proizvođače, na primjer u kemijskoj industriji, ili velike potrošače vode, potrebno je ishoditi vodopravnu dozvolu. Propisima je određeno i za koje se proizvode mora ishoditi vodopravna dozvola. To su na primjer kemijski proizvodi, deterdženti i sl. Dozvole su povezane s djelatnošću poduzeća, a neimaju je dozvola kažnjivo.

U praksi u Hrvatskoj se događa da su za neki projekt pribavljene sve propisane dozvole a da ga lokalna zajednica ne prihvaća, to jest nema društvenu dozvolu za rad. Projekti za gradnju odlagališta ili spaljivanje otpada dobar su primjer za to. Jednako tako istraživanja pokazuju kako je za postavljanje solarnih panela u Hrvatskoj potrebno prikupiti 66 različitih dozvola i dokumenata, a usporedbe radi, u Njemačkoj je za to potrebno prikupiti dvije dozvole.

Vidi: NIMBY

Dow Jonesov indeks održivosti

engl. Dow Jones Sustainability World Index - DJSI World / njem. der Dow Jones Nachhaltigkeitsindex / fr. indice de durabilité Dow Jones / tal. indice di sostenibilità Dow Jones

Dow Jonesov globalni indeks održivosti svjetski je indeks koji 10% najboljih poduzeća (2.500 najvećih) uspoređuje na temelju njihove prakse održivosti i zaštite okoliša. Indeks je pokrenut 1999. godine kao zajednički projekt Dow Jonesa i Grupe SAM, istraživačkog poduzeća iz Züricha u Švicarskoj koje provodi detaljne analize na bazi od više nego tisuću poduzeća kako bi izabrali najbolje prema jasnim kriterijima.

Indeks je ponderiran na bazi slobodne tržišne kapitalizacije i promjene se rade jednom u godini, u rujnu, na temelju najnovijih izvješća o održivosti pojedinih poduzeća koja su među tih 10%. Tako je za DJSI World 2009. analizirano 1237 kompanija od kojih je njih 626 ispunilo upitnik, a 611 kompanija analizirano je na temelju javno dostupnih informacija te su time konkurirale da uđu među 10% najboljih. Indeksom je obuhvaćeno 317 elemenata održivosti koji su podijeljeni u tri skupine, i to oni povezani s ekonomskom dimenzijom poslovanja, dimenzijom utjecaja na društvo i okoliš. Te se tri dimenzije mogu ponderirati drukčije, ovisno o industriji kojoj poduzeće pripada. Kompanije se provjeravaju jednom u godini i one koje ne uspiju pokazati kontinuitet napretka brišu se iz Indeksa. DJSI World 2009. obuhvaća 19 različitih industrija, a poduzeća koja su njime obuhvaćena dolaze iz 27 zemalja. Zbog sve veće osviještenosti investitora i njihove rastuće želje za društveno prihvatljivim investicijama, taj se indeks u brojnim situacijama koristi kao referentna točka i uspješnost se različitih fondova koji upravljaju milijardama dolara mjeri u usporedbi s njime. Stoga je pitanje prestiža i dobre reputacije biti dijelom tog Indeksa te kompanije koje su to postigle jasno o tome obavještavaju svoje dioničare i širu javnost.

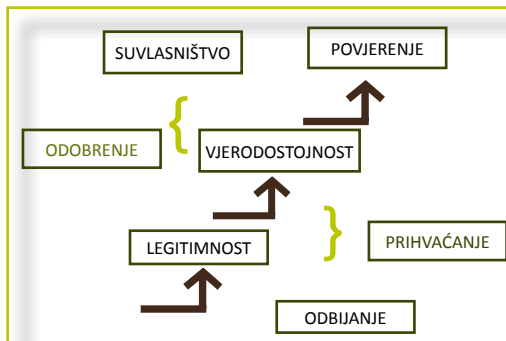
Društvena dozvola za rad

engl. social licence to operate / njem. die soziale Betriebslizenz / fr. permis social d'exploiter / tal. licenza sociale ad operare

Prerađivačku je industriju javnost prihvatila zbog uloge koju ima u društvu, a to je od osiguravanja radnih mjesta i plaćanja poreza do proizvodnje proizvoda/usluga potrebnih zajednici za život i odgovarajuće alokacije oskudnih resursa kojima društvo raspolaže. Međutim, na razini pojedinačnih projekata to prihvatanje nije ni automatsko ni bezuvjetno. Danas, postoji potreba da se dobije i zadrži podrška ljudi koji žive i rade u području utjecaja proizvodnje - da se dobije društvena dozvola za rad.

Društvena dozvola za rad nije propisani dokument, nego se temelji na vjerovanju, percepciji i mišljenju lokalne zajednice (lokalnog stanovništva) o projektu. Drugim riječima, dodjeljuje ju zajednica, a ona je dinamična i promjenjiva jer vjerovanja i percepcija mogu se promijeniti na temelju novih informacija. Stoga se društvena dozvola za rad mora zaraditi i održavati. Smatra se da društvena dozvola za rad postoji kada projekt ima suglasnost zajednice i drugih dionika.

Postoji više razina dozvole: dozvola koja se općenito sastoji od zadovoljstva projektom (viši) ili tek prihvatanje koje se sastoji od toleriranja projekta (niži stupanj). Niži stupanj dozvole može biti dostatan za nastavak projekta, ali viši je stupanj korisniji za sve uključene.



Slika D-13: Tijek postizanja/stjecanja društvene dozvole za rad

Projekt mora imati društveni legitimitet sastavljen od normi zajednice koje mogu biti zakonske, društvene, kulturne i druge. Mora imati vjerodostojnost koja se temelji na istinitim i jasnim informacijama te povjerenje koje se temelji na obostranoj otvorenosti i kvaliteti odnosa.

Primjer D-22: Dozvola za rad Vetropack Straže

Vetropack Straža d.d., tvornica stakla u Humu na Sutli, poduzeće je koje aktivno djeluje radi zadržavanja društvene dozvole za rad. Ulaganjem u zajednicu Vetropack je osigurao kvalitetnu infrastrukturu koja ne samo da pomaže poslovanju poduzeća nego i zadovoljstvu lokalne zajednice. Izgradnjom odlagališta otpada, doma zdravija i lokalnih cesta Vetropack Straža stalno učvršćuje svoje veze s lokalnom zajednicom i stanovništvom te osigurava društvenu dozvolu za rad.

Primjer D-23: Rockwoolovi problemi u Istri

Primjer projekta koji nije dobio društvenu dozvolu za rad pogon je danskog poduzeća Rockwool u Istri. Čini se da je nekoliko loših odluka vodstva poduzeća koje su izazvale zagađenja okoliša u pokusnome radu tvornice prouzročilo negativne reakcije lokalnog stanovništva koje odbija prihvatiti tu tvornicu u svom susjedstvu. Čak niti sve dozvole pribavljene od zakonodavca nisu dovoljne ovom poduzeću jer je izostala društvena dozvola za rad.

Društvena odgovornost

engl. social responsibility / njem. die gesellschaftliche Verantwortung / fr. responsabilité sociale / tal. responsabilità sociale

Odgovornima se smatraju oni koji odgovaraju za svoje ponašanje i brinu se o svojim obvezama bez obzira na to je li riječ o fizičkim ili pravnim osobama. Značenje ovog termina dolazi od njegovih latinskih korijena: *respondere* znači odgovoriti ili obvezati se. Riječ odgovornost znači obvezu da se odgovara za vlastite aktivnosti. Često to implicira različite oblike odgovornosti prema nekom autoritetu. Odgovornost se također upotrebljava kao priznavanje stanja u kojem, želimo li postići neku svrhu, moramo preuzeti odgovornost umjesto da očekujemo od drugih da nešto naprave i u tom je smislu ona jako slična inicijativi. Ovaj se termin često odnosi na sustav vrijednosti, principa i uvjerenja koje dijeli određena kultura, religija i filozofski koncept po kojem ljudska bića subjektivno određuju je li neka aktivnost dobra ili loša. Te koncepte i uvjerenja često generaliziraju i kodificiraju pojedina kultura i kontekst te služe za reguliranje ponašanja pojedinaca, skupina i cijelog društva. Usklađenost sa sustavom kodifikacije često se naziva moralnošću.

Međunarodna organizacija za normizaciju (ISO) u normi ISO 26000 za društvenu odgovornost definira društvenu odgovornost kao odgovornost neke organizacije za utjecaje njezinih odluka i aktivnosti na društvo i okoliš, na koje djeluje transparentnim i etičkim ponašanjem svojih zaposlenika pa:

- pridonosi održivom razvoju te zdravlju i dobrobiti društva
- poštuje očekivanja dionika
- usklađena je s važećim propisima i međunarodnim normama
- transparentno i etično ponašanje ugrađeno je u organizacijsku kulturu i njezine odnose s dionicima.

Društvena odgovornost poduzeća -DOP

engl. corporate social responsibility - CSR / njem. die unternehmerische Gesellschaftsverantwortung / fr. responsabilité sociale des entreprises -RSE / tal. responsabilità sociale d'impresa - RSI

Koncept društveno odgovornog poslovanja polazi od sve snažnijeg uvjerenja kako moderna poduzeća imaju sve više odgovornosti prema svojoj ulozi u društvu. U 2012. godini potrošački aktivizam raste i mobilniji je. Pritisnuti sve većom oskudicom svih oblika resursa, materijalnih ali i društvenih, nastaju međunarodni pokreti poput Occupy Wall Street. Sve snažniji pritisci civilnog društva, ali i drugi trendovi prisiljavaju poduzeća da društveno odgovorno poslovanje ugrade u sve elemente poslovanja. Prema tom konceptu, poduzeća u svoje aktivnosti i odnose s različitim dionicima poput vlasnika, dioničara, zaposlenika, potrošača, dobavljača, vlade, medija, lokalne zajednice i šire javnosti, prema načelu dobrovoljnosti, integriraju brigu za društvena pitanja i zaštitu okoliša s ekonomskim pokazateljima poslovanja.

Riječ je o praksi koja nadilazi zakonske zahtjeve, a svako poduzeće odlučuje o tome kojim će područjima obratiti više pozornosti, u skladu s vlastitim strateškim ciljevima, izvorima rizika i poslovnim mogućnostima. To pridonosi osnaživanju vlastite konkurentnosti povećanjem reputacije, smanjivanjem troškova poslovanja, praćenjem industrijskih trendova, zadovoljavanjem potreba kupaca, motivacijom i privlačenjem najboljih zaposlenika, smanjenjem rizika od tužbi, pristupom jeftinijem kapitalu i upravljanjem rizicima.

Prema Svjetskom poslovnom savjetu za održivi razvoj, društvena se odgovornost poduzeća definira kao predanost gospodarstva da pridonese održivom ekonomskom razvoju radeći s ljudima, njihovim obiteljima, lokalnom zajednicom i društvom općenito kako bi svi mogli poboljšati uvjete u kojima žive. Europska komisija definira društvenu odgovornost poduzeća kao koncept putem kojeg poduzeća integriraju društvene i ekološke ciljeve u svoje poslovne aktivnosti te odnose s dionicima na dobrovoljnoj osnovi. Prema Svjetskom ekonomskom forumu, društvena odgovornost poduzeća doprinos je koji poduzeća svojim temeljnim aktivnostima obavljaju prema društvu. Norma društvene odgovornosti ISO 26000 definira društvenu odgovornost kao odgovornost organizacije za utjecaj njezinih odluka i aktivnosti na društvo i okoliš transparentnim i etičnim ponašanjem koje pridonosi održivom razvoju te zdravlju i dobrobiti društva; uzima u obzir očekivanja dionika, usklađeno je s važećim zakonima i međunarodnim normama ponašanja te je integrirano u organizaciju koja ga provodi u svojim odnosima s dionicima.

Koncept društvene odgovornosti poduzeća primjenjiv je na poduzeća svih veličina premda se najviše istražuje utjecaj velikih poduzeća jer je njihov utjecaj najvidljiviji, a moć najveća. No to nipošto ne znači kako mala i srednja poduzeća ne mogu biti društveno odgovorna.

Društvena odgovornost poduzeća svojim nazivom upozorava na to da pokriva područje odnosa između poduzeća i društva. Većina definicija odgovornost poduzeća poistovjećuje sa situacijama u kojima poduzeće preuzima odgovornost za rješavanje etičkih, društvenih i pitanja okoliša sugerirajući načine na koje treba poduzeti

akciju, svrhu tih akcija, rezultate koji se trebaju postići i vrijednosti koje će se u tom procesu stvarati. Na temelju toga može se zaključiti kako postoje najmanje četiri razine društvene odgovornosti poduzeća.

1. Prva razina društvene odgovornosti definirana je osobnom uključenosti, doprinosom i predanošću svih zaposlenika. Oni svoje aktivnosti definiraju misijom poduzeća i njegovom organizacijskom kulturom te društveno odgovorno ponašanje doživljavaju kao dio svojih vrijednosti. Oni ideju o društveno odgovornom ponašanju ne šire standardnim komunikacijskim kanalima već svojim entuzijazmom, pozitivnim stavom i neformalnom mrežom odnosa. Ovdje poticaj dolazi isključivo iznutra, iz same organizacije jer sami rezultati društveno odgovornog ponašanja nisu katkad očiti, a rezultat dolazi poslije određenog vremena.
2. Druga razina uključuje odgovornosti poduzeća koje bi trebale odgovoriti na materijalne i druge potrebe svih dionika, od dioničara i zaposlenika do kupaca i dobavljača. Na poštovanje tih, relativno lagano mjerljivih obveza, najviše utječu zakonske obveze i konkurencija.
3. Treća razina društvene odgovornosti usmjerena je na izravne rezultate akcija koje poslovne organizacije provode kako bi ostvarile primarne zadatke i uključuje brigu o tome kako na najbolji mogući način iskoristiti resurse (ponajprije ljudske) lokalnih zajednica i izbjeći svaki oblik štetna utjecaja na okoliš. Na ovoj razini nije dovoljno izjaviti kako je razina zagađivanja ispod propisane i držati se propisanih standarda koji su obično minimum mogućeg. Ovdje se zahtijeva od poduzeća da svoj negativni utjecaj svedu na najmanju moguću razinu. Za udovoljavanje ovim zahtjevima potrebno je, koliko god to neprecizno bilo, procijeniti troškove poduzetih akcija i dobit od njih.
4. Četvrta razina obuhvaća područje koje nije tako egzaktno definirano, a odnosi se na međudjelovanje između poslovnog svijeta i društva kao cjeline. Ovdje poslovni subjekti trebaju usmjeriti napore uglavnom prema van, i to na promjenjive uvjete poslovanja. Od poduzeća se pritom zahtijeva da prosuđuju šire posljedice svojih akcija i ugrade savjesnost u proces donošenja odluka.

Indeks DOP-a dijeli područja društvene odgovornosti poduzeća na (1) ekonomsku održivost, (2) strateško opredjeljenje za održivost poslovanja i društvenu odgovornost, (3) primjenu odgovornih praksi u području odnosa s radnicima, (4) zaštitu okoliša, (5) tržišne odnose te (6) odnose s lokalnom zajednicom. Sva su ova područja važna te poduzeće mora razmatrati svoj utjecaj u svima, no možda je potrebno izdvojiti strateški pristup DOP-u ili njegovu integraciju u upravljačke procese kao preduvjet svim ostalim pozitivnim praksama.

Na sličan način norma društvene odgovornosti ISO 26 000 dijeli praksu društvene odgovornosti na (1) organizacijsko upravljanje, (2) ljudska prava, (3) radne odnose, (4) okoliš, (5) dobre poslovne prakse, (6) pitanja potrošača te (7) uključenost i razvoj zajednice.

Iz svega je vidljivo kako društvena odgovornost poduzeća nije statičan i linearan koncept već proces stalnog pregovaranja i redefiniranja ostvarivog. Ishodi koje odgovornost poduzeća pokriva mijenjaju se s vremenom i s obzirom na kulturološki aspekt. Biti odgovoran nije fiksno, nepromjenjivo stanje koje se uspostavilo primjenom nekih poslovnih aktivnosti u praksi i načina njihove ugradnje u poslovne

aktivnosti. Biti odgovoran više se odnosi na volju, kapacitet i mogućnosti na osnovi kojih poslovne organizacije uče i ugrađuju promjenjiva očekivanja društva u svoju menadžment rizika, promjena i prilika, kao i načine na koje te poslovne prakse zadovoljavaju očekivanja svoga poslovnog okruženja. Društvena je odgovornost poduzeća stoga aktualnost i stalno mijenja svoju pojavnost mijenjajući pri tome i granice mogućeg. Društvena odgovornost poduzeća može ponuditi platformu za kratkoročnu izvedbu i dugoročno zdravlje poduzeća, postaviti pravilne ciljeve i stvoriti vremenski okvir za njihovo postizanje. Ona utjelovljuje promjenu procesa i sustava te ponašanja svih dionika.

Koncept društvene odgovornosti poduzeća mijenja se u određenom društvenom kontekstu i stoga nije univerzalan već je partikularan. Za neka poduzeća to je moralna obveza prema određenim vrijednosnim načelima ili altruistična preraspodjela bogatstva od menadžmenta/dioničara prema drugim dionicima. Dosadašnja nam praksa govori kako sve trebamo promatrati situacijski, jer se poduzeća nazivaju društveno odgovornim zbog vrijednosti koje zastupaju, a ne zbog svojih pojedinačnih/izdvojenih akcija bez obzira na to koliko one uistinu poboljšavaju društvo.

Premda se neke aktivnosti mogu povezati s normalnim, svakodnevnim poslovanjem, poput smanjivanja utrošene energije, čime se izravno utječe na troškove poslovanja, ili brige o ugledu poduzeća, tipične aktivnosti kojima se stvaraju vrijednosti društveno odgovornim poslovanjem zahtijevaju dodatne napore u usporedbi s onima koje bi poduzeća poticala kada ne bi imala tu dimenziju u svom poslovanju. S druge strane, u mnogim slučajevima teško je odrediti generički je li riječ o društveno odgovornom poslovanju jer se poduzeća ne ponašaju uvijek konzistentno.

Društveni ugovor

eng. social contract / njem. der Gesellschaftsvertrag / fr. contrat social / tal. contratto sociale

Vidi: tripartitno partnerstvo

Društveni utjecaj poduzeća

engl. corporate social impact / njem. die gesellschaftlichen Einflüsse von Unternehmen / fr. impact social de l'entreprise / tal. impatto sociale d'impresa

Vidi: utjecaj poduzeća

Društveno ulaganje poduzeća

engl. corporate social investment / njem. die gesellschaftliche Unternehmensinvestition / fr. investissement social des entreprises / tal. investimento sociale d'impresa

Društveno ulaganje poduzeća uglavnom upućuje na način kako poduzeća pomažu rješavati probleme s kojima je suočeno društvo, odnosno zajednica u kojoj djeluju. Poduzeća taj utjecaj mogu izraziti ulaganjem novca, vremena i ekspertize. Najčešće

se društveno ulaganje poduzeća očituje u njegovoj misiji tako da se korist ulaganja u zajednicu odražava pozitivno na vrijednost robnih marki kojima upravlja. Streteško investiranje ili filantropija (prema Porteru) sastoji se od ulaganja u unapređenje jednog od četiriju osnovnih čimbenika proizvodnje o kojima ovisi i uspješno poslovanje poduzeća. Ovi su čimbenici proizvodnje: (1) kvalitetna infrastruktura i obrazovana radna snaga, (2) pravna sigurnost i odgovarajući zakonodavni okvir, (3) kvalitetni lokalni dobavljači i (4) lokalna potražnja. Jačanjem ovih čimbenika poduzeće sudjeluje u stvaranju boljih životnih uvjeta lokalne zajednice, ali i preduvjeta za uspješno poslovanje.

Odluči li poduzeće ulagati veća sredstva u rješavanje problema lokalne zajednice, osniva zakladu kojom upravlja profesionalno osoblje, a sredstva zaklade sustavno se ulažu prema njezinu poslanju i politici. Među najvećim su donatorima za lokalni razvoj i nevladine organizacije upravo zaklade privatnog sektora.

U Republici Hrvatskoj nekoliko je primjera poduzeća koja su osnovala zaklade za financiranje različitih društvenih projekata:

Primjer D-24: Zaklada ADRIS

Zaklada ADRIS osnovana je radi promicanja i poticanja inovativnosti i kvalitete u znanstvenom i umjetničkom radu, potpore nadarenim učenicima, studentima i mladim znanstvenicima, zaštite i promicanja hrvatske izvornosti i jačanja ekološke svijesti te pomaganja najpotrebitijih u hrvatskom društvu. Svrha Zaklade ostvaruje se putem ovih programa:

- Program Znanje i otkrića: program potpore učenicima i studentima, znanstvenicima i inovatorima, znanstvenim i istraživačkim projektima.
- Program Stvaralaštvo, ekologija, baština i dobrotu: program potpore umjetničkom stvaralaštvu i umjetnicima, potpore projektima koji pridonose zaštiti i očuvanju hrvatske izvornosti te potpore humanitarnim projektima i pomaganju djece bez roditelja.

U godišnjem natječaju za dobivanje sredstava Zaklade ADRIS propisani su opći i posebni kriteriji za odabir.

Primjer D-25: Podravka d.d. - Zaklada "Uvijek sa srcem"

Podravkina zaklada "Uvijek sa srcem" osnovana je radi poboljšanja ekonomskog i materijalnog položaja hrvatskih branitelja iz Domovinskog rata koji su radnici Podravke te članova njihovih obitelji, promicanjem socijalne sigurnosti u slučajevima kada se to ne može postići primjenom Zakona o pravima hrvatskih branitelja iz Domovinskog rata i članova njihovih obitelji te primjenom drugih propisa. Podravka se osnivanjem Zaklade odlučila skrbiti o svojim braniteljima.

Vidi: zaklada, filantropija

Društvo

engl. society / njem. die Gesellschaft / fr. société / tal. società

U općem smislu, relativno trajan i stabilan sustav odnosa, mišljenja i djelovanja između pojedinaca te između skupina ljudi koji uređuju svoj društveni život (ma-

terijalnom i kulturnom proizvodnjom) u pravilu na određenom geografskom i/ili virtualnom teritoriju koji sebi prilagođavaju. Ljudska društva karakteriziraju obrasci ponašanja (socijalnih interakcija) između pojedinaca koji dijele prepoznatljive karakteristike kulture i institucija koje ih oblikuju. Dano se društvo može opisati kao zbroj svih veza između konstituirajućih članova.

Društvo je sustav strukturiranih odnosa koji povezuju ljude u skladu sa zajedničkom kulturom. Društvo je skup pojedinaca ograničen granicama funkcionalne neovisnosti, zadržavajući značajke i uvjete koji su specifični kao što su nacionalni ili kulturni identitet, socijalna solidarnost i sl. Ljudska društva obilježavaju obrasci odnosa između pojedinaca koji su različiti u različitim kulturama ili institucijama. Kao i druge zajednice ili skupine, društvo omogućuje pojedinim članovima da zadovolje svoje potrebe ili želje koje ne bi mogli ostvariti sami i bez solidarnosti. Društvo ipak, ontološki, može biti neovisno i različito od kvaliteta pojedinaca te izvor pritiska. Urbanizacija i racionalizacija nekih zapadnih društava povezuje se s osjećajima izolacije i društvene isključenosti. Šire gledano, društvo je ekonomska, društvena ili gospodarska infrastruktura koja se sastoji od različitih pojedinaca. Članovi društva mogu tvoriti različite etničke skupine. Društvo može značiti i organizirano dobrovoljno udruženje ljudi na osnovi vjerskih, kulturnih, znanstvenih, političkih, domoljubnih ili drugih uvjerenja. Poslovna se zajednica najčešće prilagođava potrebama društva, ali praksa je bitno kompleksnija od linearnog odnosa.

Društvo za oblikovanje održivog razvoja -DOOR

engl. Society for Sustainable Development

Društvo za oblikovanje održivog razvoja (DOOR) neprofitna je udruga koju je osnovala multidisciplinarna skupina stručnjaka - inženjera, ekonomista, stručnjaka za zaštitu okoliša, sociologa i drugih - opredijeljenih za održivi razvoj. DOOR promiče održivi razvoj u svim dijelovima društva, posebice u energetici, a sve to ostvaruje putem četiriju povezanih ciljeva:

1. promicanje održivog razvoja na području energetike te osmišljavanje razvojnih rješenja koja će uključivati racionalno korištenje energije te čiste i obnovljive izvore energije
2. poticanje djelotvornih partnerstava između pripadnika lokalne zajednice, vladinih tijela, akademske zajednice, poslovnog svijeta, nevladinih udruga i ostalih zainteresiranih koji će surađivati na pitanjima održivog razvoja
3. stvaranje mreže profesionalaca koji se bave održivim razvojem, a iz koje bi mogle nastati radne skupine za rad na konkretnim problemima
4. primjena alata za mjerenje, vrednovanje i planiranje održivog razvoja.

Među najvažnijim je aktivnostima promicanje održivog razvoja u području energetike. DOOR osvještava hrvatsku javnost o energetici, okolišu i održivom razvoju, uspostavlja posebne ciljne skupine u široj javnosti te okuplja stručnjake zainteresirane za razvoj civilnog društva u energetici. O svojim aktivnostima izvještava putem portala www.mojaenergija.hr

Dubinska analiza

engl. due diligence / njem. die Sorgfaltsprüfung / fr. due diligence / tal. due diligence

Prema normi ISO 26000, dubinska analiza ili istraživanje odnosi se najčešće na podrobne analize koje se rade pri integracijskim procesima poput spajanja i pripajanja, a posljedica je izravan utjecaj poslovnog stanja i ugleda jedne organizacije na poslovno stanje i ugled druge. Dubinskom analizom istražuju se svi aspekti i procesi poslovanja poput pravnog statusa, uspješnosti poslovanja, financijskih izvješća, tržišnog položaja i perspektive organizacije radi spoznaje potencijalnih slabijih točaka poslovanja i/ili područja za poboljšanje. U kontekstu društvene odgovornosti poduzeća dubinskom se analizom određuje dimenzija poslovanja u vezi sa zaposlenicima, okolišem i odnosima prema zajednici.

Dubinska je analiza cjelovit, proaktivan proces prepoznavanja stvarnih i mogućih negativnih utjecaja poduzeća na društvo, okoliš i gospodarstvo, i to odluka i aktivnosti tijekom cijelog životnog ciklusa projekta i organizacijskih aktivnosti. Cilj je dubinske analize izbjeći i smanjiti negativne utjecaje.

Pri promjeni vlasništva (djelomična ili potpuna kupnja) ili zahtjeva za dobivanje kredita od međunarodnih financijskih organizacija, za mnoga poduzeća u Hrvatskoj rađene su dubinske analize. Zanimljivo je da su obuhvatile i stanje u zemljišnim knjigama.

Dubinska analiza okoliša

engl. environmental due diligence / njem. die ökologische Sorgfaltsprüfung / fr. due diligence environnementale / tal. due diligence ambientale

Dubinska analiza okoliša neke proizvodne lokacije znači temeljito istražiti stvarno stanje kako bi kupac zemljišta (napuštenog proizvodnog pogona) bio zaštićen od mogućih rizika za okoliš i ljudsko zdravlje zbog prošlih aktivnosti. Dubinska analiza okoliša nema dugu tradiciju. Poznati je slučaj iz kasnih sedamdesetih Love Canal uz Niagaru (država New York). Napušteni je kanal poslužio za odlaganje opasnog kemijskog otpada (uključujući poliklorirane bifenile, dioksin i pesticide) i ostataka iz proizvodnje kemijske industrije (oko 22.000 tona). Kad je kanal zapunjen i prekriven zemljom, na njemu su izgrađeni stambeni objekti. Stanovnici, novi vlasnici nekretnina, nisu bili obaviješteni o tome da su njihove nekretnine na tempiranoj bombi opasnog otpada. Poslije nekog vremena otkriveno je curenje opasnih kemikalija iz podzemlja u temelje zgrada, a tragovi su otkriveni i u izvorima vode. Većina je stanovnika raseljena jer su istraživanja pokazala nenormalno povećanje kromosomskog oštećenja zbog utjecaja opasnog i otrovnog otpada. Potkraj devedesetih država New York očistila je prostor, području je promijenjeno ime i zgrade su ponuđene na prodaju. Troškove čišćenja i odštete od 129 milijuna dolara platila je kompanija Occidental Chemical Corporation.

Posljedica je tog i sličnih slučajeva učestala dubinska analiza okoliša pri kupnji proizvodnih lokacija, posebno u Europi. Dubinska se analiza okoliša obično provodi u više faza. Prva se temelji na podacima i informacijama prikupljenim istraživanjem povijesti lokacije i kako je korištena; riječ je o nekoj vrsti inspekcije. Ako je potreb-

no, primjenjuje se i druga faza, istraživanje, a treća je čišćenje i vraćanje u stanje prihvatljivo za novu namjenu. Zato je važno brižljivo procijeniti koji su dokumenti i zapisi od trajne važnosti. Rezultati dubinske analize okoliša mogu utjecati na cijenu nekretnine.

Osim primjera koji slijedi, u Hrvatskoj postoji niz napuštenih i nesansiranih proizvodnih lokacija, na primjer Tvornica salonita u Vranjicu, tvornica glinice u Obrovcu itd. Ulagači žele znati koliko će ih stajati sanacija prostora.

Primjer D-26: Čišćenje lokacije na Radničkoj cesti 43

Kupnjom dijela tvornice (i zemljišta) tvrtke Chromos, jedne od vodećih kemijskih industrija u Hrvatskoj, za gradnju trgovačkog centa Mercator na Radničkoj cesti 43 u Zagrebu, dubinska analiza okoliša pokazala je da treba riješiti niz problema, a jedan od većih bile su velike količine preostala otpada.

Poslije prestanka proizvodnje u Chromosovim pogonima na toj lokaciji, ostavljeno je u pogonima, skladištima, cisternama, spremnicima, ali i zakopano u zemlji 350 tona nezbrinutih kemijskih sirovina i otrova te kompletni pogoni s opremom i linijama za proizvodnju. Sve je to trebalo ukloniti i sanirati.

Vidi: dubinska analiza

Dug

engl. debt / njem. die Schuld / fr. dette / tal. debito

Ono što je uzeto ili dano na zajam, posudbu. Obveza dužnika prema vjerovniku. Moralna obveza prema nekom višem načelu ili dobru. Zaduživanje nerazmjerno mogućnostima vraćanja duga uzrok je tzv. dužničkom ropstvu i često gubitku imovine. Zbog nemogućnosti plaćanja duga vlasnik može ostati bez poduzeća, zgrada ili neke druge vrijednosti, a to često znači i da zaposlenici ostaju bez radnih mjesta.

Dužnost, obveza

engl. liability / njem. die Haftung / fr. responsabilité / tal. responsabilità

Pravna odgovornost za nešto ili nekoga, posebno za plaćanje novca vlasnicima ili za štetu ili ozljede.

E

Efektivnost

engl. effectiveness / njem. die Effektivität / fr. efficacité / tal. efficacia

Vidi: učinkovitost

Efikasnost

engl. efficiency / njem. die Effizienz / fr. efficacité / tal. efficienza

Vidi: djelotvornost

Ekodizajn

engl. eco-design / njem. das Ökodesign/ fra. éco-conception/ tal. eco-disegno

Vidi: dizajn prihvatljiv za okoliš

Ekodjelotvornost

engl. eco-efficiency / njem. die Ökoeffizienz / fr. éco-efficacité / tal. eco-efficienza

Svjetski poslovni savjet za održivi razvoj (WBCSD) organizirao je između 1993. i 1996. godine niz radionica iz kojih je proizišlo objašnjenje eko-djelotvornosti/eko-efikasnosti, koja se postiže isporukom cjenovno konkurentnih proizvoda i usluga koje zadovoljavaju potrebe ljudi i donose kvalitetu života, istodobno smanjujući ekološki utjecaj i upotrebu resursa u životnom ciklusu, najmanje do razine procijenjena Zemljina prihvat.

Poduzeća koja postižu sve veću djelotvornost i istodobno sprečavaju zagađenje okoliša dobrim gospodarenjem, zamjenom sirovina, čistijim tehnologijama i proizvodima prihvatljivim za okoliš te koja teže djelotvornijem korištenju i obnavljanju resursa mogu se nazvati eko-djelotvorna/eko-efikasna.

Primjer E-1: Kuće sa smanjenim utjecajem na okoliš ili pasivne kuće

Pojam pasivna kuća upotrebljava se za objekt u kojem se bez aktivna sustava grijanja ili klimatizacije postiže ugodna temperatura prostora i u zimskom i u ljetnom razdoblju. Za podizanje takve kuće potrebna je visoka kvaliteta primijenjenih građevnih materijala. Svi vanjski elementi zgrade, osim ostakljenih površina, trebaju biti dobro toplinski izolirani. Potrebno je postići gotovo hermetički zatvoren prostor u kući jer bi u protivnom toplina izišla kroz fuge, spojeve i različite otvore. Za opskrbu svježim zrakom brine se sustav kontrolirane ventilacije. U naselju Majcani nedaleko od Buzeta pri kraju je gradnja pasivne kuće, prve u Hrvatskoj koja će dobiti certifikat Instituta pasivne kuće u Darmstadtu u Njemačkoj. Potrošnja energije za grijanje, hlađenje i ventilaciju kuće, od 140 četvornih metara, iznositi će oko 2.100 kWh u godini ili, prema sadašnjim cijenama struje, oko 1500 kuna u godini, što je znatno manje od prosječne potrošnje objekta takve površine koja je, ovisno o energentu, oko 10.000 kuna u godini. Iako je naizgled jednostavna, kuća je rezultat kompleksna promišljanja pa se od samog početka pazilo na elemente koji bi

donosili uštede i sprječavali gubitke energije, počevši od odabira terena pogodna za izvedbu horizontalnog izmjenjivača topline postavljena na 4,5 metara dubine. Srce je kuće prostor s uređajem za ventilaciju. Jedinica za povrat topline središte je ventilacijskoga sustava koji kontrolirano uzima zrak izvana i upuhuje ga u objekt. Kompletan je sustav vođen računalno. Veoma su važni stolarija, izolacija i preciznost izrade objekta, čime su gubici energije minimalni.

Primjer E-2: Zakonodavstvo Velike Britanije

Godine 2010. u Velikoj Britaniji na snagu su stupili zakoni kojima se pokušava smanjiti dopuštena ispuštanja ugljikova dioksida od novosagrađenih kuća otprilike 25% u odnosu na prosječne građevine istih dimenzija sagrađene 2006. godine. Taj zakonski okvir (engl. Building Regulations Standards) sustav je zahtjeva kojima će se 2012. taj utjecaj pokušati smanjiti na 44% u usporedbi s polaznom točkom iz 2006. godine. Godine 2016. trebale bi se dogoditi najveće promjene jer se previđa kako bi neto ispuštanja iz novih građevina trebala pasti na nulu. Podatak je osobito važan dodati mu se to kako će prvi put u to biti uključena i neregulirana ispuštanja od kuhanja, gledanja televizije ili uporabe računala, a koja će se uključiti u ovaj izračun štetne emisije.

Jedna od najvećih poteškoća (osim udovoljavanja ovom zakonskom okviru) s kojima će se susresti prodavači tih građevina jest uvjeriti kupce kako moraju platiti višu cijenu za nove domove koji će raspolagati tehnologijom koja je u mnogim situacijama nedovoljno provjerena.

Ekologija

engl. ecology / njem. die Ökologie / fr. écologie / tal. ecologia

Ekologija je znanost o međusobnim odnosima i ovisnostima organizama i njihova neživog okoliša. Bavi se međusobnim utjecajima žive i nežive prirode na lokalnoj, regionalnoj i globalnoj razini. Zapravo, ona je znanost o strukturama i funkcijama ekosustava, koja pruža znanstvenu osnovu za zaštitu prirode te potiče i prati učinkovitost tehničkih mjera i uređaja za zaštitu okoliša. Ekologija je jedna od rijetkih prirodnih znanosti koja je posve integrirana u svjetonazor modernog čovjeka. Termin ekologija prvi je 1866. godine upotrijebio njemački biolog Ernst Haeckel, Darwinov sljedbenik, definirajući je kao cjelokupnu znanost o odnosima organizma prema vanjskom svijetu u koji je u širem smislu ubrajao sve egzistencijalne uvjete. Oni su djelomice organske, a djelomice anorganske prirode. Eugene Odum govori o novoj ekologiji kao novoj integrirajućoj disciplini koja se bavi stupnjevima organizacije i nije omeđena znanstvenim ili nastavnim planovima, a svojstven joj je cjelovit pristup. U svakidašnjici se često izjednačava sa zaštitom okoliša ili zaštitom prirode, a s riječju "eko" nastaju nove tvorenice.

Humana ekologija često svojim zaključcima ne ide na ruku vodećim političkim i ekonomskim strukturama i njihovim institucijama jer ekološka razmatranja ugrožavaju postojeći sustav vrijednosti *Homo tehnicusa*. Nerijetko se u nas kvalificira kao rušilačka prema vladajućim ekonomskim, ideološkim i političkim interesima.

Primjer E-3: Ekološke inovacije i ekološke koristi

Državni zavod za statistiku u svojim obrascima rabi naziv ekologija i njegove izvedenice za sve ono što se odnosi na okoliš. U obrascu INOV (Inovacijske aktivnosti poduzeća) koji se popunjava svake druge godine mogu se pročitati ovi naslovi i objašnjenja:

- Inovacije koje pridonose zaštiti okoliša (ekološke inovacije)
 - a. ekološka je inovacija novi ili znatno poboljšani proizvod ili usluga, proces, organizacijska ili marketinška metoda koja u usporedbi s alternativom daje ekološke koristi. Ekološke koristi mogu biti primarni cilj inovacije ili pak rezultat drugih ciljeva. Ekološke koristi inovacije mogu se javiti tijekom proizvodnje proizvoda ili usluge ili poslije kupnje dok se proizvodom ili uslugom služi krajnji korisnik.
- Ekološke koristi koje proizlaze iz proizvodnje proizvoda ili usluge u poduzeću:
 - a) smanjena potrošnja materijala po jedinici proizvoda
 - b) smanjena potrošnja energije po jedinici proizvoda;
 - c) smanjeni "otisak CO₂" poduzeća (ukupna proizvodnja CO₂)
 - d) materijali zamijenjeni onima koji manje onečišćuju i manje su opasni
 - e) smanjeno zagađenje tla, vode, zraka ili zagađenje bukom
 - f) reciklirani otpad, voda ili materijali.
- Ekološke koristi za krajnjega korisnika koji upotrebljava proizvod ili uslugu:
 - a) smanjena potrošnja energije
 - b) smanjeno zagađenje tla, vode, zraka ili zagađenje bukom
 - c) poboljšano recikliranje proizvoda poslije upotrebe.
- Isto tako, poduzeće treba odgovoriti na pitanje jesu li ekološke inovacije posljedica:
 - a) postojećih propisa o zaštiti okoliša ili poreza na onečišćenje
 - b) očekivanja uvođenja propisa o zaštiti okoliša ili poreza na onečišćenje u budućnosti
 - c) dostupnosti državnih zajmova, subvencija i ostalih financijskih poticaja za ekološke inovacije
 - d) trenutačnih ili očekivanih zahtjeva potrošača za ekološkim inovacijama
 - e) dobrovoljnih kodeksa ili sporazuma ekološke dobre prakse unutar sektora.

Primjer E-4: Ekoinovacija u Europskoj uniji

Sa 3,4 milijuna poslova u ekoindustriji i rastućom potražnjom za proizvode i usluge koji su povezani sa zaštitom okoliša, Europa proaktivno gradi sustav koji će se moći suočiti s rastućim izazovima u budućnosti. Unijina ekoinovacijska inicijativa pokrenuta je sa željom da najbolje iskoristi taj potencijal, usredotočivši se na inovativne proizvode i usluge koji se osnivaju na znanju i sposobnosti koja će osigurati konkurentnost Europe u budućnosti. Ekoinovacijska je inicijativa pokrenuta sa željom da se osnaži ekonomija i gospodarski rast, ali tako da se ima na umu zaštita prirode. Ta inicijativa osigurava financiranje za projekte u različitim područjima s jedinstvenim ciljem brige za okoliš i promicanjem ideje efikasna korištenja oskudnim resursima.

Najvažnija su područja recikliranje materijala, gradnja, hrana i piće te zeleniji poslovi općenito. Zaštita okoliša ide ruku pod ruku s inovacijom. Projekti koji se predlažu za financiranje moraju biti korisni za okoliš, inovativni i ekonomični na srednji i dugi rok. Ekoinovacijsko financiranje zamišljeno je kao pokretač da se pomogne idejama da se ostvare, a projekti bi poslije inicijalnog financiranja trebali pokazati kako su tržišno konkurentni i održivi.

Vidi: dizajn prihvatljiv za okoliš

Indeks DOP-a: Pitanja 4.B, 4.C, 4.D, 4.E

GRI: EN1 do EN15

GC: načela 8 i 9

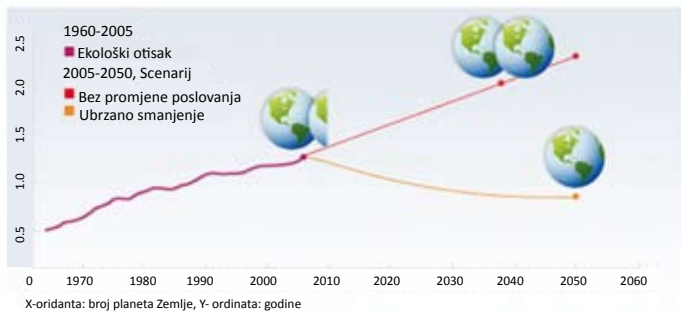
Ekološki otisak

engl. ecological footprint / njem. der ökologische Fußabdruck / fr. empreinte écologique / tal. impronta ecologica

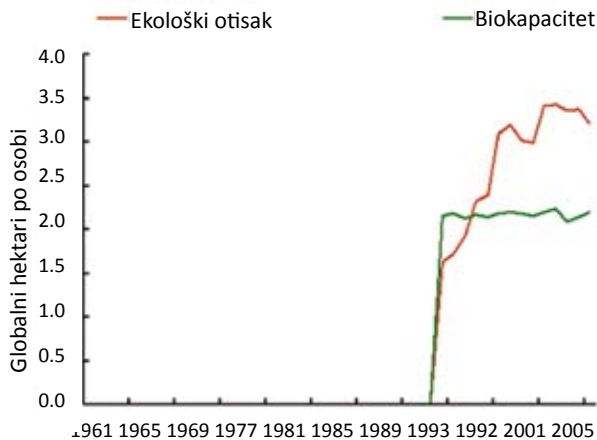
Ekološki otisak naziv je za mjeru čovjekova iskorištavanja prirodnih dobara Zemlje preračunatu u poljoprivrednu površinu (hektare) po stanovniku, koja je potrebna za proizvodnju hrane, energije i ostalih resursa nužnih za održanje postojećega standarda života stanovništva na nekom području ili cijeloj Zemlji. Životni standard, kvaliteta života i potrošnja resursa razlikuju se od države do države pa je i ekološki otisak različit (slika D-1). Koncept potječe od Nathiasa Wackernagela, a naziv "ekološki otisak" osmislio je William Rees 1996. godine. Odnosi se i na rast potrošnje dobara i usluga što djeluju na društveni standard, pa ekološki otisak za proizvode uključuje električne i elektroničke uređaje i opremu, namještaj, hranu i odjeću itd., a za usluge obrazovanje, zdravstvo, turizam, odvodnju itd. Cilj je ekološkog otiska mjeriti njegovu veličinu jer se čovjek sve više pretvara u parazita na Zemlji koji stvara neravnotežu između organskoga deficita i anorganskoga suficita. U godini se troši 25% više Zemljinih resursa od bioloških kapaciteta Zemlje, čime se povećava i težina ekološkog otiska (materijalni ulazi, emisije i otpadi povezani s proizvodnjom). Tako se od 1961. do 2003. ekološki otisak utrostručio. Ekonomskim rječnikom rečeno, ekološki su otisak tijekom energije i materijala u ekonomiji i iz ekonomije, pretvoreni u odgovarajuću površinu zemlje koja je potrebna za njihovo održavanje, dakle voda i zemlja potrebne za održavanje životnoga standarda ljudi. To je prostor na kojemu biomasa može proizvesti količinu energije potrebnu da nadoknadi čovjekovu potrošnju. Osim čimbenika prirodnog dobra, važni su životni stil, populacija i tehnološka učinkovitost.

Organizacija Global Footprint Network mjeri globalni ekološki otisak i otisak pojedinih država. Trenutačno svjetsko pučanstvo troši 1,4 kapaciteta Zemlje u godini kako bi osiguralo dovoljno resursa za proizvodnju proizvoda i apsorpciju otpada i emisija. To znači da je sada Zemlji potrebna jedna godina i četiri mjeseca da obnovi ono što mi iskoristimo u jednoj godini. To se odnosi na obnovljive resurse. S neobnovljivim je resursima veći problem jer kada se iskoriste, više nema procesa kojim se obnavljaju i treba tražiti zamjenu. Scenariji UN-a pokazuju da, nastave li stanovništvo i potrošnja rasti kao i dosad, do 2030. godine bit će nam potrebni resursi dvije Zemlje da podmire naše jednogodišnje potrebe (slika E-1). Na slici

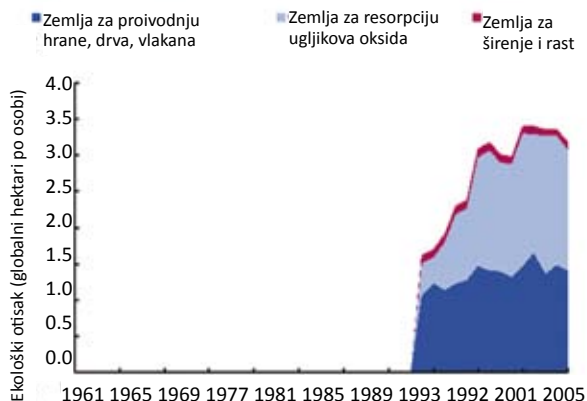
E-2 prikazan je odnos prosječne ljudske potrebe za resursima (ekološki otisak) i dostupnosti tih resursa (biokapacitet) u Hrvatskoj od 1961. do 2005. godine. Biokapacitet se svake godine mijenja s obzirom na upravljanje ekosustavima, način poljoprivrede (uporaba gnojiva, natapanje), degradaciju ekosustava i vremenske uvjete. Usporedbe radi, u tablici E-1 prikazan je ekološki otisak Republike Hrvatske.



Slika E-1: Prikaz ekološkog otiska do 2005. godine te scenariji od 2005. do 2050. godine



Slika E-2: Prikaz odnosa prosječne ljudske potrebe za resursima (ekološki otisak) i dostupnosti tih resursa (biokapacitet) u Hrvatskoj od 1961. do 2005. godine



Slika E-3: Sadržaj prosječnog ekološkog otiska prosječne osobe u Hrvatskoj od 1991. do 2005.

Tablica E-1: Osnovni i podaci za Republiku Hrvatsku za 2005. godinu, ekološki otisak i biokapacitet prema Global Footprint Networku

HRVATSKA (2005.)			
Ekološki otisak (milijuni globalnih hektara)	14,6	Površina (milijuni hektara)	10,0
Biokapacitet (milijuni globalnih hektara)	10,0	Stanovništvo (milijuni)	4,6
		Indeks ljudskog razvoja	0,89

Koristeći se podacima Indeksa DOP-a, Područje 4., poduzeće može procijeniti svoj ekološki otisak i prirediti plan i program kako ga smanjiti.

Vidi: Dan ekološkog duga, Indeks ljudskog razvoja, Potrošački otisak

Indeks DOP-a: Pitanja 4.B, 4.C

GRI: nema posebnih zahtjeva

GC: nema posebnih zahtjeva

Ekonomski instrumenti

engl. economic instruments/ njem. die wirtschaftlichen Instrumente / fr. instruments économiques / tal. strumenti economici

Država-zakonodavac u provedbi politika služi se nekim instrumentima koji se na primjer odnose na zaštitu na radu, zaštitu zdravlja, sigurnost građana i zaštitu okoliša. Jednu skupinu instrumenata čine pravni ili naredbodavno-nadzorni instrumenti koji sadržavaju pravila ponašanja, naredbe, odobrenja, zabrane, ovlasti i kazne. Naredbodavno-nadzornim instrumentima zakonodavac propisuje način rada i ponašanja kroz pravilnike i norme. Poslije propisivanja pravila ponašanja, provodi se nadzor jesu li ispunjeni zadani zahtjevi. Druga skupina instrumenata ekonomski su instrumenti. Ekonomski su instrumenti, ili će biti, predmet propisa. Primjerice, prema Zakonu o zaštiti okoliša posebnim se propisom mogu urediti posebni poticajni sustavi – primjerice ekološke naknade i polozi, kojima se postiže znatno rasterećenje zaštite okoliša ili poticaji koji mijenjaju smjer razvoja proizvoda prema ekološki povoljnijima. Isto tako, u sljedećem stavku kaže se da se posebnim propisom mogu urediti olakšice za usluge i proizvode za koje je organiziran povrat, na primjer povrat ambalaže ili na drugi način organizirano smanjenje negativnih učinaka njihova djelovanja na okoliš i korištenjem kojih se pridonosi izbjegavanju i smanjenju otpada. Ekonomski instrumenti mogu biti:

1. različite naknade, na primjer za gospodarenje određenim vrstama otpada, te porezi na ispuštanje onečišćujućih tvari
2. različite naknade ili pristojbe, kao što su naknada za zaštitu voda, komunalna naknada za odlaganje otpada, naknada za uporabu javnih cesta itd., a plaćaju ih građani i poduzeća koji su korisnici okoliša na nekom prostoru
3. darovnice i subvencije kojima se ekološki povoljniji proizvodi oslobađaju dijela davanja državi kako bi se potaknulo poduzeća da ulažu u razvoj takvih proizvoda
4. kaznene pristojbe (naknade) za nepoštovanje propisa
5. poticajne (niže) cijene pojedinih proizvoda koji su usklađeni s propisima o zaštiti okoliša, na primjer cijena bezolovnog benzina niža je od cijene benzina s većim postotkom olova.

Od naknada koje plaćaju korisnici prirodnih resursa odnosno onečišćivači u Hrvatskoj, samo se sredstva naknade za zaštitu voda i posebnih namjenskih naknada za ulaganja u komunalnu infrastrukturu i zaštitu okoliša koje određuju jedinice lokalne samouprave u cijelosti troše za zaštitu okoliša. Djelomično se za to rabe i sredstva naknade za korištenje općekorisnih funkcija šume, komunalne naknade, turističke pristojbe i koncesijske naknade za iskorištavanje pomorskoga dobra.

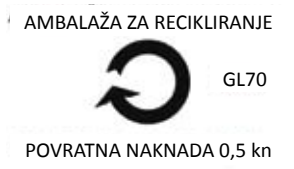
Ekonomski instrumenti koji se odnose na okoliš oni su koji novčanim poticajima i opterećenjima potiču promjenu ponašanja proizvođača i potrošača prema smanjenju onečišćivanja okoliša, odnosno iz kojih se financira poboljšanje stanja okoliša. Pridonose i prikupljanju sredstava za ulaganja u zaštitu okoliša te podupiru načela održivog razvoja jer mijenjaju relativne cijene dobara i usluga koje mogu negativno utjecati na okoliš. Na važnost ekonomskih instrumenata upozorava šesnaesto načelo Deklaracije o okolišu i razvoju koje kaže da državna tijela trebaju promicati

internalizaciju troškova okoliša i uporabu ekonomskih instrumenata, vodeći računa o pristupu prema kojem onečišćivač treba, u načelu, snositi troškove onečišćenja, s potrebnim obzirom prema javnom interesu i bez narušavanja međunarodne trgovine i ulaganja. Internalizacija troškova znači da cijena proizvoda sadržava različite naknade koje je proizvođač obvezan plaćati, troškove gospodarenja otpadom, troškove nastale zbog onečišćenja i druge. Ekonomski instrumenti podrazumijevaju naknade (na primjer: naknade za gospodarenje pojedinim vrstama otpada, naknada za ispuštanje CO₂ i sl.), depozite (pologe), pristojbe, poreze, darovnice, subvencije, poticaje, utržive dozvole za onečišćavanje, kazne zbog nepoštovanja propisa i ostale slične mjere.

Prema Zakonu o zaštiti okoliša, predviđeno je da se posebnim propisom mogu urediti posebni poticajni sustavi – primjerice ekološke naknade i polozi, kojima se postiže znatno rasterećenje zaštite okoliša. Isto tako, posebnim propisom mogu se urediti olakšice za usluge i proizvode za koje je organiziran povrat, odnosno povrat ambalaže ili na drugi način organizirano smanjenje negativnih učinaka njihova djelovanja na okoliš i korištenjem kojih se pridonosi izbjegavanju i smanjenju otpada.

Primjer E-5: Povratna naknada

Neki ekonomski instrumenti vidljivo su prikazani na ambalaži proizvoda jer su za njih propisani znakovi, na primjer povratna naknada za neke vrste ambalaže od stakla, plastike i metala, (slika E-4).



Slika E-4: Oznaka povratne naknade na staklenoj ambalaži

Primjer E-6: Polog

Polog (depozit, kaucija) plaća potrošač pri kupnji proizvoda u povratnoj ambalaži ako ne donese praznu (zamjensku) ambalažu (slika E-5). Ovaj ekonomski instrument trebao bi potaknuti potrošača da vrati praznu bocu pri kupnji novoga istovrsnog proizvoda. Ako ne donese praznu bocu, novi je proizvod skuplji za navedeni polog. Iznos pologa (depozita) vrlo se rijetko prikazuje na ambalaži.



Slika E-5: Iznos pologa označen na ambalaži

Prije nekoliko godina, Hrvatska udruga poslodavaca na poticaj predstavnika gospodarstva provela je projekt popisivanja propisanih financijskih davanja (izvanproračunskih nameta) pa se doznalo kako je posrijedi otprilike 240 različitih obveznih davanja. Sva poduzeća plaćaju neke vrste naknada, na primjer naknadu za korištenje općekorisnih funkcija šume ili naknadu za uređenje voda, a pojedine naknade plaćaju ovisno o djelatnosti, na primjer proizvođači i uvoznici električne i elektroničke opreme plaćaju naknadu za gospodarenje e-otpadom. Sva ta davanja nazvana su parafiskalni nameti ili skriveni porezi koji opterećuju gospodarstvo i poskupljuju krajnju cijenu proizvoda. Promjenom stanja u poduzeću moguća je i promjena obračuna, pa se smanjenjem poslovne površine može tražiti promjena naknade koja se na temelju tog podatka računa. Primjerice, temelj je za izračun naknade za uređenje voda m². Naknada ovisi o vrsti prostora; najviša je za zatvoreni poslovni prostor, a za otvoreni je znatno niža. Za poduzeće to znači da, sruše li se neke hale, skladišta i slično i pretvore u otvoren prostor za obavljanje gospodarske djelatnosti, može se zatražiti korekcija iznosa naknade.

Primjer E-7: Električni automobili

Godina 2011. prva je godina u kojoj su različiti modeli električnih automobila postali dostupni na masovnom tržištu. Ipak, očito je da im je cijena najveća prepreka u privlačenju kupaca. Unatoč javnoj ponudi vlade Velike Britanije, koja je izravnom subvencijom od oko 5000 eura s naznačene cijene novoga električnog automobila pokušala potaknuti snažniji rast toga tržišta, vjerojatno će kupci ostati ravnodušni prema ideji o njegovoj kupnji. Čak i uza snižene cijene, konačni trošak takva automobila još je viši od onog u automobilima koje pogone naftni derivati. Problem podsjeća na dvojbu što je bilo prije: kokoš ili jaje. Sve dok većina kupaca čeka snažniju potražnju, a time i masovniju proizvodnju, što znači i jeftiniji proizvod, te unapređivanje tehnologije, potražnja će ostati niska i cijene visoke. Također, dok je potražnja niska, pružatelji usluga prateće infrastrukture poput punjenja baterija oklijevat će s većim ulaganjima u takve sustave. Time će zapravo kažnjavati prve kupce električnih automobila i ostaviti ih u slijepoj ulici. Slično se već nekoliko puta dogodilo kroz povijest kada su neke kompanije jednostavno prerano izašle s naprednom tehnologijom za koju tržište nije bilo spremno i često su to morale platiti nestajanjem s njega. S druge strane ostaje i problem kućnog punjenja baterija jer mnoge zemlje trenutačno nude niže cijene struje za razdoblja manje potrošnje električne energije, takozvane noćne tarife. Međutim, budu li svi čekali da svoje automobile pune tijekom noći, razdoblje niske potrošnje moglo bi postati upravo razdoblje najveće potrošnje te utjecati na porast cijena. Svakako, na to, ali i na mnoga druga rješenja koja se na prvi pogled čine ekološki prihvatljivima, treba gledati holistički i pokušati predvidjeti sve moguće utjecaje relevantnih čimbenika i prateće rizike. Stoga je potrebna odlučna i brza reakcija državnih institucija u postavljanju regulatornih okvira i ekonomskih instrumenata koji će biti poticajni za nove tehnologije smanjenih ispuštanja stakleničkih plinova.

Ekooznačavanje

engl. eco-labeling/ njem. die Ökokennzeichnung / fr. éco-étiquetage / tal. etichettatura ecologica

Ekooznačavanje je način informiranja potrošača o utjecaju proizvoda ili usluge na okoliš unutar određene kategorije proizvoda/usluga. Procjena utjecaja proizvoda temelji se na razmatranju životnog ciklusa proizvoda. Kao suprotnost "zelenom" znaku ili samoizjavi koje su razvili proizvođači proizvoda ili pružatelji usluga, ekooznak dodjeljuje neovisna treća strana poslije provjere prema zadanim kriterijima i propisanu postupku (slike E-6 i E-7).

Korijeni ekooznačavanja u rastućoj su brizi o zaštiti okoliša u svijetu, i na državnoj razini i u poslovnom sektoru i javnosti. Briga o okolišu podrazumijeva i brigu o budućim naraštajima, čovjeku i kvaliteti življenja, čovjeku i njegovu zdravlju i sigurnosti. Poslovni je sektor prepoznao to da se briga o okolišu može iskoristiti i kao marketinška prednost za određene proizvode i usluge. Različite izjave/tvrdnje/naljepnice poput *prirодно, prijateljski prema okolišu, niska potrošnja energije, sadržaj otpadnog materijala* i sl. mogu potaknuti potražnju za takvim proizvodima, jer potrošači njihovom kupnjom žele pridonijeti zaštiti zdravlja i zaštiti okoliša. Takve općenite pozitivne tvrdnje nisu dovoljne i zakonom nisu dopuštene pa je Međunarodna organizacija za normizaciju (ISO) objavila niz normi o označavanju proizvoda i njegova utjecaja na okoliš sa zajedničkim ciljem da se komunikacijom provjerenih i nezbujujućih informacija, o aspektima okoliša proizvoda i usluga potakne potražnja, ohrabre zahtjevi za nabavom takvih proizvoda i usluga koji manje opterećuju okoliš i potiču moguće tržišno vođeno poboljšanje odnosa prema njemu. Ekooznačavanje je dobrovoljna metoda označavanja i potvrđivanja utjecaja na okoliš koja se primjenjuje u svijetu.

Osim znakova prema normama, postoje i propisani znakovi (slika E-7).



Slika E-6: Europski ekooznak



Slika E-7: Hrvatski ekooznak

Indeks DOP-a: Pitanje: 4.E.9

GRI: PR3

GC: načelo 8

Ekosustav

engl. ecosystem / njem. das Ökosystem / fr. écosystème / tal. ecosistema

Ekosustav je osnovna organizacijska jedinica prirode u kojoj su živa bića i njihov ne-živ okoliš prostorno i vremenski integrirani protokom energije i kružnim tokovima

tvari te koja posjeduje svojstvene informacijske sadržaje, sposobnost samoorganizacije, samoodnove i samoodržanja. To je jedinstvo životne zajednice (biocenoze) i njezina neživog okoliša (ekotopa) s osebnim i kroz to prepoznatljivim strukturnim i funkcionalnim obilježjima.

Ekosustavi su osnovne funkcionalne jedinice ekosfere, važne etape biogeokemijskog kruženja tvari i spremišta kemijske energije, reguliraju vodne resurse u krajo-liku, pripomažu tvorbu tla i štite ga od erozije, proizvođači su i spremište hrane za bilje i životinje, filtriraju atmosferu i akumuliraju štetne tvari, vežu ugljikov dioksid i proizvode kisik, ublažuju temperaturne razlike na površini Zemlje i pridonose stabilnosti klime, sadržavaju za čovjeka korisne i upotrebljive kemikalije, tvore biomasu za različite potrebe, živuće su genetske banke, pokazatelji zdravog okoliša, služe za rekreaciju i naša su nenadoknadiva prirodna baština.

Prirodni ekološki sustav visoko je integrirana jedinica, tj. funkcionalno jedinstvo (organizma) života i okoliša koje obuhvaća biocenozu i biogeocenozu. Otvoreni je sustav u koji priteče i odlazi energija i materijal kao unutarnja cirkulacija. Nije stacionaran ni tehnički, nego prirodan, dinamičan sustav, podložan promjenama u kojima se smjenjuju životne zajednice. Struktura su ekosustava četiri hijerarhijski uređene komponente:

1. neživi abiotični supstrat
2. producenti (autotrofni organizmi)
3. konzumenti (heterotrofni organizmi)
4. destruenti (razgrađivači).

Svaki zahvat u okoliš - od izgradnje prometne infrastrukture (ceste, željezničke pruge, mostovi i sl.), proizvodnih pogona, stambenih naselja, hotelskih i ostalih turističkih objekata, objekata za odmor i zabavu, pogona za obradu otpada ili prostora za njegovo odlaganje, utječe na ekosustav područja o kojem je riječ. Zato se rade prostorni planovi, procjene utjecaja na okoliš i primjenjuju ostali postupci kako bi posljedice zahvata bile što manje.

Vidi: biološka raznolikost

Ekodjelotvnost

engl. eco-efficiency / njem. die Ökoeffizienz / fr. éco-efficacité / tal. eco-efficienza

Naziv je prvi put upotrijebljen devedesetih godina prošlog stoljeća u knjizi "Novim smjerom" (*Changing Course*) Svjetskoga poslovnog savjeta za održivi razvoj (WBCSD). Knjiga je 1995. godine objavljena na hrvatskom jeziku. Koncept ekodjelotvnosti temelji se na stvaranju više dobara i usluga uz manju uporabu resursa, manju potrošnju energije, manje upotrijebljena materijala, manju potrošnju vode i manju količinu otpada, manje emisija i sl.

Odgovorna poduzeća i te kako vode računa o gospodarenju resursima, posebno neobnovljivim. Smanjenje potrošnje bilo kojeg resursa vodi prema višestrukoj dobiti, a to su veći ugled poduzeća i dokaz o njegovu odgovornu ponašanju te novčane uštede. Mnogi proizvođači pri nabavi nove opreme (na primjer: računala,

zasloni) odabiru proizvode sa znakom *Energy Star* (vidi sliku E-11), što znači da su ekodjelotvorni, manje troše energiju nego proizvodi iste vrste. Neki znakovi koji upozoravaju na ekodjelotvornost propisani su (slike E-10 i E-12).



Slika E-8: Primjer znaka ekodjelotvornosti (vlastiti znakovi)

Proizvođač poručuje potrošaču (čitajući odzgo prema dolje) kako je:

- u proizvodnom procesu smanjio potrošnju drvene mase, vode, energije te ima manje otpada poslije konzumacije
- član Svjetskog poslovnog savjeta za održivi razvoj, što znači kako prihvaća načela održivog razvoja i da se odgovorno ponaša prema okolišu te vodi računa da ekonomski razvoj ne šteti okolišu i društvu
- uveo sustav upravljanja okolišem prema normi ISO 14001
- sirovinu za proizvodnju nabavio iz šuma kojima se održivo gospodari.

Ekotakse

engl. eco-taxation / njem. die Ökosteuern / fr. éco-taxes / tal. eco-tasse

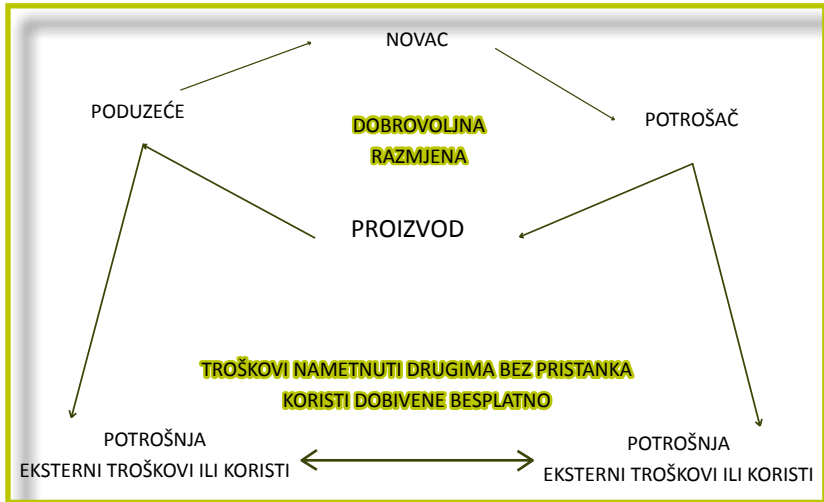
Posrijedi su porezi koji su uvedeni kako bi se potaknule i promicale aktivnosti koje su održive i odgovorne prema okolišu. Ovakva politika može nadopuniti ili spriječiti potrebu za zakonsko-regulatornim pritiskom. Često se takvim porezima želi zadržati ukupni porezni prihod dok se razmjerno smanjuju drugi porezi (npr. porez na ljudski rad ili obnovljive resurse). Ovdje su u središtu pojedinci i njihovo ponašanje kako bi i oni osjetili društveni teret zbog nepoželjnih aktivnosti.

Vidi: ekonomski instrumenti

Eksternalije

engl. externalities / njem. die Externalitäten / fr. externalités / tal. esternalità

U ekonomiji eksternalije su troškovi ili koristi koje se odražavaju u cijeni proizvoda / ulaze u strukturu cijene proizvoda, a ne nastaju u poslovanju samog poduzeća već se prebacuju dobavljaču. Može biti riječ o pozitivnim ili negativnim eksternalijama. U tržišnoj ekonomiji vrlo često cijene proizvoda ne odražavaju stvarne troškove proizvodnje. Primjer su negativnih eksternalija svi oblici zagađenja okoliša i ispuštanja u okoliš za koje proizvođač ne snosi troškove već se one prelijevaju na okoliš i posredno na društvo. Zbog sve veće konkurencije na tržištu, korporacije su sklone zanemarivati i zataškavati negativne eksternalije koje se očituju u degradaciji okoliša, niskim naknadama za rad u dobavljačkom lancu, čak i u kršenju ljudskih prava kako bi smanjile troškove i povećale zaradu. Upravo je ovaj model izbjegavanja uključivanja troškova negativnih eksternalija u cijenu proizvoda omogućio ubrzan razvoj potrošačkog društva i pretjeranu potrošnju obnovljivih i neobnovljivih prirodnih resursa.



Slika E-9: Prikaz eksternalija

Danas je jasno kako je industrijalizacija i razvoj potrošačkog društva upravo posljedica uvođenja procesa proizvodnje koji prvi put ne oponaša kruženje tvari po uzoru na prirodne procese već je linearan te uzima energiju iz prirode, a prirodi ostavlja eksternalije. Najbolji dokaz da tržišna ekonomija ne može sama sebe kontrolirati je kriza okoliša i klimatske promjene.

Vidi: vodeni otisak

Ekvatorska načela

engl. Equator Principles / njem. die Äquator-Prinzipien /fr. principes d'Equateur/ tal. principi d'Equatore

Posrijedi je dobrovoljno prihvaćen niz standarda o društvenim i okolišnim rizicima pri procjenjivanju financiranja projekta. Ova su načela uspostavljena 2003. godine između male skupine najvećih investicijskih banaka (uz ostalo tu su Citigroup, Credit Suisse, ABN AMRO, First Boston, HypoVereinsbank, Rabobank, Royal Bank of Scotland, Barclays i Westl B) i međunarodne organizacije International Finance Corporation (IFC), člana grupe Svjetske banke, a radi unapređivanja utjecaja financiranja projekata na okoliš. Revidirana su u srpnju 2006. godine i do danas ih je potpisalo 70-ak najutjecajnijih financijskih institucija širom svijeta te su de facto postala standard za banke i investitore u procjeni većih infrastrukturnih projekata.

Ona su industrijska inicijativa vodećih organizacija koja je zbog njihova utjecaja na tržište s vremenskim odmakom postala standard. Potpisnici pristaju sva kapitalna ulaganja u industrijske projekte iznad 10 milijuna američkih dolara kapitalnog troš-

ka u navedenim zemljama kategorizirati prema definicijama IFC-a i primijeniti standarde društvenog i okolišnog djelovanja IFC-a na te projekte ili navesti opravdanje ako se oni ne poštuju. Godišnje izvještavanje o poštovanju nužno je i podliježe mogućoj reviziji.

Projektno financiranje način je financiranja u kojem vjerovnik gleda ponajprije prihode nastale iz jednog projekta i vidi ih kao izvor otplate pozajmice, ali i kao osiguranje za izlaganje. Ovaj oblik financiranja važan je u razvojnim politikama, posebno u zemljama u razvoju. Načelima se želi osigurati da se projekti razvijaju na društveno odgovoran način i da odražavaju zdrave običaje upravljanja okolišem. Specifično se obvezuju na neposuđivanje vjerovnicima koji se ne mogu uskladiti s društvenim i okolišnim pravilima i procedurama ekvatorskih načela. Među najvažnijim su obilježjima načela, a banke koje sudjeluju moraju:

- osigurati da vjerovnici provode društvenu i okolišnu procjenu da bi se ustanovili relevantni društveni i okolišni utjecaji te prikladne mjere koje će se poduzeti radi upravljanja i njihova smanjenja
- jamčiti usklađenost sa svim lokalnim zakonima
- obvezati se na proces besplatnih, preliminarnih i informirajućih konzultacija s lokalnim zajednicama na koje se utječe, kada je riječ o projektima nepovoljna utjecaja, uključujući jasno pokazivanje kako će se problemima te zajednice prikladno pristupiti
- osigurati neovisnu društvenu ili okolišnu reviziju projekta i proces konzultacija sa stručnjacima koji nisu izravno vezani za vjerovnika kako bi se osiguralo pridržavanje načela
- imenovati neovisnog okolišnog i/ili društvenog stručnjaka kako bi se osigurao nadzor nad informacijama vjerovnika.

Više: www.eqator-principlec.com

Emisija

engl. emission / njem. die Emission / fr. émission / tal. emissione

Prema Zakonu o zaštiti okoliša, emisija je ispuštanje ili istjecanje tvari u tekućem, plinovitom ili čvrstom stanju, i/ili ispuštanje energije (toplina, zračenje, buka, vibracije, svjetlost) te ispuštanje organizama, iz pojedinog izvora u okoliš, nastalo kao rezultat čovjekovih djelatnosti, te mikrobiološko onečišćivanje okoliša. Ukratko, emisije su izbacivanje onečišćivača iz nekog izvora u okoliš.

Emisije su obrađene u smjernicama za najbolje raspoložive tehnike, i to tako da su određene njihove granične vrijednosti i propisana mjerenja emisija te uporaba podataka o njima.

Indeks DOP-a: Pitanje: 4.E.6

GRI: EN3 do EN7, EN20

GC: načela 8 i 9

Energetska djelotvornost

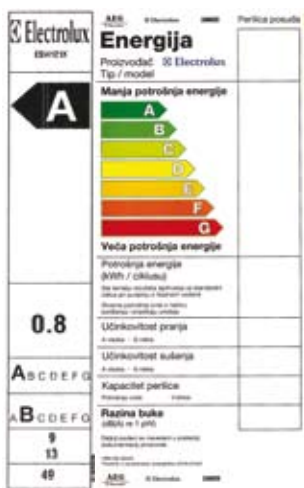
engl. *energy efficiency* / njem. *die Energieeffizienz* / fr. *efficacité énergétique* / tal. *efficienza energetica*

U dokumentu Europske komisije *Energy Efficiency* iz veljače 2009. godine istaknuto je kako energija ima prednost u Europskoj uniji zbog:

- klimatskih promjena (sagorijevanje fosilnih goriva radi dobivanja energije glavni je izvor stakleničkih plinova)
- nastavka upotrebe nezamjenjivih fosilnih goriva i potreba da se postigne održivost
- sigurnosti dobave (EU uvozi više od 50% fosilnih goriva, a očekuje se porast više nego 70% u sljedećih 20-30 godina).

Povećana djelotvornost u uporabi energije najbrži je i troškovno najučinkovitiji put za rješavanje problema s nedostatkom energije. Zbog brige o smanjenju potrošnje energije promijenjen je dizajn mnogih proizvoda, na primjer kućanskih uređaja. Proizvođač pruža obavijest potrošačima o energetske djelotvornosti proizvoda koje kupuju i tako omogućava izbor utemeljen na provjerenim podacima. Podaci o energetske djelotvornosti nalaze se na Energetske naljepnici koja izvorno potiče iz EU direktive 92/75/EU i daje pouzdane i lako usporedive informacije o potrošnji energije, vode i razini buke kućanskih uređaja. Od 1995. godine europski proizvođači kućanskih uređaja obvezni su označiti uređaje energetske naljepnicom (oznakom energetske djelotvornosti, slika E-10).

Podaci na naljepnici pomažu kupcu da o kupnji uređaja odluči na temelju podataka o potrošnji energije i ostalog, na primjer vode, odnosno manjega negativnog utjecaja na okruženje, na primjer smanjenja buke.



Slika E-10: Energetska naljepnica

Više: www.energetska-efikasnost.undp.hr/show.jsp



Slika E-11: Znak za Energetsku zvijezdu

Energetska zvijezda je znak na proizvodima onih proizvođača koji sudjeluju u programu koji podupiru mnoge države, a s ciljem povećanja energetske djelotvornosti kako poslovnog sektora, tako i pojedinaca. Kupnjom energetski djelotvornijih uređaja računari za struju se mogu smanjiti za trećinu, te posredno smanjiti štetne emisije u okoliš. Samo u Sjedinjenim Američkim Državama, provedbom programa 'Energetska zvijezda', uštedjelo se dovoljno energije za 24 milijuna domaćinstava i smanjeno je ispuštanje stakleničkih plinova, koje bi odgovaralo ispuštanju 20 milijuna automobila.

Vidi: ekodjelotvornost, globalno zatopljenje, staklenički plinovi

Indeks DOP-a: Pitanje: 4.C.1

GRI: EN5, EN6, EN7

GC: Načela 8 i 9

Energetska potrošnja

engl. energy consumption / njem. der Energieverbrauch / fra. consommation d'énergie / tal. consumo di energia

Prema britanskoj normi BS EN 16001 za sustave upravljanja energijom, radi se o količini upotrebljene energije. Uz ovo objašnjenje dodana je napomena kako je naziv često u uporabi iako je tehnički netočan jer se energija mijenja (transformira) ili pretvara iz jednog oblika u drugi, ali ne može biti potrošena.

Vidi: energetska djelotvornost

Indeks DOP-a: Pitanja: 4.C.1

GRI: EN3, EN4

GC: Načelo 8

Energetski aspekt

engl. energy aspect / njem. der Energie aspekt / fr. aspect énergétique / tal. aspetto energetico

Prema normi BS EN 16001 za sustave upravljanja energijom, energetski je aspekt dio organizacijskih aktivnosti, proizvoda ili usluga koji utječu na upotrebu ili potrošnju energije. Uz objašnjenje je dodana napomena kako je energetski aspekt važan ako čini veći udio u potrošnji energije i ako postoji mogućnost za:

- djelotvorniju uporabu energije
- povećanu uporabu obnovljivih izvora energije (npr. sunce, vjetar, biomasa)
- povećanu razmjenu energije, predaju/prodaju energije drugima

Vidi: aspekti okoliša, djelotvornost

Indeks DOP-a: Pitanja: 4.C.1, 4.C.4, 4.E.8

GRI: EN3do EN7

GC: načela 8 i 9

Energetski certifikat

engl. energy certificate / njem. der Energieausweis / fr. certificat de performance énergétique, CEP / tal. attestato di certificazione energetica

Energetski je certifikat dokument koji predočuje energetska svojstva zgrade, njegov sadržaj i izgled propisani su Pravilnikom o energetskej certifikaciji, a izdaje ga ovlaštena osoba. Svrha mu je pružanje informacija vlasnicima i korisnicima zgrada o energetskim svojstvima zgrade i usporedba zgrada u odnosu na njihova energetska svojstva te u odnosu na referentne vrijednosti.



Pravilnik o energetskom certificiranju zgrada propisuje obvezu energetskog certificiranja poslovnih objekata, utvrđivanja gdje su najveći gubitci i izrade plana i programa smanjenja potrošnje. Zgrade dobivaju Energetski certifikat (slika E-12), koji bi pri eventualnoj prodaji jednog dana trebao imati snažniju ulogu u cijeni prostora. Takav je pristup nužan jer su stambeni i poslovni objekti među najvećim potrošačima energije. Ona se često troši neselektivno (pretjerano grijanje, klimatizacija, osvjetljenje). Energetski certifikat sadržava opće podatke o zgradi, njezin energetski razred, podatke o osobi koja je izdala energetski certifikat te o termotehničkim sustavima, klimatske podatke, podatke o potrebnoj energiji i referentne vrijednosti, objašnjenja tehničkih pojmova te popis primijenjenih propisa i normi.

Slika E-12: Izgled i sadržaj energetskog certifikata nestambenih zgrada (prva od četiri stranice)

Energija

engl. energy / njem. die Energie / fr. énergie / tal. energia

Energija je sposobnost nekog tijela ili mase tvari da obavi neki rad. Promjena energije jednaka je izvršenom radu i izražava se mjernom jedinicom džulom (J) u čast engleskog fizičara Jamesa Prescottta Joulea.

U svemiru ne postoje tijela i sustavi koji ne posjeduju energiju. Energija se ne može uništiti, ona prelazi iz jednog oblika u drugi, s jednog tijela na drugo i uvijek u skladu sa zakonom očuvanja energije. Postoje mnogi oblici energije koji imaju svoje podskupine što dolaze do izražaja u proučavanju različitih znanstvenih problema. Tako postoje:

- kinetička energija
- unutarnja energija
- nuklearna energija
- potencijalna energija
- toplinska energija

- energija zvuka
- električna energija
- kemijska energija
- elektrokemijska energija
- elektromagnetska energija itd.

Prema BS EN 16001, energija je elektricitet, gorivo, para, toplina, komprimirani zrak i ostali slični mediji uz napomenu da je energija apstraktan koncept.

Napomena: Prema stručnjacima Instituta za hrvatski jezik i pravilima tvorbe riječi, pravilan pridjev od riječi energija je energijski, znači energijski aspekt, energijski certifikat i dr. U Leksikonu se koristi pridjev energetska kao i u propisima

Ergonomija

engl. ergonomics / njem. die Ergonomie / fr. ergonomie / tal. ergonomia

Ergonomija je znanost o mogućnostima i granicama radnog čovjeka te o najboljoj prilagodbi između čovjeka i njegovih radnih uvjeta. Ona je polazište različitih drugih znanosti te nastoji prilagoditi strojeve i radnu okolinu psihičkim i tjelesnim obilježjima čovjeka. Naziv ergonomija proizašao je iz grčkih riječi *ergon*, što znači rad, i *nomoi*, što znači prirodni zakoni.

Kvalitetan je ergonomski dizajn potreban kako bi se spriječile ponavljajuće ozljede nastale naprezanjem zbog lošeg položaja na radu, a koje poslije duljeg razdoblja mogu prerasti u trajnu nesposobnost za rad. Međunarodna udruga ergonomoma definira ergonomiju kao znanstvenu disciplinu koja se bavi razumijevanjem interakcije ljudi i drugih elemenata sustava, odnosno profesiju koja primjenjuje teoriju, principe, podatke i metode za stvaranje optimalnih uvjeta rada za ljude i funkcioniranje cijelog sustava. Ergonomija služi za ispunjavanje dvaju osnovnih ciljeva: zdravlja i produktivnosti. Relevantna je pri dizajniranju sigurna namještaja lakog za uporabu te sučelja strojeva. Ergonomija se bavi skladom između ljudi i njihova posla. Uzima u obzir mogućnosti radnika i njihova ograničenja omogućujući da zadaci, oprema, informacije i okolina odgovaraju svakom zaposleniku. Da bi se postigao sklad osobe i njezina posla, ergonomi uzimaju u obzir potrebu za obavljenim poslom, zahtjeve prema radniku, opremu koja se koristi (veličina, oblik, njezina primjenjivost za obavljanje zadataka) i informacije koje se koriste (kako je oprema prezentirana, dostupna i često mijenjana). Ergonomija sažima mnogobrojne discipline u proučavanju ljudi i njihove okoline uključujući antropometriju, biomehaniku, strojarstvo, industrijsko inženjerstvo, industrijski dizajn, kineziologiju, psihologiju i fiziologiju.

Primjer E-9: Certifikat TCO na primjeru IT-opreme

Neka poduzeća u Hrvatskoj, pri naručivanju opreme zahtijevaju da ona ima certifikat TCO (slika E-13), zato što takvi proizvodi ispunjavaju ergonomske zahtjeve, a njihovi se proizvođači brinu o okolišu, ljudskom zdravlju i sigurnosti te podupiru zahtjeve o društvenoj odgovornosti.

Kako bi se olakšao rad i pritom osigurao dobar osjećaj, informatička oprema mora biti funkcionalna, jednostavna za uporabu, izdržljiva i sigurna. Stoga proizvodi sa znakom TCO moraju ispuniti posebne ergonomske zahtjeve, kvalitetu slike i kvali-

tetu zvuka. Isto tako, razina buke i elektromagnetskog polja mora biti na propisanu minimumu. Proizvod mora ispuniti i pojedinačne osobne zahtjeve, posebno kada se sve dulje radi s računalom i ispred zaslona.

Za proizvode koji nose znak TCO, pri certifikaciji razmatra se i njihov utjecaj na okoliš tijekom cijelog životnog ciklusa. Potrošač, odabirom proizvoda sa znakom TCO (slika E-13), aktivno pridonosi održivom razvoju i preuzima odgovornost za okoliš:

1. Proizvodnja: proizvodni pogoni certificirani prema normi ISO 14001.
2. Opasne tvari: standard TCO uključuje zahtjeve za smanjenje, odnosno zabranu korištenja opasnih tvari za zdravlje i okoliš, na primjer olovo, živa, kadmij, šesterovalentni krom itd.
3. Usporivači gorenja: proizvodi sa znakom TCO ne sadržavaju PBB i PBDE usporivače gorenja te imaju veće zahtjeve od direktive RoHS (ograničenje upotrebe opasnih tvari).
4. Klima: važan razlog zašto proizvođači nastoje proizvoditi energetske djelatovnije uređaje smanjenje je štetna utjecaja na klimu. Tako na primjer više od 70% utjecaja računala na klimu nastaje tijekom njegova rada, ne tijekom same proizvodnje. Od 1992. godine TCO je stekao dovoljno iskustva za postavljanje visokih zahtjeva u odnosu na potrošnju energije zaslona računala i računala. Zahtjevi za uštedom energije za uporabe usklađeni su sa propisom programa Energy Star.
5. Recikliranje: TCO oznaka posve je usklađena s EU za rukovanje električnim i električkim otpadom.
6. Uporabni vijek: za proizvod s oznakom TCO zahtjev je da ima jednogodišnje jamstvo te da budu tri godine osigurani rezervni dijelovi. Ovakav zahtjev osigurava potrošača ako nastane pogreška na proizvodu, ali to je dobro i za okoliš jer osigurava dulji uporabni vijek proizvoda.

TCO prihvaća neki od pet načina izvještavanja o tome što proizvođač poduzima kako bi poboljšao radne uvjete:

1. Poduzeće izvještava prema GRI smjernicama
2. Poduzeće izvještava prema načelima Global Compacta (Svjetskog sporazuma), uključujući COP (Communication on Progress – Komunikacija o napretku)
3. Certifikat prema SA8000.
4. Članstvo u Electronic Industry Citizenship Coalition EICC
5. Izvještaj o poboljšanju internih uvjeta rada.

Dokumenti, ovisno o načinu izvještavanja, ne smiju biti stariji od godinu dana i mora ih potpisati odgovorna osoba na najvišem položaju za navedeno područje.



Slika E-13: TCO znak na IT-proizvodu

Indeks DOP-a: Pitanje: 3.D

GRI: LA6, PR1

GC: načelo 1

Etična nabava

engl. ethical sourcing / njem. die ethische Beschaffung / fr. approvisionnement éthique / tal. approvvigionamento etico

Vidi: održiva nabava, dobavljački lanac

Etična potrošnja

engl. ethical consumption / njem. der nachhaltige Konsum / fr. consommation éthique / tal. consumo etico

Odnosi se na kupnju proizvoda i usluga za koje potrošač vjeruje da stvaraju bolji ekološki, ekonomski i društveni utjecaj. Termin, koji se sada generički upotrebljava, popularizirao je britanski magazin "Ethical Consumer" koji je počeo izlaziti 1989. godine. Prema različitim istraživanjima, etični kupci najčešće imaju iznadprosječan dohodak, visokoobrazovani su, politički svjesni i motivirani, pa nije čudno kako su taj fenomen prepoznali ponajprije imućne skupine u postindustrijskim zemljama. Značenje etične potrošnje uvelike se razlikuje od društva do društva i povezano je s osviještenosti i sustavom vrednota. Posebno je velik utjecaj neprofitnih organizacija, skupina za savjetovanje potrošača i vjerskih skupina.

Etična potrošnja ističe ulogu potrošača u sprječavanju iskorištavanja radne snage, npr. žena i djece u tekstilnim tvornicama u zemljama Trećeg svijeta ili se pak brine za okolišne troškove proizvodnje. Oni znače iscrpljivanje prirodnih resursa i ljudske troškove. Prema Izveštaju o razvoju Ujedinjenih naroda iz 1998. godine, 20% svjetskog stanovništva troši 86% svjetskih resursa, a najsiriomašnjih 20% troši samo 1,3% resursa.

Etična potrošnja znači da kupac namjerno kupuje proizvode i usluge koje smatra proizvedenim u skladu s etičnim standardima. Time se nastoji smanjiti izrabljivanje ljudi, životinja i/ili prirodnog okoliša. Etična je potrošnja praksa pozitivne kupnje kojom se favoriziraju etični proizvodi, a istodobno se bojkotiraju loši. Porast etične potrošnje i razvoj zelenih marki proizvoda počinje s boljom informiranošću kupaca o poslovnim praksama. Taj se trend širi i među velikim međunarodnim korporacijama koje sve više predstavljaju svoj rad etičnim. Zanimljivo je da su mnogi tržišni lideri preuzeli vodeću ulogu u tome, čime unapređuju etične standarde svoje industrije te postavljaju očekivanja za sve unutar industrije. Kad pojedinci shvate i počnu vjerovati da je njihova kupnja povezana s globalnim kretanjima, mogu zahtijevati nove, održive metode proizvodnje i time utjecati na proces stvaranja vrijednosti. Sve je snažniji trend života s nužnim, pa je tako posljednja financijska kriza potaknula trend života sa 100 najnužnijih stvari.

Razumnom i etičnom potrošnjom stvarno možemo utjecati na promjene, biti svjesni aktualnih pitanja izrabljivanja radne snage, potrebe za očuvanjem okoliša i zaštite ljudskih prava. To je i najbolji način da se potaknu promjene. Prije kupnje potrebno je upitati se: Tko to proizvodi? Tko to treba? Tko od toga i koliko zarađuje? Postoji li etički prihvatljivija alternativa? Od čega je proizvod napravljen? Koliko su plaćeni oni koji su ga izradili? U kakvim je uvjetima proizvod napravljen?

Neki kritičari ovog trenda tvrde kako je mogućnost da se trajno utječe na strukturne promjene ograničena kad govorimo o etičnoj potrošnji jer će ljudima biti i dalje najvažnija neka druga obilježja proizvoda i usluga poput cijene ili kvalitete. Stoga navode kako je utjecaj ovakve potrošnje ograničen na uske dijelove tržišta. Drugi pak kritičari tvrde kako su informacije koje su važne za odluku o etičnoj kupnji često krive, prikrivena značenja i manipulativne. Jednako tako, neujednačena distribucija bogatstva s obzirom na obilježja etičnih kupaca sprječava da etična potrošnja bude masovna.

Srodni naziv: održiva potrošnja

Vidi: potrošač

Etički kodeks

engl. code of ethics / njem. der Ethikkodex/ fr. code d'éthique / tal. codice etico

Etički je kodeks skup pisanih ili usmenih internih pravila koja pojedincu ili poduzeću pružaju smjernice za ponašanje i odlučivanje. Mnoga poduzeća imaju u pisanom obliku formalno prihvaćene etičke kodekse, koji pomažu menadžmentu i ostalim zaposlenicima u poduzeću da svoje ponašanje usklade s pravilima i načelima poslovne etike. Kodeks odražava uvjerenja i pretpostavke o načinu na koji se posao obavlja u poduzeću, što je prihvatljivo, a što nije, koji se obrasci ponašanja potiču, a koji su kažnjivi. Etički kodeks nije obavezan za poduzeće, već je dobrovoljan te varira svojim obuhvatom, sadržajem i mehanizmima primjene. Etički kodeks predstavlja vrednote poduzeća koje se žele istaknuti i potaknuti. Određivanjem etičkog kodeksa postavljaju se svojevrzne norme primjerena ponašanja i djelovanja koje su vrlo često iznad onih propisanih zakonom. Poduzeća, nastojeći stvoriti poticajno radno okruženje, žele privući zaposlenike koji dijele s njima te vrijednosti, odnosno one koji će ih svojim radom potvrđivati i neprestano dokazivati. Stoga je kodeks nešto jedinstveno i specifično. Najčešće se kodeksi razvijaju u samom poduzeću kako bi u sljedećoj razvojnoj fazi s njima bili upoznati svi dionici, na primjer dobavljači.

Neki su kodeksi samo kratke izjave, a drugi su dogovoreni i sastavljeni složenim postupcima suradnje s ključnim dionicima organizacije. Najčešće su teme kodeksa uvjeti rada, odnos prema korupciji, odnos prema kupcima i dobavljačima, briga o okolišu i ljudska prava. Etički kodeksi mogu poduzećima unaprijediti poslovanje na različite načine:

- povećati svijest o društvenoj odgovornosti unutar poduzeća
- pomoći poduzećima u postavljanju strategija i ciljeva
- pomoći u izbjegavanju rizika
- poboljšati jedinstvo unutar poduzeća ili među poduzećima.

Etički kodeks donosi uprava poduzeća, a s njime moraju biti upoznati svi zaposlenici i vrlo često potpisati izjavu o prihvaćanju i poštovanju pravila. Ona su obično interno dostupna, a rjeđe su objavljena na internetu.

Primjer E-10: Agrokor d.d.

Na svojoj mrežnoj stranici Agrokor d.d. objavio je da prihvaća načela Svjetskoga sporazuma, ali i da postoje interno dostupna pravila ponašanja: "Budući da je Agrokor svjestan svoje pozicije jednog od vodećih gospodarstvenika u proizvodnji hrane i maloprodaji na području Hrvatske i regije i odgovornosti koja iz takve pozicije proizlazi, brinemo o tome da naši zaposlenici u svim tvrtkama budu poštteni u obavljanju svog posla. Pravila ponašanja u situaciji potencijalnog sukoba interesa, zabrana podmičivanja, zaštita podataka, informacijska sigurnost, te odnos prema korupciji jasno su definirani u dokumentima koji sadrže izjave o etičnosti i zakonitosti rada, te u pravilnicima o radu svih naših kompanija."

Primjer E-11: Kodeks etike Hrvatske gospodare komore – Atlantic Grupa d.o.o.

Hrvatska gospodarska komora objavila je Kodeks etike i na svojim mrežnim stranicama (vidi primjer D-3 i sliku D-3). Mnoga su poduzeća umjesto donošenja svoga kodeksa prihvatila Kodeks etike HGK. Tako je na primjer Atlantic Grupa d.d. ovaj kodeks etike objavila na svojim mrežnim stranicama i time ga i prihvatila (www.atlantic.hr/hr/investitori/kodeksi). Druga su poduzeća samo objavila kako su prihvatila Kodeks etike. Popis poduzeća koja su prihvatila Kodeks etike HGK na njihovim mrežnim stranicama (<http://www2hgk.hr/komora/hrv/homepage/aktualno/kodeks.htm>).

Srodni naziv: Kodeks ponašanja, Pravila ponašanja, Pravila poslovnog ponašanja, Kodeks etike

Indeks DOP-a: Pitanje: 5.B.4

GRI: Točka 4.8

GC: načela 1-10

Etično odlučivanje

engl. ethical decision making / njem. die ethische Entscheidungsfindung / fr. prise de décisions éthique / tal. etica del processo decisionale

Etično je odlučivanje kognitivni proces koji se sastoji od:

1. Svjesnost etičnog problema – osoba prepoznaje situaciju kao etično upitnu.
2. Procjena mogućnosti – osoba prepoznaje mogućnosti i svrstava ih u dvije kategorije: etično jasno i etično nejasno.
3. Namjera etičnog postupanja – osoba svjesno odlučuje da želi etično ispravno postupiti.
4. Etično postupanje – provedba samog čina.

Najkritičniji je u odlučivanju drugi korak pri kojemu pojedinac donosi odluku o tome koje su mogućnosti etično ispravne, a koje ne. Za donošenje etično ispravne odluke potrošač / kupac mora imati dovoljno točnih informacija, ali i dobro poznavati područje, što često nije tako. Na primjer: česti su napisi i dokumentarni filmovi o vađenju rijetkih minerala iz kojih se dobivaju rijetki metali nužni u proizvodnji elektroničkih uređaja (na primjer kontal). Rad u mnogim takvim rudnicima, a i pro-

izvodnim pogonima često je ispod svakog ljudskog dostojanstva i zapravo je robovski rad. Ako se potrošači ne informiraju o životnom ciklusu proizvoda, ne čitaju i ne gledaju dokumentarne filmove o dobivanju sirovina, neće ni znati da kupnjom elektroničkog uređaja možda podupiru robovski rad u rudnicima. Nemogućnost razlikovanja etičnog i neetičnog ponašanja uvelike smanjuje mogućnost etičnog odlučivanja.

Mogućnosti se mogu ocijeniti na temelju pet pitanja koja predstavljaju pet različitih etičnih pristupa.

- Utilitaristički pristup – Koja će opcija učiniti najviše dobra i najmanje zla?
- Pravni pristup – Koji izbor najviše poštuje pravni okvir i/ili prava dionika?
- Pristup pravednosti – Koja opcija dovodi do pravednog (jednakog ili proporcionalnog postupanja) prema ljudima?
- Pristup zajedničkog dobra – Koja opcija najbolje služi zajednici kao cjelini, a ne samo na dobrobit nekih njezinih članova?
- Pristup vrlina – Koja me mogućnost vodi prema tome da budem onakva osoba kakva želim biti?

Indeks DOP-a: Pitanja: 4.D, 5.A

GRI: točke 4.8, 4.12

GC: načela 1-10

Etično ponašanje

engl. ethical behaviour / njem. das ethische Verhalten / fr. comportement éthique / tal. comportamento etico

Prema normi ISO 26000, etično je ponašanje ono koje je u skladu s prihvaćenim načelima ispravna ili dobrog ponašanja u određenoj situaciji i konzistentno s međunarodnim normama ponašanja.

Etika

engl. ethics / njem. die Ethik / fr. éthique/ tal. etica

Etika ili znanost o moralu filozofska je disciplina koja se bavi pitanjem utemeljenja etičkih načela za moralno ponašanje i djelatne orijentacije. Etika dolazi od starogrčke riječi *ethos*, što znači običaj, navada, značenje, ćud. Etika je filozofska disciplina koja istražuje moralne težnje i ciljeve te izvore i temelje morala. Ona predstavlja filozofsko i teorijsko shvaćanje morala, koji je konkretan oblik ljudske slobode normiran pravilima ponašanja među ljudima. U svakidašnjici, misli se na moralna načela i moralne vrednote prema kojima čovjek postupa i razmišlja o uvjetima mogućeg dobrog suživota s drugima u istoj zajednici. Navedene definicije etike upućuju na sljedeće:

- etiku definiraju ljudi, a ne organizacije – to znači kako etični mogu biti isključivo ljudi te da se odgovornost ne može raspasti na organizaciju.

- etično se ponašanje razlikuje od osobe do osobe – jednako kao što se sustav vrednota razlikuje od osobe do osobe, tako se i ponašanje koje se temelji na njemu razlikuje jer različiti ljudi imaju različit prioritet i u skladu s njim postupaju.
- etika je relativna, a ne apsolutna – ona ovisi o nizu činitelja i stalno se propituje.

Razlikuju se područja:

1. deskriptivna etika – istražuje moralne vrednote, uvjerenja koja stvarno postoje u nekom društvu, skupini, epohi itd, a osniva se na psihološkom i etnografskom istraživanju radi razumijevanja kako se donose odluke te što utječe na taj proces i rezultate tih odluka
2. normativna etika – pokušava utemeljiti moralna načela, odnosno norme i vrijednosne prosudbe, primjerice kakva je raspodjela dobara pravedna te se osniva na filozofskom promišljanju i pokušaju razumijevanja koji je oblik poslovnih aktivnosti u danom kontekstu ispravan, a koji je pogrešan.
3. metaetika se bavi pitanjem metoda (normativne) etike, značenjem moralnih izraza te logikom moralnog zaključivanja.

Normativna etika odnosi se prema metaetici kao pojedina znanost prema znanstvenoj teoriji.

Europska poslovna mreža za društvenu odgovornost

engl. CSR Europe

CSR Europe (www.csreurope.org) vodeća je poslovna mreža za društveno odgovorno poslovanje koja uključuje 70 multinacionalnih korporacija i 25 nacionalnih partnerskih organizacija. Ona je platforma unutar koje poslovne organizacije:

- povezuju se i dijele najbolju praksu društveno odgovorna poslovanja
- stvaraju nove projekte u koje su osim poduzeća uključeni i drugi dionici;
- oblikuju poticajan kontekst za razvoj gospodarskih i političkih inicijativa za održivost i konkurentnost.

Organizacija je osnovana 1995. godine, a posrijedi je privatna inicijativa niza poslovnih lidera kao odgovor na proglas predsjednika Europske komisije Jacquesa Delorsa. Nacionalni partner CSR Europe u Hrvatskoj je Hrvatski poslovni savjet za održivi razvoj (HR PSOR).

Evaluacija zaposlenika

engl. employee evaluation / njem. die Personalbeurteilung / fr. évaluation du personnel / tal. valutazione del personale

Vidi: vrednovanje uspješnosti zaposlenika

F

Filantropija

engl. philanthropy / njem. die Philanthropie / fr. philanthropie / tal. filantropia

Filantropija je altruistična aktivnost radi promicanja dobra u nekom društvu. Ona predstavlja napor i želju da se poveća blagostanje među ljudima, dobrovoljnim radom i/ili materijalnim donacijama. U Hrvatskoj je od svih oblika filantropije najčešće doniranje. Filantropija je angažiranost pojedinca i/ili organizacije u društvenoj zajednici i ulaganje u njezino blagostanje. Ona nije dijelom osnovnog poslovanja ili temeljne djelatnosti, već se odnosi na nastojanje pojedinca i/ili organizacije da pridonese okolini u kojoj djeluje pa je izvrsna platforma za stvaranje povezanosti između neprofitnih organizacija, društvene zajednice i poslovnih organizacija. Time se stvara suradnja i otvaraju mnoge mogućnosti za nesebičnu razmjenu u kojoj su sve strane na dobitku. Filantropija je jako dugo za mnoge značila sinonim društvene odgovornosti poduzeća, a danas je dio cjelokupnog programa društveno odgovornog poslovanja.

Filantropija se poslovanjem poduzeća može mjeriti i analizirati, formalizirati i profesionalizirati kako bi se postigla maksimalna učinkovitost kao i u svakoj aktivnosti poduzeća. Poduzeća sa strateškim filantropskim programima smatraju ih dobrim i korisnim utjecajem na posao – gledaju na to kao na investiciju, a ne kao na dodatan trošak.

Vidi: društveno ulaganje poduzeća

Financijska godina

engl. financial year / njem. das Geschäftsjahr / fr. année financière / tal. anno finanziario

Financijska godina razdoblje je za koje se podnosi financijski izvještaj. U Republici Hrvatskoj financijska godina istovjetna je kalendarskoj godini. U nekim drugim državama to je razdoblje određeno drukčije. Poduzeća u Hrvatskoj u stranom, ili većinski stranom vlasništvu, izvještaje obično dostavljaju i prema hrvatskim propisima i prema pravilima stranog vlasnika.

Indeks DOP-a: Pitanja: 1.4 i 1.5

GRI: točke 3.1, 3.2

GC: nema posebnih zahtjeva

Fondacija

engl. foundation / njem. die Stiftung / fr. fondation / tal. fondazione

Vidi: zaklada

Forest Stewardship Council - FSC

Vijeće za nadzor šuma (Forest Stewardship Council -FSC) međunarodna je organizacija koja pojedinim organizacijama daje dozvolu za izdavanje certifikata i time jamči autentičnost njihovih nalaza (www.fsc.org). Cilj je Vijeća promicanje održivog gospodarenja šumama, što znači ekološki odgovorno, društveno korisno i ekonomski održivo gospodarenje šumama. Norme za sustave upravljanja u šumskom gospodarstvu temelje se na normama za upravljanje kvalitetom (EN ISO 9001) i upravljanje okolišem (HRN EN ISO 14001), a organizacije koje upravljaju šumskim resursima mogu se certificirati.

Godine 1992. na Skupu o Zemlji prihvaćena je Deklaracija o održivom gospodarenju šumama. U jednom od načela naglasak je na tome da održivo gospodarenje, iskorištavanje šuma, zahtijeva i održive obrasce proizvodnje i potrošnje. Već 1993. godine međunarodne neprofitne organizacije traže rješenja problema nastalih lošim gospodarenjem šumama i nagrađuju dobro gospodarenje šumama. Tako su World Wildlife Fund, Friends of the Earth i Greenpeace potakli osnivanje Vijeća sa sjedištem u Oaxaci u Meksiku. Forest Stewardship Council je nevladina udruga koja pomaže izdavanje certifikata putem ovlaštenih poduzeća za organizacije koje gospodare šumama. Do sada je izdano oko 450 certifikata u 56 zemalja svijeta. Certifikat FCS Hrvatske šume dobile su od tvrtke Woodmark, Soil Association iz Velike Britanije (www.hrsume.hr).

Šume su izvor drva (sirovine u graditeljstvu i proizvodnji namještaja te različitih uporabnih i umjetničkih predmeta), hrane i lijekova, dom su brojnim životinjskim i biljnim vrstama, nezamjenjive su u prirodnom kruženju vode i ugljikova dioksida u prirodi, izvor su obnovljive energije (biomasa), sprječavaju eroziju tla, pogodne su za brojne sportske aktivnosti te ispunjavaju duhovne i kulturne potrebe ljudi. Uz šume, izravno i neizravno, povezano je tisuće radnih mjesta i zato su one važne za gospodarski razvoj svake države.

Hrvatska gospodarska komora nastavlja podupirati drveni sektor putem udruženja u kojem okuplja vodeća poduzeća za preradu drva i proizvodnju namještaja. Upravo prema njihovim težnjama pokrenut je projekt "Drvo je prvo" radi povećanja uporabe drva i jačanja konkurentnosti domaćih prerađivača drva (www.drvojeprvo.hr/fsc.asp). Većina proizvođača nabavlja drvo od Hrvatskih šuma te ima pravo staviti znak FSC.

Proizvodi u kojima se kao sirovina upotrebljava drvo iz šuma kojima se gospodari na održiv način mogu nositi znak FSC znak (slike od F-1 do F-3).



Slika F-1: znak FSC



Slika F-2: znak FSC



Slika F-3: znak FSC



Slika F-4: PEFC znak

Neke su države razvile svoje programe certificiranja organizacija koje gospodare šumama. U Velikoj Britaniji 1999. godine razvili su i prihvatili program poticanja certifikacije organizacija koje gospodare šumama na održiv način (engl. *Programme for the Endorsement of Forest Certification Scheme*) ili PEFC program. Vijeće PEFC-a je nezavisna, neprofitna, nevladina organizacija osnovana 1999. godine radi poticanja održivog gospodarenja šumskim područjima i neovisne certifikacije. Organizacije koje sudjeluju u programu i ispunjavaju zahtjeve, poslije nadzora mogu staviti znak (slika F-4).

Više: www.pefc.org/internet/html/

FTSE4GOOD INDEKS

FTSE4Good seriju indeksa 2001. godine oblikovala je grupa FTSE kako bi se mjerila izvedba poduzećima koja zadovoljavaju globalno prihvaćene standarde održivosti, društvene odgovornosti i mogućim investitorima olakšalo ulaganje u ciljana poduzeća. Zbog transparentna menadžmenta i kriterija uz FTSE marku FTSE4Good koristan je za senzibiliziranje šire investicijske javnosti o stvaranju društveno odgovornih proizvoda za ulaganje. Za razliku od Dow Jonesovog indeksa održivosti, FTSE4Good se koristi dobro definiranim pozitivnim i negativnim kriterijima u procjeni izvedbe društveno odgovornog poslovanja organizacije i na tome temelji svoju odluku za uključivanje u indeks. Za uključivanje, poduzeća moraju udovoljiti zahtjevima kriterija u pet područja:

1. poslovanje u smjeru održivosti okoliša
2. razvoj pozitivnih odnosa s dionicima
3. pridržavanje i podržavanje univerzalnih ljudskih prava
4. osiguravanje dobrih standarda u svim fazama lanca stvaranja vrijednosti
5. borba protiv potkupljenja i korupcije.

Poduzeća za koja se ustanovilo da imaju poslovni interes u sljedećim industrijama isključene su iz FTSE4Good serije indeksa:

1. proizvođači duhana
2. poduzeća koja proizvode cijele sustave nuklearnog naoružanja ili njihove strateške dijelove te platforme
3. poduzeća koja proizvode cijele sustave naoružanja
4. vlasnici ili upravitelji nuklearnih elektrana
5. poduzeća koja sudjeluju u ekstrakciji ili obradi urana.

Veza: www.ftse4good.com

FTSE100

FTSE100 službeni je indeks dionica na Londonskoj burzi, a temelji se na vrijednosti dionica 100 kompanija s najvećim kapitalom u Velikoj Britaniji.

G

Global Compact

Vidi: Svjetski sporazum

Globalna inicijativa za izvještavanje - GRI

Globalnu inicijativu za izvještavanje (Global Reporting Initiative - GRI) pokrenuli su 1997. Coalition of Environmentally Aware Economies (CERES) i United Nations Environment Program (UNEP) radi podizanja standarda korporativnog izvještavanja o društveno odgovornom poslovanju i održivom razvoju na razinu financijskog izvještavanja, osobito u pogledu usporedivosti, pravodobnosti, pouzdanosti, vjerodostojnosti i provjerljivosti predočenih informacija. Ovaj okvir za izvještavanje razvijen je u suradnji s nizom korporacija, udruga, računovodstvenih i konzultantskih poduzeća, sindikata, investitora i drugih dionika širom svijeta i vodeći je svjetski okvir za izvještavanje o društveno odgovornom poslovanju. Smjernice za izvještavanje njegovo su središte, a na njih se nadovezuju drugi modularni elementi kao što su Sektorski dodaci i Protokoli uz pokazatelje koji poduzećima omogućuju kvalitetnu i učinkovitu pripremu izvješća koja je istodobno usporediva, ali i prilagođena specifičnostima pojedinih gospodarskih grana i sektora.

Globalna inicijativa za izvještavanje omogućuje kvalitetno i cjelovito izvještavanje o ekonomskim, okolišnim i društvenim učincima poslovanja tvrtki različitih veličina, djelatnosti i lokacija. Iako su Smjernice za izvještavanje izvorno pripremljene za potrebe poslovnog sektora, u pripremanju svojih izvješća njima se služe javne ustanove i neprofitne organizacije. GRI Smjernice besplatno su dostupne na mrežnoj adresi www.globalreporting.org. GRI daje jedinstven dokaz o vrijednosti i mogućnosti suradnje različitih organizacija i sektora, radi uspostave kvalitetnih i pouzdanih načela i kriterija izvještavanja te pokazatelja utjecaja poslovnog sektora na održivi razvoj. O tome svjedoči i organizacijska raznolikost upravljačkih tijela GRI-ja – primjerice, osnivački su odbor GRI-ja iz 1997., uz inicijatore Coalition of Environmentally Aware Economies (CERES) i United Nations Environment Program (UNEP), činile Deutsche Bank Group, Royal Dutch/Shell, Price Waterhouse Coopers, KPMG, Ford Motor Company, Amnesty International, Greenpeace, Oxfam, Transparency International, UNHCR i dr.

Vidi: izvještavanje

Indeks DOP-a: Pitanja: 2.9 i 2.10

GRI: nema posebnih zahtjeva

GC: nema posebnih zahtjeva

Globalni barometar korupcije

engl. Global Corruption Barometer / njem. das globale Korruptionsbarometer / fr. Baromètre mondial de la corruption / tal. Barometro della corruzione globale

Istraživanje javnog mnijenja o korupciji provodi globalna neprofitna organizacija Transparency International (TI) u suradnji s Institutom Gallup International. Ovaj

mjerni instrument provodi se putem upitnika kojim se procjenjuje opće javno stajalište prema korupciji i s njom poveznim temama u zemljama širom svijeta. Prema posljednjem globalnom istraživanju iz 2010. godine među 91 500 ljudi u 86 zemalja, najgora je situacija u zapadnoj Europi i Sjevernoj Americi gdje 73% odnosno 67% ispitanika misli kako se korupcija povećala u protekle tri godine. Evo još nekih zanimljivih nalaza toga globalnog izvješća:

- 60% ljudi misli kako se korupcija povećala u posljednje tri godine
- 25% ljudi obuhvaćenih istraživanjem kaže kako su podmitili nekoga prošle godine
- 29% ljudi kažu kako je mito koje su dali bilo namjenjeno policiji, što je dvostruko više nego 2006. godine
- 80% ljudi misli kako su političke stranke koruptivne
- 50% ljudi misli kako su vladine antikorupcijske mjere neučinkovite.

Vidi: korupcija, indeks percepcije korupcije

Globalno zatopljenje

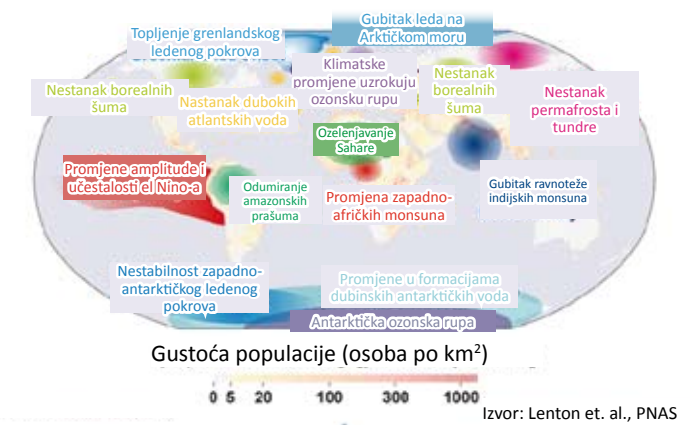
eng. global warming / njem. die globale Erwärmung / fr. réchauffement climatique / tal. riscaldamento globale

Globalno zatopljenje upozorava na povećanje prosječne temperature površinskog zraka i oceana na Zemlji od sredine 20. stoljeća. Prosječna površinska temperatura Zemlje narasla je oko pola Celzijeva stupnja u prošleme stoljeću. Međunarodni panel o klimatskim promjenama (IPCC) zaključio je da je povećanje koncentracije stakleničkih plinova u zraku, koji su posljedica ljudskih aktivnosti kao što su sagorijevanje fosilnih goriva i deforestacija, uzrok najvećeg dijela povećanja temperature od sredine 20. stoljeća na ovamo (www.epa.gov/climatechange)

Očekuje se kako će povećanje globalne temperature (slika G-1) povećati razinu mora i donijeti promjene kišnih razdoblja, vjerojatno s povećanjem suptropskih pustinskih područja. Također će se smanjiti površina ledenjaka, permafrosta i morskog leda te će biti češći ekstremni vremenski događaji, nestajat će biljne i životinjske vrste te će nastati promjene u poljoprivrednim prinosima. Moguće aktivnosti svrstavaju se u prilagodbu (smanjenje emisija stakleničkih plinova) i adaptaciju (smanjenje štete koja će nastati zbog povećanja temperature). Većina svjetskih vlada ratificirala je Protokol iz Kyota radi smanjenja emisija stakleničkih plinova, ali neki od najvećih zagađivača, poput SAD-a ili Australije, to nisu učinili.

Ljudske aktivnosti mijenjaju sastav Zemljine atmosfere. Povećane koncentracije stakleničkih plinova kao što je CO₂ u atmosferi prije industrijskih vremena dobro su dokumentirane i razumije se mehanizam djelovanja. Gomilanje CO₂ i drugih stakleničkih plinova u atmosferi je ponajviše posljedica ljudskih aktivnosti kao što je sagorijevanje fosilnih goriva (ugljen, nafta) ili oslobađanje metana na farmama. Glavni staklenički plinovi koje čovjek ispušta u atmosferu ostat će ondje još desetljećima. Stoga je sigurno da će koncentracija stakleničkih plinova u atmosferi nastaviti rasti još barem nekoliko desetljeća.

Većina znanstvenika smatra da je čovjek pridonio globalnim klimatskim promjenama u 20. stoljeću. Između postupnog porasta stakleničkih plinova i postupna porasta temperature u prizemnim dijelovima atmosfere u 20. stoljeću postoji veza koja je statistički dokazana sa 95% vjerojatnošću. Prema vrlo opreznim prognozama na temelju računalnih modela povisiti će se prosječna globalna temperatura do 2100. za 2^o C, što bi bio najviši porast temperature u posljednjih 10 000 godina, a razina mora i oceana narast će od 35 do 86cm. Promjena klime i razine mora prouzročit će do kraja 21. stoljeća, ako se ne poduzmu radikalne mjere za zaštitu okoliša, goleme promjene u biosferi i snažno utjecati na razvoj političkih, gospodarskih i društvenih prilika.



Slika G-1: Mjesta mogućih kritičnih posljedica globalnog zatopljenja

Opće smanjenje snježnog i ledenog pokrivača također se nastavlja, što bi moglo promijeniti dosadašnje kretanje najvažnijih oceanskih struja. Hladna površinska voda sjevernog Atlantika 7% je slanija od vode sjevernog Pacifika, pa zbog toga ponire u dubinu mnogo sjevernije. Stoga topla površinska voda južnog Atlantika može dalje prodrijeti na sjever. Smanji li se slanost mora otapanjem polarnog leda, a temperatura površinske vode poraste nekoliko stupnjeva, moglo bi posve izostati poniranje hladnih vodenih masa, a time i prodor toplijih površinskih struja na sjever. Dosadašnja planetarna cirkulacija hladnih i toplih vodenih masa (Ahilova peta svjetske klime) naglo bi se promijenila, nanovo organizirala i time prouzročila novi raspored klimatskih prilika na Zemlji. Nezamislive su posljedice za svjetsko pučanstvo, ali i za biljni i životinjski svijet!

Gospodarenje otpadom

engl. waste management/ njem. die Abfallwirtschaft / fr. gestion des déchets / tal. gestione dei rifiuti

Prema Zakonu o otpadu gospodarenje otpadom skup je aktivnosti, odluka i mjera radi:

1. sprječavanja nastanka otpada, smanjivanja količine otpada i/ili njegova štetnog utjecaja na okoliš
2. obavljanja skupljanja, prijevoza, oporabe, zbrinjavanja i drugih djelatnosti u vezi s otpadom te nadzora nad obavljanjem tih djelatnosti
3. skrbi za odlagališta koja su zatvorena.

Zakonom je propisano da se gospodarenje otpadom mora provoditi tako da se ne dovodi u opasnost ljudsko zdravlje i bez primjene postupaka i/ili načina koji bi mogli štetiti okolišu, a posebice kako bi se izbjeglo:

1. rizik onečišćenja: mora, voda, tla i zraka
2. pojava buke
3. pojava neugodnih mirisa
4. ugrožavanje biljnog i životinjskog svijeta
5. štetan utjecaj na područja kulturno-povijesnih, estetskih i prirodnih vrijednosti
6. nastajanje eksplozija ili požara.

Na temelju Zakona o otpadu doneseni su pravilnici kojima se uređuje gospodarenje pojedinim vrstama otpada te naknade za gospodarenje tim vrstama otpada.

Za proizvođača, gospodarenje otpadom znači razmišljati o dizajnu proizvoda prije početka proizvodnje, o proizvodnom procesu u kojem će nastajati manje otpada te o proizvodu kada mu prestane uporabna vrijednost i postane otpad. Tijekom dizajna proizvoda razmišlja se o vrsti i količini materijala za proizvodnju, o mogućnostima budućeg razvrstavanja i skupljanja na mjestu nastanka, skladištenja u privremenom internom skladištu (osiguravanje odgovarajućeg prostora i spremnika), prijevozu, mogućnosti rastavljanja na sastavne dijelove i načinima prerade pojedinih vrsta otpada, uključujući nadzor nad tim postupcima i, konačno, o sigurnu odlaganju onoga što ni na koji način nije za preradu.

U literaturi se može naći naziv završno postupanje (*engl. end-of life treatment, EoL*), koji se obično rabi za proizvode široke potrošnje, a upućuje na to da je proizvod na kraju svog životnog ciklusa i prodavač ga neće više smjeti prodavati ili promovirati. Ipak, ovaj naziv upotrebljava se u novije vrijeme u kontekstu zaštite okoliša kao dio upravljanja životnim ciklusom proizvoda, a upućuje na primjeren način postupanja s proizvodom kad se on prestane upotrebljavati. Odlaganje je jedan od načina gospodarenja otpadom koji ne omogućuje ponovnu upotrebu korisnih svojstava i materijala sadržanih u otpadu, a povezano je i s problemom izbora odgovarajućeg prostora za gradnju odlagališta, prometa vozilima koja dovoze otpad, te buke, ispuštanja u zrak, održavanja odlagališta, njegova zatvaranja i privođenja nekoj drugoj svrsi.

Proizvođači stavljaju na ambalažu proizvoda različite znakove koji bi trebali potaknuti potrošača da proizvod, kada postane otpad, pravilno odloži (slika G-2).

Prema Zakonu o otpadu, proizvođač otpada koji u godini proizvodi više od 150 tona neopasnog otpada i/ili više od 200 kilograma opasnog otpada, dužan je planirati gospodarenje otpadom za četverogodišnje razdoblje. Poduzeće, koje ispunjava spomenute uvjete, mora prirediti Plan gospodarenja otpadom za četverogodišnje razdoblje i poslati ga Agenciji za zaštitu okoliša.



Slika G-2: Primjeri znakova na proizvodima koji govore kako postupiti s otpadom

Vidi: dizajn prihvatljiv za okoliš, ekonomski instrumenti, otpad, opasni otpad

Srodni naziv: upravljanje otpadom

Indeks DOP-a: Pitanje: 4.C.2

GRI: EN22, EN25

GC: načelo 8

Gospodarenje vodom

engl. water management/ njem. die Wasserwirtschaft / fr. gestion de l'eau / tal. gestione delle acque

Vidi: upravljanje vodom

Grupe za pritisak

engl. pressure groups / njem. der Gruppenzwang, die Interessengruppe / fr. groupes de pression / tal. gruppi di pressione

Posrijedi je svaka grupa kojoj je cilj utjecati na zakonodavne ili vladine institucije u korist svojih potreba ili interesa dionika koje predstavlja. Može biti i grupa unutar organizacije ili izvan nje koja nastoji utjecati na odluke menadžmenta u skladu s promicanjem ili zaštitom interesa koje zastupaju, a na koje organizacija ima utjecaj. Njihov je cilj jako jednostavan, a to je utjecati na pojedince ili skupine koje donose odluke. U praksi se često upotrebljava i drugi nazivi poput "interesne grupe", "lobističke grupe" i "protestne grupe". Zanimljiva je situacija u Velikoj Britaniji u kojoj interes za članstvo u političkim strankama opada, ali zato grupe za pritisak rastu i brojem i članstvom.

Vidi: aktivizam, neprofitne organizacije, dionici

II

Hrvatska gospodarska komora - HGK

engl. Croatian Chamber of Economy

Hrvatska gospodarska komora - HGK neprofitna je, nevladina, stručno-poslovna udruga svih pravnih subjekata koji se bave gospodarskom djelatnošću. Organizirana je na europskoj tradiciji i modelu austrijske i njemačke komore kao komora tzv. kontinentalnog tipa s obvezatnim članstvom. Član Komore svako je poduzeće koje se registrira na Trgovačkom sudu. Komora, sa svojom 155 godina dugom tradicijom djelovanja na ovim prostorima, pouzdan je izvor informacija svim hrvatskim poduzećima i njihovim stranim partnerima. Ona nudi niz usluga, od poslovnih informacija o poslovnim subjektima, propisima i zakonima u području gospodarstva do poslovnog obrazovanja i usavršavanja, unapređivanja kvalitete i zaštite okoliša. Svojim redovitim aktivnostima Komora omogućuje svojim članovima korištenje poslovnih informacijama, uslugama i kontaktima.

Hrvatska gospodarska komora u teritorijalnom se smislu sastoji od središnjice u Zagrebu te dvadeset županijskih komora, s time da komora Zagreba predstavlja Grad i Zagrebačku županiju. Strukturno HGK se sastoji od trinaest sektora koji predstavljaju grane gospodarskih aktivnosti (graditeljstvo, industrija, poljoprivreda, malo gospodarstvo, financijske institucije, informatika i dr.) te ima 36 udruženja, 87 grupacija i 13 zajednica.

Osnovna uloga HGK jest:

- zastupati interese gospodarstva prema kreatorima gospodarske politike (ministarstva, Vlada, Sabor)
- promicati hrvatsko gospodarstvo u zemlji i inozemstvu
- podržati aktivnosti za unapređivanje rada i poslovanja tvrtki.

Veza: www.hgk.hr

Indeks DOP-a: Pitanje 2.10

GRI: točka 4.13

GC: nema posebnih zahtjeva

Hrvatski centar za čistiju proizvodnju -HRCČP

engl. Cleaner Production Center

Osnovan je kao neprofitna organizacija 2000. godine. Centar promiče koncept čistiye proizvodnje, a usluge HRCČP-a namijenjene su industriji i uslužnim djelatnostima, državnoj upravi, industrijskim udruženjima, obrazovnim ustanovama, financijskim organizacijama i javnosti. Na stranicama HRCČP-a mogu se naći primjeri provedbe projekata čistije proizvodnje u hrvatskim poduzećima. Moguća je istodobna primjena različitih komplementarnih tehnika i praksi, od rješenja koja ne stoje ništa ili vrlo malo pa do vrlo skupih, za koja su potrebna velika ulaganja.

Više: www.cro.cpc.hr.

Hrvatski poslovni savjet za održivi razvoj -HR PSOR

engl. Croatian Business Council for Sustainable Development

Hrvatski poslovni savjet za održivi razvoj - HR PSOR neprofitna je ustanova privatnog sektora koja okuplja predstavnike hrvatskoga gospodarstva koji udružuju znanje, inovativnost i odgovornost u traganju za razvojnim putovima koji uravnotežuju poslovni uspjeh, društvenu dobrobit i zaštitu okoliša. Napredne gospodarstvenike u Hrvatskoj povezala je sredinom devedesetih godina želja za brzim poslijeratnim oporavkom i zamahom gospodarskog razvoja u mladoj državi. U zamisli o održivom razvoju prepoznali su najprikladniji obrazac za ostvarenje svojih ciljeva. Na poticaj nevladine udruge Društvo za unapređenje kvalitete življenja, 1995. održan je u Hrvatskoj gospodarskoj komori inicijativni sastanak zainteresiranih poduzeća za osnivanje HR PSOR-a. Ohrabreni suradnjom sa Svjetskim poslovnim savjetom za održivi razvoj (WBSCD) postigli su konkretan rezultat te je 1997. osnovan i registriran Hrvatski poslovni savjet za održivi razvoj.

HR PSOR potiče održivi razvoj u gospodarstvu i zastupa gospodarstvo u održivom razvoju. Ciljevi članova i ustanove jesu:

- djelovati u okvirima održivosti - povezati zalaganje za gospodarski rast s društvenom odgovornošću i brigom za okoliš
- podupirati usmjerenja prema održivom razvoju u gospodarskom, političkom, pravnom i socijalnom životu te poticati promjene koje će ubrzati prijelaz na održivi razvoj u Hrvatskoj
- zastupati gospodarstvo u pitanjima u vezi s održivim razvojem u Hrvatskoj i na međunarodnoj razini.

Više: www.hrpsor.hr

Indeks DOP-a: Pitanje 2.10

GRI: točka 4.13

GC: nema posebnih zahtjeva

Hrvatski zavod za norme - HZN

engl. Croatian Standards Institute

Hrvatski zavod za norme nacionalno je normirno tijelo Republike Hrvatske osnovano radi ostvarivanja ciljeva normizacije: povećanja razine sigurnosti proizvoda i procesa, čuvanja zdravlja i života ljudi te zaštite okoliša, promicanja kvalitete proizvoda, procesa i usluga, osiguravanja svrhovite uporabe rada, materijala i energije, poboljšanja proizvodne učinkovitosti, ograničenja raznolikosti, osiguranja spojivosti i zamjenjivosti te uklanjanja tehničkih zapreka u međunarodnoj trgovini. Osnovna je djelatnost HZN-a priprema, prihvaćanje i izdavanje hrvatskih norma i drugih dokumenata iz normizacije. HZN pruža informacije o nacionalnim, europskim i međunarodnim normama cjelokupnoj javnosti, a posebno hrvatskom gospodarstvu.

Vlada Republike Hrvatske donijela je na sjednici održanoj 27. listopada 2004. godine Uredbu o osnivanju Hrvatskoga zavoda za norme kao javne ustanove za ostvarivanje ciljeva normizacije i obavljanje poslova i zadataka nacionalne normizacije pod nazivom Hrvatski zavod za norme.

Više: www.hzn.hr

Indeks DOP-a: Pitanje 2.10

GRI: točka 4.13

GC: nema posebnih zahtjeva

I

Indeks društveno odgovornog poslovanja (Indeks DOP-a)

engl. CSR Index

Indeks društveno odgovornog poslovanja (Indeks DOP-a) zajednički je projekt Hrvatskoga poslovnog savjeta za održivi razvoj i Sektora za industriju Hrvatske gospodarske komore. Cilj je projekta bio omogućiti transparentan uvid u primjenu dobrovoljnih društveno odgovornih praksi poslovno najuspješnijih malih, srednjih i velikih poduzeća koja su odabrana prema kriterijima Zlatne kune. Zlatna kuna godišnje je priznanje koje dodjeljuje Hrvatska gospodarska komora financijski najuspješnijim poduzećima. Indeks DOP-a metodologija je koja poduzećima omogućuje procjenu društveno odgovornih praksi i njihovu usporedbu s onima u drugim poduzećima u Republici Hrvatskoj. Metodologija definira niz kriterija za ocjenjivanje u šest osnovnih područja: ekonomska održivost, uključenost društveno odgovornog poslovanja u poslovnu strategiju, radna okolina, zaštita okoliša, tržišni odnosi i odnosi sa zajednicom. Rađena je po uzoru na slične metodologije, kao što su Dow Jones Sustainability i Business in the Community CR Index. Ispunjavanje je upitnika dobrovoljno. Upitnik sadržava 119 pitanja za velike i srednje tvrtke i 61 pitanje za male tvrtke iz navedenih šest područja DOP-a. Od 2011. godine Indeks DOP-a otvoren je i za javna poduzeća koja se natječu u zasebnoj kategoriji. Projekt su financijski i stručno podržali USAID (putem AED-a) i UNDP te Ekonomski fakultet Sveučilišta u Zagrebu, a od 2008. godine i CIP, strukturni program Europske unije.

Vidi: indeks korporativne odgovornosti

Indeks korporativne odgovornosti

engl. Corporate Responsibility Index / njem. der unternehmerische Verantwortungsindex / fr. indice de responsabilité d'entreprise / tal. indice di responsabilità d'impresa

Indeks korporativne odgovornosti strateški je upravljački alat koji pomaže unapređivanje korporativne odgovornosti pružajući sustavan proces koji pomaže poduzećima u identificiranju nefinancijskih rizika i razvijanju ili unapređivanju integracije organizacijske odgovornosti u njihove poslovne strategije. Indeks je alat koji omogućuje usporedbu poduzeća s drugim poduzećima koja su predana upravljanju, mjerenju i izvještavanju o svojim utjecajima na društvo i okoliš (www.corporate-responsibility.com.au).

Indeks korporativne odgovornosti u pravilu pokriva isti sadržaj kao i indeks društveno odgovornog poslovanja te je uglavnom riječ o različitoj terminologiji. Razlike nastaju različitim tumačenjem i uporabom riječi društveno u nazivu. Naime, neke organizacije smatraju da je pravilnije upotrijebiti pojam odgovornosti koji obuhvaća širok spektar odgovornosti pokrivajući ekonomsku, društvenu i okolišnu odgovornost, a pojam društveno odgovornog poslovanja pogrešno implicira da je riječ isključivo o društvenoj odgovornosti, a ne o odgovornosti ekonomskog i okolišnog aspekta. U Hrvatskoj se uvriježio naziv društveno odgovornog poslovanja te je tako nazvan i Hrvatski indeks društvene odgovornosti.

Vidi: Indeks društveno odgovornog poslovanja

Indeks ljudskoga kapitala

engl. Human Capital Index, HCL / njem. der Humankapitalsindex / fr. indice du capital humain / tal. indice del capitale umano

Indeks ljudskoga kapitala rezultat je mjerenja doprinosa zaposlenika u dodavanju vrijednosti za kupca i ispunjavanju poslovnih ciljeva poduzeća. Indeks ljudskoga kapitala sastoji se od niza vrijednosti, na primjer jedinstveno/posebno znanje i vještine, motiviranost, odgovornost, ovlasti, suradnja, organizacija i učenje. Tržišnu vrijednost organizacije tvore financijski i intelektualni kapital. Indeks ljudskoga kapitala važan je dio intelektualnoga kapitala.

Indeks ljudskog razvoja

engl. Human Development Index, HDI / njem. der Personalentwicklungindex / fr. indice de développement humain / tal. indice di sviluppo umano

Indeks ljudskog razvoja usporedbena je mjera očekivane duljine ljudskog života, obrazovanja i standarda života u državama diljem svijeta. To je standardno mjerenje blagostanja, posebno dobrobiti djece (zdravstvene skrbi za djecu). Služi za razlikovanje razvijenosti država, odnosno je li neka država razvijena, u razvoju ili nerazvijena. Koristi se i za mjerenje utjecaja ekonomskih politika na kvalitetu života. Indeks ljudskog razvoja izračunava se za države, gradove, sela itd. na temelju podataka vodećih međunarodnih agencija i drugih vjerodostojnih izvora.

Indeks percepcije korupcije

engl. Corruption Perceptions Index - CPI / njem. der Korruptionswahrnehmungindex / fr. indice de perception de la corruption / tal. indice di percezione della corruzione

Posrijedi je poredak država prema stupnju percepcije raširenosti korupcije među državnim službenicima i političarima koji svake godine sastavlja međunarodna neprofitna organizacija Transparency International. Sastoji se od podataka dobivenih iz stručnih ispitivanja vezanih za korupciju koja su provele različite ugledne ustanove. Odražava stajališta poslovnih ljudi i analitičara iz cijelog svijeta, među kojima su i stručnjaci iz ocjenjivanih država.

Rezultati istraživanja percepcije u Hrvatskoj u 2010. godini upozoravaju na to da je prema rezultatima iz 2007. godine povećana percepcija korupcije u dužnosnika i političara koji pružaju usluge u zamjenu za novčanu vrijednost ili protuuslugu. Isti je trend i kad je riječ o dobivanju radnog mjesta u zamjenu za mito, o dužnosnicima koji će riješiti neki problem samo uz mito, o ulozima kumova u politici i obiteljskih veza koje su važne pri zapošljavanju.

Svi drugi elementi poput plaćanja liječniku, potkupljivanja policajaca te dužnosnika koji rješavaju probleme samo uz mito također pokazuju trend povećane percepcije korupcije. Međutim, oni pokazuju najveći porast apsolutne vrijednosti u usporedbi sa 2007. godinom: službenici koji rješavaju probleme samo uz mito (povećanje od 15%), dobivanje radnog mjesta u zamjenu za mito (povećanje od 15%), uloga



kumova u politici (do 13%), uloga obiteljskih veza u zapošljavanju (do 12%) i dužnosnici i političari koji toleriraju organizirani kriminal u zamjenu za novčanu vrijednost ili protuuslugu (do 11%).

Vidi: korupcija

Indikatori kvalitete okoliša

engl. environmental quality indicators / njem. die Indikatoren der Umweltqualität / fr. indicateurs de qualité de l'environnement / tal. indicatori di qualità ambientale

Vidi: pokazatelji kvalitete okoliša

Industrija

engl. industry / njem. die Industrie / fr. industrie / tal. industria

Pojam označava gospodarsku djelatnost u kojoj se primjenom strojeva ostvaruje masovna i standardizirana proizvodnja. Industriju čini skupina poduzeća koja dijele kupce, tržišta i tehnologije. Sa stajališta ponude, industriju čine poduzeća koja nude proizvode ili usluge s važnim zajedničkim proizvodnim obilježjima, uglavnom s generično istovjetnim tehnologijama, tehničkim ili tehnološkim procesima. Sa stajališta potražnje, industriju čine poduzeća koja proizvode koje kupci jedinstveno opažaju i doživljavaju. Ti su proizvodi bliske međusobne zamjene za kupce, dostupni su istim skupinama kupaca.

Industrijska ekologija

engl. industrial ecology / njem. die industrielle Ökologie / fr. écologie industrielle / tal. ecologia industriale

Pojam označava pokušaj industrije da oponaša procese u prirodi u kojoj je otpad jedne vrste resurs druge vrste. Izlazni rezultati jedne industrije mogu biti ulaz u neki novi proces proizvodnje smanjujući uporabu sirovina i utjecaj onečišćenja te stvaraju uštede u procesu. U industrijskoj ekologiji industrija se ne promatra odvojeno od svog okruženja, već se na nju gleda kao na dio sustava s kojim je povezana transakcijama, aktivnostima i utjecajem. To zahtijeva usklađenost između svih karika u lancu stvaranja vrijednosti. Ovakav cjelovit pogled ukida otpad kao kategoriju jer on predstavlja ulazne resurse za novu proizvodnju.

Vidi: ekodjelotvornost, eko dizajn, procjena životnog ciklusa

Informacija

engl. information / njem. die Information / fr. information / tal. informazione

Informacija je definiran niz simbola koji se mogu tumačiti kao poruka. Termin informacija dolazi od latinske riječi *informare*, što znači "obavijestiti, instruirati, podučiti i dati formu misli". Informacija je podatak sa značenjem koje ga stavlja u određen

kontekst i koji se prenosi. Podaci su temelj za informacije, a podaci i informacije za izradu izvješća, i propisanih i dobrovoljnih, te popunjavanje upitnika Indeksa DOP-a. Informacije predstavljaju sve događaje koji utječu na promjenu stanja sustava.

Primjer I-1: Količina proizvedenih proizvoda

Podatak je stvarna količina proizvedenih proizvoda, na primjer 1.000 komada, 100 tona i sl. Informacija nam za razliku od podatka kazuje npr. kako 1.000 komada proizvedenih proizvoda znači da je plan proizvodnje premašen 5% u promatranu razdoblju.

Primjer I-2: Broj polaznika seminara

Dok nam podatak govori koliko je polaznika nekog seminara, informacija nam kazuje koliko je polaznika koji su ga uspješno završili. Primjerice, navedeni je broj polaznika 80% od planiranog broja završenih ili je npr. od ukupnog broja polaznika 40% ženskih, a 60% muških.

Primjer I-3: Istraživanje *Economista*

Prema istraživanju britanskoga časopisa *The Economist* iz 27. veljače 2010.:

- količina digitalnih informacija uvećava se 10 puta svakih 5 godina
- količina informacija raste brže od sposobnosti mreže da ih procesuiraju
- oko 1.200 eksabajtova digitalnih informacija nastat će ove godine
- otkriveno je kako je 2008. godine tipično američko kućanstvo bilo bombardirano sa 3,6 zetabajta informacija (ili 34 gigabajta po osobi) u danu.

Vidi: podatak

Informiranje

engl. informing / njem. das Informieren / fr. informer / tal. informare

Informiranje je obavještavanje, dojavljivanje, izvješćivanje ili jednostavno davanje informacije. Ono je proces prenošenja činjenica s točno navedenim podacima.

U području društvene odgovornosti poduzeće je dužno informirati sve svoje dionike o aktivnostima ili njihovim posljedicama koje na bilo koji način (pozitivan ili negativan) mogu utjecati na pojedinu skupinu dionika. Prema pravu na pristup informacijama koji je hrvatska Vlada prihvatila kao potpisnica Aarhuške konvencije, a koji je u hrvatsko zakonodavstvo prenesen Zakonom o zaštiti okoliša, nevladine organizacije mogu zatražiti informacije o stanju okoliša i aktivnostima koje su provedene radi rješavanja nekih otvorenih pitanja okoliša.

Koncept društveno odgovornog poslovanja propisuje da ono treba biti transparentno, što znači da bi društveno odgovorna poduzeća i bez zakonske regulative trebala biti otvorena prema zahtjevima i interesima dionika da se točnije informiraju o aktivnostima ili poslovnim planovima poduzeća.

Primjer I-4: Katalog informacija

Na internetskim se stranicama različitih ministarstava, na primjer Ministarstva zaštite okoliša i prirode, može naći Katalog informacija. On je priređen i objavljen

prema Zakonu o pravu na pristup informacijama koji propisuje pravnu osnovu za pristup informacijama fizičkim i pravnim osobama. Kako bi se ostvarilo pravo na informaciju, treba popuniti Obrazac zahtjeva za pristup informacijama i poslati ga spomenutu ministarstvu.

Primjer I-5: Zakon o zaštiti na radu

Prema Zakonu o zaštiti na radu određeno je da je:

- Poslodavac dužan radnike i njihove predstavnike obavijestiti te po potrebi dati pisane upute o svim opasnostima i štetnostima koje utječu ili bi mogle utjecati na sigurnost i zdravlje radnika, a vezano uz obavljanje poslova, osobito o:
 - opasnostima i štetnostima posla, odnosno radnog mjesta i zaštitnim i preventivnim mjerama i aktivnostima vezanim uz djelatnost i uz svaki pojedini radni proces i posao
 - mjerama i ovlaštenim radnicima koji provode mjere pružanja prve pomoći, gašenja požara i spašavanja radnika.
- Poslodavac je dužan obavijesti, odnosno dati pisane upute i svim drugim osobama koje po bilo kojoj osnovi obavljaju posao za poslodavca i nalaze se u prostorijama i prostorima poslodavca.
- Poslodavac je dužan radniku predočiti odgovarajuću dokumentaciju, osobito o:
 - procjeni opasnosti i o mjerama koje se provode radi uklanjanja ili smanjenja procijenjenih opasnosti
 - svim evidencijama i ispravama koje je dužan voditi i čuvati u skladu s odredbama
 - svim informacijama koje se odnose na preventivne i zaštitne mjere, a koje su odredila tijela ovlaštena za provođenje nadzora.
- Poslodavac je dužan radniku, što je moguće prije, dati upute o postupanju pri nastanku neposredne i ozbiljne opasnosti po život i zdravlje, kojoj je izložen ili bi mogao biti izložen, te mogućim mjerama, koje je tada potrebno poduzeti kako bi se spriječila ili umanjila opasnost po život i zdravlje.

Indeks DOP-a: Pitanja 2.9 i 3.B.6

GRI: nema posebnih zahtjeva

GC: nema posebnih zahtjeva

Infrastruktura

engl. infrastructure / njem. die Infrastruktur / fr. infrastructures / tal. infrastruttura

Prema normi HRN EN ISO 9001, infrastruktura je naziv koji se odnosi na kompletan sustav postrojenja, opreme i usluga koji su poduzeću potrebni za funkcioniranje. Infrastruktura uključuje građevine, radno mjesto (uključujući i pokretne usluge), procesnu opremu (hardver i softver), prateće usluge (kao što su transport i komunikacije) i informacijski sustav, odnosno sve što je potrebno da poduzeće (organizacija) posluje.

Inovacija

engl. innovation / njem. die Innovation / fr. innovation / tal. innovazione

Inovacija je rezultat primjene nove i poboljšane ideje, postupka, proizvoda, usluge i procesa, pri čemu se stvara vrijednost, donose nove koristi i/ili primjenom podiže kvaliteta. Državni zavod za statistiku u obrascu INOV, inovaciju objašnjava kao uvođenje novog ili znatno poboljšanog proizvoda, procesa, organizacijske ili marketinške metode u smislu karakteristika kao što su mogućnosti proizvoda ili usluge, njihova prilagođenost korisniku, sastavni dijelovi ili podsustavi. Inovacija je svako obnavljanje oblikovano i ostvareno tako da ojača poziciju poduzeća u odnosu prema konkurenciji. Inovacija proizvoda (novoga ili poboljšanoga) mora biti nova za poduzeće, ali ne nužno i za tržište. Nije presudno je li inovaciju izvorno razvilo poduzeće ili netko drugi, pa poduzeće može kupiti neku softversku aplikaciju kojom će poboljšati i unaprijediti svoje poslovanje.

Treba razlikovati invencije i inovacije. Pod invencijom se podrazumijeva čin otkrića (izuma) novih metoda i tehnika, odnosno tehnologija, te novih proizvoda. Inovacije pak imaju zadatak da ta otkrića materijaliziraju i pomoću tržišta privedu svrsi.

Indeks DOP-a: Pitanja od 4.C.1. do 4.C.4

GRI: nema posebnih zahtjeva

GC: nema posebnih zahtjeva

Integritet

engl. integrity / njem. die Integrität; die Vollständigkeit / fr. intégrité / tal. integrità

Integritet dolazi od latinske riječi *integritas*, što znači "materijalnu, pravnu i/ili psihičku potpunost, cjelovitost, nedjeljivost, besprijekornost, čestitost i poštenje", sve što je suprotno iskvarenosti, podmitljivosti i korumpiranosti. Kad se govori o integritetu osobe, misli se na ponašanje i, ponajviše, na ono što je u njegovoj pozadini, na ono što potiče takvo ponašanje. Imati integritet znači imati striktnu, bezuvjetnu i nepokolebljivu obvezu prema vlastitim moralnim vrijednostima i dužnostima. Imati integritet znači biti svjestan svoje potpunosti kao ljudskog bića i kao i onoga što nas čini različitima od drugih ljudi.

Integritet uključuje i poštenje, stvarnost, obazrivost i ostale moralne vrijednosti osobe. On se odnosi na potpunost osobe, prihvaćanje svih prisutnih i poznatih raznolikosti. Osim moralnih vrijednosti integritet podrazumijeva i osobnu komponentu. On je i rad na osobnom planu, rad na potpunu razvijanju osobe. Integritet je i mogućnost samokontrole vlastitih osjećaja i impulsa toliko da ne prevladaju nad razumom. Jedna je od definicija i da je integritet sposobnost održavanja dostojanstva, i osobnog i dostojanstva drugih ljudi.

Integritet u političkom smislu znači cjelovitost granica jednog sustava i njegovu nerascjepivost.

Interesno utjecajna skupina

engl. stakeholder / njem. der Interessensvertreter; Anspruchseigner/ fr. partie prenante / tal. portatore di interessi

Vidi: dionik

ISO 900x

ISO 900x odnosi se na niz norma za sustave upravljanja kvalitetom. Norma ISO 9001 određuje zahtjeve sustava upravljanja kvalitetom kojima se može koristiti za potrebe unutar poduzeća, za certifikaciju ili za ugovorne svrhe. Usredotočuje se na učinkovitost sustava upravljanja kvalitetom u ispunjavanju zahtjeva kupaca.

Sadržava na primjer:

HRN EN ISO 9000 Sustavi upravljanja kvalitetom – Temeljna načela i terminološki rječnik

HRN EN ISO 9001:2009 Sustavi upravljanja kvalitetom – Zahtjevi

Organizacija može biti certificirana prema normi ISO 9001.

Vidi: norma

Indeks DOP-a: Pitanje 2.7

GRI: 4.12

GC: nema posebnih zahtjeva

ISO 1400x

ISO 1400x odnosi se na niz norma za upravljanje okolišem. Svrha je ovih međunarodnih norma osigurati poduzećima elemente djelotvorne sustava upravljanja okolišem (Environmental Management Systems) koji može biti povezan s drugim potrebama upravljanja, kao pomoć organizacijama u postizanju ekonomskih ciljeva i ciljeva upravljanja okolišem.

Sadržava na primjer:

HRN EN ISO 14001 Sustavi upravljanja okolišem - Zahtjevi s uputama za primjenu

HRN ISO 14025 Oznake i izjave za područje okoliša - Izjave o okolišu tip III. - Načela i postupci.

Organizacija može biti certificirana prema normi ISO 14001.

Vidi: norma

Indeks DOP-a: Pitanje 2.7

GRI: 4.12

GC: nema posebnih zahtjeva

ISO 26000

engl. Standard on Corporate Social Responsibility/ njem. Standard der Unternehmens Verantwortung / fr. Norme sur la responsabilité sociale des entreprises/ tal. Norma sulla responsabilità sociale

Međunarodna organizacija za normizaciju (ISO) u studenom 2010. godine objavila je normu ISO 26000, Smjernice o društvenoj odgovornosti (engl. Guidance on social responsibility). Izrada norme ISO 26000 trajala je više od pet godina, a ideje o njoj stvarale su se mnogo ranije. Već je pri izradi normi ISO 9001 raspravljano o "društvenome" i "financijskome" paketu odredbi koji na kraju nije uvršten u sadržaj norme o sustavu upravljanja kvalitetom. U međuvremenu razvijala su se dva koncepta. Jedan je u sklopu državne uprave nastao u Velikoj Britaniji, a poznat je pod nazivom principi dobrog upravljanja (engl. good governance). Narasli zahtjevi za sustav državne i lokalne uprave, nastojali su se nekako sustavno oblikovati u sustav upravljanja. Drugi je koncept društvena odgovornost poduzeća, namijenjen velikim korporacijama u kojima je dio neposrednog viđenja i uvida uprave zbog veličine samog poduzeća postao preslab u prepoznavanju i rješavanju rastućih problema.

Koncept društvene odgovornosti na neki način objedinjuje oba ova koncepta i namijenjen je svim organizacijama. U normi ISO 26000 istaknuto je da ona nipošto ne zamjenjuje sustav propisa neke države.

Norma ISO 26000 daje smjernice o temeljnim načelima društvene odgovornosti, njezinim ključnim temama i pitanjima te načinima njihove primjene. Sastoji se od sedam poglavlja koja daju pregled sadržaja, pojmova te ključnih termina, opisuju čimbenike, uvjete i ključna pitanja te koncept društvene odgovornosti. Definira dvije temeljne prakse društvene odgovornosti: prepoznavanje odgovornosti samog poduzeća i identifikaciju i suradnju organizacije sa svojim dionicima.

Norma objašnjava društvenu odgovornost kao prepoznavanje glavnih tema te preuzimanje odgovornosti poduzeća i za aktivnosti i prakse izvan granica na koje organizacija ima utjecaj. Glavne su teme uvođenja društvene odgovornosti organizacijsko upravljanje, ljudska prava, radna prava, okoliš, dobra poslovna praksa, pitanja potrošača i uključenost u razvoj zajednice. Svaka od tih tema opisana je s većim brojem pokazatelja koji ih pobliže određuju s aspekta utjecaja organizacije

Norma ISO 26000 sadržajno je povezala načela i zahtjeve više međunarodnih dokumenata. Za sada nije predviđena certifikacija prema normi ISO 26000.

Veza: www.iso.org

Vidi: norma

ISO 50001 Sustavi upravljanja energijom

engl. Energy management systems - Requirements with guidance for use / njem. die Energiemanagementsysteme/ tal. sistemi di gestione dell'energia

ISO 50001:2011 sadržava pregled zahtjeva za utvrđivanje, primjenu, održavanje i poboljšanje sustava upravljanja energijom. Svrha je norme omogućiti poduzećima sustavan pristup u postizanju trajna poboljšavanja energetske rezultata, uključujući energetske djelotvornost, upotrebu i potrošnju energije.

Energija je u mnogim poduzećima, i ne samo u njima, istaknuta kao važan aspekt okoliša.

Vidi: norma

Indeks DOP-a: Pitanje 2.7

GRI: 4.12

GC: nema posebnih zahtjeva

Ispitivanje (pokusi) na životinjama

engl. animal testing / njem. die Tierversuche / fr. expérimentation animale / tal. esperimento su animali

Pokus je postupak kojim se planski izaziva neko stanje ili proces radi znanstvenog istraživanja. Pokusi na životinjama svjesne su promjene stanja životinje radi ispitivanja utjecaja supstancija ili promijenjenih uvjeta na živi organizam.

Zakon o zaštiti životinja propisuje kada se mogu obaviti ispitivanja na životinjama te da to mogu činiti samo pravne osobe registrirane za obavljanje navedene djelatnosti, i to u svrhu:

1. istraživanja bolesti i tjelesnih tegoba ili prepoznavanja utjecaja fizioloških i patoloških stanja u ljudi ili životinja
2. istraživanja i razvoja lijekova i ljekovitih pripravaka namijenjenih zaštiti zdravlja ljudi i životinja
3. ispitivanja u postupku registracije lijekova i ljekovitih pripravaka kako je propisano posebnim propisima
4. ispitivanja proizvodnih i drugih osobina i načina njihova unapređivanja za životinje u gospodarskom i drugom uzgoju životinja
5. istraživanja uzroka i posljedica ugrožavanja okoliša
6. ispitivanja neštetnosti materijala ili proizvoda po ljudsko ili životinjsko zdravlje.

Korištenje životinja za pokuse zabranjeno je radi:

1. iskušavanja oružja, streljiva ili pripadajućeg pribora, ratne opreme i općih učinaka radijacije
2. istraživanja ili razvoja duhanskih proizvoda i kemijskih sredstava za pranje i dezinfekciju predmeta opće uporabe
3. istraživanja ili razvoja sastojaka, kombinacija sastojaka i gotovih kozmetičkih proizvoda
4. istraživanja učinka alkohola i droga, osim ako ne postoje druge znanstvene metode kojima se zamjenjuje korištenje životinja (Zakon o zaštiti životinja).

Procjenjuje se da se 12,1 milijun životinja, uključujući miševe, zečeve, primat, pse, mačke i ribe, još svake godine koristi u laboratorijima diljem Europske unije za različite svrhe, od kojih većina nije izravno povezana s medicinskim napretkom.

Europska je komisija propisala metodu za test kožne nadražljivosti, za koju uporaba životinja nije jedina dopuštena metoda. To znači da više nije dopuštena uporaba životinja u testiranju nadražljivosti kemikalija, biocida i, dakako, kozmetike.

Neki proizvođači na proizvode i/ili ambalažu stavljaju natpise ili znakove da nisu ispitivani na životinjama. Slike od I-1 do I-3 prikazuju neke od znakova koje proizvođači stavljaju na proizvode kako bi izrazili svoje stajalište prema ispitivanju na životinjama ili potvrdili provjerenu proizvodnju. Važno je znati koji su od ovih znakova propisani pa iza njih stoji utvrđen postupak te certifikacijska kuća koja ima dozvolu poslovanja, a koje je pak izmislio sam proizvođač i ne sadržavaju provjerenu informaciju.



Slika I-1 Proizvod nije testiran na životinjama



Slika I-2 Klinički provjereno



Slika I-3 Bez okrutnosti

Godine 1996. Međunarodni savez udruga za zaštitu životinja iz Europske unije i Sjeverne Amerike, podržali su jedine međunarodno priznate norme koje omogućuju potrošačima da lagano prepoznaju i kupe kozmetičke i kućanske proizvode koji nisu ispitivani na životinjama, koji su provjeravani bez okrutnosti (www.gocrueltyfree.org).

Riječ je o ovim normama: norma za kozmetiku namijenjenu ljudima (engl. Humane Cosmetics Standard – HCS) i norma za sredstva za čišćenje (engl. Humane Household Products Standard – HHPs). Proizvođači koji proizvode u skladu sa zahtjevima navedenih normi imaju pravo na proizvod staviti znak (slika I-3).

Međunarodna nevladina organizacija za zaštitu okoliša Greenpeace, objavljuje na svojim web stranicama crnu i bijelu listu proizvođača kozmetike s obzirom na uporabu životinja u procesu razvoja proizvoda. Na popisima se mogu provjeriti i proizvođači iz Hrvatske.

Potrošače se često znakovima (slika I-4) upozorava da treba pročitati upute, izjave i drugo otisnuto ili priloženo uz proizvod, kako bi bili ispravno obaviješteni o njemu.



Slika I-4: Oprez: pročitati i provjeriti znakove

Prigodan datum: 4. listopada, Svjetski dan zaštite životinja

Srodni naziv: testiranje na životinjama

Ispunjavanje zakonskih obveza

engl. compliance with law / njem. die Einhaltung der Gesetze / fr. Conformité avec la loi / tal. Rispetto della legge

Vidi: sukladnost

Istraživanje i razvoj

engl. research and development (R&D) / njem. Forschung und Entwicklung (F&E) / fr. recherche et développement (R&D) / tal. ricerca e sviluppo (R&S)

Predstavlja kolektivni organizirani napor povećanja znanja zasnovanog na znanosti ili inovacijama proizvoda i procesa. Istraživanje i razvoj uključuju temeljna istraživanja, primijenjena istraživanja, te razvoj. Temeljna istraživanja unapređuju znanja glede pojedinih predmeta istraživanja, ne očekujući njihovu kratkoročnu primjenu na komercijalnoj, osnovi te su najčešće premet javnog financiranja. Primijenjena istraživanja imaju za cilj komercijalnu primjenu rezultata istraživanja te su sponzorirana iz privatnih izvora. Razvoj pretvara rezultate primijenjenih istraživanja u korisne tržišne proizvode. S obzirom na to, temeljna istraživanja osigurava vlada i velike korporacije, a primijenjena istraživanja i razvoj su predmet interesa širokog spektra poslovnih organizacija. Ovo predstavlja jednu od ključnih komparativnih prednosti poduzeća te koristi od istraživanja i razvoja mogu biti ogromne. Neka istraživanja vode do patenata s mogućnošću licenciranja i osiguravanja tantijema (najbolji primjer je Sumamed i Pliva), dok većina otkrića ipak nije pogodna za patentiranje, ali su zato od velike koristi poduzećima koja na temelju njih prva izađu s novim proizvodima (robom ili/i uslugama) na tržište. Istraživanje i razvoj nerijetko zahtjeva znatna financijska sredstva, no ono je često, posebno u tehnološki dinamičnim industrijama, osnova razvoja novih procesa putem kojih se smanjuju troškovi opskrbe i uvode novi proizvodi, čime se osigurava konkurentska prednost. Istraživanje i razvoj mogu predstavljati i funkciju u organizaciji, odnosno organizacijsku jedinicu čija je osnovna zadaća razvoj novih proizvoda ili usluga, poboljšanje postojećih proizvoda ili usluga, pronalaženje nove uporabne vrijednosti starih proizvoda ili usluga, te unapređenje i razvijanje postojećih proizvodnih odnosno tehnoloških poslovnih procesa. Pri razvoju i unapređenju postojećih i novih proizvoda, usluga i procesa važno je da se pronalaze rješenja koja su optimalna s obzirom na postojeće materijalne, ljudske, financijske, informacijske i druge resurse poduzeća, te da su u skladu s razvojem i očekivanjima u okruženju, odnosno da se njima ili zadovoljavaju postojeće potrebe kupaca ili kreiraju neke nove.

Izdvajanje

engl. outsourcing / njem. das Outsourcing / fr. externalisation/ tal. esternalizzazione

Izdvajanje je prijenos poslovnih funkcija (djelatnosti) i njihovih resursa na treću stranu (dobavljača) koji će zatim povratno prodavati te funkcije (djelatnost) kao usluge svim zainteresiranim poduzećima.

Prije devedesetih godina, većina velikih poduzeća bila je organizirana tako da je imala sve funkcije ili većinu njih unutar poduzeća, čak i one koje nisu bile dio temeljnih djelatnosti. Dobar je primjer čišćenje i pranje radnih prostorija, pružanje usluge pripreme hrane i napitaka ili čuvarska služba i slično. Početak privatizacije značio je i promjene postojeće organizacije rada, što znači da su se procesi, koji nisu dio temeljne djelatnosti poduzeća, izdvajali i preuzimala su ih poduzeća specijalizirana za određeno područje, na primjer: održavanje strojeva za umnožavanje, održavanje osobnih računala, pripremu hrane, čuvarsku službu i sl., ili su se postojeći dijelovi izdvojili i registrirali te počeli posloovati kao nova poduzeća.

U uvodnom dijelu norme HRN EN ISO 9001 istaknuto je da za engleski naziv outsourcing zasad nema odgovarajućeg naziva na hrvatskome jeziku i da je za potrebe norme preveden kao podugovaranje.

Prijevod izdvajanje i podugovaranje dobro objašnjavaju proces u organizacijskom smislu, a u ekonomskome se smislu može reći da se tim procesima troškovi iz internih prebacuju u eksterne i tako postaju dio eksternalizacije troškova.

Primjer: I-6: Izdvajanje u poduzeću Ericsson Nikola Tesla d.d.

Tvornica Ericsson Nikola Tesla, proizvođač telekomunikacijske opreme, doživjela je brojna izdvajanja, pa je na primjer uslugu pripremu hrane i prodaju sendviča i napitaka preuzelo poduzeće Slak, a zatim Adria gastro te Stara zvana. Osim preuzimanja pomoćnog procesa novo je poduzeće obično preuzimalo i zaposlenike i odgovarajuću opremu. Izdvojena je usluga čišćenja i pranja vanjskih i unutarnjih prostora te sve ostalo što se ne odnosi na temeljnu djelatnost.

Vidi: izdvojeni proces

Izdvojeni proces

engl. outsourced process / njem. der Outsourcing-Prozess / fr. processus externalisé / tal. processo esternalizzato

Prema normi HRN EN ISO 9001 Sustavi upravljanja kvalitetom, izdvojeni je proces svaki proces koji je dio sustava upravljanja organizacijom, ali ga provodi vanjska organizacija. Izdvojeni procesi moraju biti prepoznati i nadzirani i mora se osigurati da je svaki izdvojeni proces učinkovit. Također, mora biti jasno međudjelovanje između internih i izdvojenih procesa. Prema tom objašnjenju, izdvojeni su procesi dio dobavljačkog lanca.

Izvešće

engl. report / njem. der Bericht / fr. rapport / tal. rapporto

Posrijedi je dokument u kojem poduzeće objavljuje rezultate poslovanja. Izvešće je zapis koji bilježi protekle događaje i može poslužiti za odgovaranje na pitanja upitnika Indeksa DOP-a. Izvešće može biti propisano nekim propisom, znači obvezno, a može biti i interni dokument poduzeća, dakle interna obveza.

Primjer I-7: Primjeri nefinancijskih izvješća

Na stranicama HR PSOR-a (www.hrpsor.hr/popisizvjescia.html) primjeri su nefinancijskih izvješća nekih poduzeća. Nazivi se izvješća razlikuju, na primjer:

- Izvješće o održivom razvoju
- Izvješće o društveno odgovornom poslovanju
- Izvješće o zaštiti okoliša
- Izvješće o stanju okoliša
- Izvješće o odgovornom poslovanju
- Socijano izvješće.

Većina novijih izvješća priređena je prema smjernicama za izvješćivanje (GRI). Sa državaju podatke i informacije o aktivnostima poduzeća koji nadilaze obično financijsko izvješćivanje, Izvješće može biti u tiskanom izdanju ili objavljeno na internet-skim stranicama ili i u jednom i u drugom obliku.

Srodni naziv: izvještaj

Izveštavanje

engl. reporting / njem. die Berichterstattung / fr. rapports / tal. relazione

Izveštavanje je redovito, u određenim vremenskim razmacima, informiranje najvažnijih dionika poduzeća radi davanja uravnotežena i razumna prikaza rezultata poslovanja poduzeća, uključujući pozitivne i negativne aspekte. Izvješće potiče dvosmjernu komunikaciju poduzeća koje izvještava i ključnih dionika.

Poduzeća su suočena sa širokim rasponom tema o kojima bi mogla izvještavati, i interno (uprava, zaposlenici i dr.) i eksterno (Državni zavod za statistiku, Zavod za zapošljavanje, Agencija za zaštitu okoliša i dr.).

Za neke dionike postoji propisano izvještavanje, na primjer državne organizacije ili agencije.

Vrste izvješća: financijsko izvješće, izvješće o okolišu, izvješće o održivosti, o društveno odgovornom poslovanju itd.

Postoje i smjernice za izradu pojedinih vrsta izvješća, na primjer one za izvještavanje o održivosti, te standardi za financijsko izvještavanje itd. Za neke vrste izvješća postoje standardni obrasci, na primjer Izvješće o ispitivanju kvalitete vode.

Vidi: izvješće

Indeks DOP-a: Pitanja: 2.8, 2.9 i 2.10

GRI: 2, 3

GC: nema posebnih zahtjeva

J

Javna nabava

engl. public procurement / njem. das öffentliche Beschaffungswesen / fr. marchés publics / tal. appalti pubblici

Javna je nabava skup postupaka koje naručitelji, koji samostalno ne stječu financijska sredstva nego su neposredni ili posredni korisnici državnog ili lokalnog proračuna, moraju provesti prije sklapanja ugovora o javnoj nabavi robe, radova ili usluga.

Javna je nabava jedan od mehanizama koje državna uprava može primijeniti kako bi potaknula nužne promjene u poslovanju gospodarstva te je u razvijenim zemljama prepoznata kao mehanizam za uvođenje odgovornog poslovanja.

Pretpostavka je da će se gospodarski sektor brže prilagoditi pozitivnim promjenama ako one postanu čimbenik koji utječe na konkurentnost poslovnog sektora na tržištu. Pozitivna se praksa u gospodarstvu može postići i tako da se uvede u kriterije po kojima se stječe prednost pri dobivanju poslova za proizvode i usluge. Snažnu potražnju u Hrvatskoj za gospodarskom djelatnošću stvara sustav javne nabave jer su Vlada i institucije Vlade RH još najsnažniji pokretači ekonomije u RH. Zakon o javnoj nabavi za ovo vrlo osjetljivo područje nameće se kao jedan od najučinkovitijih mehanizama za utjecanje na ponašanje poslovnog sektora na tržištu.

Europska unija također je prepoznala potencijal u ovom mehanizmu. Pritisak je stoga na nacionalne vlade zemalja članica da se svojom kupovnom moći služe kao snažnim alatom za poticanje promjena tako da u nacionalne zakone o javnoj nabavi unesu kriterije koji potiču odgovorno poslovanje, s naglaskom na zaštitu okoliša, tržišnu odgovornost i slično. Strategija EU 2020 poziva na uvođenje novih politika javne nabave koje će poticati ekonomiju s manjim pritiskom na prirodne resurse, a najnovija Komunikacija o DOP-u Europske komisije, objavljena u listopadu 2011. godine, obvezuje EU na donošenje korekcija sustava javne nabave radi uvođenja kriterija društvene odgovornosti i zaštite okoliša. Najdalje je ovdje otišla Velika Britanija koja je uvela kriterije održive javne nabave, pri čemu se u odluke o nabavi uvodi promišljanje radi izbjegavanja štete za okoliš koja nastaje potrošnjom u javnom sektoru, utjecanjem na dobavljački lanac radi smanjenja nastanka otpada ili emisija, uvođenjem djelotvornijega korištenja javnih resursa smanjenjem potrošnje energije ili ambalaže, poticanjem tržišta na inovativna i efikasnija rješenja za sve kupce te pružanjem primjera poslovnom i javnom sektoru o ozbiljnosti opredjeljenja za održivi razvoj i sl. Stoga se kao logično rješenje i za RH nameće potreba za revizijom Zakona o javnoj nabavi uvođenjem kriterija održivosti. Zakon o javnoj nabavi koji je na snazi od 1. siječnja 2012. godine, uz načela kao što su sloboda kretanja robe, sloboda pružanja usluga, tržišnog natjecanja, jednakog tretmana, zabrane diskriminacije, uzajamnog priznavanja, razmjernosti i transparentnosti, ne sadrži načelo održivosti i društvene odgovornosti.

Indeks DOP-a: nema posebnih zahtjeva

GRI: SO7

GC: nema posebnih zahtjeva

Javna vlast

engl. public authority / njem. die öffentliche Behörde / fr. autorité publique / tal. autorità pubblica

Tijela javne vlasti jesu tijela državne vlasti, tijela jedinica lokalne i područne (regionalne) samouprave, pravne osobe s javnim ovlastima i druge osobe na koje su prenesene javne ovlasti.

Popis tijela javne vlasti objavljuje se u Narodnim novinama.

Vidi: dionik

Javni interes

engl. public interest / njem. das öffentliche Interesse/ fr. intérêt public / tal. interesse pubblico

Javni se interes u normi ISO 26000 spominje kao javno dobro (public good). Javni je interes izraz koji se obično upotrebljava u političkim raspravama kada se žele označiti koristi ili prednosti za zajednicu kao cjelinu, za razliku od privatnih ili osobnih interesa pojedinaca ili skupina.

Izraz ima političke, etičke i emotivne konotacije, ali i ekonomski utjecaj. Važno je razlučiti jesu li privatni interesi nužno u sukobu s općim interesom ili oni mogu biti i jednaki te okolnosti u kojima se interesi sukobljavaju.

Osim norma, javni je interes predmet i propisima. Tako Zakon o zaštiti okoliša kaže da je javni interes onaj koji u pitanjima zaštite okoliša iskazuje država ili jedinica lokalne, odnosno područne (regionalne) samouprave u skladu sa svojim statutom.

Javni interes može postojati i u drugim područjima izvan zaštite okoliša kao što su zaštita, očuvanje ili izgradnja infrastrukture, prostora, resursa koji su od interesa za više građana. Prema propisima, zaštita javnog interesa (javnog dobra) osigurava se sudjelovanjem javnosti na javnim raspravama i davanjem javnog mišljenja.

Primjer J-1: Preuređenje Ulice sv. Jurja u Primoštenu

Stanovnici Ulice sv. Jurja u Primoštenu ne odustaju od namjere da zaustave započete radove (prosinac 2011. god.) na preuređenju njihove ulice te su izjavili kako će se protiv općinskoga projekta boriti svim pravnim sredstvima. Predviđenim preuređenjem, postavljanjem stuba, onemogućio bi se pristup automobilima do njihovih kuća. Inače, legalitet općinskih radova potvrdio je upravni odjel za prostorno uređenje Šibensko-kninske županije, koji je odbacio zahtjev mještana za obnovu postupka dobivanja lokacijske dozvole. Na zahtjev mještana iz županijskog su ureda odgovorili kako mještani ne mogu biti stranke u postupku jer je riječ o radovima na javnoj površini. Stanovnici Ulice sv. Jurja potom su poslali žalbu Ministarstvu prostornog uređenja, a od građevinske inspekcije zatražili su odgodu početka radova dok se ne riješi njihova žalba Ministarstvu. Međutim, na njihove zahtjeve još nije odgovoreno.

Vidi: društvena dozvola za rad, javnost, Primjer A-4

Javno-privatno partnerstvo

engl. public-private partnerships – PPP / njem. die öffentlich-privaten Partnerschaften / fr. partenariats public-privé / tal. partenariati pubblico-privati

Partnerstvo koje uključuje vladine agencije, civilno društvo i poduzeća privatnog sektora. Najčešće je posrijedi to da javni sektor, radi odgovarajućega upravljanja resursima, unajmljuje određene usluge od privatnog. Ujedinjujući kompetencije i resurse u ime općeg dobra, tijela javne uprave, poduzeća i civilno društvo stvaraju potencijalna partnerstva koja se bave brojnim ključnim pretekama u razvoju našeg doba – od klimatskih promjena i zbrinjavanja otpada, preko sigurnosti, prevencije i liječenja smrtonosnih bolesti poput side i drugih masovnih bolesti, do poticanja novih ulaganja, poduzetničkih pothvata i zapošljavanja, te financiranja razvoja poput gradnje cesta ili nekih važnijih objekata.

Na temelju javno-privatnog partnerstva ostvareni su mnogi važni projekti u Hrvatskoj, na primjer pri gradnji sportskih dvorana lokalna je zajednica najčešće ulagala zemljište i komunalnu infrastrukturu, a privatna su poduzeća financirala gradnju objekta.

Javnost

engl. public / njem. die Öffentlichkeit / fr. public / tal. pubblico

Pod javnošću se smatra ukupnost obaviještenih i upućenih koji oblikuju opće mišljenje, javno mnijenje (public opinion). Riječi javnost/javno s dodacima često su u uporabi kao:

- javno dobro (engl. public good), izraz koji se rabi u normi ISO 26000 i čest je umjesto javnog interesa (public interest)
- sudjelovanje javnosti (public participation) u odlučivanju o prostornim planovima, izgradnji nekog pogona, donošenju propisa, manjim ili većim zahvatima u prostoru
- javna rasprava (public hearing), sudjelovanje javnosti u raspravi o budućem propisu, prostornom planu, utjecaju nekog zahtjeva na okoliš
- javno mišljenje (public opinion), stajalište javnosti (manje ili veće skupine) o nečemu
- odnosi s javnošću (public relations), organizacije poput velikih privatnih i javnih poduzeća, ministarstava, agencija i sl. imaju posebne organizacijske jedinice ili osobe zadužene za odnose s javnošću, čime se iznose jedinstveno stajalište organizacije i jedinstvene informacije
- javne usluge (public services) koje su namijenjene svim stanovnicima bez obzira na to što nisu svagdje ekonomski opravdane, a primjer su poštanske usluge, usluge javnog prijevoza, javnog zdravstva itd.

Javnost je za poduzeća važna jer može utjecati na njihov ugled.

Jednake mogućnosti

engl. equal opportunities / njem. die Chancengleichheit / fr. égalité des chances / tal. pari opportunità

Prema normi ISO 26000, jednake su mogućnosti pojam koji označava važnu normu donošenja odluka, a iako nema točnu definiciju, uključuje mogućnost pravednih odabira u javnom životu. Općenito on opisuje otvoreno i ravnopravno natjecanje i jednake šanse za postizanje uspjeha u radnoj okolini i drugim javnim mjestima bez bilo kakve diskriminacije. Jednake se mogućnosti mogu odnositi na zapošljavanje, obrazovanje, pristup sredstvima ili uslugama javnog sektora i niz drugih dobara. Ako ona nisu jednako na raspolaganju svima, posrijedi je kršenje načela jednakih mogućnosti.

Na primjer, svako dijete ima jednako pravo pristupa i jednake mogućnosti sudjelovanja u odgovarajućem obrazovanju, bez diskriminacije na bilo kojoj osnovi. Jednak pristup i jednake mogućnosti podrazumijevaju osiguranje jednakih uvjeta i prilika za sve, za početak i nastavak daljeg obrazovanja.

Poduzeća u svojim dokumentima, ali i provedbom u praksi, trebaju potvrditi da je politika zapošljavanja bez diskriminacije na temelju rase, boje kože, roda, vjere, nacionalne pripadnosti, društvenog podrijetla, političkog mišljenja, godina ili fizičke ili psihičke nesposobnosti, bračnog ili obiteljskog statusa, osobnih odnosa, te zdravstvenog statusa kao što je status osobe oboljele od side.

To je u skladu s općim načelom i praksom da politika zapošljavanja, zarada, radni uvjeti, pristup usavršavanju i unapređenju te završetak rada moraju biti temeljeni samo na zahtjevima posla. Poduzeće mora spriječiti uznemiravanje na radnom mjestu.

Primjer J-2: Kodeks etike u poslovanju (HGK)

Prema Kodeksu etike u poslovanju (HGK) nije dopuštena diskriminacija i uznemiravanje zaposlenika zbog spola, rase, vjerske, nacionalne ili političke pripadnosti, tjelesnih nedostataka, dobi, obiteljskog statusa ili bilo kakve osobne značajke ili uvjerenja.

Vidi: diskriminacija

Indeks DOP-a: Pitanje 3.A.2

GRI: HR4

GC: Načela 1, 2, 6

К

Kakvoća

engl. *quality* / njem. *die Qualität* / fr. *qualité* / tal. *qualità*

Vidi: kvaliteta

Kampanja

engl. *campaign* / njem. *die Kampagne* / fr. *campagne* / tal. *campagna*

Kampanja je organizirano događanje sa specifičnom namjenom i ograničenim vremenom trajanja.

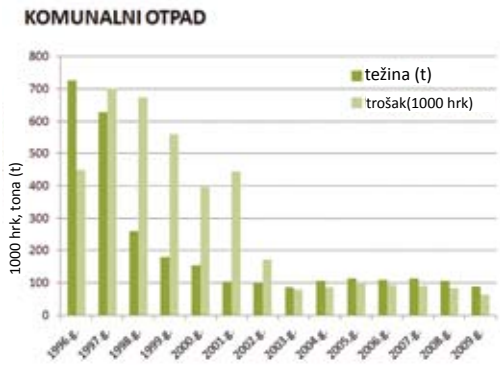
Primjer K-1: Kampanja Hrvatskoga poslovnog savjeta za održivi razvoj

Na temelju odluke Upravnog vijeća HR PSOR-a od 28. veljače 2001. god., pokrenuta je kampanja čiji je cilj bio promijeniti osnovu za obračun komunalne usluge odvoza i odlaganja komunalnog otpada iz gospodarstva u gradu Zagrebu. Ta se usluga obračunavala prema površini poslovnog prostora (m²), a predlagano je da se obračunava prema količini otpada.

Članovi HR PSOR-a podržali su prijedlog, pridružili se kampanji potpisivanjem zajedničkog dopisa te pojedinačnim dopisima pojedinim odgovornim osobama, na primjer gradonačelniku grada Zagreba i predsjedniku Skupštine grada Zagreba. U dopisima je predstavljena kampanja, navedene su njezine prednosti od boljeg gospodarenja otpadom u gospodarstvu, smanjenje količine komunalnog otpada koji se odlaže do smanjenja troškova za gospodarstvo. Kampanja je predstavljena na skupovima, u tiskovinama i javnim nastupima predstavnika HR PSOR-a.

Za uspjeh kampanje bio je potreban dobar primjer. Kao primjer i ogledno poduzeće odabrano je dioničko društvo Ericsson Nikola Tesla. Ovoj odluci prethodile su višegodišnje aktivnosti u poboljšanju gospodarenja komunalnim otpadom, od boljeg razvrstavanja do boljeg praćenja i analiziranja podataka te na temelju dobivenih informacija planiranja novih aktivnosti.

Kampanja je bila uspješna, promijenjena je osnova za plaćanje odvoza i odlaganja komunalnog otpada i u 2002. godini plaćano je prema količini komunalnog otpada, a ne prema površini poslovnog prostora. Rezultati su prikazani na slici K-1.



Slika K-1: Odnos troškova i težine komunalnog otpada prije promjene osnove za obračun (do kraja 2001. godine) i poslije promjene (2002. godina i dalje)

Karakteristika

engl. characteristic / njem. die Charakteristik, die Eigenschaften / fr. caractéristique / tal. caratteristiche

Vidi: značajka

Klimatske promjene

engl. climate changes / njem. Klimaveränderungen / fr. changements climatiques / tal. cambiamenti climatici

Klimatske promjene dugoročna su statistička promjena vremena u određenom razdoblju koje može iznositi nekoliko desetljeća do nekoliko milijuna godina. Može se odraziti u promjeni glavnih vremenskih uvjeta, vjerojatnosti za ekstremne uvjete ili na bilo koji drugi način statističke distribucije vremenskih uvjeta. Klimatska promjena može se dogoditi u pojedinom području ili na cijelom našem planetu. U posljednje vrijeme, posebno u kontekstu politike zaštite okoliša, klimatske promjene označavaju modernu promjenu klime koja se očituje u globalnom zagrijavanju.

Klimatske promjene posredno ili neposredno pripisuju se ljudskim djelatnostima koje mijenjaju sastav globalne atmosfere i koje se osim prirodnih klimatskih oscilacija zamjećuju u određenom razdoblju. Različiti su učinci klimatskih promjena promjene živog i neživog okoliša koje djeluju štetno na sastav i sposobnost samobnove prirodnih i antropogenih ekosustava, na funkcioniranje društveno-gospodarskih sustava te na ljudsko zdravlje i dobrobit (UNFCCC, 1993.).

Klimatski je sustav sveukupnost atmosfere, hidrosfere, biosfere i geosfere i njihova interakcija (međusobno djelovanje).

Klima nekog mjesta ili područja podrazumijeva prosječne vremenske prilike, na primjer količinu oborina i temperature u jednoj godini.

Vidi: globalno zatopljenje

Indeks DOP-a: Pitanja: 4.C.1, 4.C.4, 4.E.6, 4.E.8

GRI: EC2

GC: Načelo 7

Ključni pokazatelji

engl. core indicators / njem. die Hauptindikatoren / fr. indicateurs de base / tal. indicatori fondamentali

Vidi: pokazatelji

Kodeks (poslovnog) ponašanja/pravila (poslovnog) ponašanja

engl. code of conduct / njem. Verhaltenskodex / fr. code de conduite / tal. codice di condotta

Vidi: Etički kodeks

Kolektivni ugovor

engl. collective agreement / njem. der Kollektivvertrag / fr. convention collective / tal. contratto collettivo

Prema Izvratku iz Kolektivnog ugovora Sindikata male privrede i obrtništva, kolektivni je ugovor dokument koji obvezuje i primjenjuje se na stranke koje su ga sklopile te na sve njihove članove, a obvezuje i sve osobe koje su pristupile Kolektivnom ugovoru te sve osobe koje su naknadno postale članovi udruge koja je pristupila Ugovoru. Kolektivni ugovor uređuje:

1. prava, obveze i način ostvarivanja prava i obveza radnika u radnom odnosu kod poslodavca
2. način i postupak rješavanja sporova između stranaka potpisnica Ugovora i sporova između članova stranaka Ugovora
3. način, postupak i slučajeve kad se može tražiti izmjena ili dopuna Ugovora
4. uvjete, rokove i način otkazivanja Ugovora.

Indeks DOP-a: Pitanje 3.B.7

GRI: HR5

GC: Načela 1, 2, 3

Komisija Gro Harlem Brundtland

engl. Brundtland commission / njem. die Brundtland-Kommission / fr. Commission Brundtland/ tal. Commissione Brundtland

Ujedinjeni su narodi 1983. godine osnovali Svjetsku komisiju za okoliš i razvoj (WCED) nazvanu prema predsjedateljici Gro Harlem Brundtland, norveškoj premijerki. Komisija je osnovana kako bi istražila brojne pokazatelje "o ubrzanoj degradaciji ljudskog okoliša i prirodnih resursa i posljedicama degradacije na ekonomski i društveni razvoj". Komisija je istražila okolišne i ekonomske pokazatelje te je 1987. godine objavila izvješće "Naša zajednička budućnost". U njemu je istaknuta ideja održivog razvoja koja se definira kao "razvoj koji zadovoljava potrebe današnje generacije bez ugrožavanja mogućnosti budućih generacija da zadovolje svoje". Izvještaj je sugerirao da međunarodne vlade moraju zajednički razmotriti mogućnosti kako da se smanje posljedice ljudskih aktivnosti na okoliš kako bi se on sačuvao za buduće naraštaje. Izvješće je pridonijelo prvomu Summitu o Zemlji, održanom u Riju 1992. (www.sustainability-ed.org)

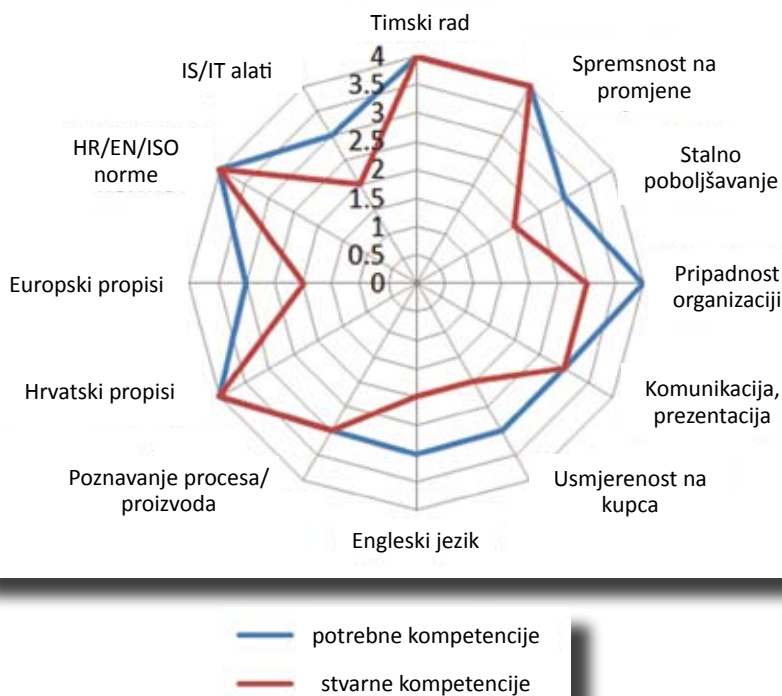
Vidi: Summit o Zemlji

Kompetencija

engl. competence / njem. die Kompetenz / fr. compétence / tal. competenzaa

Prema normi HRN EN ISO 9000, kompetencije su pokazane osobne odlike i pokazana sposobnost primjene znanja i vještina.

Osim prema normi, kompetencije se mogu objasniti i kao sposobnost upotrebe, razvoja i raspodjele znanja, vještina i iskustva. U svakom poduzeću potrebno je da radnik posjeduje znanje, vještine i iskustvo da bi obavljao poslove prema opisanu djelokrugu rada. U vrijeme brzih promjena treba ih stalno razvijati i usavršavati, ali i dijeliti sa suradnicima kako bi se najbolje iskoristile pogodnosti koje one mogu dati. Za određeno bi radno mjesto bilo dobro prirediti profil kompetencija kako bi se u ciljevima te u planu i programu za određeno razdoblje moglo planirati vrijeme i sredstva za podizanje kompetencija.



Slika K-2: Primjer analize stvarnih i potrebnih kompetencija za mjesto menadžera za okoliš

Za svako su radno mjesto potrebne određene kompetencije koje su navedene u opisu radnog mjesta. Poduzeće može imati propisan postupak za određivanje kompetencija. Na početku godine određuje se stanje kompetencija i na temelju toga izrađuje plan i program njihova povećanja. U ovom je primjeru prikazan zamišljeni profil kompetencija za menadžera za okoliš i potreban profil kompetencija. Svako poduzeće odredit će potrebne kompetencije ovisno o svojoj djelatnosti, na primjer:

poslovne kompetencije – stručno znanje, poznavanje procesa, poznavanje proizvoda, usmjerenost na kupce, poznavanje potrebnog stranog jezika itd.

profesionalne kompetencije – poznavanje međunarodnih i hrvatskih propisa te ostalih dokumenata koji se odnose na područje rada, poznavanje alata IS/IT, postupka neovisnog ocjenjivanja itd.

osobne kompetencije – spremnost na promjene, stalno poboljšanje i timski rad, samostalnost i odgovornost u radu, komunikacijske i prezentacijske vještine itd., kreativnost i inovativnost, sposobnost uočavanja i rješavanja problema te odlučivanja i motiviranja suradnika

Indeks DOP-a: Pitanje 3.C

GRI: 4.7, LA10, LA11

GC: nema posebnih zahtjeva

Komunikacija

engl. communication / njem. die Kommunikation / fr. communication / tal. comunicazione

Komunikacija je pružanje i primanje informacija ili znači učiniti nešto općim, zajedničkim (lat. *communicare*).

Norme sustava upravljanja kazuju da u poduzeću mora biti uspostavljen, primijenjen i održavan postupak/postupci za:

- komunikaciju između različitih razina i funkcija unutar organizacije (unutar-njim dionicima)
- primanje, dokumentiranje i odgovaranje na upite dionika izvan organizacije (vanjskim dionicima).

Komunikacija s dionicima unutar poduzeća može se odvijati kao:

- izravna, na primjer komunikacija radnih timova (sastanci, videosastanci), razgovor zaposlenika s menadžerom, podređenih s nadređenima, povremeni susreti / sastanci članova uprave sa zaposlenima, godišnji susreti svih zaposlenih, uključujući i upravu, obiteljski dani i drugo
- neizravna, na primjer komunikacija putem intraneta, internih tiskovina, informacijske ploče, sandučića ili e-pošte za prijedloge zaposlenika upravi.

Komunikacija s dionicima izvan poduzeća može se odvijati kao:

- izravna, na primjer sastanci s kupcima, investitorima, dobavljačima, predstavnicima lokalne zajednice i neprofitnih organizacija, kampanje, dani otvorenih vrata i drugo.
- neizravna, na primjer komunikacija putem ekstraneta i interneta, tiskovina koje se dostavljaju zainteresiranima, financijska i nefinancijska izvješća, promotivni materijali i oglasi.

Komunikacija je ugrađena i u norme i u propise. Komunikacija s potrošačima u više je propisa, a odvija se putem znakova na proizvodima i ambalaži, deklaracija uz proizvod, izjava o okolišu, uputa o rukovanju i tako dalje. Proizvođač pruža potrebne informacije o proizvodima potrošačima i svima uključenim u životni ciklus proizvoda kako bi se izbjegli mogući nesporazumi i ne bi ugrozilo zdravlje potrošača i njegova sigurnost, izbjegle štete u okolišu, gubitak ugleda poduzeća i slično.

Jedan je od važnih propisanih načina neizravne komunikacije komunikacija s tijelima javne vlasti i državnim agencijama putem propisanih obrazaca kojima se dostavljaju propisane informacije.

Komunikacija, osim što je informiranje dionika, vrlo je često i njihova edukacija. Ona mora biti razumljiva, sažeta, činjenično utemeljena, cjelovita, istinita, točna, pravodobna itd.

Primjer K-2: Javna rasprava o studiji procjene utjecaja na okoliš

Jedan od primjera propisane izravne komunikacije predstavnika gospodarstva s dionicima javna je rasprava o studiji procjene utjecaja na okoliš nekog objekta ili pogona koje se namjerava izgraditi.

Javna je rasprava obvezna prema Uredbi o procjeni utjecaja zahvata na okoliš. U studiji procjene može se razmatrati gradnja ceste, odlagališta otpada, proizvodnog pogona, igrališta za golf, morskoga uzgajališta, ali i uvođenje novoga goriva kao energenta. Za svaku se studiju osniva povjerenstvo koje ocjenjuje je li ona cjelovita i stručno opremljena. Ako jest, studija se daje na uvid javnosti i provodi se javna rasprava. Obavijesti o javnoj raspravi dostupne su na više načina, a uz ostalo i na stranicama Ministarstva zaštite okoliše i prirode www.mzoip.hr. Ministarstvo poziva javnost da sudjeluje u raspravi o studijama koje su trenutno na javnome uvidu. Javni uvid i javna rasprava za poduzeće su važan dio procesa ishođenja dozvola za provedbu zahvata, što je istodobno preduvjet dobivanja društvene dozvole za rad. U Republici Hrvatskoj poznati su slučajevi da je studija procjene utjecaja na okoliš propisani postupak, a da zahvat ne dobije društvenu dozvolu za rad.

Poslije provedene javne rasprave obrađuju se prikupljena mišljenja, primjedbe i prijedlozi predstavnika zainteresirane javnosti. Nositelj zahvata (na primjer proizvođač) priprema i podastire konačne mjere zaštite okoliša i program praćenja stanja okoliša vezano za zahvat.

Indeks DOP-a: Pitanja 3.B.3, 3.B.4, 3.E.1, 3.E.2, 4.D.2, 5.B.3

GRI: 3.4, 4.4, 4.14, 4.16, 4.17

GC: nema posebnih zahtjeva

Konkurencija

engl. competitiveness/ njem. die Wettbewerbsfähigkeit / fr. compétitivité / tal. concorrenza

Konkurencija je odnos dvaju proizvođača na tržištu koji se bore za istoga kupca istim ili sličnim proizvodom ili za istoga dobavljača. Onaj koji u tom odnosu bude uspješniji ostvaruje prednost i opstaje na tržištu, a manje uspješan.

Vidi: konkurentna prednost

Indeks DOP-a: Pitanja 5.D.1, 5.D.2, 5.D.4

GRI: SO7

GC: nema posebnih zahtjeva

Konkurentna prednost

engl. competitive advantage / njem. der Wettbewerbsvorteil / fr. avantage concurrentiel / tal. vantaggio competitivo

Najkraće rečeno, konkurentna je prednost superiornost koju poduzeće ima u usporedbi sa svojim konkurentima. Prema Michaelu Porteru postoje tri strategije pozivanja konkurentne prednosti.

- Strategija troškovnog vodstva: konkurentna se prednost ostvaruje tako da poduzeće može proizvesti isti proizvod ili uslugu, ali uz niže troškove nego konkurenti pa isti proizvod mogu ponuditi kupcima po nižoj cijeni. Ova se strategija može provesti usmjeravajući se na neke elemente održivosti i društveno odgovornog poslovanja. Američki trgovački lanac Wal Mart zahtijevao je od proizvođača vode da naprave kvadratne boce kako bi se bolje iskoristio prostor u skladištu, a smanjili troškovi prijevoza jer se prostor prijevoznog sredstva može popuniti većom količinom proizvoda.
- Strategija razlikovanja: konkurentna se prednost ostvaruje tako da je poduzeće jedinstveno u svojoj djelatnosti po određenim značajkama za koje su potrošači spremni platiti premiju. The Body Shop bazirao je cijeli poslovni koncept upravo na toj strategiji.
- Strategija usmjerenja: prednost se postiže usmjerenjem poduzeća na uske dijelove tržišta (tržišne niše) koje može opslužiti bolje od svojih konkurenata postizanjem troškovnog vodstva ili razlikovanjem. Dobar je primjer Toyota u fazi razvoja modela Prius.

Kako bi ostvarila konkurentnu prednost, poduzeća stalno moraju prepoznati i smanjivati jaz između onoga što javnost od njih očekuje i onoga što stvarno pružaju. Pretpostavka da društveno odgovorno poduzeće može postići održivu konkurentnu prednost može se činiti suprotnom logici (jer postupci poduzeća stvaraju javna dobra, a troškovi su privatni), no održiva konkurentna prednost može nastati iz dvaju razloga:

1. društveno odgovorno poslovanje može smanjiti rizik bojkota potrošača, rizik ne-poštivanja propisa i pomoći pri zadržavanju društvene dozvole za rad
2. može povećati operativnu učinkovitost. Bolja ekodjelotvornost (gospodarenje vodom, energijom i otpadom) može smanjiti troškove.

Indeks DOP-a: Pitanja 5.D.1, 5.D.2, 5.D.4

GRI: SO7

GC: nema posebnih zahtjeva

Konzumerizam

engl. consumerism / njem. der Konsumerismus/ fra. consumérisme/ tal. consumismo

Konzumerizam je skup vjerovanja i vrijednosti te ponašanja koja iznimno visoko na ljestvicu onoga što je najvažnije stavljaju posjedovanje materijalnih dobara (www.potrosac.hr) Konzumerizam je društveno i ekonomsko razmišljanje/vjerovanje koje se temelji na sustavnu stvaranju i jačanju želje za kupnjom robe ili usluga u sve većim količinama. Izraz konzumerizam prvi je put upotrijebljen 1915. kao "zastupanje prava i interesa potrošača" (Oxford English Dictionary), a danas označava "naglasak na zaokupljenost stjecanjem robe široke potrošnje", pa se u tom značenju upotrebljava od 1960. godine.

Kad se govori o konzumerizmu, teško je izbjeći pojam kapitalizma iz kojeg je taj pojam zapravo i nastao. Uz pozitivne posljedice konzumerizma kao što su ekonomski razvitak i poboljšanje životnog standarda postoje i negativne koje se često zataškavaju. Zagađenje okoliša, prekomjerna potrošnja prirodnih resursa, otuđenje, narušavanje ljudskih prava i duhovno propadanje tek su neke od tih negativnih posljedica. Jedini način da se spriječe te negativne pojave informiranje je i obrazovanje javnosti te borba protiv iracionalna ponašanja i prekomjerne potrošnje.

Korporacijska kultura

engl. corporate culture / njem. die Unternehmenskultur / fr. culture d'entreprise / tal. cultura d'azienda

Vidi: organizacijska kultura

Korporativno upravljanje

engl. corporate governance / njem. die Unternehmensführung / fr. gestion d'entreprise / tal. gestione d'azienda

Korporativno upravljanje (poslovno upravljanje) označava okvir za vođenje poslova i nadzor u poduzeću (trgovačkom društvu) radi stvaranja dugoročne ekonomske vrijednosti za sve dionike. Temelji se na zaštiti prava i jednaku odnosu prema svim dionicima, transparentnosti poslovanja i odgovornosti, pravodobnu i objektivnu informiranju o aktivnostima poduzeća i ostvarenim rezultatima te sustavima kon-

trole. Načela korporacijskog upravljanja poduzećima obično su određena poslovnim kodeksom. Tim se načelima:

- unapređuje transparentnost poslovanja i osigurava odgovornost prema svim dionicima (dioničari, menadžment, uprava, zaposlenici, kupci, kreditori, dobavljači, regulatorna tijela te cijela zajednica)
- definiraju prava i odnosi uprave, nadzornoga odbora i dioničara
- osiguravaju jednaka prava za sve dioničare (posebna pažnja se posvećuje zaštiti prava manjinskih dioničara i njihovog prava povrata vrijednosti na ulaganje)
- definira okvir za postavljanje ciljeva poduzeća i određivanje sredstava za postizanje tih ciljeva kao i praćenje izvedbe i djelotvornosti
- osigurava da poduzeće poštuje prihvaćene etičke standarde i najbolju praksu te zakonske odredbe.

Istraživanja ukazuju kako postoji povezanost između kvalitete sustava korporativnog upravljanja i izvedbe poduzeća mjereno financijskim pokazateljima, stopom inoviranja, tržišnim udjelom, vremenom izlaska na tržište novih proizvoda, zadovoljstva zaposlenika i kupaca, itd.

Indeks DOP-a: Pitanja 2.7, 5.C.1, 5.C.2

GRI: 4.1 do 4.3, 4.9

GC: nema posebnih zahtjeva

Korporativna pripadnost

engl. corporate citizenship / njem. die Unternehmensmitgliedschaft / fr. responsabilité sociétale de l'entreprise / tal. cittadinanza aziendale

Ovaj se termin često upotrebljava kao sinonim za društvenu odgovornost poduzeća, posebno u SAD-u. Korporativna je pripadnost koncept koji promatra poduzeća kao članove društva koji imaju određena prava, odgovornosti i dužnosti (kao i svaki drugi građanin). Termin preveden doslovno na hrvatski jezik kao korporativno državljanstvo nema jednak smisao kao na engleskom jeziku. Dodatan je problem to što sam termin nije konzistentan jer poslovne organizacije nemaju ista prava kao građani, na primjer one ne mogu glasovati niti imaju slobodu govora. Šezdesetih i sedamdesetih godina 20. st. korporativna filantropija doživljavala se kao sinonim za korporativnu pripadnost (državljanstvo) jer termin dolazi iz SAD-a. Ondje su poduzeća i bogati pojedinci alocirali, uglavnom preko svojih zaklada, određeni postotak svojeg neoporezovanog profita za društveno važne projekte. Danas se na pripadnost gleda u širem smislu putem utjecaja poduzeća na društvo, odnosno djelovanja poduzeća na širi kontekst i njegovu odgovornost za boljitak. Sam termin korporativna pripadnost nema isto značenje za sve i u svakom kontekstu.

Korporativna se pripadnost proučavala zbog rasta veličine i moći poduzeća u drugoj polovici 20. stoljeća te je utjecaj poduzeća na društvo time postao značajniji. Na to upozorava i podatak da je 2001. godine prvi put procijenjeno kako je od 100 najvećih ekonomskih entiteta u svijetu bilo više od 50% korporacija. Godine 2008. taj je postotak narastao na oko 70%, a zbog ekonomske je krize pao. Velika je moć donijela potrebu da korporacije postanu svjesne svog utjecaja na društvo

i u skladu s time prigrle holistički način promatranja svog utjecaja na različite skupine dionika te time postanu dio stvaranja boljeg svijeta maksimalizirajući pozitivne, a minimizirajući negativne utjecaje na društvo. Na povećanje interesa svakako su bitno utjecali globalizacijski fenomen i ideja socijalne države. S druge strane, deregulacijski procesi uza smanjenje troškova zbog stalnih tehnoloških inovacija prouzročili su današnje stanje u kojem neka poduzeća imaju sve veću ekonomsku i socijalnu moć.

Korupcija

engl. corruption / njem. die Korruption / fr. corruption / tal. corruzione

Korupcija je štetna društvena pojava koja narušava temeljne društvene vrijednosti. Kao predmet pravnih, socioloških, političkih i filozofskih rasprava prisutna je u cijeloj povijesti. Zauzima mnogobrojne oblike s različitim sudionicima, okolinom, ulozima, tehnikama i različitim oblicima kulturne prihvatljivosti.

Unatoč brojnim stručnim člancima i konvencijama o korupciji, još ne postoji njezina globalno prihvaćena jedinstvena definicija. Tako Transparency International (www.transparency.org) definira korupciju kao zlouporabu povjerenih ovlasti za privatnu korist, a slično tome Svjetska banka smatra je zlouporabom javnih ovlasti za privatnu korist.

Korupcija je devijantno ponašanje djelatnika javne uprave (izabranih ili imenovanih) koje nije u skladu s njihovim zadacima po službenoj dužnosti, a primjenjuje se radi stjecanja privatnoga bogatstva ili statusa pojedinca, uže obitelji ili povezane skupine ljudi. Stoga možemo zaključiti kako je korupcija u najširem smislu svaki oblik zloupotrebe ovlasti i/ili položaja radi osobne ili skupne koristi, bilo da je riječ o javnom ili privatnom sektoru. Koruptivno je djelovanje svjesno zanemarivanje općeg interesa radi pribavljanja materijalne ili nematerijalne koristi za pojedinca ili interesnu skupinu, neovisno o tome je li riječ o materijalnom davanju ili primanju. To je svaki čin kojim se, suprotno javnom interesu, nedvojbeno krše moral i pravne norme te povređuju temelji vladavine prava.

Korupcija je prepoznata kao jedan od najvećih svjetskih izazova. Među najvećim je preprekama održivom razvoju jer ima nerazmjern učinak na siromašno stanovništvo i nagrizava samo tkivo društva. Učinak je korupcije na privatni sektor također znatan: ona sputava gospodarski rast, narušava tržišno natjecanje i nosi ozbiljne rizike u vezi sa zakonitošću i ugledom. Korupcija je također vrlo skupa kad je riječ o poslovanju. Zbog dodatnog financijskog opterećenja koje donosi, troškovi poslovanja u mnogim zemljama povećavaju se 10% ili više.

Korumpiranom se osobom smatra svaka službena ili odgovorna osoba koja radi osobne koristi ili koristi skupine kojoj pripada zanemari opći interes koji je dužna štiti s obzirom na zakone, položaj i ovlasti koje su joj povjerene. Korumpiranim se smatra i građanin koji nudi ili pristaje na davanje zatražena mita kako bi korumpirana osoba činjenjem, nečinjenjem ili propuštanjem činjenja pomogla u ostvarivanju koristi za pojedine osobe ili skupine. Pojavljuje se u gotovo svim područjima života i djelovanja, u javnim je institucijama, privatnom sektoru, u politici, u medijima, u gospodarstvu, ali i u civilnom sektoru.

Svi oblici korupcije i koruptivnog ponašanja poput obmane, mita, utaje, pronevjere i/ili nepotizma nanose štetu pravnom sustavu nekog društva te krše demokratska i ljudska prava, a u poslovnom svijetu mogu posve uništiti poduzeće. Upravo se zbog toga vlade diljem svijeta različitim strategijama i sankcijama pokušavaju boriti protiv te društvene pojave. Kulturne razlike uvelike utječu na percepciju o korupciji pa svijest o njoj u mnogo čemu ovisi o običajima i poslovnoj praksi na pojedinom području. Tako u različitim kulturama postoji i različit odnos prema korupciji, a u nekim je državama ona toliko rasprostranjena da se smatra posve normalnim, uobičajenim, a katkad i prihvatljivim načinom života i poslovanja; u nekim drugim državama ona je krajnje neprihvatljiv oblik ponašanja.

Od 1995. godine međunarodna neprofitna organizacija Transparency International objavljuje godišnji *Indeks percepcije korupcije* i rangira zemlje u svijetu s obzirom na razinu percepcije građana o postojanju korupcije među javnim djelatnicima i političarima.

Dana 24. lipnja 2004. godine, tijekom Sastanka na vrhu vođa zemalja potpisnica UN-ova Svjetskoga sporazuma (Global Compact), objavljeno je da Svjetski sporazum odsad obuhvaća novo, deseto načelo koje se bavi suzbijanjem korupcije. Ono je prihvaćeno poslije opsežnih savjetovanja, a svi su se sudionici oglasili snažnim izrazima podrške, odašiljući cijelomu svijetu jasnu poruku da privatni sektor dijeli odgovornost za iskorjenjivanje korupcije. Zbog problema korupcije i njezina utjecaja na gospodarstvo dodaje se i noviji naziv institucionalna politička korupcija, što znači da se sustav vladanja i sustav donošenja političkih odluka različitih razina temelje na međusobnim uslugama, ovisnostima i načelu osobne i stranačke lojalnosti, a ne na načelu poštovanja zakona ili načelu jasnih kriterija za poželjno i nepoželjno političko ponašanje.

Prigodan datum: 9. prosinca, Međunarodni dan borbe protiv korupcije

Vidi: Transparency International, Indeks percepcije korupcije, Global Compact

Indeks DOP-a: Pitanje 5.C.2

GRI: SO2, SO3, SO4

GC: Načelo 10

Krađa

engl. fraud / njem. der Betrug / fr. fraude / tal. frode

Krađa je neovlašteno, protuzakonito i nemoralno uzimanje nečega što pripada drugome. Pravila ponašanja mnogih poduzeća navode krađu kao nemoralan i kažnjiv čin s mogućnošću gubitka posla .

Kupac

engl. customer / njem. der Kunde / fr. client / tal. cliente

Norma ISO 26000 definira kupca kao organizaciju ili pojedinačnoga pripadnika šire javnosti koji kupuje imovinu, proizvode ili usluge u poslovne, privatne ili javne namjene/svrhe.

Razlika između kupca i potrošača može se objasniti na primjeru poslodavca i zaposlenika. Poslodavac odlučuje o kupnji nečega (na primjer uredskog namještaja ili računalne opreme, uslugama čišćenja ili opskrbi hranom), a zaposlenici su potrošači, oni koji rabe kupljene proizvode ili su korisnici usluga. U oglašavanju i reklamnim kampanjama uglavnom se cilja na potrošače.

Vidi: potrošač

Indeks DOP-a: Pitanja 5.B.1, 5.B.5, 5.B.6

GRI: PR5

GC: nema posebnih zahtjeva

Kvaliteta

engl. quality / njem. die Qualität / fr. qualité / tal. qualità

Norma HRN EN ISO 9000 definira kvalitetu kao stupanj u kojemu skup svojstvenih značajka ispunjava zahtjeve.

Kvaliteta nečega (proizvoda, usluge) može biti određena uspoređivanjem skupa svojstvenih značajki sa skupom svojstvenih zahtjeva. Ako te svojstvene značajke ispunjavaju sve zahtjeve, postiže se visoka ili izvrsna kvaliteta. Ako one ne ispunjavaju sve zahtjeve, govori se o slaboj, lošoj, niskoj kvaliteti.

Kvaliteta je, dakle, pitanje stupnja sukladnosti i zato je njezino ključno pitanje koliko je skup svojstvenih značajki u skladu sa skupom svojstvenih zahtjeva.

Prema tome, kvaliteta je relativan koncept i ne može biti u zrakopraznom prostoru, nego je uvijek povezana sa skupom zahtjeva.

Na temelju različitih zahtjeva nastalo je složeno tumačenje kvalitete proizvoda i usluga: "Kvalitetan je samo onaj proizvod koji uz minimalne troškove u cijelom životnom ciklusu maksimalno pridonosi zdravlju i sreći svih ljudi uključenih u njegovu proizvodnju, raspodjelu, korištenje, održavanje i recikliranje; sve to uz minimalni utrošak energije i drugih resursa, te uz prihvatljivi utjecaj na okoliš i društvo."

Primjer K-3: Hrvatska kvaliteta

Na međunarodnoj razini nije uobičajeno označavanje proizvoda posebnim znakovima kvalitete, naprimjer njemačka kvaliteta, talijanska kvaliteta, japanska kvaliteta i sl. Hrvatska gospodarska komora (www.hgk.hr) pokrenula je projekt dodjele znaka Hrvatska kvaliteta, koji je kupcu jamstvo da je riječ o proizvodima i uslugama koji su jamačno sam vrh svjetske ponude u svojoj klasi. Vizualnim označavanjem kvalitetnih hrvatskih proizvoda i usluga Hrvatska gospodarska komora želi uspostaviti vizualni kod na hrvatskome i svjetskome tržištu vrhunskih hrvatskih proizvoda i usluga te time pomoći hrvatskim tvrtkama da njihovi proizvodi i usluge budu prepoznatljiviji na tržištu. Zanimljivo je da znak Hrvatska kvaliteta dobivaju i proizvodi koji su proizvedeni gotovo 100%



Slika K-4: Znak Hrvatska kvaliteta

od uvoznih sirovina. Bilo bi dobro analizirati koliko znak Hrvatska kvaliteta utječe na kupca / potrošača da kupi proizvod s tim znakom (slika K-4).

Prigodan datum: drugi četvrtak u listopadu: Svjetski dan kvalitete Europski tjedan kvalitete: drugi tjedan u listopadu

Kyotski protokol

eng. Kyoto protocol / njem. das Kyoto-Protokoll / fr. protocole de Kyoto / tal. protocollo di Kyoto

Prije više od desetljeća većina zemalja prihvatila je međunarodni sporazum "Okvirna konvencija UN-a o klimatskim promjenama" (UNFCCC) kako bi zajednički započeli razmatrati mogućnosti smanjenja globalnog zagrijavanja i mogućnosti prilagodbe s porastom temperature koji je neizbježan. Poslije su pojedine zemlje ratificirale kao dodatak sporazumu i Kyotski protokol koji ima moćnije (i pravno obvezujuće) mjere. Sekretarijat UNFCCC-a podržava sve institucije koje sudjeluju u procesu klimatskih promjena, posebno Konferencije stranaka (COP), tijela podrške i njihov Ured.

Kyotski protokol međunarodni je sporazum povezan s UNFCCC-om. Glavno mu je obilježje postavljanje obvezujućih ciljeva za 37 zemalja i Europsku uniju za smanjenje stakleničkih plinova. Te su obveze u prosjeku pet posto sniženja ispuštanja prema razini u 1990. u pet godina, od 2008. do 2012. Prepoznavši da su razvijene zemlje odgovorne za trenutačno visoka ispuštanja stakleničkih plinova u atmosferu, što je posljedica više od 150 godina industrijske aktivnosti, Protokol je velik izazov za razvijene zemlje prema načelu "jednakih, ali diferenciranih odgovornosti". Kyotski je protokol prilagođen u Kyotu 11. prosinca 1997., a vrijedi od 16. veljače 2005. Dosad su ga ratificirale 184 članice Konvencije. Detaljna pravila o provedbi Protokola prihvaćena su na COP-u 7 u Marrakeshu 2001. godine i zovu se Marakeški sporazum.

U Kyotu su se 1997. godine industrijske države obvezale smanjiti ispuštanja iz elektrana, industrije, prometa, poljoprivrede te zbrinuti otpad najmanje 5% do 2012. i povećati površine pod šumama koje vežu ugljikov dioksid. Neke su države preuzele veće obveze (npr. Njemačka), neke manje, neke otkupljuju dodatno licencije drugih zemalja (emission trading) čije su emisije ispod granica koje su im postavljene (assigned amount), a neke odugovlače s potpisivanjem i time preuzimanjem obveza. U Buenos Airesu i Bonnu (1999.) potvrđen je Radni program Kyota sa 138 točaka, a koji je trebao biti prihvaćen i ratificiran do 2002.

Danas se već uvelike pregovara o razdoblju poslije Kyota, odnosno o pravilima smanjenja ispuštanja i preuzimanja troškova za to, što će stupiti na snagu kad istekne Kyotski protokol potkraj 2012. godine. Za Hrvatsku je jasno da će kao buduća članica Europske unije morati preuzeti direktive EU koje definiraju raspodjelu kvota i način trgovanja emisijama. Već sada znamo da će EU bez obzira na postizanje globalnog dogovora uvesti stroge mjere smanjenja emisija pa se hrvatsko gospodarstvo mora što prije pripremiti za te nove uvjete poslovanja.

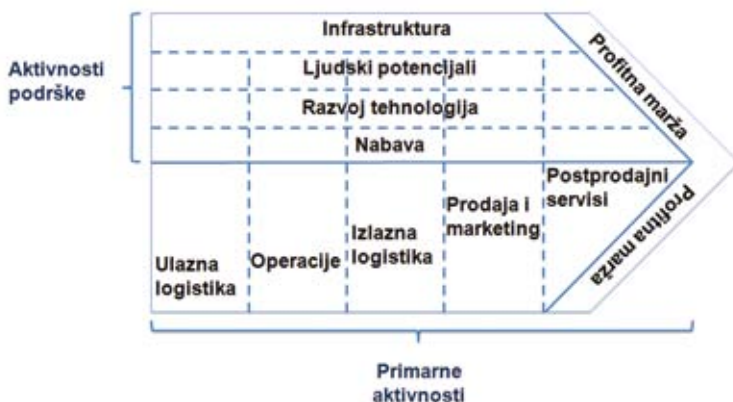
1

Lanac vrijednosti

engl. value chain / njem. die Wertschöpfungskette / fr. chaîne de valeurs/ tal. catena del valore

Prikazuje ukupnu vrijednost koja se po pojedinim fazama stvara od sirovine do krajnjega potrošača, a pritom kroz proces recikliranja zadnja faza postaje prvom fazom istog tog procesa. Koncept se temelji na knjizi Michaela Portera "Konkurent-ska prednost: stvaranje i održavanje superiorne izvedbe" iz 1985. godine.

Lanac vrijednosti niz je međusobno povezanih aktivnosti koje dodajući vrijednost sudjeluju u preobrazbi ulaznih vrijednosti u izlazne te u konačnici omogućuju postizanje konkurent-ske prednosti. Prema Porteru, generički lanac vrijednosti poduzeća sastoji se od primarnih aktivnosti i aktivnosti podrške (slika L-1).



Slika L-1: Lanac vrijednosti Michaela Portera

Norma ISO 26000 tumači društveno odgovorno poslovanje kao izlazak poduzeća iz okvira vlastita poslovnog procesa jer će ga dionici smatrati odgovornim ne samo za svoje postupke nego i za postupke dobavljača koji na bilo koji način sudjeluju u stvaranju finalnog dobra ili usluge. Lanac vrijednosti niz je međusobno povezanih poduzeća koja rade zajedno kako bi zadovoljili potrebe tržišta. Pristupi upravljanju lancem vrijednosti mogu varirati intenzitetom od manje izravnih do ugovorenih obveza sudionika lanca vrijednosti.

Lanac vrijednosti dijelovi su aktivnosti ili sudionici koji dodaju ili prihvaćaju vrijednost u obliku proizvoda ili usluge.

Sudionici koji dodaju vrijednost uključuju dobavljače, izdvojene radnike, ugovorne strane i druge. Sudionici koji prihvaćaju vrijednost uključuju kupce, potrošače, klijente, članove i ostale korisnike.

Vidi: novostvorena vrijednost

Lobiranje

engl. lobbying / njem. das Lobbying / fr. lobbying / tal. lobbying)

Lobiranje je legitimno demokratsko nastojanje pojedinaca, interesnih skupina ili vlada da sami ili udruženi u strateške koalicije utječu na oblikovanje ili provedbu određenih javnih politika u državnim ili međudržavnim okvirima kako bi ostvarili željene rezultate. Ono je najčešće proces u kojem profesionalci putem svojih mreža odnosa pokušavaju utjecati na zakonodavstvo, administraciju i druge oblike centra moći i odlučivanja.

Vidi: dionici

Indeks DOP-a: Pitanje: 6.B.2

GRI: nema posebnih zahtjeva

GC: nema posebnih zahtjeva

Lokacija

engl. site / njem. der Standort / fr. site / tal. luogo

Prema ISO 14015, lokacija je zemljopisno omeđen prostor na kojem se mogu odvijati aktivnosti pod nadzorom nekoga poduzeća. U normama i propisima potrebno je odrediti područje utjecaja nekog poduzeća, a to je za neke aspekte okoliša teško, na primjer za neugodne mirise, buku itd.

Zemljopisne granice mogu biti na tlu i vodi, uključujući nadzemnu i podzemnu infrastrukturu, i to prirodnu i onu koju je stvorio čovjek.

Vidi: dubinska analiza okoliša, utjecaj poduzeća

Lokalna zajednica

engl. the local community / njem. die lokale Gemeinschaft / fr. communauté locale / tal. comunità locale

Vidi: zajednica

Lokalni ekonomski razvoj

engl. local economic development / njem. die Entwicklung der lokalen Wirtschaft/ fr. développement économique local / tal. sviluppo economico locale

Proces osnaživanja lokalnih kapaciteta za poticajnu ekonomsku budućnost, održivi ekonomski razvoj i buduće zapošljavanje te samim time bolji život za sve, koji se temelji na tripartitnom partnerstvu između lokalnog gospodarstva, javne uprave i organizacija civilnog društva. Zasniva se na poticanju konkurentnosti lokalnog gospodarstva i gospodarskog rasta povoljnim poslovnim modelima, povoljnoj investicijskoj klimi, razvoju lokalne infrastrukture, neovisnom i brzom sudstvu, planiranju



okoliša te održivom financiranju. Zasniva se na stalnom razvoju lokalne zajednice i svih njenih dionika a to obuhvaća:

- osiguranje poticajne investicijske klime koja je u službi razvoja lokalnog gospodarstva
- stalno rušenje administrativnih barijera za razvoj i rast
- pomoć u osnivanju i vođenju malih i srednjih poduzeća
- neovisno i brzo sudstvo
- investicije u mekanu infrastrukturu (obrazovne ustanove, razvoj zaposlenika, poticanje aktivne uloge lokalne zajednice, regulatorni okvir,...)
- investicije u infrastrukturu (energetska postrojenja, ceste,...)
- poticanje razvoja ciljanih poslovnih klastera
- poticanje ravnopravnosti i smanjivanje jaza između različitih društvenih grupa
- javno-privatna partnerstva koja su u funkciji ostvarivanja strategije lokalnog razvoja
- proces decentralizacije i aktivno učešće lokalnog stanovništva u kreiranju politika.

111

Ljudska prava

engl. human rights / njem. die Menschenrechte / fr. droits de l'homme / tal. diritti umani

Ljudska prava navedena su u Općoj deklaraciji o ljudskim pravima, dokumentu Ujedinjenih naroda koji je prihvatila i objavila Generalna skupština Ujedinjenih naroda 10. prosinca 1948. godine kao zajednički standard za sve ljude. Deklaracija poziva svakog pojedinca i svaki dio društva da u skladu s Deklaracijom neprestano podučava i promiče poštovanje tih prava i sloboda; naprednim mjerama, državnim i međunarodnim, osigura njihovo opće i učinkovito prepoznavanje i razmatranje među ljudima država članica UN-a, kao i među ljudima na teritoriju pod njihovom nadležnosti. Deklaracija sadržava 30 članaka koji promiču prava kao što su pravo na rad, pravo osnivanja sindikata i pridruživanja njima, pravo na rad u poštenim i sigurnim uvjetima, pravo na odabir posla i karijere, pravo na odgovarajuću naknadu dovoljnu za pristojan standard življenja i pravo na socijalnu zaštitu (Amnesty International Hrvatska).

Prigodan datum: 10. prosinca, Međunarodni dan ljudskih prava

Primjer Lj-1: HOLCIM d.d. - natječaj za donacije 2011. godine

Predmet natječaja: Projekti čije djelovanje potiče zaštitu ljudskih prava

Budući da je ovo rijedak primjer natječaja o temi ljudskih prava, tekst pozivnog natječaja prenesen je gotovo u cijelosti.

O ljudskim pravima znamo sve. Ili se sve zna. Nije isto. Međutim, važnije je znati – koliko živimo ljudska prava?

Golem je broj nezaposlenih u Hrvatskoj. Golem je broj onih koji su zaposleni, rade ili barem dolaze na posao, ali ne primaju plaću. Ti ljudi, sa svojim obiteljima, žive svakodnevno svoju dramu prepunu neizvjesnosti, nesigurnosti i straha. Netko se ružno poigrava njihovim pravima. Netko na ružan način odlučuje o njihovoj budućnosti.

Svakom od nas pojedinačno ne smiju biti strane ove činjenice. Svatko od nas ima dužnost, građansku i ljudsku, zaštititi ljudska prava. Svatko od nas vrijedan je odnosa dostojnog čovjeka. Mi to prepoznamo i želimo dati svoj doprinos.

Holcim posluje na svih pet kontinenata, u više od sedamdeset zemalja svijeta. Mi smo sredina prepuna različitosti koje nas oplemenjuju i čine boljima. Upravo stoga i smijemo reći kako gradimo temelje za buduće generacije.

Mi u Hrvatskoj prepoznamo svoju odgovornost i svoju ulogu, svjesni svojeg znanja i vještina. Mi želimo pokrenuti razvoj svijesti i sudjelovati s ostalim dionicima, u stvaranju javnih politika koje će svakodnevno štiti ljudska prava.

Koje smo probleme uočili?

Ponajprije, građani Republike Hrvatske nemaju potrebne kapacitete kojima mogu zaštititi svoja prava. Možda postoji pravo na dostupnost informacije, možda i postoje informacije, pitanje je – mogu li ih ljudi razumjeti? Ljudi bi možda i pokušali boriti se za svoja prava, ali zbog osjećaja da su nemoćni i da je sav njihov trud ionako uzaludan – odustaju, prepuštajući se odlukama koje donose... drugi... Uostalom,

zar to i nije njihov posao, pitat će netko. Ionako će biti po njihovu, dometnut će pritom. Pri čemu su drugi – institucije države.

Ali možda one ne rade svoj posao tvrdeći kako – nema kršenja ljudskih prava! Budući da... onaj tko radi, griješi – ipak je lakše podnijeti breme odgovornosti zbog neznanja, nego nerada!

Zato se obraćamo poglavito nevladinim udrugama koje trebaju biti zastupnici civilnog društva – krenimo zajedno u stvaranje okruženja u kojemu ljudska prava nisu ni ugrožena, a rijetki primjeri njihova narušavanja bivaju sustavno tretirani!

Tražimo aktivnosti koje su odmak od ustaljenih odnosa, koje je moguće jednostavno multiplicirati i univerzalno primijeniti neovisno o boji kože, religiji ili lokaciji.

Indeks DOP-a: Pitanje 3.C.6

GRI: HR1, HR9

GC: Načelo 1 i 2

Ljudski resursi

engl. human resources / njem. das Personalwesen / fr. ressources humaines / tal. risorse umane

Ljudski resursi nekog poduzeća svi su zaposlenici, ali i vanjski suradnici, koji utječu na poslovanje poduzeća i ostvarenje proizvoda ili usluge te dodavanje vrijednosti proizvodu i ugledu poduzeća. Ističe se da su zaposlenici najveća vrijednost i o njima ovisi uspjeh i vrijednost svakog poduzeća.

Srodan naziv: ljudski potencijali

Vidi: ergonomija, kompetencije

Indeks DOP-a: Pitanje: 2.7

GRI: HR1, HR9

GC: Načelo 1 i 2

M

Mala i srednja poduzeća

engl. small and medium sized enterprises (SMEs) / njem. kleine und mittlere Unternehmen (KMU) / fr. petites et moyennes entreprises (PME) / tal. piccole e medie imprese (PMI)

Veličina poduzeća u Hrvatskoj regulirana je Zakonom o računovodstvu. Poduzeća se prema kriterijima aktive, ukupnog prihoda i prosječnog broja zaposlenih (tablica M-1) razvrstavaju na:

- mala poduzeća
- srednja poduzeća
- velika poduzeća.

Tablica M -1: Kriteriji po kojima se razvrstavaju poduzeća prema Zakonu o računovodstvu

VELIČINA PODUZEĆA	KRITERIJI	IZNOS U KUNAMA
MALA PODUZEĆA (trebaju imati ispunjena dva od navedena tri kriterija)	Ukupna aktiva	manje od 32.500.000,00
	Ukupan prihod	manje od 65.000.000,00
	Broj zaposlenih	manje od 50
SREDNJA PODUZEĆA (trebaju imati ispunjena dva od navedena tri kriterija)	Ukupna aktiva	manje od 130.000.000,00
	Ukupan prihod	manje od 260.000.000,00
	Broj zaposlenih	manje od 250
VELIKA PODUZEĆA (trebaju premašiti barem dva kriterija za srednja poduzeća)		

Mala i srednja poduzeća najbrojniji su poslovni oblik i u razvijenim zemljama i u zemljama u razvoju pa je njihov udio često između 90-95% ukupnog broja poduzeća. Godine 2007. mala poduzeća u europskom gospodarstvu činila su 98,8 % od ukupnog broja poduzeća (92,3% mikro veličine koja imaju manje od 10 zaposlenika i 2 milijuna eura prihoda ili aktive). U SAD-u je slično. U Hrvatskoj su ona, prema podacima iz te godine, zapošljavala 33% svih zaposlenika i stvorila oko 30% BDP-a. Mala i srednja poduzeća obično vode pojedinci koji ih i posjeduju i upravljaju njima pa su integrirane vlasnička i menadžerska funkcija. U ovakvim poduzećima zaposlenici su jako važni dioničari i u tom smislu neformalni su odnosi ključni za uspjeh većine njih.

Obilježja društveno odgovornog poslovanja malih i srednjih poduzeća uvelike se razlikuju od društvene odgovornosti velikih poduzeća, koja je danas dominantna kad govorimo o društvenoj odgovornosti, što je i logično s aspekta vidljivosti utjecaja. Iako mala i srednja poduzeća sama po sebi čine raznoliku skupinu, zbog različitih regionalnih, pravnih i sektorskih utjecaja u vezi s njihovom ulogom u društvu,

mogu se prepoznati ključna obilježja koja nam pomažu u razumijevanju različite prirode malih poduzeća, u usporedbi s velikima.

- Uočljiv je manjak formaliziranih dokumenata: mala i srednja poduzeća najvjerojatnije nemaju toliko standardizirane odnose s različitim dionicima poput npr. nabavljača ili zaposlenika. Jednako tako nemaju ni standarde poslovanja povezane s društvenom odgovornošću te stoga ima poteškoća pri mjerenju i izvještavanju o društvenoj odgovornosti u njima. Zbog toga ona potencijalno mogu biti opasna za ugled u lancu stvaranja vrijednosti jer ih je teže kontrolirati.
- Ovdje je osobna motivacija za preuzimanje društveno odgovornih inicijativa naglašenija nego u velikim poduzećima u kojima je odgovornost poduzeća često povezana s određenim funkcijama poput marketinga, strategije ili odnosa s javnošću. Naime, mala i srednja poduzeća obično vode pojedinci koji su ujedno vlasnici i menadžeri organizacije te reaguju na društvene potrebe na osobnoj razini kroz prizmu vlastita sustava vrednota. Oni vrlo vjerojatno ne posjeduju dovoljno resursa kako bi se usmjerili isključivo na strateške dobitke ili na rješavanje problema s marketniške perspektive ili perspektive odnosa s javnošću, ali im je izuzetno važan osjećaj da rade nešto dobro.
- Zaposlenici su vrlo važni dionici u malim i srednjim poduzećima te je zbog izravne komunikacije s top-menadžmentom njihov utjecaj veći. Najvažnije je obilježje društvene odgovornosti malih i srednjih poduzeća odgovoriti na preferencije zaposlenika kod dobrotvornih potpora i davanja te usmjeriti trud na osiguranje kvalitete života zaposlenika, menadžmenta i vlasnika.
- Neformalne su veze presudne za uspjeh većine malih i srednjih poduzeća jer ona sebe identificiraju s područjem ili gradom iz kojih dolaze. Ovo je usko povezano s njihovim ugledom na lokalnoj razini na kojoj je utjecaj pojedinca mnogo vidljiviji i ostavlja trajan trag na zajednicu. Tako će društvena i pitanja povezana sa zaštitom okoliša biti lokalnog ili regionalnog obilježja. Također je često problem usko vezan uz potrebu za iskrenim djelovanjem i integritetom vlasnika / menadžera.
- Činjenica je da su mala i srednja poduzeća jako različita s aspekta svoje veličine, povijesti, sektora u kojem djeluju, vlasništva itd. Stoga su sklona nuditi različita, neuniformirana rješenja koja mogu pozitivno utjecati na društvo. Ovdje treba imati na umu kako su društveno odgovorna rješenja specifična i povezana s kontekstom kao i mala i srednja poduzeća.

Velik broj malih i srednjih poduzeća, ali i neka velika, zapravo su obiteljska poduzeća. To utječe na društvenu odgovornost zato što su obiteljski odnosi isprepleteni s poslovanjem poduzeća. Mala i srednja poduzeća često imaju nezasluzeno loš ugled s aspekta društveno odgovornog poslovanja i poslovne etike jer jednostavno nisu usredotočena na prenošenje svega dobrog što čine. Također, mogući uzrok nedostatka svijesti o društveno odgovornim pristupima malih i srednjih poduzeća jest preklapanje s obilježjima poduzetnika koji često gledaju na kratkoročno maksimiziranje profita.

Marka

engl. brand / njem. die Marke / fr. marque / tal. marca

Vidi: robna marka

Marketing sa svrhom

engl. cause-related marketing / njem. das zweckgebundene Marketing / fr. mercatique engagé / tal. marketing collegato ad una causa

Marketing sa svrhom kao dio strateškoga pristupa društveno odgovornog poslovanja opisan je kao aktivnost u kojoj poduzeće obećava kupcu da će dio sredstava od prodaje svakog proizvoda donirati u projekte od općeg ili humanitarnog značaja. Istraživanje je pokazalo da kupci i potrošači prije ocjene projekta marketinga sa svrhom žele znati jesu li motivi poduzeća iskreni ili neiskreni te će u pravilu prema tome ocijeniti i podržati projekt. Stoga je važno da je projekt marketinga sa svrhom dio strateškog DOP-a u vezi s poslovanjem poduzeća jer će ga potrošači nagraditi odanošću proizvodu, a taktički će marketing sa svrhom u pravilu proći nezapaženo. Da bi marketing sa svrhom bio dio strateškog DOP-a, potrebno je da poduzeće preuzme odgovornost za dobrobit najmanje triju dionika: potrošača, dioničara i jedne skupine dionika koja nije izravno vezana za poslovanje poduzeća. Usto, da bi se razvila lojalnost prema tržišnoj marki, marketing sa svrhom trebao bi biti dugotrajan.

Ovakvi se programi promocije stvaraju partnerstvima između organizacija profitnog i neprofitnog sektora kako bi se povećali prihodi, istaknuli određeni društveni problemi, povećao ugled partnera u društvu te prikupila sredstva. Kao izravna veza na novi strateški pristup marketingu integracijom društveno odgovornog poslovanja, sve brže raste tzv. marketing sa svrhom, koji uključuje promociju u kojoj dio vrijednosti cijene proizvoda poduzeće daruje neprofitnoj organizaciji za postizanje specifična društvenog cilja. Prema istraživanju PRWeek/Barkleya, dvije trećine robnih marki u SAD-u povezane su kroz marketing sa svrhom, što je važan porast sa 58%, koliko ih je bilo 2009. godine. Prema istom istraživanju, 97% marketinških direktora smatra kako je ovaj oblik promocije opravdao njihova očekivanja, pa će takav marketing nastaviti rasti.

U nekim je materijalima ovaj naziv preveden kao marketing opće dobrobiti iako marketing sa svrhom bolje opisuje o čemu je riječ jer se navodi svrha oglašavanja, na primjer prikupljanje sredstava za pomoć slijepoj djeci, kupnja nekog aparata, gradnja bunara u Africi, kupnja/pomoć zaštićenim vrstama i sl.

Primjer M-1: Podravka d.d. i UNICEF

Podravka d.d. u suradnji s UNICEF-om pokrenula je akciju kojom se kupnjom boce vode za piće Studena donira određena svota za UN-ov program za djecu, UNICEF. Ne znamo jesu li hrvatski potrošači prepoznali akciju i poklonili povjerenje Studenoj te je li to povjerenje u proizvod ostalo i poslije akcije, što je i temeljni smisao takvih i sličnih inicijativa.

Primjer M-2: UNICEF

Od svakog prodanog proizvoda s UNICEF-ovim znakom određeni se postotak izdava u humanitarne namjene. Neki strani nogometni klubovi nastupaju s otisnutim UNICEF-ovim znakom.

Indeks DOP-a: Pitanje 5.B.3

GRI: PR6, PR7

GC: nema posebnih zahtjeva

Marketinška etika

engl. marketing ethics / njem. die Marketing-Ethik / fr. éthique du marketing / tal. etica del marketing

Marketinška etika oblik je primijenjene etike koji se bavi moralnim principima koji rukovode aktivnosti i regulativu marketinga. Neka su područja marketinške etike etika oglašavanja i promocije, a ona se također preklapaju s etikom medija. Mogući okviri marketinške etike jesu:

- vrijednosti; analiziranje problema s aspekta vrijednosti koja se opisuje kao iskrenost, autonomnost, privatnost, transparentnost
- orijentacija na dionike, analiza etičkih problema s aspekta na koga utječe (potrošači, konkurencija, društvo u cjelini)
- proces, analiza etičkih problema s aspekta kategorija kojima se služe marketinški stručnjaci (istraživanje, cijena, promocija, pozicioniranje).

Suprotno važećem mišljenju, nije sam marketing štetan i nije sam okrenut isključivoj koristi organizacije koja ga primjenjuje. U marketingu, odnos proizvođač/potrošač ili kupac/prodavač može biti štetan ili kooperativan. Važno je da je omjer moći između tih skupina ravnomjerno raspoređen. Obično se polazi od toga da marketing šteti osobnoj autonomiji, konkurentima ili da manipulira društvenim vrijednostima.

Američka marketinška asocijacija navodi etičke norme koje treba poštovati u marketingu:

1. Ne činiti štetu svjesno izbjegavajući štetne aktivnosti i držeći se etičkih standarda.
2. Promicati izgradnju povjerenja u marketing transparentnošću i točnim informiranjem.
3. Prihvatiti etičke vrijednosti kao što su iskrenost, odgovornost, pravednost, poštovanje, transparentnost i sudjelovanje u razvoju društva i zajednice.

Ima poduzeća koja ne poštuju marketinšku etiku i time mogu ugroziti svoj ugled. Primjeri su oglašavanje proizvoda koje govori da proizvod ne utječe negativno na okoliš, ljudsko zdravlje i sigurnost iako se ne iznose cjelovite informacije (vidi: zeleno pranje).

U kozmetici oglašavanje proizvoda često prate slike koje ne odgovaraju stvarnosti (rezultat su računalne obrade) pa se takve reklame moraju povući.

Mediji

engl. media sector / njem. die Medien / fr. médias / tal. media

Mediji su posebno zanimljiv sektor s aspekta utjecaja na percepciju održivog razvoja. Snaga njihova utjecaja na percepciju vrijednosnih odrednica, širenje informacija i znanja o ključnim pitanjima održivog razvoja neupitna je. S druge strane, u današnjim korporativnim, *laissez-faire*, zapadnopoloslovno pokretanim medijima, prečesto se stvara percepcija da je privatni interes javno dobro, a javne rasprave o sustavu vrijednosti, kompetencijama socijalnih sudionika i provedbi principa održivog razvoja, ako i postoje, rijetko završavaju akcijom. Mediji su tradicionalno čuvar javnog interesa zbog svoje sposobnosti da kreiraju pitanja važna za društvo i kao institucija utječu na ono što građani smatraju važnim pitanjima.

Mediji utječu na to kako sami sebi dočaravamo pojedince, skupine, društva, vlade, kulture i sve druge fenomene o kojima primamo informacije. Bez kritičkih masovnih medija u koje javnost ima povjerenja nema ni prave demokracije. S druge strane, nezavisni izvori informacija omogućuju građanima da kritički raspravljaju o općem dobru i donose informirane odluke o teškim pitanjima s kojima se društvo suočava. Oni koji kreiraju masovne medije utječu na naše osobne, društvene, kulturalne norme i kvalitete. Debata o medijima i njihovoj ulozi u društvu vrlo je stara, no uvođenjem institucije instant vijesti, pojačava se brzina širenja vijesti, ali i problemi i pitanja u odnosu društva i medija. Istraživačko novinarstvo sve više nestaje s televizije, a zamijenjeno je studijskim uradcima. Naše društvo, želi li napredovati, mora riješiti ovaj problem. Jedino informativni, nezavisni, istraživački mediji koji otvaraju pitanja od ključne važnosti za razvoj društva, mogu biti izvor znanja potrebnih za pravilno odlučivanje. Društvo se mora othrvati privatnim interesima privatnih medija kako bi mediji postali ono što trebaju biti, a to je čimbenik koji donosi promjene u spektru vrijednosti, tema, različitih vanjskih mišljenja, sve kako bi se otvorili novi inovativni načini za kritičko promatranje društva. Današnje društvo ne razmišlja više o pitanjima općeg dobra. U visoko povezanom, umreženom globalnom društvu, privatizirani korporativni mediji ne rade ništa kako bi potaknuli promjenu smjera razmišljanja. Zato sve više nezavisni filmaši preuzimaju odgovornost da znanje i raspravu usmjere s površnih, trivijalnih vijesti koje lako zaokupljaju pozornost prema važnim i kritičkim razmišljanjima.

Među rastućim je trendovima upotreba dokumentarne filmske forme za otvaranje ključnih političko-društvenih pitanja. Primjer su dokumentarci *Fahrenheit 9/11*, *Su-persized me*, *Enron*, *An inconvenient truth* i drugi.

Međunarodna trgovinska komora - ICC

engl. International Chamber of Commerce

Međunarodna trgovinska komora (ICC) glas je vodećih gospodarskih subjekata u globalnoj ekonomiji koji predstavljaju snagu ekonomskog rasta, otvaranja radnih mjesta i stvaranja prosperiteta.

Međunarodna trgovinska komora objavila je 1991. godine Poslovnu povelju za održivi razvoj, koju su 1992. godine predstavnici Zelene akcije preveli na hrvatski jezik i poslali na adrese tridesetak većih poduzeća. U to vrijeme nije bilo odziva, samo je jedno poduzeće pokazalo zanimanje (Tvornica olovaka Zagreb – TOZ).

Više: www.iccwbo.org

Međunarodna organizacija za označavanje poštene trgovine

engl. Fairtrade Labelling Organizations International -FLO

Godine 1997. okupili su se zainteresirani dionici i dogovorili o osnivanju Međunarodne organizacije za označavanje poštene trgovine, kao krovne organizacije kojoj je poslanje postaviti standarde, osigurati podršku obespravljenim proizvođačima, provjeravati provedbu, certificirati i usklađivati poruke poštene trgovine. Inicijativa dopušta i distributerima i potrošačima da slijede dobavljački lanac do izvora sirovina te da potvrde da je proizvođač sirovine imao stvarnu dobrobit.

Zadaća je ove organizacije:

- uspostavljanje međunarodnih standarda za poštenu trgovinu
- pomaganje i razvijanje poslovanja poštene trgovine
- pomaganje proizvođačima da dobiju maksimalno iz mogućnosti koje nudi certifikacija poštene trgovine
- predstavljanje slučajeva u raspravama o trgovini i razvoju.

Ova je organizacija jedina organizacija na svijetu za uspostavljanje standarda poštene trgovine.

Vidi: slika P - 1

Međunarodne norme ponašanja

engl. international norms of behaviour / njem. die internationalen Verhaltensnormen / fr. normes internationales de comportement / tal. norme internazionali di comportamento

Međunarodne norme ponašanja očekivana su ponašanja društveno odgovornih organizacija koja su posljedica uobičajenih međunarodnih zakona i općeprihvaćenih načela međunarodnih zakona ili međudržavnih sporazuma koji su globalno ili gotovo globalno prihvaćeni. Iako su ova načela kao dio međunarodnih zakona ponajprije usmjerena na države, izražavaju ciljeve i načela kojih se trebaju pridržavati sve organizacije. Ove norme razvijaju se i mijenjaju tijekom vremena (Norma ISO 26000).

Međunarodni forum poslovnih vođa

engl. International Business Leaders Forum - IBLF

Međunarodni forum poslovnih vođa organizacija je koja radi s poslovnim i vladinim organizacijama te s civilnim društvom kako bi se osnažilo sudjelovanje poduzeća u održivom razvoju. Osnovao ju je Princ od Walesa kao nezavisnu, neprofitnu organizaciju koja trenutačno podržava više od 100 inicijativa širom svijeta. IBLF osigurava strateško savjetovanje poduzećima koje im omogućuje da razumiju i odgovore na izazove razvoja s kojima se svakodnevno suočavaju, posebno ako posluju u tranzicijskim ekonomijama. Od 1990. godine ta je organizacija radila u više od 90 zemalja. Njihov je rad pomogao očuvanju mnogih dugoročnih veza s lokalnim mrežama po svijetu od kojih su mnoge nastale ili osnažene upravo njezinim djelovanjem. IBLF je bio jedna od prvih organizacija koju su vodili poslovni ljudi, a koja je prepoznala kako u globalnoj ekonomiji društvena pitanja jesu zapravo poslovna pitanja i kako prijetnje siromaštvom, rastućom nejednakosti, degradacijom okoliša i korupcijom nije moguće riješiti bez sudjelovanja poslovnog svijeta.

IBLF je prepoznao ključnu ulogu poslovnog sektora u održivom razvoju.

Više: www.iblf.org

Indeks DOP-a: Pitanje 2.10

GRI: 4.13

GC: nema posebnih zahtjeva

Međusektorsko partnerstvo

engl. cross-sector partnership / njem. die übergreifende Zusammenarbeit / fr. partenariat intersectoriel / tal. partenariato intersettoriale

Međusektorsko partnerstvo označava partnerstvo dionika javnog, političkog, gospodarskog i civilnog društva, koji sklapaju strateški sporazum o suradnji međusobnim nadopunjavanjem resursa i transparentnim dijeljenjem koristi i rizika. Takva suradnja donosi veće prednosti nego jednostrane akcije bilo kojega od partnera samostalno. Takvo je partnerstvo posebno primjereno za rješavanje inače teško savladivih lokalnih, regionalnih i globalnih problema poput trajnog siromaštva, sukoba i nasilja, društvene isključenosti, javnog zdravstva, degradacije okoliša, slabog upravljanja i odgovornosti.

Mehanizam čistog razvoja

engl. clean development mechanism, CDM / njem. der Mechanismus für umweltverträgliche Entwicklung / fr. mécanisme de développement propre / tal. meccanismo di sviluppo pulito

Mehanizam čistog razvoja instrument je Kyotskog protokola za provedbu projektnih aktivnosti za smanjenje ili uklanjanje ispuštanja u državama koje nisu stranke Priloga I. UNFCCC-a. *Izvršni odbor mehanizma čistog razvoja* (CDM Executive

Board) operativno je tijelo Kyotskoga protokola što ga je ovlastila Konferencija stranaka koja služi kao sastanak stranaka Kyotskog protokola da provodi mehanizam čistog razvoja. *Projektna aktivnost* provedba je projekta mehanizma zajedničkih projekata, odnosno mehanizma čistog razvoja koji je odobrila jedna ili više stranaka Priloga I. UNFCCC-a. Na temelju ulaganja u projekte CDM mogu se ostvariti CER jedinice. *Ovjereno smanjenje emisije* (Certified emission reduction – CER) jedinica je izdana u skladu s člankom 12. Kyotskog protokola i odlukama koje su prihvaćene na temelju UNFCCC-a ili Kyotskog protokola i iznosi jednu tonu ekvivalenta ugljikovu dioksidu.

Menadžerska etika

engl. managerials ethics / njem. die Geschäftsführungsethik / fr. éthique managériale / tal. etica manageriale

Posrijedi je primjena etičkih principa i moralnih problema koji se pojavljuju unutar poslovnog konteksta i odnose se na osobu koja odlučuje, menadžera. Etičke vrijednosti društva primjenjuju se na sve aspekte djelovanja pojedinaca u poslovnom svijetu, a očituju se u odlukama menadžera koji uspostavlja standarde u odnosu prema onomu što je dobro ili loše, pravo ili krivo, pravedno ili nepravedno u vođenju ljudi i donošenju odluka.

U procesu donošenja odluka menadžer bi se morao zapitati:

1. Je li to o čemu odlučujem u skladu sa zakonom? Ako to napravim, hoću li prekršiti zakonski okvir ili politiku poduzeća?
2. Je li takva akcija poštena prema svima na koje će utjecati u kratkom i dugom roku? Promiče li ona odnos obostrana dobitka?
3. Kako ću se osjećati poslije toga? Hoću li zbog toga biti ponosan/ponosna? Kako bih se osjećao/osjećala da se moja odluka objavi u novinama? Što bih osjećao/osjećala kada bi za tu akciju doznala moja obitelj?

Vidi: etika

Mikrofinanciranje

engl. microfinancing / njem. die Mikrofinanzierung / fr. microfinancement / tal. microfinanziamento

Posrijedi je davanje različitih financijskih proizvoda (najčešće mikrokredita) socijalno ugroženim pojedincima kako bi se oni izbacili iz siromaštva poticanjem razvoja poduzetništva. Mikrofinanciranje je široka paleta financijskih proizvoda (kredita, pozajmica, štednih računa, osiguranja,...) namijenjena stanovništvu s nižim primanjima, odnosno stanovništvu kojem, zbog krutih zahtjeva financijskih institucija, nije omogućen pristup klasičnim uslugama jer je prevelik rizik za poslovanje.

Koncept se izuzetno razvio u posljednjih četrdesetak godina pošto je profesor Yunus iz Bangladeša posudio 27 američkih dolara siromašnoj ženi koja se bavila izradom namještaja od bambusa bez instrumenta osiguranja. Nakon nekog vremena ona mu je vratila novac i dodala još nešto kao zahvalu za povjerenje. Tako je nastala ideja da se siromašnima daju manji krediti bez posebnih sredstava osiguranja. Yunus je osnovao banku Grameen koja je do 2010. godine odobrila više od 10 milijardi dolara kredita, a 2006. godine dobio je Nobelovu nagradu za mir. Premda se u početku model temeljio na davanju kredita siromašnima, proširio se na niz drugih financijskih usluga za socijalno najugroženije. Klijenti su uglavnom obrtnici iz ruralnih dijelova koji nemaju bankovni račun te su često slabije naobrazbe.

U Hrvatskoj su u 2011. postojale tri organizacije koje su se bavile mikrofinanciranjem, a dvije od njih bile su u procesu likvidacije. Pozitivna strana mikro kredita jest što se oni daju onim osobama odnosno poduzetnicima koji se ne mogu zadužiti putem klasičnog kredita koji ima nižu kamatnu stopu i potencijalno veći odobreni iznos.

Mikrokreditiranje

engl. microlending / njem. die Mikrokreditierung / fr. microcrédit / tal. microprestito

Vidi: mikrofinanciranje

Milenijski razvojni ciljevi

engl. Millennium Development Goals -MDGs / njem. die Millenniums-Entwicklungsziele / fr. objectifs du Millénaire pour le développement / tal. Obiettivi di Sviluppo del Millennio

Generalna skupština Ujedinjenih naroda sastavila je 2000. godine Deklaraciju milenijskih razvojnih ciljeva (www.undp.org/mdg/index.shtml) koju su prihvatili svjetski vođe.

Milenijski razvojni ciljevi (www.un.org/millenniumgoals) daju okvir međunarodnoj zajednici za zajedničke napore i aktivnosti na ljudskom razvoju i napretku, dostupnom svim ljudima bez obzira na to gdje žive. Ako se postignu opći ciljevi, svjetsko će siromaštvo biti prepolovljeno, bit će spašeni deseci milijuna života, a milijarda ljudi moći će iskoristiti dobrobiti globalne ekonomije.

Osam općih Milenijskih razvojnih ciljeva podijeljeno je na 21 pojedinačni broježani cilj, a za praćenje i mjerenje predviđeno je 60 pokazatelja.

Tablica M-2: Usporedni prikaz općih i pojedinačnih milenijskih razvojnih ciljeva

Opći ciljevi (goals)	Pojedinačni ciljevi (targets)
1. Iskorijeniti krajnje siromaštvo i glad	<p>1. A: Između 1990. i 2015. godine prepoloviti udio ljudi kojima je prihod manji od 1 dolar na dan.</p> <p>1. B: Postići punu i produktivnu zaposlenost i dostojan rad za sve, uključujući žene i mlade.</p> <p>1. C: Između 1990. i 2015. godine prepoloviti udio osoba koje pate zbog gladi.</p>
2. Ostvariti osnovno obrazovanje za sve	<p>2. A: Osigurati da će do 2015. godine sva djeca, dječaci i djevojčice, biti sposobna završiti u potpunosti osnovno obrazovanje.</p>
3. Promicati ravnopravnost spolova i osnažiti položaj žena	<p>3. A: Ukloniti rodnu nejednakost u osnovnom i srednjoškolskom obrazovanju do 2005. godine, a na svim razinama ne kasnije od 2015.</p>
4. Smanjiti stopu smrtnosti djece	<p>4. A: Između 1990. i 2015. godine smanjiti 2/3 stopu smrtnosti djece mlađe od 5 godina.</p>
5. Poboljšati zdravlje trudnica i roditelja	<p>5. A: Smanjiti ¾ stope maternalne smrtnosti.</p> <p>5. B: Postići opći pristup reproduktivnom zdravlju.</p>
6. Suzbiti sidu, malariju i ostale bolesti	<p>6. A: Zaustaviti širenje side do 2015. i početi sa smanjivanjem broja oboljelih.</p> <p>6. B: Do 2010. godine postići opći pristup liječenju side za sve kojima je to potrebno.</p> <p>6. C: Zaustaviti širenje malarije i ostalih većih bolesti do 2015. godine i početi sa smanjivanjem broja oboljelih.</p>

<p>7. Osigurati održivost okoliša</p>	<p>7. A: Ugraditi načela održivog razvoja u državne politike i programe te smanjiti gubitak resursa</p> <p>7. B: Smanjiti gubitak biološke raznolikosti do 2010. te osjetno smanjiti postotak izgubljenih vrsta.</p> <p>7. C: Do 2015. godine prepoloviti udio stanovnika bez održivog pristupa pitkoj vodi i osnovnim zdravstvenim mjerama.</p> <p>7. D: Do 2020. godine postići znatno poboljšanje života za najmanje 100 milijuna osoba koje žive u sirotinjskim naseljima.</p>
<p>8. Razviti globalno partnerstvo za razvoj</p>	<p>8. A: Razviti otvoren, predvidiv, nediskriminirajući financijski sustav i sustav trgovanja, temeljen na pravilima.</p> <p>8. B: Prepoznati potrebe najslabije razvijenih država.</p> <p>8. C: Prepoznati posebne potrebe država u razvoju bez izlaza na more i malih otočnih država u razvoju.</p> <p>8. D: Sveobuhvatno podijeliti probleme dugova država u razvoju.</p> <p>8. E U suradnji s farmaceutskim kompanijama osigurati pristup osnovnim dostupnim lijekovima u državama u razvoju.</p> <p>8. F U suradnji s privatnim sektorom učiniti dostupnim sve prednosti i blagodati novih tehnologija, posebno informacijsko-komunikacijskih.</p>

Republika Hrvatska objavila je svoje opće Milenijske ciljeve, bez jasnih pojedinačnih ciljeva i pokazatelja. Prvo Izvješće o napretku i ostvarivanju hrvatskih Milenijskih ciljeva razvoja Republika Hrvatska objavila je u listopadu 2006. Ono sadržava jasno definirane statističke pokazatelje kojima će se pratiti napredak odgovornih tijela u postizanju ciljeva iz 2004., a prihvaćenih nacionalnim konsenzusom. Statistički pokazatelji usklađeni su s redovitim nadzorom i sustavom prikupljanja podataka koje hrvatske institucije prikupljaju svake godine. Izvješće o napretku hrvatskih Milenijskih ciljeva razvoja bit će objavljivano svake dvije do tri godine.

Regionalno izvješće o Milenijskim ciljevima razvoja (www.undp.hr/show.jsp?page=63558) ocijenilo je Hrvatsku kao zemlju koja je na dobrom putu da ostvari ciljeve 1., 5., 6., 7. i 8., a vjerojatna je i mogućnost postizanja ciljeva 2., 3. i 4. do 2015. godine.

Vidi: indeks ljudskog razvoja

Misija

engl. mission / njem. die Mission / fr. mission / tal. missione)

Svaka vrsta organizirana djelovanja ima ili bi trebala imati misiju (svrhu, poslanje) da bi uopće imala smisla. Misija se temelji na djelatnosti poduzeća. Misija (svrha, poslanje) opisuje svrhu postojanja te određuje opće područje aktivnosti organizacije. To je jedan od najvažnijih pojmova u planiranju pa su se i brojni teoretičari bavili tim pojmom. Općenito možemo reći da se dobra misija sastoji od odgovora na ova pitanja:

1. Što je naš osnovni zadatak?
2. Tko su naši korisnici i kakvu im vrijednost trebamo pružiti?
3. Što bismo trebali raditi u budućnosti?
4. Kakvi želimo biti u odnosu na postojeće i potencijalne konkurente.

Primjer M-3: Misija Autocesta Rijeka - Zagreb d.d.

Izgraditi autocestu i prateće uslužne objekte te gospodariti pažnjom dobrog Gospodara osiguravajući sigurnu, dobro održavanu i protočnu autocestu.

Primjer M-4: Misija Banco Popolare Croatia d.d.

Naša je misija biti univerzalna, moderna i fleksibilna banka koja individualnim pristupom svakom klijentu, vrhunskom uslugom i proizvodima po mjeri klijenta stvara novu vrijednost za klijenta, pridonosi rastu organizacije i prosperitetu zajednice u kojoj živimo i poslujemo. Stvaramo banku utemeljenu na našim najvećim vrijednostima – znanju i kreativnosti svih naših djelatnika koristeći se prednostima suradnje s našom matičnom kućom – grupom Banco Popolare (www.bpc.hr/page.asp?pid=11).

Primjer M-5: Misija Agrokora d.d.

Misija društava koncerna Agrokora jest osigurati najviše standarde kvalitete u proizvodnji i distribuciji prehrambenih i poljoprivrednih proizvoda te kroz maloprodajnu mrežu kupcima pružiti najbolju vrijednost za novac vodeći se načelima konkurentnosti i društvene odgovornosti (www.agrokora.hr/Resources/Media/Agrokora_izvjesce_o_odrzivosti-HR.pdf)

Primjer M-6: Misija GDi Gisdata d.o.o.

Pružiti učinkovita tehnička i poslovna informatička rješenja za svakodnevne potrebe korisnika primjenom najboljeg raspoloživog znanja, aplikacija, tehnologija i podataka naša je misija, a temeljna načela prema kojima poslujemo jesu:

- uspjeh i zadovoljstvo korisnika
- kvaliteta i učinkovitost
- tehnološko vodstvo
- uspjeh i zadovoljstvo zaposlenika
- doprinos široj društvenoj zajednici
- stabilnost i rast (www.gisdata.com/Default.aspx?sec=667).

Primjer M-7: Misija Holcima Hrvatska

Poslujemo društveno odgovorno, znači – poslujemo uspješno!

Svrha postojanja i glavni cilj svakog poduzeća uspješno je poslovanje, poslovanje koje donosi dobit.

Međutim, to se poslovanje odvija u posve određenoj društvenoj zajednici koja ima svoja očekivanja i pravila, u okvirima ograničenog prirodnog okoliša, na tržištu na koje utječu raznolike silnice te sa zaposlenicima koji imaju svoje skupne i pojedinačne težnje.

Primjer M-8: Misija Hrvatskoga poslovnog savjeta za održivi razvoj-HR PSOR

Misija organizacije jest:

- jačati svijest o važnosti novog pristupa uobičajenu izražavanju poslovnih rezultata koji u kontekstu postizanja održivog razvoja uključuje i uspjeh društvene zajednice i svih zainteresiranih dionika
- razmjenjivati dobra iskustva i isticati pozitivne primjere u okviru cijeloga poslovnog sektora
- zagovarati dijalog između svih zainteresiranih sudionika i poticati nova partnerstva radi postizanja veće konkurentnosti i stvaranja inovacija
- podržavati politike i usmjerenja koji pridonose novim održivim oblicima ponašanja i djelovanja u svim dijelovima društva
- pridonositi uspostavljanju poštenog i slobodnog tržišnog natjecanja te transparentnog i odgovornog djelovanja svih njegovih sudionika.

Indeks DOP-a: Pitanje 1.1

GRI: 4.8

GC: nema posebnih zahtjeva

Mito

engl. bribe / njem. die Bestechung / fr. pot-de-vinr / tal. tangente

Novac ili druga vrsta nagrade koja se daje kriomice, a namijenjena je onome tko je u mogućnosti iskoristiti svoj položaj i nešto odlučiti, učiniti u korist davaoca, obično mimo zakona i etike.

Mito je ponuda ili prihvaćanje bilo kakve vrijednosti u zamjenu za utjecaj na vladu / javnog službenika ili zaposlenika. Može biti u obliku poklona ili isplate novca u zamjenu za povlašten tretman, kao što su nagrade od ugovora s vladom. Osoba koja nudi mito i osoba koja ga prihvaća mogu biti optužene za primanje mita.

Vidi: dar, korupcija

Mobing

engl. mobbing / njem. das Mobbing / fr. mobbing / tal. mobbing

Vidi: zlostavljanje na radnome mjestu

Moral

engl. morale / njem. die Moral / fr. moral / tal. morale

Moral možemo definirati kao sveukupnost važećih normi, prosudbi i institucija, odnosno skup pisanih i nepisanih pravila o ponašanju ljudi koji se temelje na etičkim normama, odnosno sustavu vrednota.

Moralna odgovornost

engl. moral responsibility / njem. die moralische Verantwortung / fr. responsabilité morale / tal. responsabilità morale

Moralna odgovornost potkategorija je odgovornosti. Odnosi se na naš vlastiti osjećaj za dobro, pravedno i pošteno te zapravo proizlazi iz odnosa s drugima i našom okolinom. Ona se ne odnosi na ono što je propisano zakonom, već obuhvaća područje koje nije kodificirano pravnom regulativom. Premda ne postoje formalne kazne za moralno neodgovorno ponašanje, golem je rizik naše negativne percepcije kod drugih zbog nečega što jesmo ili nismo učinili. Stoga je naša moralna odgovornost rezultat našega odnosa s drugima.

Moralna odgovornost podrazumijeva ponašanje u skladu s društvenim normama i kulturnim učenjem te samokontrolu i društveno korisno djelovanje. Ona je temelj odnosa u zajednici. Ako je osoba moralno odgovorna, on(a) se prema drugim osobama, poslovnim subjektima i ostalima odnosi s poštovanjem i odgovorna je za svoje postupke. Moralna je odgovornost povezana sa situacijama u kojima se definira odgovornost u skladu s nekim društveno prihvatljivim normama ponašanja.

N

Načela

engl. principles / njem. die Prinzipien / fr. principes / tal. principii

Prema normi ISO 26000, načela su ideje prihvaćene kao osnovni temelj/polazište/ smjernice za odlučivanje ili ponašanje.

Načela društvene odgovornosti

engl. social responsibility principles / njem. die Grundsätze der sozialen Verantwortung / fr. principes de responsabilité sociale / tal. principi della responsabilità sociale

U normi ISO 26000 navedena su načela društvene odgovornosti nastala na temelju različitih međunarodnih dokumenata, a to su:

- odgovornost
- transparentnost
- etično ponašanje
- poštovanje interesa dionika
- poštovanje vladavine prava/zahitjeva propisa
- poštovanje međunarodnih normi ponašanja
- poštovanje ljudskih prava.

Vidi: društvena odgovornost

Načela odgovorene edukacije menadžmenta

engl. Principles for Responsible Management Education (PRME) / njem. die Grundsätze der verantwortungsbewussten Bildung der Geschäftsführung / fr. principes de l'éducation responsable des managers/ tal. principi per l'educazione responsabile del management

Svrha je ove inicijative inspirirati i promicati najbolju globalnu edukacijsku praksu, istraživanja i misaono vodstvo iz područja menadžmenta. Inicijativa je nastala na globalnom sustavu vrednota poput onih Svjetskog sporazuma Ujedinjenih naroda. Potiče proces stalna poboljšavanja edukacijskih programa za menadžment kako bi stasala nova generacija poslovnih vođa koji su sposobni riješiti složene izazove društva u 21. stoljeću. U sadašnjim obrazovnim institucijama teme poput društveno odgovornog poslovanja i održivog razvoja periferno su zastupljene i nisu u srži programa za razvoj menadžera. Stoga ova inicijativa potiče sve obrazovne institucije poput škola, fakulteta i sveučilišta da prihvate drukčiji *curriculum*, istraživačke inicijative, predavačke metode i institucijske strategije te izazove suvremenog društva i prilike koje im se pružaju. Edukacijske bi institucije morale prve prihvatiti i razumjeti svoju ulogu u suvremenu društvu kako bi tu proaktivnu i odgovornu ulogu mogle prenijeti svojim učenicima i studentima.

Inicijativa se temelji na šest načela koja su okvir za djelovanje edukacijskih institucija:

1. Svrha – razvit će kompetencije studenata kako bi oni postali generatori održive vrijednosti za gospodarstvo i društvo te aktivno radili na inkluzivnom i održivom modelu globalne ekonomije.
2. Vrednote – ugradit će u svoje akademke aktivnosti i curriculum vrednote globalne društvene odgovornosti koje su opisane u međunarodnim inicijativama poput Svjetskoga sporazuma Ujedinjenih naroda.
3. Metoda – kreirat će se edukacijski okvir, materijali, procesi i okruženje koji će omogućiti efektivno spoznajno iskustvo učenja radi stvaranja odgovornog vodstva.
4. Istraživanje – u svoja konceptualna i empirijska istraživanja uvrstit će napredne spoznaje i razumijevanje o ulozi, dinamici i utjecaju poduzeća na stvaranje održivih društvenih, okolišnih i ekonomskih vrijednosti.
5. Partnerstvo – surađivat će s poslovnim svijetom kako bi proširile svoj utjecaj i spoznaje o društvenoj i okolišnoj odgovornosti te da bi zajednički istraživali učinkovite pristupe suvremenim izazovima.
6. Dijalog – organizirat će se i podržavati svi komunikacijski kanali i komunikacija među relevantnim edukatorima, studentima, menadžerima, javnim djelatnicima, kupcima, medijima, organizacijama civilnog društva te svim drugim zainteresiranim dionicima o svim temama povezanim s njihovom društvenom odgovornošću i održivim razvojem.

Vidi: www.unprme.org

Načela održivog razvoja Republike Hrvatske

engl. principles of sustainable development of the Republic of Croatia / njem. die Grundsätze der nachhaltigen Entwicklung der Republik Kroatien / fr. principes de développement durable de la République de Croatie / tal. principi dello sviluppo sostenibile della Repubblica di Croazia

Na temelju članka 44. stavak 4. Zakona o zaštiti okoliša, Hrvatski sabor na sjednici održanoj 20. veljače 2009. donio je strategiju održivog razvitka Republike Hrvatske sa sljedećim općim načelima:

- zaštita ljudskog zdravlja
- promicanje i zaštita temeljnih ljudskih prava
- solidarnost unutar generacija i među generacijama
- ostvarivanje otvorenog i demokratskog društva
- uključivanje građana
- uključivanje poslodavaca i socijalnih partnera
- socijalna odgovornost poslodavaca
- integracija gospodarskih, socijalnih i okolišnih sastavnica u izradi svih politika (smjernica)
- obrazovanje za održivi razvoj;
- usklađenost politika svih razina uprave i lokalne samouprave

- upotreba najbolje moguće dostupne tehnologije
- obnavljanje (npr. ponovnim korištenjem ili recikliranjem) prirodnih resursa
- promicanje održive proizvodnje i potrošnje
- mjere opreza i prevencija
- "onečišćivač plaća" za onečišćenja koja nanosi okolišu.

Vidi: održivi razvoj

Načela upravljanja kvalitetom

engl. quality management principles / njem. die Grundsätze des Qualitätsmanagements / fr. principes de la gestion de la qualité / tal. principi di gestione della qualità

Organizacijom je potrebno upravljati i nadzirati je sustavno i jasno da bi se postigao uspjeh. On može biti posljedica primjene i održavanja sustava upravljanja koji je osmišljen tako da neprekidno poboljšava radne sposobnosti te okretanja prema potrebama svih zainteresiranih strana.

Godine 1997. Tehnički odbor TC 176 za upravljanje kvalitetom objavio je općeprijmjenjiva načela upravljanja kvalitetom. U dokumentu je objavljeno i objašnjenje da je načelo upravljanja kvalitetom sveobuhvatno i temeljno pravilo ili uvjerenje o vođenju i djelovanju neke organizacije odlučne da prestano i dugotrajno poboljšava učinke, prije svega orijentaciju na kupca pri razmatranju potreba svih interesnih skupina. Riječ je o ovim načelima:

1. Usmjerenost na kupca - Poduzeća ovise o kupcima svojih proizvoda i usluga i, prema tome, trebaju razumjeti njihove trenutačne i buduće potrebe, ispunjavati njihove zahtjeve i nastojati nadmašiti njihova očekivanja.
2. Vodstvo - Vodstvo uspostavlja jedinstvo svrhe i upravljanja poduzećem. Ono treba stvarati i održavati unutarnje okruženje u kojem se ljudi mogu posve uključiti u ostvarivanje ciljeva poduzeća.
3. Uključivanje ljudi (zaposlenika) - Zaposlenici su srž poduzeća i njihovo potpuno uključivanje omogućuje da se njihove sposobnosti upotrijebe za boljitak poduzeća.
4. Procesni pristup - Željeni se rezultat postiže djelotvornije kada se radnjama i povezanim resursima upravlja kao procesom
5. Sustavni pristup upravljanju - Utvrđivanje, razumijevanje i upravljanje međusobno povezanim procesima kao sustavom pridonosi učinkovitosti i djelotvornosti u postizanju ciljeva poduzeća
6. Stalno poboljšavanje - Stalno poboljšavanje sveukupnih radnih sposobnosti poduzeća treba biti trajan cilj
7. Činjenični pristup odlučivanju - Učinkovite odluke temelje se na analizi podataka i informacija
8. Uzajamno korisni odnosi s dobavljačima - Poduzeće i njegovi dobavljači međusobno su ovisni i uzajamno korisnim odnosom povećava se sposobnost poduzeća i njegovih dobavljača u stvaranju vrijednosti.

Vidi: kvaliteta

Načela zaštite na radu

engl. safe workplace principles / njem. die Grundsätze der Arbeitssicherheit / fr. principes de sécurité au travail / tal. principi di sicurezza sul lavoro

Zakon o zaštiti na radu nalaže poslodavcu primjenu pravila zaštite na radu koja se temelji na općim načelima zaštite, a to su:

- izbjegavanje opasnosti i štetnosti
- procjena opasnosti i štetnosti koje se ne mogu ukloniti primjenom osnovnih pravila zaštite na radu
- sprječavanje opasnosti i štetnosti na njihovu izvoru
- zamjena opasnog neopasnim ili manje opasnim
- davanje prednosti skupnim mjerama zaštite pred pojedinačnima
- odgovarajuće osposobljavanje i obavješćivanje radnika
- planiranje zaštite na radu radi povezivanja tehnike, ustroja rada, uvjeta rada, ljudskih odnosa i utjecaja okoliša na radno mjesto
- prilagođavanje tehničkom napretku
- prilagodba rada zaposlenicima, osobito u vezi s oblikovanjem mjesta rada, izbora opreme te načina rada i proizvodnje, posebice radi ublažavanja jednolična rada i rada po učinku, kako bi se smanjio njihov štetan učinak na zdravlje.

Načela zaštite okoliša

engl. principles of environmental protection / njem. die Grundsätze des Umweltschutzes / fr. principes de protection de l'environnement / tal. principi di tutela ambientale

U Zakonu o zaštiti okoliša Republike Hrvatske navedena su ova načela:

- načelo održivog razvoja;
- načelo predostrožnost o mjerama opreza
- načelo očuvanja vrijednosti prirodnih dobara, biološke raznolikosti i krajobraza
- načelo zamjene i/ili nadomještaja
- načelo uklanjanja i sanacije štete u okolišu na izvoru nastanka
- načelo cjelovitog pristupa
- načelo suradnje
- načelo onečišćivač plaća
- načelo pristupa informacijama i sudjelovanja javnosti
- načelo poticanja
- načelo prava na pristup pravosuđu.

Vidi: okoliš

Načelo onečišivač plaća

engl. polluter pays principle / njem. das Verursacherprinzip / fr. principe pollueur-payeur / tal. principio "chi inquina paga"

Načelo onečišivač plaća temeljno je načelo Europske unije u vezi sa zaštitom okoliša i gospodarenjem otpadom, a obvezuje svakog proizvođača otpada ili bilo kakvih štetnih emisija u okoliš da snosi troškove sanacije. Ta se obveza može odnositi na ulaganja u čistije tehnologije, prihvaćanje obveza financiranja obrade ili odlaganja otpada ili dodatno opozivanje okolišno nepoželjnih proizvodnih praksa. Temelji se na Ugovoru iz Maastrichta iz 1992., članku 130. koji kaže da će politika zaštite okoliša EU biti usmjerena na visoku razinu zaštite, uzimajući u obzir raznolikost situacija u različitim regijama EU. Ona će se temeljiti na načelu o mjerama opreza i na načelima da je potrebno poduzeti preventivnu aktivnost, da šteta u okolišu bude spriječena na izvoru i da onečišivač mora platiti. Zahtjevi za zaštitu okoliša moraju se uključiti u definiciju i provedbu ostalih politika EU.

Ako je svojom aktivnošću neko poduzeće prouzročilo štetu u okolišu ili od nje prijeti opasnost mora imati financijsku obvezu za takvu štetu kako bi se i drugi potaknuli na prihvaćanje mjera i razvijanje prakse za što je moguće manji rizik od štete u okolišu i tako smanjili svoje financijske obveze.

Prvi je zakon u EU čiji glavni ciljevi uključuju primjenu "načela onečišivač plaća" Direktiva 2004/35/EZ o odgovornosti za štetu uzrokovanu u okolišu s obzirom na sprječavanje i sanaciju štete u okolišu. Direktiva uspostavlja zajednički okvir za odgovornost radi sprječavanja i sanacije štete za životinje, biljke, prirodna staništa i vodne resurse, te šteta koje utječu na tlo.

Štete uzrokovane u okolišu mogu biti različite, a odnose se na tlo, vodu, biljne i životinjske vrste i prirodna staništa zaštićena zakonodavstvom EU. Šteta znači mjerljiv štetni učinak (promjenu) u prirodnom dobru ili neposredan ili posredan mjerljiv poremećaj u funkcioniranju prirodnih dobara.

Opće je načelo da operator mora snositi troškove za preventivne i sanacijske aktivnosti poduzete prema Direktivi, uključujući troškove procjena okoliša koje provodi nadležno tijelo radi određivanja opsega štete i aktivnosti koje su potrebne da se ona popravi.

U Hrvatskoj je ovo načelo prevedeno u nacionalno zakonodavstvo Zakonom o zaštiti okoliša, a kaže kako onečišivač snosi troškove nastale onečišćivanjem okoliša. Posrijedi su troškovi nastali u vezi s onečišćivanjem okoliša uključujući i one o procjeni štete, nužnih mjera i uklanjanja štete u okolišu. Onečišivač snosi i troškove praćenja stanja okoliša i primjene utvrđenih mjera te troškove poduzimanja mjera prevencije od onečišćivanja okoliša, bez obzira na to jesu li oni posljedica propisane odgovornosti za onečišćavanje okoliša, odnosno jesu li nastali ispuštanjem štetnih tvari u okoliš ili kao naknada određena odgovarajućim financijskim instrumentima, odnosno kao obveza iz propisa o smanjivanju onečišćenja okoliša.

Provedba ovog načela nije uvijek jednostavna. Tako postoje brojni napušteni objekti i zagađene lokacije gdje izvorni onečišivač više ne postoji ili, katkad, ako i postoji, onečišivač nije financijski sposoban platiti čišćenje. Tada troškove snosi ili investitor zainteresiran za zemljište ili država / lokalna zajednica.

Vidi: onečišćenje, zagađenje, ekonomski instrumenti

Najbolja raspoloživa tehnika -NRT

engl. best available techniques - BAT/ njem. die beste verfügbare Technik -BVT / fr. meilleures techniques disponibles -MTD / tal. migliori tecniche disponibili -MTD

Prema Zakonu o zaštiti okoliša, najbolja raspoloživa tehnika (u daljnjem tekstu: NRT) najučinkovitiji je i najnapredniji razvojni stupanj djelatnosti i s njim povezani načini proizvodnje i održavanja postrojenja koji je dostupan operatoru i može biti primjerena osnova za određivanje graničnih vrijednosti emisija kojima se postiže sprječavanje, odnosno smanjivanje utjecaja na okoliš. Najbolja raspoloživa tehnika objašnjena je u EU u direktivi 96/61/EC, "Directive on integrated pollution prevention and control (IPPC)".

B - Najbolja (engl. best) znači najučinkovitija u postizanju visoke razine zaštite okoliša u cjelini

A - Raspoloživa (engl. available) znači ona koja je razvijena tako da omogućuje primjenu u odgovarajućem industrijskom sektoru pod ekonomskim i tehničkim uvjetima, vodeći računa o troškovima i prednostima, bez obzira na to je li tehnika primijenjena ili proizvedena u državama članicama EU, sve dok je razumno dostupna operatoru

T - Tehnika (engl. techniques) mora uključivati uporabljenu tehnologiju i način kako je pogon dizajniran, izgrađen, održavan, radio i bit će rastavljen

Indeks DOP-a: Pitanje 4

GRI: EN1 - EN30

GC: Načelo 7, 8 i 9

Najbolja raspoloživa tehnologija

engl. best available technology / njem. die beste verfügbare Technologie / fr. meilleure technologie disponible / tal. migliori tecnologie disponibili

Prema Zakonu o zaštiti okoliša, najbolja raspoloživa tehnologija najučinkovitiji je i najnapredniji razvojni stupanj djelatnosti i s njome povezani načina proizvodnje i održavanja postrojenja koji je dostupan operatoru i koji može biti primjerena osnova za određivanje graničnih vrijednosti emisija kojima se postiže sprječavanje, odnosno smanjivanje utjecaja na okoliš.

Indeks DOP-a: Pitanje 4

GRI: EN1 - EN30

GC: Načela 7, 8 i 9

Najbolja praksa

engl. best practice / njem. die beste Methode, die beste Praxis / fr. meilleures pratiques / tal. migliore pratica

Najbolja praksa može se objasniti kao najdjelotvorniji i najučinkovitiji način postizanja nekog cilja u određenu okruženju i kontekstu. Ona je način na koji se nešto postiže bolje nego na neki drugi način. U ovom Leksikonu navedeni su brojni primjeri najbolje prakse poduzeća različitih djelatnosti. Treba voditi računa o tome da je teško izravno preslikati neku dobru praksu u drugo okruženje bez detaljnja poznavanja u kojim je uvjetima postignuta. Objavljeno je već nekoliko publikacija o najboljoj praksi na različitim područjima, a u hrvatskom kontekstu neki su najbolji takvi primjeri na stranicama www.dop.hr.

Naknada za ispuštanje ugljikova dioksida (CO₂) u okoliš

engl. fee for the emissions of carbon dioxide (CO₂) into the environment / njem. die Gebühr für die Emissionen von Kohlendioxid (CO₂) in die Umwelt / fr. frais pour les émissions de dioxyde de carbone (CO₂) dans l'environnement / tal. tassa sulle emissioni di anidride carbonica (CO₂) nell'ambiente

Naknada za ispuštanje ugljikova dioksida (CO₂) u okoliš u Republici Hrvatskoj novčani je iznos koji poduzeće plaća Fondu za zaštitu okoliša i energetska učinkovitost prema Uredbi o jediničnim naknadama, korektivnim koeficijentima i pobližim kriterijima i mjerilima za utvrđivanje naknade za ispuštanje u okoliš ugljikova dioksida.

U državama EU, trgovanje emisijama CO₂ propisano je prema Kyotskom protokolu, odnosno uskoro važećem postKyotu te je regulirano i plaćanje propisanih naknada. Postoje i drukčiji pristupi, pa je tako ovaj proizvođač jogurta (slika N-1) izračunao emisije CO₂ tijekom cijelog životnog ciklusa, pomnožio s propisanom cijenom tone CO₂ i toliko uplatio za pošumljivanje u Mozambiku.



Slika N-1: Izjava proizvođača kako nadoknađuje ispušteni CO₂

Vidi: klimatske promjene, Kyotski protokol, ekonomski instrumenti

Nefinancijsko izvještavanje

engl. non-financial reporting / njem. die nichtfinanzielle Berichterstattung / fr. rapports non financiers / tal. rapporto non finanziario

Nefinancijsko izvještavanje ili izvještavanje o društveno odgovornom ponašanju praksa je mjerenja, objavljivanja i polaganja računa unutarnjim i vanjskim dionicima u vezi s učinkom poduzeća radi održivog razvoja. Ono je istoiznačno s drugim terminima koji se koriste za opisivanje izvještavanja o ekonomskim, okolišnim i društvenim utjecajima (npr. izvještavanje o održivosti, trobilančno izvještavanje itd.). Nefinancijsko izvješće treba dati uravnotežen i razuman prikaz učinka organizacije koja izvještava – uključujući pozitivne i negativne doprinose.

Izvjštavanje o poslovnim aktivnostima poduzeća odražava svijest o ulozi poduzeća u suvremenu društvu, samosvijesti o akcijama u vezi s time i odgovornosti naspram svih dionika koji utječu na djelovanje poduzeća. Zbog sve manjeg ugleda, što je posljedica niza skandala, od poduzeća se zahtijeva sve veća transparentnost u poslovanju i redovito objavljivanje svih relevantnih informacija vezanih uz njega. Gotovo svaki izvještaj o društvenoj odgovornosti poduzeća započinje s porukom izvršnog direktora ili predsjednika uprave potencijalnim ili postojećim dioničarima-vlasnicima i drugim dionicima. To je gotovo idealna prilika za menadžment da putem organizacijskih ciljeva artikulira vlastita stremljenja i definira organizacijske vrijednosti. Tako je prema studiji koju su zajedno proveli Aspen Institute i Booz Allan Hamilton, na uzorku od 365, uglavnom američkih poduzeća, pronađeno da korporativna godišnja izvješća spominju etički kodeks u 90% slučajeva, predanost kupcima u 88% slučajeva i predanost zaposlenicima u 78% slučajeva.

Nefinancijska izvješća koja se temelje na smjernicama za izvještavanje Globalne inicijative za izvještavanje objavljuju rezultate ostvarene u izvještajnome razdoblju u kontekstu obveza, strategije i pristupa upravljanju poduzećem. Izvješća se mogu koristiti u ove svrhe: određivanje usporednih (oglednih) vrijednosti (vidi uspoređivanje s najboljim) i procjenu učinka održivosti s obzirom na zakone, norme, kodekse, standarde učinka i dobrovoljnih inicijativa, prikaz načina na koji poduzeće utječe na održivi razvoj, kako očekivanja glede održivog razvoja utječu na poduzeće te uspoređivanje učinka glede održivog razvoja unutar poduzeća i s drugim poduzećima tijekom vremena.

Poduzeća sve više prepoznaju kako ovaj oblik komunikacije može biti iznimno zahvalan za mnoga područja koja definiraju organizacijsku izvrsnost poput:

- učinkovita menadžmenta – u globalnoj ekonomiji u kojoj informacije (bile pouzdane ili nepouzdate) putuju brzinom interneta, uspješni menadžeri moraju imati proaktivan pristup rješavanju poslovnih dilema. Mjerenje i izvještavanje o ključnim pokazateljima organizacijske izvedbe sve je snažniji alat u rukama modernih menadžera
- uključenosti dionika – oni omogućuju organizacijama da ciljano objasne svoje ekonomske, etičke, ekološke i društvene prilike i izazove na superiorniji način od pukog reaktivnog odgovaranja na upite svima koji su zainteresirani – od zaposlenika i kupaca do lokalne zajednice i javne uprave

- eksternih partnerstava – poslovne organizacije trebaju partnerstva i pozitivne odnose s vanjskim organizacijama kako bi uvjerile okruženje u autentičnost i dobronamjernost svojih akcija (na primjer Nike, Unilever, General Electric...)
- unutarnje integracije – izvještavanje je zamašnjak za povezivanje tipično diskretnih i usko shvaćenih funkcija poput financija, marketinga te istraživanja i razvoja na više strateški orijentiran način. Ono otvara interne kanale komunikacije ondje gdje do tada nisu postojali te djeluje integrirajuće na prije spomenute funkcije
- identifikacije problema i boljeg upravljanja rizicima – izvještavanje može upozoriti na goruće probleme i mogućnosti koje menadžment nije do tada uvidio, a koji mogu štetiti organizaciji i njezinu ugledu
- utjecaja na transparentnost upravljanja resursima i troškovima
- smanjivanja volatilnosti cijena dionica – potpunije i redovitije izvještavanje utječe i na sigurnost investitora naspram organizacije
- šireg viđenja – važnosti ljudskog, prirodnog i društvenog kapitala organizacije

Ove procjene proširuju usku percepciju uvjetovanu isključivo financijskim promatranjem poslovne zbilje te poslovne organizacije mogu bolje shvatiti potrebe kupaca, rastuća očekivanja društva i novih zakonskih okvira.

Vrijednost i povjerenje javnosti stvaraju jedino transparentnost, odgovornost i integritet koji su ujedinjeni u ovom obliku izvještavanja. Objavljivanje ovih nalaza samo je još jedan dokaz otvorenosti i transparentnosti poslovnog subjekta prema svojim dionicima.

Nefinancijsko izvještavanje važno je za uspostavljanje sustava mjerenja i vrednovanja aktivnosti društveno odgovornog poslovanja ili programa održivosti uvedenih u poslovni subjekt. Proces snimanja i vrednovanja postignutog te uočavanja nedostataka i propusta temelj je za izradu plana aktivnosti za sljedeće razdoblje.

Prva česta greška, koja se ne bi smjela dogoditi, uporaba je izvještaja radi promocije poduzeća. U takvu izvještaju poduzeća objavljuju samo dobre vijesti i činjenice, a one manje dobre prešućuju se. Zbog česta korištenja nefinancijskoga izvještavanja u promocijske svrhe, dionici su prema njima nepovjerljivi. Stoga vrlo mali broj dionika čita i komentira takva izvješća, čime ona gube svoju pravu svrhu. Druga je česta pogreška u pisanju ovih izvješća izbjegavanje poduzeća da uspostave stvarnu dvosmjernu komunikaciju sa svojim ključnim dionicima. Zbog nedostatne komunikacije izvješća ne donose informacije važne za ključne dionike, pa oni nemaju osjećaj suvlasništva nad aktivnostima opisanim u izvješću te ponovno izostaje podrška.

Kako bi izvješća bila kvalitetnija, HR PSOR i Global Compact organiziraju seminare o njihovoj izradi. Isto tako, HR PSOR nudi stručnu podršku pri njihovoj izradi i neovisno vanjsko vrednovanje. HR PSOR prikuplja i objavljuje primjere najbolje prakse nefinancijskih izvješća (www.hrpsor.hr)

Vidi: izvješće, izvještavanje, uspoređivanje s najboljima, Globalna inicijativa za izvještavanje

Neobnovljivi izvori

engl. non-renewable resources / njem. die nicht-erneuerbaren Rohstoffe / fr. ressources non renouvelables / tal. risorse non rinnovabili

Neobnovljivi prirodni izvori, poput fosilnih goriva (nafte, ugljena), minerala i rude, oni su koji su nastali tijekom različitih geoloških razdoblja oblikovanja Zemlje i za čiji su nastanak potrebni posebni prirodni procesi i uvjeti. Kada se nalazišta iscrpe, više se ne mogu obnoviti, mjereno ljudskim mjerilom vremena.

Sve veća potrošnja povećava potrebu za neobnovljivim i obnovljivim izvorima pa se sve više uništava ekosustav i smanjuje biološka raznolikost. Javne organizacije, istraživačke institucije, poduzeća i ostali dionici uvelike se trude kako bi se neobnovljivi izvori što je više moguće zamijenili obnovljivima, radi se na dizajnu prihvatljivu za okoliš, razvijaju se napredne tehnike i tehnologije, produljuje životni vijek proizvoda, upravlja se cijelim životnim ciklusom proizvoda od ideje do njegova primjerena zbrinjavanja, donose se poticajne fiskalne mjere, zakonodavni okviri itd. Tako se javnom nabavom potiče ovakav način promišljanja, pokušava se spasiti što više materijala (posebno rijetkih) iz otpada itd.

Srodni nazivi: neobnovljivi resursi, neobnovljivi materijali, neobnovljive sirovine

Vidi: najbolja praksa, najbolja tehnika, najbolja tehnologija

Indeks DOP-a: Pitanja 4. E. 7. i 4. E. 8.

GRI: EN 1

GC: Načelo 8

Nepotizam

engl. nepotism / njem. die Vetternwirtschaft / fr. népotisme / tal. nepotismo

Nepotizam je zlouporaba položaja u korist rođaka ili prijatelja na račun drugih ljudi koji imaju bolje kompetencije. To je favoriziranje povezanih ljudi bez obzira na njihove zasluge. Termin dolazi od latinske riječi *nepos* ili *nepotis* koja znači unuk. Pojam označava netransparentno i pristrano ponašanje pojedinca, najčešće nositelja političke, ekonomske ili neke druge moći i utjecaja kojim, zbog svog povlaštena položaja favorizira ciljane osobe i skupine ili osigurava koristi i druge pogodnosti članovima svoje obitelji, rođacima ili njima bliskim osobama, u odnosu na druge osobe. Pojam je nastao pošto su pape u nekim prijašnjim razdobljima crkvene povijesti dijelile bogatstvo i položaje u društvu svojim rođacima.

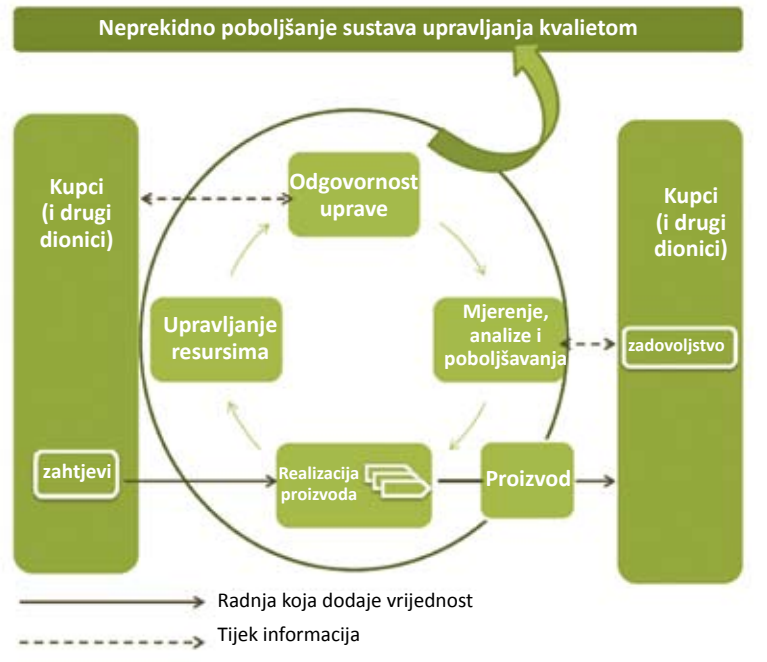
Vidi: diskriminacija

Neprekidno poboljšavanje

engl. continuous improvement / njem. die ständige Verbesserung / fr. amélioration continue / tal. miglioramento continuo

Norma HRN EN ISO 9000 tumači neprekidno poboljšavanje kao stalan rad na povećavanju sposobnosti ispunjenja zahtjeva. Stalno poboljšavanje sveukupnih radnih

sposobnosti poduzeća treba biti trajan cilj. Proces uspostavljanja ciljeva i pronalazjenja mogućnosti poboljšavanja trajan je te upotrebljava nalaze i zaključke audita, analizu podataka, preispitivanje koje provodi uprava ili druga sredstva te općenito donosi popravne i preventivne radnje.



Slika N-2: Prikaz procesa neprekidna poboljšavanja

Norme ISO 14001 i OHSAS 18001 navode kako je riječ o ponavljajućem procesu unapređivanja sustava upravljanja okolišem radi postizanja poboljšanja u ukupnome rezultatu upravljanja okolišem, u skladu s politikom upravljanja okolišem pojedine organizacije (slika N-2). Ovaj se proces ne mora odvijati u svim područjima poslovne djelatnosti istodobno.

Model je desecima godina poznat kao Demingov model kvalitete utemeljen na pristupu planiraj, provedi, provjeri, djeluj (poboljšaj) (engl. plan-do-check-act). U normi je engleski termin *act* preveden kao provedi, a pojedini ga autori prevode kao djeluj, učini itd. Cilj je posljednje aktivnosti poboljšanje. Demingova je metoda univerzalna, odnosno može se primijeniti na sve procese, proizvode i usluge u svakoj djelatnosti.

Srodni nazivi: stalno poboljšavanje, trajno poboljšavanje

Neprofitna organizacija

engl. non-profit organizations / njem. die gemeinnützige Organisation / fr. organisation à but non lucratif / tal. organizzazione non a scopo di lucro

U najširem smislu, to je svaka vrsta organizacije koja nije osnovana radi stjecanja profita, već unapređivanja društva odnosno rješavanja određenih, specifičnih društvenih problema. Integrativni koncept društvene odgovornosti poduzeća temelji se na takozvanom društvenom ugovoru ili tripartitnom partnerstvu između poslovnih, javnih i neprofitnih organizacija. U ovu skupinu organizacija ubrajaju se političke udruge i drugi tipovi organizacija civilnog društva koji predstavljaju novu, rastuću društvenu snagu. Pojačano s razvojem ovog sektora razvija se i dijaloški odnos prema vladinoj politici na nacionalnom i međunarodnome planu, a dodatno se udruge građana bave nekom aktivnošću, primjerice pravima žena, socijalnom skrbi, ljudskim pravima itd. Nazivaju se još i organizacijama civilnog društva i trećeg sektora ili društveno profitnim organizacijama. One se često nazivaju i nevladinim organizacijama, što se ne preporučuje jer to potječe iz američke prakse koja je organizacije civilnog društva u Južnoj i Srednjoj Americi nazivala nevladnima ako nisu bile pod izravnim utjecajem režimskih vlada i nisu ovisile o njihovoj utjecaju.

Vidi: organizacija civilnog društva, dionik, tripartitno partnerstvo

Nesukladnost

engl. nonconformity / njem. die Abweichung / fr. non-conformité / tal. anticonformismo

Prema normama HRN EN ISO 9000 i HRN EN ISO 14001, nesukladnost je neispunjavanje zahtjeva. U upravljanju kvalitetom, nesukladnost se naziva i kvarom, a označava odstupanje od specifikacije, standarda ili očekivanja. Nesukladnosti se općenito klasificiraju kao kritične, veće ili manje.

Vidi: sukladnost

NIMBY

engl. not in my back yard, NIMBY / njem. Nicht in meinem Hinterhof / fr. pas dans mon jardin / tal. non nel mio cortile

Kratice NIMBY nastala je od engleskog izraza "Ne u mom dvorištu" (engl. Not in my back yard), a upotrebljava se kada se pojedinac ili skupina protive nečemu za što vjeruju da će smanjiti kvalitetu življenja, negativno utjecati na zdravlje, sigurnost i okoliš te vrijednost njihove nekretnine.

Na primjer:

- izgradnja odlagališta otpada/kompostane u neposrednoj blizini stambenih ili poslovnih objekata zbog neugodnih mirisa, insekata, procjednih voda, pojačana prometa, prašine, buke i sličnog
- gradnja farme sigurno će umanjiti vrijednost nekretnina u neposrednu okruženju zbog pojave neugodnih mirisa

- otvaranje kamenoloma u neposrednoj blizini stambenih objekata zbog prijevoza, buke, vibracija, prašine i sličnog
- gradnja proizvodnog pogona koji rabi opasne kemikalije zbog mogućega negativnog utjecaja na ljudsko zdravlje i sigurnost, biljni i životinjski svijet.

Protivljenje lokalne zajednice nekom od navedenih projekata posljedica je višegodišnjeg nepoštovanja danih obećanja pa se stanovnici osjećaju izigranima. Problem nastaje već u fazi izrade prostornih planova razvoja određenog područja kada se nedovoljno temeljito promišlja o razvoju i organizaciji života stanovnika određenog područja te naknadnim promjenama bez pravog sudjelovanja javnosti u tome.

Primjer: N-1 Globalizacija pokreta "ne u mom dvorištu"

Informacije putuju brže nego ikada u povijesti te je razvoj društvenih mreža sve relevantne dionike učinio odgovornima javnosti 24 sata sedam dana u tjednu. Pokret NIMBY najčešće se aktivno opire nužnoj promjeni, a to može, ovisno o kutu gledanja, ići ili u prilog održivosti ili protiv nje. Tako su se u Londonu članovi NIMBY-ja neprestano žalili na postavljanje novih ekozgrada, toliko da su lokalne vlasti do rujna 2009. godine izgradile samo četiri od previđenih deset objekata. K tome, prosvjedi protiv vjetrenjača postali su uobičajeni širom Europe. Ljudi to kritiziraju zbog uništavanja prirodne ljepote mjesta na kojem se trebaju postaviti ili zbog buke koju stvaraju. Inače aktivisti protiv farmi vjetrenjača u ruralnim dijelovima Velike Britanije toliko su snažno djelovali da danas planeri izdaju dopuštenja za postavljanja vjetrenih turbina gotovo isključivo u blizini gradova. Broj aktivističkih skupina koje se protive planovima za farme vjetrenjača, turbina koje skupljaju energiju valova i pogona za pretvorbu otpada u energiju, neprestano se povećava. U Škotskoj postoji više od 12 odvojenih skupina koje vrše pritisak i prosvjeduju protiv razvoja obnovljivih izvora energije, a broj im raste na više od 100 u cijeloj Velikoj Britaniji.

Norma

engl. standard / njem. der Standard / fr. norme / tal. norma

Norma je dokument donesen dogovorno (konsenzusom) i odobrilo ga je priznato tijelo (u Republici Hrvatskoj to je Hrvatski zavod za norme). Za opću i višekratnu uporabu on daje pravila, upute ili značajke za djelatnosti ili njihove rezultate radi postizanja najboljeg stupnja uređenosti u danome kontekstu. ISO organizacija norme naziva i dogovornima jer njihovi članovi moraju odlučiti o sadržaju i dati formalan pristanak prije nego što se norma prihvati. ISO norme razvijaju tehnički odbori. Članovi tih odbora iz različitih su zemalja pa one najčešće imaju vrlo široku podršku.

Jasno je da norme služe racionalizaciji, sporazumijevanju, osiguravanju pogodnosti za upotrebu, kvalitete, kompatibilnosti, zamjenjivosti, zaštite zdravlja, sigurnosti pri uporabi te zaštite okoliša. Norma postavlja pravila kojima se kontrolira kako ljudi razvijaju i upravljaju materijalima, proizvodima, uslugama, tehnologijama, procesima i sustavima.

Norma je važan instrument uvođenja reda u poslovni i privatni život. U letku "One su svuda oko nas ili 24 sata s europskim normama" Hrvatskoga zavoda za norme,

navedeni su primjeri normi za gotovo sve što nas okružuje i čime se svaki dan služimo. Načinom nastajanja normi, znači konsenzusom svih interesnih skupina - od proizvođača i potrošača, preko znanstvenih i istraživačkih institucija do nevladinih udruga - osigurano je da one sadržavaju općepriznata pravila i tehnike.

Norme bi se trebale temeljiti na provjerenim znanstvenim, tehničkim i iskustvenim rezultatima i služiti promicanju najboljih prednosti za društvo. To znači da trebaju osigurati besprijekorno tehničko ponašanje/funkcioniranje i stoga su važne u pravnom sustavu. Načelno, norme su preporuke i njihova primjena ovisi o slobodnom odlučivanju - mogu se primijeniti, ali i ne moraju. Primjena normi obvezna je kada se na njih poziva (upućuje), na primjer u propisima ili ugovorima.

Naslovi normi objavljuju se u Oglasniku za normativne dokumente Hrvatskoga zavoda za norme koji je pretplatnicima dostupan kao tiskovina, a ostalim korisnicima na mrežnim stranicama www.hzn.hr.

U govoru, čak i u nekim novijim propisima, na primjer Zakonu o zaštiti okoliša, rabe se prije upotrebljavani nazivi standard i standardizacija.

Norme su dokumenti koji opisuju najdjelotvorniji i najučinkovitiji put u izradi proizvoda ili provedbi nekog zahtjeva. British Standard Institute (BSI) priredio je na početku 2010. godine Bijelu knjigu o tome kako norme pridonose održivom razvoju (White paper, How standards contribute to sustainable development),

Srodni pojam: standard

Prigodan datum: 14. listopada, Svjetski dan norma

Tablica N-1: Usporedni prikaz područja održivog razvoja i normi koje se odnose na određeno područje

Planet (Zemlja) Okoliš / Teme okoliša	People (Ljudi) Društvo /Društvene teme	Profit Gospodarstvo / Ekonomске teme
Upravljanje okolišem Environmental management ISO 14001, EMAS	Društvena odgovornost Social responsibility – Guidance for social responsibility ISO 26000	Upravljanje kvalitetom Quality management ISO 9001, ISO 9004
Upravljanje energijom Energy management ISO 50001	Društvena odgovornost Social accountability SA 8000	Norme za avionsku industriju Aerospace standards AS 9100, AS9110, AS9120
Upravljanje ugljikovim dioksidom Carbon management ISO 14064-1	Upravljanje zdravljem i sigurnošću Health and safety management OHSAS 18001	Norme za autoindustriju Automotive standard ISO/TS 16949

Upravljanje šumama Forestry Stewardship Council FSC/PEFC	Sigurnost hrane Food safety ISO 22000	Norme za telekomunikacije Telecommunication TL 9000
Upravljanje marinama Marine management Marine Stewardship Council MSC	Globalna norma za hranu BRC Global Standard for Food	CCA Contact Centre Association
Upravljanje kemikalijama Chemical management RC 14001, REACH	Globalna norma za proizvode široke potrošnje BRC Global Standard for Consumer Products	Istraživanje tržišta Market research ISO 20252
Izravni marketing – utjecaj na okoliš Direct marketing – Environmental performance PAS 2010		Željeznice Railways IRIS (International Railway Industry Standard)
		Zadovoljstvo kupaca Customer satisfaction ISO 10002
		Informacijska sigurnost Information security ISO 27001
		Upravljanje IT-uslugama IT service management ISO/IEC 20000
Izveštavanje o održivom razvoju (Reporting sustainable development): GRI – Global reporting initiative AS 1000AS		

Norma za zaštitu zdravlja i sigurnosti na radu OHSAS 1800x

eng. Occupational Health and Safety Management systems -OHSAS / njem. Standards für Arbeitsschutz und Sicherheit am Arbeitsplatz/ fr. Normes d'hygiène et de sécurité au travail / tal. Norme per la Salute e Sicurezza sul Lavoro

Usklađen skup normi za sustave upravljanja zaštitom zdravlja i zaštitom na radu koje olakšavaju međusobno razumijevanje u državnoj i međunarodnoj trgovini.

Nulta stopa tolerancije na korupciju

engl. zero tolerance on corruption / njem. die Null-Toleranz bei Korruption / fr. tolérance zéro contre la corruption / tal. tolleranza zero contro la corruzione

Nulta stopa tolerancije na korupciju znači reagiranje na svaki oblik korupcije bez obzira na visinu stečene koristi i položaj državnog službenika koji je korumpiran, odnosno provođenje kaznenog progona bez obzira na visinu stečene koristi izvršenjem koruptivnih kaznenih djela (www.antikorupcija.hr)

Vidi: korupcija





Objedinjeni uvjeti zaštite okoliša

engl. integrated pollution prevention control / njem. die integrierte Vermeidung und Verminderung / fr. prévention et contrôle intégrés de la pollution / tal. prevenzione e riduzione integrate dell'inquinamento

Zakon o zaštiti okoliša uređuje utvrđivanje objedinjenih uvjeta zaštite okoliša za postojeće i nove pogone te za rekonstrukciju postojećeg pogona jedinstvenim postupkom zajedno s postupkom procjene utjecaja na okoliš, a prije izdavanja lokalne dozvole. Sadržava uvjete zaštite tla, zraka, vode i mora ako to lokacija pogona uvjetuje te ostalih sastavnica okoliša. Svi ti uvjeti moraju proizlaziti iz obilježja tehnoloških procesa danih u tehničko-tehnološkom rješenju pogona, a odabranih na načelu najboljih raspoloživih tehnika primjenjivih na pogon. Ispunjavanje objedinjenih uvjeta zaštite okoliša utvrđenih rješenjem provjerava se u postupku tehničkog pregleda u sklopu postupka izdavanja uporabne dozvole. Izreka uporabne dozvole, osim onoga što je određeno posebnim zakonom, sadržava i objedinjene uvjete zaštite okoliša koji se utvrđuju s rokom primjene pet godina od dana izdavanja uporabne dozvole.

Objedinjeni uvjeti zaštite okoliša određuju se radi cjelovite zaštite okoliša sprječavanjem, smanjivanjem i u najvećoj mogućoj mjeri uklanjanjem onečišćenja, ponajprije na samom izvoru, te osiguravanjem promišljena gospodarenja prirodnim dobrima nadzorom onečišćenja i uspostavljanjem održive ravnoteže između ljudskog djelovanja i socijalno-ekonomskog razvoja, s jedne strane, te prirodnih dobara i sposobnosti obnavljanja prirode, s druge strane.

Djelatnosti i pogoni na koje se odnose objedinjeni uvjeti zaštite okoliša propisani su u Uredbi o postupku utvrđivanja objedinjenih uvjeta zaštite okoliša.

Obnovljivi izvori

engl. renewable resources / njem. die erneuerbaren Ressourcen / fr. ressources renouvelables / tal. risorse rinnovabili

Obnovljivi izvori, poput životinja, biljaka, drveća, vode, vjetera, sunca i drugoga oni su za koje se smatra da se mogu obnoviti, a za neke (sunce) da su neograničeni. Svježa voda nastaje iz Zemljina procesa samoobnavljanja, svježi zrak proizvodnjom kisika u biljkama, šume i ribe mogu se samostalno reproducirati. Obnovljivi su izvori prijeko potrebni za funkcioniranje ekosustava na Zemlji, ali lako mogu postati neobnovljivi ako su izloženi preveliku zagađenju ili se troše u količinama većim nego što je sposobnost ekosustava za samoobnavljanjem. Potrošnja ovih obnovljivih izvora danas premašuje sposobnost Zemlje za samoobnavljanjem gotovo 50%.

Srodni nazivi: obnovljivi resursi, obnovljivi materijali, obnovljive sirovine

Indeks DOP-a: Pitanja 4. E. 7 i 4. E. 8

GRI: EN 1

GC: Načelo 8



Obnovljivi izvori energije

engl. renewable energy resources / njem. die erneuerbaren Energiequellen / fr. ressources énergétiques renouvelables / tal. fonti energetiche rinnovabili

Obnovljivi izvori energije svi su izvori energije koji se u prirodi obnavljaju ili im je izvor neograničen. Obično se navode sunce, vjetar, voda, plima i oseka, valovi, Zemlja (geotermalna energija), prirodni plin, biomasa te neke vrste otpada.

Obnovljivi izvori energije nazivaju se često "čistim" jer se njihovim iskorištavanjem u postupcima pretvorbe u korisne oblike energije (mehaničku, toplinsku, kemijsku i rasvjetnu) manje onečišćuje okoliš nego pretvorbama neobnovljivih oblika energije. Primjerice, ispuštanja iz automobila koji upotrebljavaju benzinska i dizelska goriva te tvornice i pogoni koji sagorijevaju naftu negativno utječu na okoliš. Onečišćen zrak pritom sadržava stakleničke plinove.

Stalnim istraživanjima i tehnološkim inovacijama obnovljivi su izvori mnogo pristupačniji danas nego što su to bili prije 25 godina. Troškovi energije iz vjetra pali su sa 40 američkih centi na 5 centi po kilovat-satu. Trošak električne energije dobivene fotonaponskim sustavima pao je s više od 1 dolara po kilovat-satu u 1980. na današnjih gotovo 20 centi po kilovat-satu. Troškovi etanolskoga goriva smanjeni su sa 4 dolara po galonu u ranim osamdesetima na današnjih 1,20 američkih dolara.

Ali postoje i prepreke razvoju obnovljivih izvora energije. Na primjer, solarna toplinska energija, dobivena skupljanjem sunčevih zraka kolektorima (često putem velikih zrcala) zauzima velike površine zemljišta. To utječe na prirodna staništa biljaka i životinja. Na okoliš utječu i zgrade, ceste, dalekovodi i transformatori koji se trebaju izgraditi. Tekućina koja se najčešće upotrebljava pri proizvodnji električne energije iz solarnih sustava vrlo je toksična i može se izliti. Solarne ili fotonaponske ćelije koriste se istim tipom tehnologije kao što je onaj primijenjen u proizvodnji silicijskih čipova za računala. U proizvodnji se upotrebljavaju toksične kemikalije, baš kao i u proizvodnji baterija koje čuvaju električnu energiju proizvedenu iz sunca tijekom noći ili za oblačnih dana. Proizvodnja te opreme također utječe na okoliš. Iako obnovljivi izvori energije ne ispuštaju štetne plinove u zrak i ne koriste se dragocjenim fosilnim gorivom, ipak donekle utječu na okoliš i ljudsko zdravlje.

Razvoj energije iz vjetra također nailazi na prepreke ponajprije zbog korištenja zemljišta. Prosječna vjetroelektrana zauzima 7 ha zemlje za proizvodnju jednog megavata električne energije, što je dovoljno za opskrbu od 750 do 1000 kućanstava. Ipak farme i pašnjaci mogu se koristiti istim zemljištem ispod vjetroturbin. Vjetroelektrane mogu izazvati eroziju tla u nekim područjima. Najčešće vjetroelektrane ometaju prirodni vidik jer su obično na rubu ili upravo ispod ruba horizonta. Zbog sudara s vjetroturbinama mogu stradati ptice. Sve to nastavlja se istraživati. Isti se problem povezuje s električnim dalekovodima.

Iskorištavanje geotermalne energije iz Zemljine kore uglavnom je prostorno ograničeno. To znači da se pogoni moraju sagraditi na mjestima bogatim geotermalnom energijom. Para koja izlazi iz Zemlje katkad može biti jako agresivna i izazvati koroziju te puknuće cjevovoda. Elektrana na geotermalnu energiju katkad stoji malo više od elektrane na plin jer se u troškove moraju uvrstiti i oni za istraživanja i bušenja.



Kad su posrijedi hidroelektrane, zabrinutost je povezana s utjecajem brana na okoliš. S područja na kojima će se one graditi ljudi se raseljavaju, a najbolje poljoprivredne površine i šume poplavljuju se. Uzvodno i nizvodno od brane mijenjaju se kemijske, fizičke, fizikalne i biološke značajke rijeke i porječja.

Za razliku od fosilnih goriva koja onečišćuju atmosferu, obnovljivi izvori manje utječu na okoliš. Proizvodnja iz obnovljivih izvora ima određene nedostatke, uglavnom povezane s uporabom velikih površina zemljišta, što utječe na životinjska staništa i krajolik (www.mojaenergija.hr). Stoga je najbolji način pokušati izbjeći potrošnju energije kad je god to moguće.

Vidi: Dan ekološkoga duga

Indeks DOP-a: Pitanje 4.C.1

GRI: EN3, EN4, EN5

GC: Načelo 8

Obrazovanje

engl. education / njem. die Bildung / fr. éducation / tal. educazione

Interes ovog Leksikonua nije formalno obrazovni sustav i kako je on riješen u Republici Hrvatskoj, već dio povezanim s održivim razvojem i društveno odgovornim poslovanjem. Općenito, pod obrazovanjem se podrazumijeva institucija, proces, sadržaj i rezultat organiziranog i/ili slučajnog učenja u funkciji razvoja različitih spoznajnih sposobnosti te stjecanja raznovrsnih znanja (od stručnog, specijalističkog do jedinstvenog), vještina, umijeća i navika. Za poduzeća i ostale organizacije obrazovanje je važan dio poslovanja jer o njemu ovisi ugled poduzeća, njegova vrijednost, nastanak novih vrijednosti, inovacija itd.

Strategija održivog razvitka Republike Hrvatske u poglavlju *Pretpostavke daljnjeg razvoja* govori o društvu temeljenom na znanju i obrazovanju za održivi razvoj.

Uvjet su održivog razvoja Republike Hrvatske brze i velike promjene u sustavu obrazovanja: mora se povećati broj obrazovanih stanovnika i obrazovna razina, a obrazovni sustav mora razvijati sposobnosti i vještine koje će pojedincu omogućiti brzu i laku stručnu prilagodbu proizvodnoj strukturi sustava, odnosno osposobljavati ga za daljnje učenje.

Znanje je ključ koji otvara put rastu kvalitete življenja građana. Povrat od ulaganja u znanje veći je od povrata od bilo kojega drugog ulaganja. Istraživanja pokazuju da se svaka dodatna godina prosječnog obrazovanja stanovništva pretvara u povećanje proizvodnje po stanovniku 4 – 7%. Iskustvo pokazuje da rast znanja povećava zapošljavanje, što bi Republici Hrvatskoj, s padom nezaposlenosti, među ostalim, pomoglo u jačanju socijalne kohezije i smanjivanju regionalnih razlika.

Obrazovanje je uvjet za promjenu ponašanja te informiranje građana o ključnim kompetencijama za postizanje održivog razvoja jer pridonosi većoj socijalnoj koheziji i blagostanju ulaganjem u društveni kapital, stvaranjem jednakih mogućnosti, osobito pojedinaca u nepovoljnijem položaju te sudjelovanjem javnosti.



Obrazovanje za održivi razvoj treba provoditi na tri razine:

1. formalnim obrazovanjem u nastavnim institucijama
2. izvan uobičajenih obrazovnih ustanova, primjerice putem aktivnosti neprofitnih organizacija (neformalno obrazovanje)
3. putem medija (novine, televizija, radio) kako bi obrazovanje za održivi razvoj bilo sastavni dio svakodnevnog života (iformalno obrazovanje).

Uspjeh u promjeni većine trendova koji vode u neodrživost uvelike ovisi o kvaliteti obrazovanja za održivi razvoj, i to na svim razinama obrazovnog sustava.

Prema Strategiji održivog razvitka RH za područje obrazovanja određeni su ovi pokazatelji:

- udio pismenih odraslih osoba (udio pismenih stanovnika kojima je više od 15 godina)
- udio osoba s osnovnoškolskim obrazovanjem, prema dobnoj skupini
- udio aktivnog stanovništva (u dobi od 25 do 64 godine) s visokim obrazovanjem
- cjeloživotno učenje.

Strategija OR-a RH nije uvela nove pokazatelje koji bi govorili o stupnju obrazovanja za OR, već su preuzeti već postojeći pokazatelji stupnja obrazovanja u RH. Također nema podataka o tome koliko gospodarstvo ulaže u obrazovanje zaposlenika. Obrazovanje (osposobljavanje) dio je i normi i propisa, ali i ostalih dokumenata, Primjeri O-1 do O-4.

Primjer O-1: HRN EN ISO 9001: 2008. Sustavi upravljanja kvalitetom

U normama za sustave upravljanja kvalitetom posebna točka o ljudskim resursima kaže da osoblje koje obavlja poslove koji utječu na sukladnost proizvoda sa zahtjevima mora biti stručno na temelju odgovarajućeg školovanja, izobrazbe, vještina i iskustva. Tomu je tako jer osoblje koje izvršava bilo koji zadatak unutar sustava upravljanja kvalitetom može izravno ili neizravno utjecati na sukladnost proizvoda sa zahtjevima.

To znači da poduzeće mora:

1. utvrditi potrebnu stručnost za osoblje koje izvršava poslove koji utječu na sukladnost proizvoda sa zahtjevima
2. gdje god je primjenjivo, osigurati izobrazbu ili poduzimati druge radnje kako bi se postigla potrebna stručnost
3. vrednovati učinkovitost poduzetih radnja
4. osigurati da osoblje bude svjesno važnosti svoga rada i načina kako može pridonositi ostvarivanju ciljeva kvalitete
5. održavati odgovarajuće zapise o školovanju, izobrazbi, vještinama i iskustvu.

Norme također kazuju kako poduzeće mora osigurati da svaka osoba koja obavlja zadatke za njega i u njegovo ime, a koja može značajno utjecati na okoliš, bude kompetentna na temelju odgovarajućeg obrazovanja, osposobljavanja ili iskustva.

Potkraj poslovne godine treba pripremiti plan i program podizanja kompetencija svakoga zaposlenika, posebno ključnih, predvidjeti sredstva, plan prilagođavati promjenama te ostvariti i čuvati zapise.

Vidi: kompetencije.



Primjer O-2: HRN EN ISO 14001 : 2009 Sustavi upravljanja okolišem

Poduzeće mora utvrditi potrebu za osposobljavanjem koje se odnosi na aspekte okoliša i sustav upravljanja okolišem. Ono mora osigurati osposobljavanje ili pokrenuti druge radnje radi ispunjavanja navedenih potreba i o tome čuvati zapise.

Poduzeće mora uspostaviti, primijeniti i održavati postupak/postupke pomoću kojih će osobe koje rade za njega ili u njegovo ime biti svjesne:

1. važnosti sukladnosti s politikom i postupcima upravljanja okolišem te sa zahtjevima sustava upravljanja njime
2. važnih aspekata okoliša i s njima povezanih stvarnih i mogućih utjecaja kao rezultata djelatnosti te prednosti za okoliš ako se poboljša njihovo djelovanje
3. svoje uloge i odgovornosti pri postizanju sukladnosti sa zahtjevima sustava upravljanja okolišem
4. mogućih posljedica ako odstupaju od utvrđenih postupaka.

Vidi: Primjer O-1 i kompetencije

Primjer O-3: Zakon o zaštiti na radu

Obrazovanje i osposobljavanje uvršteni su i u propise. Prema Zakonu o zaštiti na radu, poslodavac je dužan radnika prije početka rada obavijestiti o svim činjenicama i okolnostima koje utječu ili bi mogle utjecati na sigurnost i zdravlje radnika, a u vezi s obavljanjem poslova, te ga osposobiti za rad na siguran način. Osposobiti za rad na siguran način znači privediti upute za rad na siguran način, osigurati potrebna sredstva za rad na siguran način, uvježbati rad na siguran način te povremeno obnavljati znanje. Osposobljavanje za rad na siguran način znači manju mogućnost ozljeda na radu, pa time i manje troškove za poduzeće, obitelj i cijelo društvo.

Primjer O-4: Državni zavod za statistiku - obrazac INOV

S obzirom na brzinu zastarijevanja znanja, svako poduzeće, ovisno o djelatnostima, određuje potrebne kompetencije (znanja i vještine) i ovisno o tome svake godine planira obrazovanje zaposlenika i sredstva potrebna za to. Državni zavod za statistiku traži od poduzeća da izvještavaju o ulaganju u znanje i osposobljavanje. U obrascu INOV traže se informacije o *Osposobljavanju za inovacijske aktivnosti* kao i *Nabava znanja koje se nalazi izvan poduzeća*.

Primjer O-5: Svjetski poslovni savjet za održivi razvoj

Samo će informiran, odgovoran i obrazovan potrošač svojim izborom podupirati postizanje održivosti na tržištu, i to s trostrukim učinkom: poboljšavanjem kvalitete života potrošača, smanjivanjem nepovoljnih utjecaja na društvo i okoliš te povećavanjem tržišnog udjela kompanija koje su pobornici održivosti.

Mnoga poduzeća uspostavila su dobru suradnju s fakultetima kojima pomažu donacijama, putem zaklada, a njihovi stručnjaci prenose svoja znanja studentima omogućujući im izradu diplomskih i ostalih radnji. Poduzeća sponzorstvima i donacijama podupiru različite obrazovne inicijative, od vrtičkih dalje.

Vidi: kompetencije

Indeks DOP-a: Pitanja 3.C.1, 3.C.2, 3.C.3, 3.C.4

GRI: LA8, LA10, LA11

GC: nema posebnih zahtjeva



Odgovornost proizvođača

engl. producer responsibility / njem. die Herstellerverantwortung / fr. responsabilité du producteur / tal. responsabilità del produttore

Među najvažnijim je odgovornostima proizvođača odgovornost za proizvod, i to za životni ciklus proizvoda: od dizajna prihvatljiva za okoliš do toga da on bude siguran za korisnike, da je osigurana primjena najboljih tehnika, sljedivost proizvoda i ugrađenih dijelova te da je osiguran servis (ovlašteni servisi), preko pravilne komunikacije s kupcima i potrošačima, odgovorna odnosa s dobavljačima, do odgovornosti za proizvod kada mu prestane uporabna vrijednost.

Odgovornost za proizvod sastoji se od skupine pokazatelja koji govore o učincima upravljanja proizvodima i uslugama na kupce i korisnike. Od organizacija se očekuje da pri oblikovanju svojih proizvoda i usluga ulože primjerenu skrb kako bi omogućile prikladnost proizvoda i usluga za njihovu predviđenu upotrebu i uklonile mogućnost nepredviđenih opasnosti po zdravlje i sigurnost. Osim toga, obavijesti koje se odnose na proizvode i usluge te korisnike moraju razmotriti informacijske potrebe kupaca i njihovo pravo na privatnost (Smjernice GRI).

Odgovornost prema proizvodu očituje se u sustavnu ulaganju u poboljšanje utjecaja proizvoda i usluga na zdravlje i sigurnost, transparentnu informiranju o značajkama proizvoda, mjerenju zadovoljstva kupaca i drugom.

Vidi: sukladnost

Indeks DOP-a: Pitanja 4.B.4, 4.E.7, 4.E.8

GRI: PR1 - PR9

GC: načela 1, 8

Odgovornost za okoliš

engl. environmental liabilities / njem. die Umweltverpflichtungen / fr. responsabilité environnementale / tal. responsabilità ambientale

Vidi: načelo onečišivač plaća

Od kolijevke do groba

engl. cradle-to-grave / njem. Von der Wiege bis zum Grab / fr. du berceau à la tombe / tal. dalla culla alla tomba

Vidi: odgovornost proizvođača, životni ciklus proizvoda

Odnosi s javnošću

engl. public relations / njem. die Öffentlichkeitsarbeit / fr. relations publiques / tal. pubbliche relazioni

Odnosi s javnošću funkcija su upravljanja koja uspostavlja i održava uzajamno korisne odnose između organizacije i različitih javnosti o kojima ovisi njezin uspjeh



ili neuspjeh. Vezani su uz upravljanje odnosima između organizacije i javnosti, odnosno jednim od najbrže rastućih područja profesionalne djelatnosti. Na odnose s javnošću još se gleda kao na pokušaj da se prikrije istina ili da se lošim vijestima pripiše pozitivan predznak. Čak ih se povezuje s lukavštinom i obmanom.

Bit odnosa s javnošću nije prezentacija određenog mišljenja, ublažavanje određenog stava ili razvijanje srdačnih i probitačnih odnosa već pomirenje i prilagodba onih aspekata našeg osobnog i kolektivnog ponašanja koji imaju društvenu znakovitost.

Drugim riječima, odnosi s javnošću dvosmjerna su koncepcija koja ističe komunikacijsku razmjenu, reciprocitet i obostrano razumijevanje. Proširena dvosmjerna koncepcija podrazumijeva prilagodbu organizacije pridodajući joj pojam savjetodavnog upravljanja i korektivne akcije.

U praksi to znači da su odnosi s javnošću funkcija upravljanja koja procjenjuje javna stajališta, identifikira strategije i postupke pojedinca ili organizacije s obzirom na javni interes te planira i provodi program za stjecanje javnog razumijevanja i prihvaćanja. Pomažu uspostavljanju i održavanju uzajamne komunikacije, razumijevanja, prihvaćanja i suradnje između organizacije i njezine javnosti; oni uključuju upravljanje problemima ili temama, pomažu upravi da bude stalno informirana o javnom mnijenju te da djeluje u skladu s njim, definiraju i ističu odgovornost uprave u službi javnog interesa, pomažu upravi da ide u korak s promjenama i korisno ih primjenjuje, služe kao "radarska mreža" i predviđaju buduće trendove, koriste se istraživanjima te valjanom i etičnom komunikacijom kao svojim glavnim oruđem.

Odnosi s javnošću pomažu poduzeću i njegovim dionicima da se uzajamno prilagode jedni drugima (www.aboutpublicrelations.net). Mnoga poduzeća imaju ili posebnu organizacijsku jedinicu ili osobu zaduženu za odnose s javnošću/dionicima.

OECD-ova načela korporativnog upravljanja

engl. OECD principles of corporate governance / njem. die OECD-Grundsätze der Unternehmensführung / fr. principes de gestion d'entreprise de l'OCDE / tal. principi di governo societario dell'OCSE

OECD-ova Načela korporativnog upravljanja prepoznata su kao jedan od najvažnijih poticaja izgradnji dobre prakse korporativnog upravljanja na globalnoj razini. Riječ je o neobvezujućim standardima, praksama i uputama za provedbu, koji se mogu prilagoditi specifičnim okolnostima zemalja i regija. Načela su razvijena kao pomoć vladama zemalja OECD-a, ali i vladama zemalja koje nisu članice, u njihovim naporima evaluacije i poboljšavanja pravnoga, institucijskog i regulatornoga okvira korporativnog upravljanja. Prvi su put donesena 1999. godine te su od tada postala međunarodna referenca korporativnog upravljanja.

Načela su podijeljena na šest temeljnih dijelova kroz koje se razmatra šest ključnih područja korporativnog upravljanja:

1. Osiguranje osnova za efikasan okvir korporativnog upravljanja - okvir korporativnog upravljanja treba promovirati transparentno i efikasno tržište, biti u skladu s vladavinom prava i jasno artikulirati podjelu odgovornosti među različitim nadzornim i regulatornim organima i organima za provođenje zakona.



2. Prava dioničara i ključne funkcije vlasništva - okvir korporativnog upravljanja treba zaštititi i olakšati ostvarenje prava dioničara.
3. Ravnopravan tretman dioničara - okvir korporativnog upravljanja treba osigurati ravnopravan tretman svih dioničara, uključujući i manjinske i strane dioničare. Svi dioničari trebaju imati mogućnost da osiguraju efikasnu pravnu zaštitu ako su im povrijeđena prava.
4. Uloga interesnih skupina u korporativnom upravljanju - okvir korporativnog upravljanja treba priznati prava dionika utvrđena zakonom ili zajedničkim sporazumima i poticati aktivnu suradnju između poduzeća i dionika u stvaranju bogatstva, radnih mjesta i održivosti finansijski zdravih poduzeća.
5. Objavljivanje podataka i transparentnost - okvir korporativnog upravljanja treba osigurati pravodobno i točno objavljivanje materijalnih činjenica vezanih za poduzeće, uključujući finansijsku situaciju, rezultate, vlasništvo i upravljanje kompanijom.
6. Odgovornost odbora - okvir korporativnog upravljanja treba osigurati strateško vođenje kompanije i to da odbor efikasno nadgleda menadžment, ali i odgovornost odbora prema poduzeću i dioničarima.

Vidi: Organizacija za ekonomsku suradnju i razvoj

Oglašavanje

engl. advertising / njem. die Werbung / fr. publicité / tal. pubblicità

Oglašavanje znači oglasima objavljivati. Oglašavanje je jedan oblik komunikacije kojem je svrha informiranje, odnosno obavještanje potencijalnih kupaca o proizvodima ili uslugama.

Oglašavanje je oblik komunikacije koji služi za unapređivanje prodaje proizvoda ili usluge. Uobičajeno se koristi kako bi se prenio naziv proizvoda ili usluge i kakvu korist oni mogu donijeti korisniku. Ipak, oglašavanje uglavnom služi tomu kako bi se potencijalne kupce navelo na kupnju specifičnog proizvoda ili robne marke. Moderno se oglašavanje razvilo s masovnom proizvodnjom potkraj 19. i na početku 20. stoljeća.

Mnogi su oglasi osmišljeni kako bi potaknuli veću potrošnju proizvoda ili usluge stvaranjem predodžbe o određenoj robnoj marki. Za to oglasi u činjenične informacije ugrađuju poticajnu poruku. Mnogo medija služi za širenje ove informacije, a među njima su tradicionalni i moderni: televizija, radio, kino, časopisi, dnevne novine, videoigre, vrećice za kupnju, oglasi, pošta ili internet. Danas digitalni mediji imaju sve veći utjecaj.

Shvatimo li održivi razvoj kao jedini mogući koncept budućeg razvoja, jasno je da sadašnja potrošnja resursa nije dugoročno moguća, a uglavnom se temelji na potrošačkom društvu. Prijeko je potrebno drastično mijenjati navike potrošača te se u tom procesu temeljito moraju mijenjati i način i funkcija oglašavanja. Održivi razvoj može se ostvariti potpunom promjenom pristupa proizvodnji, potrošnji, pa nužno i u komunikaciji proizvođača i potrošača.



Primjer O-6: Zavaravajuće oglašavanje na primjeru jaja

Prema Pravilniku o kakvoći (kvaliteti) jaja proizvođač jaja mora označiti na ambalaži način uzgoja kokoši. Uglavnom je riječ o kaveznom uzgoju koji je označen brojkom 3. Neki su proizvođači pak na kutije stavili sliku peradi na livadi ili prikaz prirode, što bi moglo navesti kupca da misli kako je riječ o slobodnom odnosno ekološkom uzgoju, a to nije tako. Posrijedi je zanimljiv primjer zavaravajućeg oglašavanja.

Primjer O-7: Zavaravajuće oglašavanje na primjeru kreme za lice

Jedan proizvođač kozmetičkih proizvoda, u oglasima za kremu za lice stavio je fotografiju poznate osobe nevjerojatno mladolika izgleda, koji ne odgovara njezinim godinama. Iskusnijim kupcima bilo je jasno da je slika računalno obrađena.

Takvo je oglašavanje zavaravajuće jer bi potošač mogao pomisliti da osoba zahvaljuje svoj mladolik izgled spomenutoj kremi. Oglas se prestao pojavljivati, a sve više poznatih osoba diglo je glas protiv mijenjanja izgleda za potrebe oglašavanja.

Vidi: Zeleno pranje

Indeks DOP-a: Pitanje 5.B.3

GRI: PR6, PR7

GC: nema posebnih zahtjeva

ODRAZ

ODRAZ ili Održivi razvoj zajednice (www.odraz.hr) neovisna je organizacija civilnog društva koja okuplja stručnjake, suradnike i/ili volontere različitih disciplina koji promišljaju koncept održivog razvoja na dobrobit lokalne zajednice. Udruga potiče i pruža potporu provedbi promjena okrenutih održivosti. Registrirana je u ljeto 2000. i u njoj se osmišljava i provodi, često u suradnji s partnerima iz zemlje i inozemstva, niz projekata održivog, lokalnog i ruralnog razvoja.

Svrha je ODRAZ-a poticanje i jačanje inicijativa te suradnje u lokalnim zajednicama, radi dugoročna razvoja na održiv način. Vizija je društvo u kojem je osiguran uravnotežen i visokokvalitetan razvoj lokalnih zajednica na dobrobit svih članova i sektora te budućih naraštaja. To znači promjene u sustavima vrijednosti (filantropija), procesima (dogovaranje) i mehanizmima (partnerstva između različitih sektora). ODRAZ se posvetio poticanju i provedbi takvih promjena.

Održiva nabava

engl. sustainable procurement / njem. der nachhaltige Einkauf / fr. approvisionnement durable / tal. approvvigionamento sostenibile

Održiva nabava takva je nabava tijekom koje se dobavljač procjenjuje ne samo na osnovi financijskih pokazatelja nego se razmatra i njegov odnos prema okolišu i društvu. Upravljanje nabavom može biti konkurentna prednost za poduzeće ako se pažljivim odabirom biraju dobavljači koji pridonose dodanoj vrijednosti i istodobno smanjuju ukupan ekološki otisak konačnog proizvoda. Narušen ugled dobavljača može narušiti i ugled kupca njegovih proizvoda i usluga. Poduzeća mogu odabrati proaktivan pristup suradnje s dobavljačima tako da s njima rade, educiraju



ih, pomažu im u povećanju kompetencija, nadziru njihov rad i zajednički razrađuju planove i programe za poboljšanja, od odnosa prema zaposlenicima i ostalim dionicima do odnosa prema okolišu. Ako poduzeće planira smanjiti svoj okolišni otisak, najbrži je način za to da odabere dobavljače koji su već smanjili svoj otisak.

To znači da će:

- poduzeća iz područja IT-djelatnosti zahtijevati da proizvođači dobavljači u svoje proizvode ne ugrađuju zabranjene i opasne tvari prema direktivi RoHS direktivi (Restriction of Hazardous Substances), da proizvodi troše manje energije, budu djelotvorniji te da se mogu reciklirati, posebno zbog rijetkih metala nužnih u IT-području
- poduzeća koja nabavljaju dječje igračke i odjeću provjeravat će jesu li igračke sigurne za djecu, sadržavaju li opasne tvari koje mogu narušiti njihovo zdravlje te ima li u proizvodnome procesu dječjeg rada i slično.

Vidi: dobavljač, dobavljački lanac, javna nabava

Održiva potrošnja

engl. sustainable consumption / njem. der nachhaltige Konsum / fr. consommation durable / tal. consumo sostenibile

Održivi obrasci potrošnje odnose se na potražnju usmjerenu na potrošačev odabir robe i usluga kao što su hrana, stanovanje, odjeća, mobilnost i razonoda, uz ispunjavanje osnovnih životnih potreba i unapređujući kvalitetu življenja. Mjere poticanja održive potrošnje ne utječu izravno samo na proizvode i usluge kojima se koriste potrošači već i na energiju i materijale koji se troše u proizvodnim procesima, te na stvaranje otpada tijekom cijeloga životnog ciklusa, od eksploatacije sirovina do odlaganja ili ponovne upotrebe. Vlade moraju osigurati da potrošači dobiju nezbunjujuće informacije o utjecaju proizvoda i usluga na okoliš koristeći se shemama poput ekooznačavanja, informacija o proizvodu, izjava o okolišu, izvještavanja o okolišu i informativnih centara za potrošače. Moraju također promicati međunarodno prepoznate simbole (znakove) za ekooznačavanje. Održiva potrošnja zahtijeva da potrošači, zajednice, poslovni sektor i organizacije civilnog društva budu svjesni mogućeg utjecaja proizvoda i usluga na okoliš, zdravlje i sigurnost ljudi, uključujući i lokalni i globalni utjecaj. Informacije, infrastruktura i oprema moraju biti dostupne potrošačima koji žele promijeniti svoje obrasce potrošnje. Objašnjenje održivih obrazaca proizvodnje i održivih obrazaca potrošnje u izvještaju je Zaštita potrošača, smjernice za održivu potrošnju, koji je 1995. objavila Komisija Ujedinjenih naroda o održivom razvoju.

Predstavnici Svjetskoga poslovnog savjeta za održivi razvoj objavili su stajalište da je potrebno mijenjati potrošačke navike jer je to jedina nada za održivost. Da bismo to postigli, moramo uvoditi inovacije. Održiva rješenja ne podrazumijevaju samo tehničke inovacije; važna su i ekonomska, društvena i institucionalna poboljšanja. Održiva potrošnja ne znači nužno manje trošiti, nego trošiti drukčije, djelotvorno trošiti.

Održivi obrasci potrošnje ili održiva potrošnja ključan su dio održivog razvoja i usko povezani s održivom proizvodnjom.

Vidi: održiva proizvodnja i potrošnja, održiva proizvodnja



Održiva proizvodnja

engl. sustainable production / njem. die nachhaltige Produktion / fr. production durable / tal. produzioni sostenibile

Održivi obrasci proizvodnje ili održiva proizvodnja odnose se na utjecaj proizvodnih procesa i dobavljačkog lanca na okoliš, njihov ekonomski utjecaj te utjecaj na društvo. Povezani su s dizajnom prihvatljivim za okoliš, čistijom proizvodnjom, energetskom i resursnom učinkovitošću, primjenom inovacija i e-poslovanja. Isto tako održiva proizvodnja povezana je s odgovornošću proizvođača.

Vidi: održiva proizvodnja i potrošnja, održiva potrošnja

Održiva proizvodnja i potrošnja

engl. sustainable consumption and production / njem. nachhaltige Produktion und Verbrauch / fr. consommation et production durables / tal. consumo e produzioni sostenibili

Na skupu o Zemlji u Riju 1992. godine donesena je *Deklaracija o okolišu i razvoju* u kojoj je istaknuto da bi države za ostvarenje *održivog razvoja* i poboljšanje kvalitete življenja svih ljudi trebale smanjiti i ukloniti neodržive *obrasce proizvodnje i potrošnje* i promicati odgovarajuću demografsku politiku.

Održiva proizvodnja i potrošnja sastoje se od kompleksnog spleta različitih aktivnosti: od načina života, načina potrošnje, ekodizajna proizvoda, načina korištenja slobodnim vremenom, proizvodnje hrane do drugih aktivnosti koje neizbježno utječu na okoliš, a mogu se mijenjati. Time se smanjuje i negativan utjecaj na okoliš. Za uspješnu promjenu trendova potrebno je da svaki pojedinac, potrošač i svaki gospodarstvenik, proizvođač počnu razmatrati svoj djelokrug utjecaja s aspekta resursne održivosti. Samo tada i kada se ljudi svjesno počnu mijenjati i mijenjati svoje ponašanje, moći ćemo govoriti o promjenama u smjeru održivosti.

Vidi: održiva proizvodnja, održiva potrošnja

Održivi razvoj

engl. sustainable development / njem. die nachhaltige Entwicklung / fr. développement durable / tal. sviluppo sostenibile

Održivi je razvoj proces koji ima više definicija, a najpoznatija i najčešće upotrebljavana ona, je objavljena u izvješću "Naša zajednička budućnost" UN-ove Komisije za okoliš i razvoj iz 1987. godine. Prema njoj, održivi je razvoj "razvoj kojim se zadovoljavaju potrebe današnjih naraštaja a da se pritom ne ugrožava mogućnost budućih naraštaja u zadovoljavanju njihovih potreba". To znači da pri odlučivanju i provođenju aktivnosti kojima svaka organizacija stvara vrijednost treba sustavno uzimati u obzir ekonomske i društvene činitelje te činitelje vezane za zaštitu okoliša. Održivi je razvoj takav razvoj u kojem su procesi promjena, upotreba resursa, smjer investicija, tehnološki razvoj i institucionalne promjene koje se provode konzistentni s potrebama današnjih i budućih naraštaja.



Održivi razvoj određuje etične principe u odnosu prema prirodnim dobrima, njihovu pravednu raspodjelu između bogatih i siromašnih zemalja te današnjih i budućih naraštaja. On također postavlja konkretne smjernice za smanjenje određenih djelatnosti u pojedinim zemljama koje opterećuju globalni okoliš. Da bi se primjenjivao, mora postati ne samo dio nacionalnih politika nego i tijesne međunarodne suradnje. Ovaj svjetonazor ujedinjava gospodarske, socijalne i ekološke potrebe, kapital, rad i prirodna dobra u skladnu cjelinu, uvjerljiv je, realan i osmišljen u svim pojedinostima. Taj pristup neizbježno donosi trajan sukob interesa između gospodarstva, društvene pravičnosti i zaštite okoliša u nacionalnim i globalnim razmjerima. Traženje kompromisa u tim neizbježnim unutarnjim i vanjskim sukobima zadaća je politike, ostvarivanje solidarnosti i čovječnosti zadaće su religije, etike i odgoja, a traženje novih putova za usklađivanje tih ciljeva zadatak je znanosti i tehnike.

Održivi razvoj sintagma je nastala još u 19. stoljeću, a prvi je put upotrijebljena u kontekstu održivog gospodarenja šumama. Obilježje mu je unutarnja proturječnost jer sjedinjuje statičnost (održivost) i dinamičnost (razvoj). Pridjev "održiv" opisuje procese koji nikad ne dolaze do kraja, već se temelje na beskonačnu kruženju tvari i energije. Temelje za održive procese tvorcima ove sintagme pronašli su u prirodi u kojoj se kretanje energije i tvari temelji na kruženju, što implicira procese koji se mogu ponavljati beskonačno mnogo puta. Pojam "razvoja" označava proces stalnog unapređivanja, a može se odnositi na materijalan rast ili na nadgradnju nematerijalnog podrijetla kao što je to intelektualna, kulturna nadgradnja ili rast vrijednosti, ne nužno vezan uz novčanu vrijednost. Razvoj je proces sublimacije destruktivnih i izgradnje stvaralačkih ljudskih potreba te proces proizvodnje sredstava za njihovo zadovoljenje.

Upravo kombinacija tih dviju, na prvi pogled riječi suprotnog značenja, otežala je tumačenje i točno definiranje ovog pojma. Točno značenje održivog razvoja do danas je praktički nejasno. To može biti sposobnost nekoga živog entiteta (bilo biološkog/biosfera, bilo socijalnog / društvo) ili procesa što ga ti entiteti svojim postojanjem, djelovanjem suproizvode da se načinom življenja i djelovanja (samo) održavaju, (samo)reproduciraju, (samo)obnavljaju. U vezi s tim održivi se razvoj može razumijevati "kao onaj tip projekta društvenog razvoja koji svojim unutarnjim ustrojem, načinom funkcioniranja na sustavnoj razini, svojim ukupnim učincima i tendencijama smjera tome da samoga sebe (samo)održava, (samo)obnavlja na dugi rok, teorijski beskonačno" (Lay, 2007). Najčešća definicija održivog razvoja, gore citirano objašnjenje Gro Harlem Brundtland, povezuje suprotstavljene interese, a istodobno je neprecizna i neodređena. Sve definicije održivog razvoja povezuju njegove tri osnovne komponente: ekonomije, okoliš i društvo. Nejasnoće nastaju u različitu tumačenju što su to ljudske potrebe, i sadašnje i one budućih naraštaja. Kada se suoče različite vrijednosti zadovoljenja potreba i potreba za očuvanjem resursa, održivi razvoj može biti tumačen kao nastavak ekonomskog rasta prema poznatim smjernicama ili, u drugoj krajnosti, može zahtijevati temeljitu rekonstrukciju socio-ekonomskih odnosa. Stoga možemo razlikovati dva ekstremna tumačenja održivog razvoja: slabi i jaki. Slabi održivi razvoj temelji se na tumačenju da su okoliš i njegovi resursi samo jedan dodatan oblik kapitala, a održivi razvoj temelji se na razmjeni između ekonomskoga i okolišnoga kapitala.



Jedini je pritom uvjet da ukupna količina kapitala ostane nepromijenjena. Kasnija tumačenja prepoznaju tri komponente održivog razvoja kao jednako važne, ali još daju prednost ekonomskom rastu kao najvažnijem cilju, vjerujući da će tehnološki razvoj i međunarodna razmjena stvoriti uvjete za zadovoljenje ljudskih potreba i osigurati dovoljno resursa. Drugim riječima, gubitak prirodnoga kapitala moći će se nadomjestiti drugim oblicima kapitala kao što su to ljudski, ekonomski, tehnološki kapital. Oni će nadomjestiti naše potrebe za kapitalom okoliša. Zagovornici ovog modela održivog razvoja traže zapravo način kako zadovoljiti potrebe rastućeg čovječanstva, no ni jedan ozbiljan pokušaj nije zadirao u drugu stranu vage, a to je redefiniranje potreba čovječanstva, odnosno promjene u potrošnji.

Izvještaj Gro Harlem Brundtland, bez obzira na to što ponuđeno objašnjenje ne daje jasno tumačenje održivog razvoja, ipak je početak širokog, globalnog prihvaćanja održivog razvoja kao temelja budućeg razvoja ljudi na Zemlji. Prije tog izvještaja različiti pokreti ekologa i zelenih upozoravali su na neodrživost ekonomskog sustava temeljena na kapitalizmu i materijalnoj potrošnji koji je dominantan u zapadnim razvijenim zemljama te se širi na zemlje u razvoju. Ovi pokreti uglavnom su tumačili neodrživost potrošnje temeljene na neobnovljivim resursima ili prekomjernu iskorištavanju obnovljivih resursa te ispuštanjima u okoliš tvari koje narušavaju prirodnu ravnotežu i održivost ekosustava odgovornih za održavanje temeljnih uvjeta koji omogućuju život. No takvi su se pokreti uglavnom smatrali radikalnima te zadržavali na marginama javnog života bez velikih mogućnosti za znatniji utjecaj na tvorce javnih politika i predstavnike vlasti i velikih korporacija. Upravo zato izvještaj G. Harlem Brundtland zaokret je prema dosadašnjim zahtjevima ekologa iz sedamdesetih godina jer odbija poduprijeti argumente protiv ekonomskog rasta. On podržava poticanje rasta u zemljama u razvoju kao uvjet iskorjenjivanja siromaštva i podmirivanja osnovnih potreba tamošnjih ljudi uz poticanje veće brige za okoliš i rast koji je manje materijalno i energetski intenzivan i ujednačen u svom učinku.

Razvoj je proces mijenjanja koji kombiniranjem ekonomskog rasta i širih socijalnih i kulturnih promjena potiče pojedince da dostignu svoje potencijale. Dimenzija održivosti ovdje je prepoznavanje da razvoj također mora u obzir uzeti fizička ograničenja koja nastaju zbog ekosustava, pa promišljanje o okolišu mora biti u svim sektorima i područjima politike.

Cifrić navodi Beckerovo stajalište da se putem dvaju pojmova: socijalno-ekološke transformacije i pojma društveni prirodni odnosi mogu smanjiti neke pogreške u odnosima rasta i razvoja a da se istodobno može bolje teorijski formulirati održivi razvoj kao višedimenzionalan koncept racionalnih i promjena nasuprot modelima neoklasične ekonomije, globalne ekologije i sociološke systemske teorije koje nisu kompatibilne jer polaze od različitih pretpostavki i usredotočuju se na sadržaje koji ih zanimaju.

U Zakonu o zaštiti okoliša održivi razvoj objašnjen je kao razvoj koji zadovoljava potrebe današnjih naraštaja a da pritom ne ugrožava mogućnost budućih naraštaja u zadovoljavanju njihovih potreba. Održivi je razvoj objedinjavanje ciljeva visoke kvalitete života, zdravlja i napretka, s društvenom pravednošću i održavanjem Zemljinih kapaciteta koji podržavaju život u svoj njegovoj raznolikosti. Ovi društveni, ekonomski i okolišni ciljevi međusobno su i međusobno pojačani. Održivi se razvoj može razmatrati kao način izražavanja širih očekivanja cijeloga društva.



Za gospodarstvo je važno da održivi razvoj shvati kao stalan proces promjena te uspostavi sustav upravljanja promjenama (change management), sustav upravljanja rizicima (risk management) te sustav upravljanja nastavkom poslovanja (continuity management).

Srodni nazivi: U literaturi na hrvatskome jeziku mogu se naći različiti prijevodi naziva *sustainable development*, na primjer održivi razvitak (Strategija održivog razvika RH), trajno održivi razvoj, potrajni razvoj, podrživi razvoj i sl. U Leksikonu se rabi održivi razvoj jer je 1992. ovaj naziv odabran pri prevođenju dokumenata donesenih na Skupu o Zemlji te su u skladu s time na isti način prevedeni i neki službeni dokumenti (Poslovna povelja za održivi razvoj) i nazivi organizacija (HR PSOR – Hrvatski poslovni savjet za održivi razvoj; ODRAZ – Održivi razvoj zajednice).

Vidi: održivost, održiva proizvodnja i potrošnja, održiva proizvodnja, održiva potrošnja

Indeks DOP-a: Pitanja 2.1, 2.2, 2.3, 2.7, 2.9.

GRI: nema posebnih zahtjeva

GC: nema posebnih zahtjeva

Održivost

engl. sustainability / njem. die Nachhaltigkeit / fr. durabilité / tal. sostenibilità

Održivost je sposobnost trajnog održavanja neke funkcije ili procesa. U prirodi održivost je najbolje prikazana kruženjem tvari i energije koja predstavlja savršen održiv ciklus. U prirodi nema gubitaka ni otpada, sve tvari i energija obnavljaju se i vraćaju u proces i ovo kruženje može trajati beskonačno.

Prvi je put taj pojam čovjek upotrijebio kako bi opisao svoje djelovanje u njemačkom šumarstvu u kojem se govori o trajnu očuvanju šumskog fonda tako da se i sljedeći naraštaji njime mogu služiti. U Hrvatsku je taj princip uveden Zakonskom uredbom o šumama austrougarske carice Marije Terezije 1769. godine. Nema nikakve dvojbe da je taj pozitivan princip u biti ipak ostao nedorečen, idealiziran i nejasan, pa između stvorenog mita i grube stvarnosti postoje velike razlike. On se može ostvariti i opravdati na desetak različitih načina.

Spomenimo kao primjer:

1. trajno očuvanje šumske površine bez obzira na starost biocenoze
2. trajno iskorištavanje samo prirasle drvne mase
3. prisutnost svih dobnih razreda s jednakim površinskim udjelima
4. kontinuiran novčani prihod,
5. održavanje šumske površine zbog njezina blagotvorna ili zaštitnog djelovanja
6. održavanje šume za potrebe lovstva
7. održavanje šuma radi rekreacije itd.

Unatoč tomu on još ostaje okosnica i jedini pravi primjer održivog razvoja. To načelo potvrđeno je u deklaraciji "Forest Principles" u Rio de Janeiru i idućoj europskoj konferenciji Zdrave šume, održivi razvoj održanoj u Helsinkiju 1993. godine.



Danas se pojam održivosti nastoji uvesti u sve grane ekonomije i gospodarstva ne bi li se usporio i zaustavio ubrzan trend zagađenja okoliša i iscrpljivanja resursa koji, nastavi li se kao dosad, prijeto ugroziti opstanak na Zemlji. Održiva potrošnja resursa i energije osigurava trajan, u teoriji beskonačan proces razvoja bez ugrožavanja ekosustava Zemlje.

Vidi: održivi razvoj, održiva proizvodnja i potrošnja, održiva proizvodnja, održiva potrošnja

Ograničenje upotrebe opasnih tvari

engl. Restriction of Hazardous Substances, RoHS) / njem. die Beschränkung der Verwendung bestimmter gefährlicher Stoffe / fr. Limitations d'utilisation de substances dangereuses / tal. Restrizione dell'uso di sostanze pericolose

Direktivu o ograničenju upotrebe opasnih tvari Europska unija je prihvatila na početku 2003. godine, a vrijedi od sredine 2006. godine (2002/95/EC), odnosi se na ograničenja od opasnih tvari u električnim i elektronskim napravama. Usko je povezana s direktivom koja se odnosi na otpad električne i elektronske opreme (2002/96/EC), a koja postavlja pravila vezana uz prikupljanje, recikliranje i ponovnu uporabu električnih i elektronskih naprava i teži rješavanju velikih problema povezanih s e-otpadom u EU.

Okoliš

engl. environment / njem. die Umwelt / fr. environnement / tal. ambiente

Prema Zakonu o zaštiti okoliša, okoliš je prirodno okruženje organizama i njihovih zajednica uključivo i čovjeka, koje omogućuje njihovo postojanje i njihov daljnji razvoj: zrak, vode, tlo, Zemljina kamena kora, energija te materijalna dobra i kulturna baština kao dio okruženja što ga je stvorio čovjek; svi u svojoj raznolikosti i ukupnosti uzajamna djelovanja.

Prema normi HRN EN ISO 14001 i ISO 26000, okoliš je okruženje u kojem neka organizacija djeluje, uključujući zrak, vodu, tlo, prirodne izvore, floru, faunu, ljude i njihove međusobne odnose.

Indeks DOP-a: Područje 4

GRI: EN1-EN30

GC: načela 7, 8, 9

Onečišćenje

engl. contamination / njem. die Kontamination / fr. contamination / tal. contaminazione

Zakon o zaštiti okoliša ne daje tumačenje pojma onečišćenje. Umjesto toga tumači ove pojmove:

- *Onečišćivanje* morskog okoliša znači čovjekovo izravno ili neizravno unošenje tvari ili energije u morski okoliš, koje uzrokuje ili može prouzročiti pogubne po-



sljedice na uvjete života biljnog i životinjskog svijeta u moru i podmorju, odnosno općenito ugroziti uvjete života u moru i ugroziti ljudsko zdravlje te može ometati pomorske djelatnosti, uključujući ribolov i druge zakonite uporabe mora i podmorja, izazvati pogoršanje uporabne kakvoće morske vode i umanjeње privlačnosti morskog okoliša.

- *Onečišćivač* je svaka fizička i pravna osoba koja posrednim ili neposrednim djelovanjem, ili propuštanjem djelovanja uzrokuje onečišćivanje okoliša
- *Onečišćivanje okoliša* promjena je stanja okoliša koja je posljedica nedopuštene emisije i/ili drugog štetnog djelovanja, ili izostanka potrebnog djelovanja, ili utjecaja zahvata koji može promijeniti kakvoću okoliša
- *Onečišćujuća tvar* je tvar ili skupina tvari koje zbog svojih svojstava, količine i unošenja u okoliš, odnosno u pojedine njegove sastavnice, mogu štetno utjecati na zdravlje ljudi, biljni i/ili životinjski svijet, odnosno biološku i krajobraznu raznolikost.

Tumačenje pojma onečišćenje može se naći u Zakonu o vodama koji kaže da je onečišćenje "izravno ili neizravno unošenje tvari ili topline u vodu i tlo izazvano ljudskom djelatnošću, što može biti štetno za ljudsko zdravlje ili kakvoću vodnih ekosustava ili kopnenih ekosustava izravno ovisnih o vodnim ekosustavima, koje dovodi do štete po materijalnu imovinu, remeti značajke okoliša, zaštićene prirodne vrijednosti ili utječe na druge pravovaljane oblike korištenja okoliša".

Zakon o zaštiti zraka također ne tumači pojam onečišćenje, ali ga poznaje u kontekstu onečišćenja iz prirodnih izvora, onečišćivača, onečišćujuće tvari te onečišćenog zraka.

Zakonodavstvo Republike Hrvatske pojam onečišćenje upotrebljava kao izravan prijevod engleske riječi *pollution* te je u hrvatskom zakonodavstvu prisutan pojam "onečišćivač plaća" (engl. *polluter pays*). Akademici Pravdić i Cifrić ističu da je pojam onečišćenje neprikladan te nema pravnu težinu. Cifrić u svom "Pojmovniku kulture i okoliša" daje sljedeće tumačenje pojma onečišćenje: "Naziv za mjerljiv stupanj promjene kvalitete okoliša ili njegovih sastavnica koji ne ugrožava samobnovljivost komponenata ekosustava. Onečišćenim se smatra stanje kvalitete, primjerice pitke vode, u kojoj se nalaze tvari koje ne utječu na njezinu štetnost za zdravlje ljudi i ostalih živih bića. Može se otkloniti bez posljedica za organizme ili onečišćeni ekosustav. Ukoliko je koncentracija stranih tvari takva da štetno djeluje na okoliš bez obzira je li ispod maksimalno dopuštene koncentracije (MDK), odnosno u konvencionalnim granicama – radi se o zagađenju (*pollution*). Dopuštena količina štetnih tvari ograničava se propisima pa alarm nastupa zbog zagađenja koje premašuje MDK neke tvari."

Iz ovog tumačenja proizlazi da bi *onečišćenje* odgovaralo engleskom terminu *contamination*, a za *pollution* trebao bi se upotrijebiti termin *zagađenje*. Ipak zakonodavstvo Republike Hrvatske *pollution* prevodi kao *onečišćenje*, a *contamination* kao *oštećenje* okoliša. Na isti način ove termine prevodi Glavač u svojoj knjizi *Uvod u globalnu ekologiju*.



Onečišćenje tla

engl. land contamination / njem. die Bodenverunreinigung / fr. contamination des sols / tal. inquinamento del suolo

Vidi: onečišćenje, zagađenje

Onečišćenje zraka

engl. air contamination / njem. die Luftverschmutzung / fr. contamination de l'air / tal. inquinamento atmosferico

Zaštita zraka obuhvaća mjere zaštite zraka, poboljšanje kakvoće zraka radi izbjegavanja ili smanjivanja štetnih posljedica po ljudsko zdravlje, kakvoću življenja i okoliš u cjelini, očuvanje kakvoće zraka te sprječavanje i smanjivanje onečišćivanja koja utječu na oštećivanje ozonskog sloja i promjenu klime.

Izvor: Zakon o zaštiti okoliša

Onečišćenje vode

engl. water contamination / njem. die Wasserverschmutzung / fr. pollution de l'eau / tal. inquinamento delle acque

Onečišćenje voda promjena je kakvoće vode unošenjem, ispuštanjem ili odlaganjem u vode opasnih tvari, hranjivih i drugih tvari, utjecajem energije ili drugih uzročnika, u količini kojom se mijenjaju korisna svojstva vode, pogoršava stanje vodnih ekosustava i ograničuje namjenska uporaba voda.

(1) Zaštita voda obuhvaća mjere zaštite voda te poboljšanje kakvoće voda u svrhu izbjegavanja ili smanjivanja štetnih posljedica za ljudsko zdravlje, slatkovodne ekosustave, kakvoću življenja i okoliš u cjelini.

(2) Zaštita voda od onečišćivanja provodi se radi očuvanja života i zdravlja ljudi i zaštite okoliša te omogućivanja održivog, neškodljivog i neometanog korištenja vodama za različite namjene.

Izvor: Zakon o vodama

Opasan otpad

engl. hazardous waste / njem. die gefährlichen Abfälle / fr. déchet dangereux / tal. rifiuti pericolosi

Prema Zakonu o otpadu, opasan je otpad definiran posebnim propisom: Uredbom o kategorijama, vrstama i klasifikaciji otpada s katalogom otpada i listom opasnog otpada. Prema toj uredbi, opasan je otpad otpad određen kategorijama (generičkim tipovima) i sastavinama, a obvezno sadržava jedno ili više od svojstava utvrđenih Listom opasnog otpada. Lista utvrđuje kategorije ili generičke tipove opasnog otpada sastavljene sukladno prirodi otpada i aktivnostima koje ih proizvode te



određuje svojstva otpada po kojima je on opasan za zdravlje. Opasan otpad svaki je otpad koji sadrži neko od svojstava opisanih u Listi opasnog otpada ili je pomiješan s nekim od opasnog otpada.

Opasan otpad ili spremnik u kojem se nalazi opasan otpad mora biti označen znakovima opasnosti (slika O-1 i O-2):



Slika O-1: Neki znakovi opasnosti



Na nekim je proizvodima neki od znakova koji kazuju da se opasni otpad ne smije odlagati s komunalnim otpadom (slika O-2). Znak je izvorno bio predviđen za stavljanje na električne i elektroničke proizvode, ali se ubrzo našao i na proizvodima široke potrošnje: deterdžentima, kemikalijama i sl.

Slika O-2: Znak na proizvodu da se, kada postane otpad, ne smije zbog opasnih svojstava odlagati u komunalni otpad.

Ovaj znak može zbuniti potrošača zbog najmanje dvaju razloga:

1. Znak je na ambalaži (spremnici, papirnatim kutijama) deterdženata, sredstava za čišćenje i sl. Kada se sredstvo potroši, ostaje čista papirnata/plastična kutija s tim znakom. Čistu papirnatu kutiju i plastični spremnik bolje je odložiti u odgovarajuće spremnike, ondje gdje je to organizirano, a gdje nije, u spremnike za komunalni otpad.
2. U Republici Hrvatskoj nije riješeno gospodarenje opasnim otpadom na općoj razini pa nema propisanog rješenja za pojedine vrste opasnog otpada.

Opća deklaracija o ljudskim pravima

engl. Universal Declaration on Human Rights/ njem. die Allgemeine Erklärung der Menschenrechte / fr. déclaration universelle des droits de l'homme / tal. Dichiarazione universale dei diritti dell'uomo

Deklaracija o ljudskim pravima prva je međunarodna izjava nastala poslije užasa Drugoga svjetskog rata, a potvrđuje pravo svim ljudima na dostojanstvo i ravnopravnost. Deklaracija je prevedena na više od 360 jezika i sadrži popis osnovnih prava svakog čovjeka na svijetu bez obzira na rasu, boju kože, spol, jezik, vjeru, političko ili drugo uvjerenje, nacionalno ili socijalno podrijetlo, vlasništvo, rođenje ili neki drugi status. Ljudska prava vrijede za sve. Svi ljudi rođeni su slobodni i jednaki u dostojanstvu i pravima. Ljudska su prava univerzalna. Vrijede u cijelom svijetu, bez obzira na državu, kulturu ili specifičnu situaciju, pa državne granice nisu prepreka u njihovoj provedbi.



Prema Amnesty Internationalu, ljudska prava razvrstana su u tri skupine:

1. Građanska su i politička prava (prava prve generacije) "usmjerena na slobodu" i uključuju pravo na život, slobodu i sigurnost pojedinca; slobodu od mučenja i ropstva, političko sudjelovanje, slobodu uvjerenja, izražavanja mišljenja, savjesti i vjere, slobodu udruživanja i okupljanja.
2. Ekonomska su i socijalna prava (prava druge generacije) prava "usmjerena na sigurnost", npr. pravo na rad, obrazovanje, prikladan životni standard, hranu, stanovanje i zdravstvenu zaštitu.
3. Pravo na zdrav okoliš, kulturna prava i prava na razvoj (prava treće generacije) uključuju prava da se živi u okolišu koji je čist i zaštićen od uništavanja; grupe ili "narodi" imaju pravo na kulturni, politički i ekonomski razvoj.

Vidi: ljudska prava

Napomena: Prema različitim izvorima na internetu, nema službenog prijevoda teksta na hrvatski jezik pa se može naći prijevod naslova dokumenta (Universal Declaration of Human Rights) i kao Opća deklaracija o pravima čovjeka i kao Opća deklaracija o ljudskim pravima.

Organizacija

engl. organization / njem. die Organisation / fr. organisation / tal. organizzazione

Organizacija je svjesno udruživanje ljudi kojima je cilj da odgovarajućim sredstvima ispune određene zadatke s najmanjim mogućim naporom, na bilo kojem području rada i života. To je mreža odnosa s velikim potencijalom. Organizacija je i bilo koji oblik grupne povezanosti. Ona također predstavlja podjelu posla u logične, koordinirane i međusobno povezane organizacijske jedinice. Posebno je važno razlikovati organizaciju kao aktivnost i kao instituciju. Organizacija kao aktivnost svjesna je ljudska djelatnost u smislu organiziranja, ali i rezultat procesa organiziranja. Organizaciji kao procesu i rezultatu nekog procesa uvijek je cilj red te je u tom smislu sinonim za stabilnost i red u sustavu.

Možemo razlikovati četiri pojma organizacije: univerzalni, institucionalni, strukturni i funkcijski. Kad govorimo o univerzalnosti, organizacija je jedinstvo međusobno povezanih dijelova ili podsustava. Kad govorimo o institucionalnom aspektu organizacije, onda ona predstavlja socijalni entitet, odnosno ciljno usmjeren sustav (teleološki sustav). Strukturni pristup podrazumijeva strukturu socijalnih sustava, što znači da svaki sustav ima organizaciju koja predstavlja sustav unutarnjih veza i odnosa. Struktura je dinamična jer slijedi ciljeve i modificira se prema potrebi. Funkcijski pristup upućuje na proces oblikovanja organizacije. Organizacija kao proces i kao rezultat tog procesa uvijek predstavlja red. Organizacija predstavlja sustav koji transformira uloge/ulaze u željene učinke/izlaze, a djeluje kao zasebna komponenta u vezi s podjelom rada i poslovnim procesima, ali ne posve neovisno o okolini. Uporaba je ovog termina vrlo raširena, ali bez obzira na kontekst, pojam podrazumijeva rad u ostvarenju nekoga zajedničkog cilja. Poslovna organizacija tako delegiranjem i podjelom rada nastoji postići unaprijed određeni poslovni cilj, pri čemu se znaju pojedinačne odgovornosti, ovlasti i zaduženja, odnosno mogući problemi koje treba riješiti kao uvjet za ostvarenje cilja više razine.



Organizacija je entitet ili skupina ljudi i opreme s određenim odgovornostima i ovlastima te međusobnim vezama i prepoznatljivim ciljevima.

Prema HRN EN ISO 14001, organizacija je trgovačko društvo, korporacija, tvrtka, poduzeće, vlast ili ustanova, ili dio odnosno kombinacija nekih od njih, zakonski povezana ili ne, javna ili privatna, ali koja ima svoje vlastite djelatnosti i administraciju. Za organizacije koje imaju više od jedne radne jedinice, svaka se radna jedinica može definirati kao jedna organizacija.

U upitniku Indeks DOP-a rabi se naziv poduzeće kao opći naziv za različite vrste poslovnih organizacija.

Vidi: poduzeće

Organizacija za ekonomsku suradnju i razvoj

engl. Organization for Economic Cooperation and Development - OECD / njem. die Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung / fr. Organisation de coopération et de développement économiques / tal. Organizzazione per la cooperazione e lo sviluppo economico

Organizacija za ekonomsku suradnju i razvoj -OECD (www.oecd.org) organizacija je sljednik OEEC-a (engl. Organization for European Economic Cooperation – Organizacija za europsku ekonomsku suradnju), a osnovana je 1948. godine radi pomoći u obnovi Europe razorene u Drugome svjetskom ratu. Relativno brzo oporavljene europske privrede pokazale su međuovisnost s razvijenim industrijskim zemljama Sjeverne Amerike te je, kao reakcija na to 1960. godine osnovana nova organizacija, OECD, čije su članice-osnivači 18 europskih zemalja, SAD i Kanada. Aspekti djelovanja i rada OECD-a razvojna su politika i kooperacija, energija, razvoj, trgovina, finansijska i fiskalna pitanja, zapošljavanje, edukacija, znanost, tehnologija, industrija, poljoprivreda, ribarstvo, socijalna pitanja, ekologija, korporativno upravljanje, održivi razvoj i društvena odgovornost poduzeća. Organizacija je savjetodavna, bez snage obvezivanja bilo koje od svojih članica. Sjedište joj je u Parizu.

Vidi: OECD-ova načela korporativnog upravljanja

Organizacije civilnog društva -OCD

engl. civil society organizations - CSO / njem. die Organisationen der Zivilgesellschaft / fr. organisations de la société civile / tal. organizzazioni della società civile

To su privatne, posve neovisne organizacije koje svojim radom i borbom za određene ciljeve razvijaju civilno društvo. Glavno im je obilježje da su neprofitne i najčešće se temelje na dobrovoljnom (volonterskom) radu. Najčešće se financiraju donacijama i doprinosima, a dobrovoljno članstvo, rad i doprinosi zajednici na bilo koji način ostavljeni su pojedincu na izbor. Područje njihova rada varira ovisno o tome za što su se specijalizirale, no bilo da je riječ o zaštiti ljudskih prava, okolišu ili obrazovanju, svaka od njih pridonosi razvoju zajednice i povećanju svijesti o nekom problemu na lokalnoj, nacionalnoj ili međunarodnoj razini.

Udruga civilnog društva u suvremenoj se praksi menadžmenta naziva i socijalno profitna organizacija.



Civilno društvo prostor je između obitelji, države i tržišta, a na njemu se građani udružuju radi promicanja zajedničkih interesa. Civilno društvo je društvo građana, njihovih inicijativa, skupina i organizacija koje imaju svoj ustroj, vlastitu upravu, neprofitni status, u svoje aktivnosti uključuju volontere, građani se učlanjuju dobrovoljno, a različiti im dionici daju materijalne potpore. Civilno je društvo i mjesto ostvarivanja zajedništva, okvir potvrđivanja slobode, poticaj za društvenu obnovu. Organizacije civilnog društva daju socijalno ljepilo koje društvo drži zajedno. Neprofitni sektor podrazumijeva da se one ne osnivaju i ne djeluju ponajprije radi ostvarivanja profita te da djeluju u području koje se ne može organizirati uvijek na komercijalnoj osnovi. Taj je pojam redovito rezerviran za organizacije koje pružaju različite javne usluge. Neprofitnost je povezana s povoljnim poreznim statusom u vezi s djelovanjem i mogućnostima primanja donacija kao porezno priznatih rashoda. Za razliku od državnih ustanova koje su također neprofitne organizacije, ove su organizacije privatne. Važno je istaknuti da su organizacije civilnog društva odvojene od vlade i njezina utjecaja te se zato katkad rabi naziv nevladine organizacije. Pojam nevladine organizacije upotrebljava se od pedesetih godina 20. st. i povezan je s radom agencija Ujedinjenih naroda u zemljama Trećeg svijeta u postkolonijalnom razdoblju. Često se navodi da je u toj definiciji sadržan neokolonijalni pristup. Legitimitet je tih organizacija povezan s djelovanjem i pružanjem prijeko potrebnih usluga naspram nepotističke, korumpirane i nedemokratske vlasti. Pojam nevladine organizacije upotrebljava se najčešće za organizacije koje se bave ljudskim pravima i demokratizacijom. Pojam nevladina udruga, koji se udomaćio u hrvatskoj javnosti, čini se neprimjerenim jer kako Vlada ne može osnovati drugu, ona je *eo ipso* nevladina. Osim toga, nešto što je definirano negativno, ovdje u odnosu na Vladu, teško je prihvatljivo prosječnom građaninu. Pojam civilnog društva u Hrvatskoj se više upotrebljava u protekle tri do četiri godine. Pod civilnim se društvom razumijevaju organizacije i inicijative koje imaju pozitivan pristup društvenim problemima i koje pridonose općem dobru. Općenito, poticanje razvoja civilnog društva preporučuje se kao univerzalni lijek za izgradnju dobrog društva. Organizacijama civilnog društva pripadaju udruge, zaklade i fondacije, privatne ustanove, neke zadruge te neregistrirane inicijative.

Organizacije civilnog društva djeluju kao korektiv društva te zaštita građana od sprege poslovnog i javnog sektora. Česte su stoga "wach dog" organizacije koje neovisno o tijelima državne uprave nadziru rad industrije te upozoravaju na propuste u zaštiti okoliša ili drugim područjima. One su također organizatori organiziranih bojkota proizvoda poduzeća koja su se ogriješila o odredbe odgovornog poslovanja. Cilj im je kazniti neodgovorne i navesti poslovni sektor na poštovanje načela održivog razvoja. Te su aktivnosti pridonijele razvoju koncepta društveno odgovornog poslovanja cilj kojega je predvidjeti i spriječiti neželjene reakcije civilnog sektora.

U razvijenom su društvu sve češće partnerske veze civilnog i poslovnog sektora, a cilj im je približavanje stajališta, bolje razumijevanje mogućnosti i očekivanja te iznalaženje kompromisnih rješenja na zadovoljstvo svih sudionika procesa.

Srodni nazivi: neprofitna organizacija, nevladina organizacija

Vidi: aktivizam, bojkot, neprofitna organizacija



Organizacijska klima

engl. organizational climate / njem. das Organisationsklima / fr. climat de l'organisation / tal. clima organizzativo

Posrijedi je koncept koji opisuje subjektivnu kvalitetu radne okoline koja utječe na ponašanje zaposlenih u organizaciji. Organizacijska klima označava prevladavajuću atmosferu u poduzeću, od razine morala do osjećaja pripadnosti i motivacije pojedinih članova organizacije. Riječ je o subjektivnome obilježju i doživljaju radne okoline koji utječu na ponašanje zaposlenih. To je specifična psihološka atmosfera u organizaciji koja proizlazi iz subjektivnog doživljaja radne okoline, a usmjerava individualno i grupno ponašanje te utječe na motivaciju zaposlenika. Bitne su joj odrednice percepcija povjerenja i podrške u odnosima, važnost i vrednovanje kvalitetnog rada, kreativnosti, iniciranja i rješavanja problema... To je niz svojstava koja se mogu percipirati i anticipirati u određenoj organizaciji i/ili njezinim podsustavima, a nastaju iz načina na koji se organizacija i/ili njezini podsustavi odnose prema svojim članovima i okolini. Često se promatra i kao "emocionalna osnova organizacije". Osnovna su joj obilježja:

1. subjektivni aspekt
2. vezanost za članove organizacije
3. perceptivna priroda kao osnova za stvaranje stajališta, uvjerenja i motivacije zaposlenika.

Organizacijska klima prethodi organizacijskoj kulturi kao širem konceptu analize organizacijskog ponašanja. Organizacijsku klimu stvaraju najviše menadžeri svojim stilom vođenja.

Vidi: organizacijska kultura

Organizacijska kultura

engl. organizational culture / njem. die Organisationskultur / fr. culture organisationnelle / tal. cultura organizzativa

Organizacijska je kultura ukupnost organizacijskih stajališta, vrijednosti, normi i vjerovanja koje dijeli većina zaposlenika u organizaciji te je jedan od najvažnijih činitelja za dugotrajnu izgradnju organizacijskoga identiteta na tržištu. Ona označava način života i rada u organizaciji. Organizacijska je kultura važna jer usmjerava ponašanje zaposlenika koji usvajanjem određenog sustava vrijednosti, prihvatanjem zadanih obrazaca ponašanja te poštovanjem običaja, povijesti i tradicije organizacije, pridonose stvaranju organizacijske kulture.

Omogućuje isticanje glavnih značajki organizacije i poistovjećivanje zaposlenika s radnom okolinom, pri čemu se ostvaruje zajednički napor i konsenzus za postizanje ciljeva. Organizacijska kultura izravno utječe na organizacijsku strukturu, stil upravljanja i organizacijsku strategiju te se stalno mijenja pod utjecajem vidljivih i nevidljivih simbola. Simboli organizacijske kulture jesu:

- nevidljivi (vrijednosti, norme, obrasci ponašanja, stajališta i uvjerenja)



- vidljivi
 - statusni simboli – na primjer visina plaće, bonusi, veličina ureda, vrsta poslovnog automobila i slično
 - tradicija i povijest – postojani su i predstavljaju priče i uzore iz povijesti organizacije
 - jezik i žargon – specifičan govor organizacije, sleng, metafore i slično
 - rituali (obredi), ceremonije i igre – predstavljaju najdojmljiviji simbol organizacijske kulture
 - fizička okolina – predstavlja mikro i makrolokaciju organizacije i pojedinih njezinih dijelova
 - logo i druga vidljiva obilježja organizacije.

Organizacijska kultura obuhvaća cijeli spektar varijabli koji ovisi o ljudima kao ključnom resursu u poduzeću. Ona je socijalno "ljepilo" koje drži organizaciju jedinstvenom i simultano daje prikladne standarde o tome kako bi se zaposlenici trebali ponašati i govoriti. Uspješna poduzeća sustavno održavaju, njeguju i razvijaju organizacijsku kulturu. Ne postoji jedna opća, univerzalna organizacijska kultura koja bi vrijedila za sva poduzeća i zato menadžment svakog poduzeća mora razvijati svoju specifičnu, jedinstvenu kulturu koja osigurava fleksibilnost i prepoznatljivost organizacije.

Vidi: organizacijska klima

Organska hrana

engl. organic food / njem. die Bio-Lebensmittel / fr. aliments biologiques / tal. alimenti biologici

Organska hrana (biološka, ekološka) takva je vrsta hrane koja se proizvodi na ekološkim principima (izbjegava se upotreba umjetnih kemijskih sredstava kao što su umjetna gnojiva, pesticidi, aditivi, medicinski proizvodi itd.), a cilj joj je održivi sustav poljoprivrede. Najvažnija je zaštita tla i okoliša, a kad je riječ o uzgoju životinja – briga za njihovu dobrobit.

Organska proizvodnja hrane temelji se na biološkoj kontroli i suzbijanju upotrebe bilo kakvih kemijskih sredstava. To znači zdravo tlo, kemijski netretirano sjeme te zabrana upotrebe bilo kakvih kemijskih sredstava za prskanje. Za organsku poljoprivredu važne su tehnike smjena usjeva, biološka fiksacija dušika, mehaničko uništavanje korova, zastranje tla itd. Takva proizvodnja hrane zahtijeva mnogo više uložena rada te je stoga i skuplja, a prinos manji, što joj povisuje cijenu.

Organska proizvodnja hrane nastoji uvesti biološku raznolikost i očuvanje zaštićenih područja prirode te je sve češće jedini oblik poljoprivrede u parkovima prirode i nacionalnim parkovima, čime se štiti autohtonost biljnih i životinjskih vrsta te omogućuje razvoj agroeko turizma.

O vrijednosti organske hrane postoje različita mišljenja. Nedavno objavljeno istraživanje Britanske agencije za hranu navodi da organski proizvedena hrana nije ništa zdravija od one proizvedene na uobičajen način te da nema bolje nutritivne vri-



Slika O-3: Hrvatski znak za organski proizvedene proizvode



Slika O-4: Znak EU za organski proizvod

jednosti. No vrijednost organske hrane nije u većoj nutritivnoj vrijednosti već u većoj količini minerala i antioksidansa i, što je još važnije, u izostanku kemijskih tvari koje se unose u tlo i biljke industrijskim načinom proizvodnje. Istraživanje Francuske agencije za hranu pokazalo je da biljke iz organskog uzgoja, sadržavaju više minerala (posebice željeza i magnezija) te antioksidativnih polifenola i salicilata, a meso iz organskog uzgoja ima veći udio višestruko nezasićenih masti.

Oko 94-100% organske hrane ne sadržava nikakve pesticide, a povrće iz organskog uzgoja sadržava otprilike 50% manje potencijalno karcinogenih nitrata nego ono iz tradicionalnog uzgoja (Agronomy for Sustainable Development).

Proizvodi koji ispunjavaju zahtjeve Zakona o ekološkoj proizvodnji poljoprivrednih i prehrambenih proizvoda imaju pravo nositi znak (slika O-3) EKOpouzvod. U Europskoj uniji na organski proizvedene proizvode stavlja se znak O-4. Proizvođač stječe pravo stavljanja znaka poslije nadzora kojim se provjerava poštuje li propisane zahtjeve i zadovoljava li proizvod svojom kvalitetom.

Prigodan datum: 16. listopada, Svjetski dan hrane (World Food Day)

Osjetljive skupine

engl. vulnerable groups / njem. gefährdete Gruppen / fr. groupes vulnérables / tal. gruppi vulnerabili

Vidi: ranjive skupine

Oснаženje / samostalnost

engl. empowerment / njem. die Mitwirkungsmöglichkeit / fr. autonomisation / tal. trasferimento di poteri

Osposobljenost zaposlenika za samostalno djelovanje dobivanjem odgovarajućih ovlasti i podrške od neposrednog menadžera te razvojem kompetencija i motiviranosti. Osnaženje zaposlenika mjeri se anketom.

Otpad

eng. waste / njem. der Abfall / fr. déchets / tal. rifiuti

Otpad je naziv za ostatke materijala (tvari i predmeta) koji se više ne mogu ili ne žele upotrijebiti u proizvodnji ili svakidašnjici te za sve pokretne predmete koji se više ne upotrebljavaju ili ne žele upotrebljavati i tako postaju suvišni. U pravilu se odlažu na za to posebno uređenim mjestima, odlagalištima (deponijima). Nerazvr-



stan i različit otpad na istome mjestu predstavlja smeće - neiskoristive tvari koje se ne mogu upotrijebiti kao sirovine. Otpad nije smeće.

Otpad je uvijek bio neizbježan rezultat ljudske aktivnosti i čovjek je uvijek imao potrebu opisati i klasificirati materijal, proizvode i ostale tvari koje mu više nisu potrebne ili se njima ne služi. Otpad koji su proizvele prijašnje generacije drukčiji je međutim od onoga koji proizvodimo danas. Potrebno je točno opisati današnje sastavine otpada i načine njegova prikupljanja te postupanja kako bi se uveo red u sustav gospodarenja otpadom i njegovu klasifikaciju te da bi se on smanjio i uspostavilo društvo koje će sve to podupirati i ostvariti.

Za otpad postoji više objašnjenja, a ovise o tome jesu li namijenjena stanovništvu ili gospodarstvu ili su dio propisa i normi. Za stanovnike je dovoljna informacija, na primjer:

- da otpadni papir (od bijelog, preko novinskog pa do kartona) odlože u spremnike za otpadni papir (obično plave boje) ondje gdje su postavljeni jer ih nema svagdje – posebno ne u manjim mjestima
- da otpadno ambalažno staklo (bez obzira na boju) odlože u spremnike za otpadno ambalažno staklo (obično zelene boje) ondje gdje su oni postavljeni jer ih nema svagdje – posebno ne u manjim mjestima.

U nekim je poduzećima postojala inicijativa da se otpadni papir i karton razdvajaju na otpadni karton i ostali papirni otpad. Zbog većih troškova i ostalih utjecaja na okoliš (više transporta), od takva se načina odustalo. To se odnosi na otpadni papir i karton te otpadno ambalažno staklo pa se svaka vrsta otpada odlaže u svoj spremnik bez dodatna razvrstavanja. Preciznije razvrstavanje važno je za budućeg proizvođača koji upotrebljava otpadni materijal kao sirovinu. Primjerice, ambalažno se staklo razvrstava na posve bijelo, različite nijanse zelenih (svijetlozeleno, maslinasto zeleno, tamnozeleno, "dimljeno"), nijanse smeđeg itd. Posrijedi je više od desetak vrsta.

Zakon o otpadu tumači otpad kao svaku tvar ili predmet koje posjednik odbacuje, namjerava ili mora odbaciti.

Prema normi ISO 14050, otpad su tvari ili predmeti koje posjednik namjerava ili mora odložiti, a norma ISO 14040 kaže da je otpad svaki izlaz iz sustava proizvoda koji se odlaže.

Otpad je aktualna tema zbog problema koji su s njim povezani, od nepotrebne potrošnje prirodnih resursa i energije do organizacije njegova razdvojena prikupljanja i prerade, problema s određivanjem lokacije za odlagališta, do nastajanja stakleničkih plinova, posebno metana. Otpad je za gospodarstvo važna tema jer je povezan s velikim naknadama za gospodarenje pojedinim vrstama (ambalažni otpad, elektronički, otpadne gume, otpadna ulja itd.). Proizvođači nastoje redizajniranjem proizvoda smanjiti količinu otpada kada prestane uporabna vrijednost proizvoda. Količina otpada nastoji se smanjiti redizajniranjem proizvodnih procesa. Gospodarstvo se uvelike trudi smanjiti količine otpada i njegovu štetnost, ali nažalost u tome ga na odgovarajući – poticajan – način ne podržavaju propisi i ostale institucionalne promjene. Započeti su brojni ogledni projekti u odvojenu prikupljanju pojedinih vrsta otpada koji su završili bez pozitivnih rezultata, a na njih je utrošen novac.



Za poduzeća je važna interna organizacija prikupljanja i razvrstavanja otpada, vođenje propisane dokumentacije i postojanje odgovarajuće infrastrukture za preuzimanje otpada iz gospodarstva. Poseban je problem vođenje očevidnika o količinama i vrstama otpada, posebno ambalažnog, na primjer za sve vrste ambalažne plastike postoji samo jedan ključni broj iako se svaka vrsta obrađuje na drugi način.



Slika O-5: Primjeri znakova na proizvodima koji bi trebali potaknuti potrošača na pravilno postupanje s otpadom

Primjer O-7: CEMEX Hrvatska - komina od maslina

Republika Hrvatska potiče sadnju maslina i ističe važnost potrošnje maslinova ulja u prehrani.

U dobivanju maslinova ulja nastaje komina, stiještene koštice, kožice i ostaci maslina - otpad.

Maslinari imaju problem što učiniti s njom.

Istodobno, komina je vrijedno alternativno gorivo u cementnoj industriji i njezinom uporabom smanjuje se potrošnja fosilnih goriva i ispuštanje CO₂. Problem prikupljanja komine u tome je što su uljare relativno male i prostorno udaljene, a mnoge su na otocima, pa ga treba organizirati. Cemex Hrvatska d.d pokrenuo je projekt prikupljanja komine povezujući se s maslinarima, uljarima, lokalnom zajednicom i poduzećima koja će je prevoziti, te dobivanja dozvola, osiguranja skladišta itd.

Kada se sve uspostavi, bit će to vrijedan primjer pristupa "nula otpada" (zero waste)

Srodni nazivi: korisni ostatak, sekundarna sirovina

Vidi: aspekti okoliša, gospodarenje otpadom, opasni otpad, NIMBY



Ovjera izvješća

engl. report verification / njem. die Nachprüfung eines Berichts / fr. vérification de rapport / tal. rapporto di verifica

Poduzeća različitim pristupima povećavaju vjerodostojnost svojih izvješća. Ona mogu imati uspostavljene sustave unutarnje kontrole, uključujući funkcije interne revizije, kao dio sustava upravljanja i izvještavanja o informacijama. Ti su unutarnji sustavi važni za integritet i vjerodostojnost izvješća. No uza sve unutarnje resurse, GRI (www.globalreporting.org) preporučuje vanjsku ovjeru izvješća o održivosti.

Privedivači izvješća trenutačno se služe različitim pristupima u provođenju vanjske ovjere, među kojima su angažiranje profesionalnih ovjеровitelja, rasprave dionika i drugih vanjskih skupina ili pojedinaca. No bez obzira na pristup, ovjeru trebaju provoditi kompetentne skupine ili pojedinci izvan organizacije. Ova vrsta angažmana može uključivati usluge skupina ili pojedinaca koji slijede profesionalne standarde vjere ili mogu obuhvaćati pristupe koji slijede sustavne, dokumentirane i na dokazima utemeljene procese, ali koji nisu vođeni određenim standardom.

GRI se služi izrazom "vanjska ovjera" za označavanje djelatnosti osmišljenih da rezultiraju objavljivanjem zaključaka o kvaliteti izvješća i u njemu sadržanih informacija. Izraz uključuje (ne ograničava se na to) razmatranje procesa na kojima počiva priprema takvih informacija. Vanjska se ovjera razlikuje od djelatnosti kojoj je svrha ocijeniti ili vrednovati kvalitetu ili razinu učinka neke organizacije, kao što je izdavanje certifikata o sukladnosti s odgovarajućim normama upravljanja, poslovnoj uspješnosti i dr.

Vanjska ovjera izvješća prema GRI-ju ima ova najvažnija obilježja:

- provode je skupine ili pojedinci izvan organizacije koji su provjereno kompetentni, i u predmetu i u verifikacijskim postupcima
- provodi se na način koji je sustavan, dokumentiran, utemeljen na dokazima i ima definirane postupke
- ocjenjuje je li u izvješću dan razuman i uravnotežen prikaz učinka, uzimajući u obzir istinitost podataka iznesenih u njemu te sveukupan izbor sadržaja
- za provođenje ovjere angažira skupine ili pojedince koji svojim odnosom s organizacijom ili njezinim dionicima nisu, opravdano se može smatrati, ograničeni u donošenju i objavljivanju neovisna i nepristrana zaključka o izvješću
- ocjenjuje koliko je privedivač izvješća primjenjivao okvir izvještavanja GRI-ja (uključujući načela izvještavanja) tijekom donošenja svojih zaključaka
- rezultira mišljenjem ili skupom zaključaka koji su dostupni javnosti u pisanom obliku i u obliku izjave neovisna ovjеровitelja o njegovu odnosu s privedivačem izvješća.

Kao što je navedeno u Parametrima izvješća pod 3.13 Smjernica GRI-ja, organizacije bi trebale objaviti informacije o svojem pristupu vanjskoj ovjeri.

Srodan naziv: verifikacija izvješća



Označavanje

engl. labelling / njem. die Kennzeichnung / fr. étiquetage / tal. etichettatura

Označavanje je stavljanje znakova na neki proizvod ili uz uslugu. Prema Pravilniku o označavanju, reklamiranju i prezentiranju hrane, znak podrazumijeva bilo koje riječi, podatke, trgovačke nazive, nazive robnih marki, slikovne prikaze ili simbole koji se odnose na hranu, a koji su na bilo kojoj ambalaži, dokumentu, obavijesti, etiketi, obruču ili privjesnici što prate ili se odnose na tu hranu. Premda je ova definicija preuzeta iz spomenutog pravilnika, može se primijeniti i na znakove na ostalim proizvodima. Proizvođač označava proizvode i ambalažu radi:

- zaštite proizvoda tijekom prijevoza, skladištenja i upotrebe: posrijedi su upute o rukovanju, uvjeti prijevoza i skladištenja, podaci za prijevoznika i skladištara
- zaštite potrošača tijekom uporabe (na primjer znakovi opasnosti, oznake upozorenja i oznake obavijesti)
- zaštite proizvođača koji označavanjem informira potrošača o pravilnoj uporabi proizvoda i ne može biti kriv zbog krive uporabe proizvoda; posrijedi su na primjer datum proizvodnje i vijek uporabe
- zaštite okoliša (na primjer znakovi opasnosti, upute za gospodarenje otpadom)
- informiranja potrošača o vrijednostima i stajalištima proizvođača; posrijedi je na primjer odnos prema dobavljačima (znak Poštena trgovina), odnos prema životinjama (znak da proizvod nije ispitivan na životinjama), odnos prema resursima (znak FSC za održivo gospodarenje šumama), uspostavljeni sustavi upravljanja itd.

Znakovi, oznake na proizvodu mogu biti propisani, normirani ili su ideja samog proizvođača.

P

Partnerstvo

engl. partnership / njem. die Partnerschaft / fr. partenariat / tal. partenariato

Partnerstvo je uređen odnos u kojem zainteresirane organizacije ili pojedinci imaju dogovor o suradnji kako bi lakše ostvarili svoje interese. Najčešće je riječ o odnosu između više poslovnih organizacija u kojem partneri ili vlasnici surađuju kako bi podijelili profit ili gubitke.

Partnerstvo je često i između organizacija koje pripadaju različitim sektorima. Organizacije civilnog društva mogu se udružiti međusobno kako bi postigle svoju svrhu. Državna uprava može se povezati s drugim vladama radi postizanja ciljeva, a na isti način mogu se udružiti vjerske, političke i druge organizacije. Partnerstva su i osobna, npr. bračna zajednica.

U Hrvatskoj se ističe važnost javno-privatnog partnerstva kao modela udruživanja resursa javnog sektora s poduzetničkim kapitalom radi rješavanja pitanja velikih infrastrukturnih projekata važnih za razvoj države. Ipak, za korisnost ovakvih partnerstava važan je transparentan i korektan ugovor koji jamči povrat uloženog privatnom sektoru, ali i sigurnost i raspoloživost usluge po prihvatljivim cijenama, što je obveza javnog sektora.

Srodan naziv: sudioništvo u poslu

Primjer P-1: Pročistač otpadnih voda

Loš je primjer ovakva partnerstva pročistač otpadnih voda grada Zagreba koji je zbog loše sročeneog i netransparentnog ugovora omogućio privatnom partneru povišenje cijena odvodnje otpadnih voda korisnicima u gradu Zagrebu a da pri tome nije pružio odgovarajuću protuuslugu te, iako se već više od deset godina ubire naknada za obradu voda, još nije ugrađeno ništa osim mehaničke obrade.

Primjer P-2: Biciklom na posao

Suradnjom Coca-Cole HBC Hrvatska i organizacije civilnog društva "Bicikl" nastao je projekt "Biciklom na posao" kojim Coca-Cola HBC Hrvatska nastoji potaknuti svoje zaposlenike da na posao dolaze biciklom. Poduzeće je nabavilo desetke bicikala koje besplatno iznajmljuje svojim zaposlenicima kako bi promovirali kretanje i zdravlje, ali i smanjenje potrošnje fosilnih goriva koja štete klimi. Uz to Coca-Cola HBC prodžala je i projekt Zagrebačka žbica koju udruga "Bicikl" organizira u suradnji s Gradom Zagrebom, s istim ciljem promicanja uporabe bicikala u prometu i smanjivanja gradskih gužvi i gradskog smoga.

Podatak

engl. data / njem. das Datum, die Angaben / fr. donnée / tal. dati

Podatak je objektivna i mjerljiva činjenica. Sam za sebe nema nikakvo značenje; podatak pokazuje ono što jest ili je bilo, na primjer: srednji tečaj neke valute u HRK, površina poslovnog prostora u m², cijena dionica u HRK, količina potrošene vode u m³ itd.

Primjer P-3: Kodeks etike u poslovanju Hrvatske gospodarske komore

Kodeks etike u poslovanju Hrvatske gospodarske komore iznosi da su poslovni subjekti dužni poslovnim partnerima, državnim tijelima i javnosti pružiti informacije o svojim aktivnostima kada ih na to obvezuju zakoni, ugovori, dobri poslovni običaji ili opravdani javni interes. Svjesno davanje lažnih podataka radi dovođenja poslovnog partnera ili javnosti u zabludu nije dopušteno.

Vidi: informacija

Podmićivanje

engl. bribery / njem. die Bestechung / fra. corruption / tal. corruzione

Vidi: mito, korupcija

Područje utjecaja

engl. sphere of influence / njem. der Einflussbereich / fr. sphère d'influence / tal. sfera di influenza

Posrijedi je područje u kojem neka organizacija može utjecati na odluke ili djelatnosti pojedinaca ili organizacija.

Područje utjecaja u korporativnom smislu utjecaj je poslovnog subjekta, organizacije ili skupine koja posjeduje moć ili utjecaj na odluke koje donosi drugi poslovni subjekt/organizacija ili skupina. Moć se može iskazati na mnoge načine. Ne postoji jasno definirana ljestvica za mjerenje područja utjecaja. Mogući je način procjena koliko su daleko ljudi spremni putovati u trgovački centar, koliko vremena žele na to potrošiti, kako ga često žele posjetiti i slično.

Norma ISO 26000, područje utjecaja opisuje kao domet i jačinu političkih, ugovornih, ekonomskih ili ostalih odnosa putem kojih organizacija može utjecati na odluke ili aktivnosti pojedinaca ili organizacije. Norma polazi od stajališta da je mogućnost utjecaja sama po sebi odgovornost organizacije da pokuša primijeniti taj utjecaj na poticanje primjene načela društvene odgovornosti.

Utjecaj odluka i aktivnosti organizacije može uvelike ovisiti o uspostavljenim odnosima s ostalim organizacijama. Organizacija surađuje s drugima uz jasan naglasak o njihovim odgovornostima. To može uključiti organizacije s istom djelatnošću, konkurente, ostale dijelove lanca vrijednosti ili bilo koju odgovarajuću stranu unutar područja utjecaja organizacije.

Vidi: utjecaj poduzeća

Pokazatelj

engl. indicator / njem. die Anzeige, der Indikator / fr. indicateur / tal. indicatore

Pokazatelj je vrijednost (najčešće brojčana) promatranog slučaja (stanja), a dobije se mjerenjem i praćenjem te pokazuje pozitivan ili negativan smjer kretanja vrijednosti.

Svako poduzeće prati različite pokazatelje poslovanja: od uspješnosti poslovanja preko utjecaja na okoliš i društvo, do broja ozljeda na radu i broja izgubljenih dana te kretanja cijene dionica. Menadžment organizacije, kao i svi ostali dionici, osobito pozorno prate pokazatelje uspješnosti poslovanja poput onih o ekonomičnosti, profitabilnosti, investiranju, proizvodnosti, likvidnosti te zaduženosti.

Pokazatelji osim uspješnosti poslovanja mogu mjeriti utjecaj na okoliš, na društvene aspekte i slično. Nefinancijski pokazatelji za izradu izvješća održivosti detaljno su popisani i objašnjeni u Globalnoj inicijativi za izvještavanje - u njezinim Smjernicama za izvještavanje o održivosti (GRI).

Pri odgovaranju na upitnik Indeks DOP-a ili pripremi izvješća o održivosti ili društvenoj odgovornosti najbolje je upotrijebiti pokazatelje prema smjernicama GRI-ja.

Pokazatelji učinka prema Smjernicama za izvještavanje GRI-ja jesu informacije koje daju usporedive podatke o ekonomskom, okolišnom i društvenom učinku organizacije. Društveni su pokazatelji razvrstani i u kategorije radnih odnosa, ljudskih prava, društva i odgovornosti prema proizvodu. Ključni pokazatelji razvijeni su multisektorskim dijalogom, a svrha im je donijeti općeprijemljive informacije koje imaju materijalnu važnost za većinu organizacija. Dodatni se pokazatelji odnose na prakse ili teme koje nisu nužno materijalno važne za sve organizacije koje izvještavaju.

Prema različitim propisima prate se različiti pokazatelji za različita područja. Godine 2001. Ministarstvo zaštite okoliša i prostornog uređenja priredilo je publikaciju s pregledom pokazatelja zaštite okoliša za područja stanovništvo, poljoprivreda, transport, otpad, biološka raznolikost, tlo, voda i drugo.

Godine 2009. Hrvatski sabor donio je Strategiju održivog razvitka (razvoja) Republike Hrvatske, bez prihvaćanja prijedloga gospodarstva, a njezino završno poglavlje sadržava tematske pokazatelje ostvarivanja održivog razvitka. U poglavlju Održiva proizvodnja i potrošnja postavljen je glavni cilj:

"Ostvariti uravnotežen i stabilan rast gospodarstva koji bi imao manji utjecaj na daljnju degradaciju okoliša i stvaranje otpada nego do sada. Rast mora pratiti promjena neodrživih obrazaca ponašanja u kućanstvima te u javnom i privatnom sektoru."

Jedna je od aktivnosti za postizanje tog cilja je i aktivnost br. 13.: "Uvođenjem održivosti u javnu nabavu poticati okolišno prihvatljivije ponašanje i najbolji odabir proizvoda s obzirom na: najbolju vrijednost za određeni iznos (cijena, kvaliteta, dostupnost, funkcionalnost), aspekte okoliša tijekom cijelog životnog ciklusa proizvoda i socijalne aspekte (iskorjenjivanje siromaštva, uvjeti rada, poštivanje ljudskih prava)."

U tablici pokazatelja, za područje potrošnje kao pokazatelj navedena je "zelena javna nabava", ali nije jasno u kojoj jedinici mjere. Pretražite li Zakon o javnoj nabavi, koji vrijedi od početka 2012., vidjet ćete da se u njemu ne spominje "zelena javna nabava".

Srodan naziv: indikator

Pokazatelji kvalitete okoliša

engl. environmental quality indicators / njem. die Indikatoren der Umweltqualität / fr. indicateurs de la qualité de l'environnement / tal. indicatori di qualità ambientale

Pokazatelji (indikatori) u praćenju promjena u okolišu služe za praćenje kvalitete okoliša (barometar okoliša) i ostvarivanje ciljeva (ekološke) politike u strategijama i pojedinim djelatnostima (turizam, energetika, industrija, šumarstvo, poljoprivreda, ribarstvo, promet). Odabiru se najvažniji parametri kojima se može ustanoviti šteta u okolišu, odnosno oni za koje politika smatra da su najpodobniji, a znanost da su najpouzdaniji. Nacionalna lista indikatora uvjet je kakvoće podataka u sustavnom praćenju stanja okoliša i provedbi nužnih mjera u njegovoj zaštiti.

Pokazatelji okoliša sastavni su dio indeksa ili normi za izvještavanje o utjecaju na okoliš. Tako je set pokazatelja okoliša u obliku pitanja sastavni dio Indeksa društveno odgovornog poslovanja (vidi: Indeks društveno odgovornog poslovanja), Globalnih smjernica za izvještavanje (vidi: Globalne smjernice za izvještavanje) te drugih normi kao što su na primjer ISO 14001 ili ISO 26000.

Srodni naziv: indikatori kvalitete okoliša

Pokret za zaštitu okoliša

engl. environmental movement / njem. die Umweltbewegung / fr. mouvement environnemental / tal. movimento per la tutela ambientale

Pokret je organizirana djelatnost skupine ljudi radi ostvarenja nekoga političkog, kulturnog i sl. cilja: ilirski, demokratski, ekološki.

Pokret za zaštitu okoliša termin je koji uključuje i konzervacijski i zeleni pokret, a označava multidisciplinarni znanstveni, društveni i politički pokret za rješavanje pitanja okoliša. Pokret zagovara održivo upravljanje resursima i brigu za okoliš koja se postiže promjenama u javnim politikama i ponašanju pojedinaca. Ljude tumači kao sudionike, a ne neprijatelje ekosustava te su okosnice pokreta ekologija, zdravlje i ljudska prava.

Pokret za okoliš velika je skupina organizacija - od velikih do onih u nastajanju. Zbog svog velikog članstva koje varira u snazi i uvjerenjima, nije uvijek ujedinjen u svojim ciljevima. U najširem smislu on uključuje privatne građane, profesionalce, vjernike, političare i ekstremiste.

U Hrvatskoj su udruge za zaštitu okoliša ujedinjene u Zelenu mrežu te neke inicijative provode zajednički, udružujući snage.

Primjer P-4: Pravo na grad i Zelena akcija: Za varšavsku

Jedan od novijih primjera pokreta za očuvanje prostora u gradu Zagrebu i drvoreda u Varšavskoj ulici bila je zajednička inicijativa udruga Zelena akcija i Pravo na grad. U višegodišnjoj borbi ovom se inicijativom pokušalo skrenuti pozornost građana i spriječiti prenamjenu javnog prostora Varšavske ulice (služio je kao pješačka zona) izgradnjom rampe za ulaz u privatnu garažu. Inicijativa nije uspjela te je projekt garaže i pripadajućeg kompleksa uspješno dovršen.

Politička stranka

engl. political party / njem. die politische Partei / fr. parti politique / tal. partito politico

Politička stranka skupina je ljudi koji se udružuju radi cjelovita nastupa u društvu. Političke stranke obično se svrstavaju u smjerove koje imaju o socijalnim i ekonomskim pogledima. Posrijedi su ovi smjerovi: lijevo, centar i desno. Postoje i stranke koje se opisuju kao ultra lijeve, lijevo-centar, desno-centar, ultra desne. Mnoge stranke nastale su kao odgovor na društvena zbivanja kroz povijesni razvoj neke države. U mnogim državama u kojima demokracija ima duge i duboke korijene, postoje većinom dvije glavne stranke i možda jedna ili dvije manjinske.

Odnos prema političkim strankama reguliran je većinom pravila ponašanja pojedinih poduzeća te Kodeksom poslovne etike Hrvatske gospodarske komore. Članak 3. izrijekom kaže da nije dopušten nikakav politički utjecaj, utjecaj na sudbenu vlast ili pritisak u poslovnim odnosima radi postizanja ekonomskih interesa za određene subjekte ili skupine osoba. Zalaganje poslovnih subjekata i njihovih udruženja za interese poslovnog sektora pri donošenju ili izmjenama zakona i drugih propisa treba biti argumentirano, transparentno i provedeno institucionalnim putovima.

Kodeks su potpisala mnoga poduzeća i objavila na svojim internetskim stranicama ili u izvješćima.

Indeks DOP-a također traži detaljne i transparentne informacije o odnosu poduzeća prema financiranju političkih stranaka imajući na umu to da se podrškom stranci koja osvaja vlast potencijalno otvaraju mogućnosti sukoba interesa i nekonkurentne prednosti.

Indeks DOP-a: Pitanja 6.B.1, 6.B.2, 6.B.3.

GRI: SO5, SO6

GC: Načela 1-10

Politika kvalitete

engl. quality policy / njem. die Qualitätspolitik / fr. politique de qualité / tal. politica di qualità

Norma HRN EN ISO 9000 navodi da je politika kvalitete sveukupna namjera i upravljanje organizacijom s obzirom na kvalitetu, a u propisanu obliku objavila ju je uprava. Politika kvalitete općenito je usklađena sa sveukupnom politikom organizacije i daje okvir za određivanje ciljeva kvalitete. Načela upravljanja kvalitetom mogu biti osnova za određivanje politike kvalitete.

Politika kvalitete najčešće se povezuje s normom ISO 9001, no može biti definirana i samoinicijativno. Najvažnije je da ona definira osnovne ciljeve, metode i procese za upravljanje kvalitetom proizvoda ili usluge.

Vidi: kvaliteta

Politika upravljanja okolišem

engl. environmental policy / njem. die Umweltpolitik / fr. politique environnementale / tal. politica di gestione ambientale

Politika upravljanja okolišem daje sveukupne namjere i smjernice nekog poduzeća u odnosu na vlastiti rezultat upravljanja okolišem koji je uprava službeno izrazila. Norma ISO 14001 definira da politika upravljanja okolišem:

- mora odgovarati prirodi, opsegu i utjecaju djelatnosti organizacije, njezinih proizvoda ili usluga na okoliš
- uključuje opredijeljenost uprave za trajno poboljšavanje i sprječavanje onečišćivanja
- uključuje opredijeljenost uprave za usklađivanje s odgovarajućim zakonskim zahtjevima i ostalim zahtjevima na koje se organizacija obvezala u odnosu na svoje aspekte okoliša
- daje okvir za postavljanje i preispitivanje općih i pojedinačnih ciljeva
- dokumentira se, provodi i održava
- pripočeva se svim osobama koje rade za te organizacije ili u njihovo ime
- dostupna je javnosti.

Politika upravljanja okolišem okvir je za aktivnosti i postavljanje općih i pojedinačnih ciljeva.

Slično kao i kod politike kvalitete, politika upravljanja okolišem najčešće se povezuje s normom ISO, a neka poduzeća mogu donijeti i samostalnu politiku zaštite okoliša kojom određuju glavne aspekte okoliša, ciljeve, metode i procese za njihovo postizanje.

Politike

engl. policies / njem. die Politik / fr. politiques / tal. politiche

Izraz politike (policies) odnosi se na cilj, izbor među mogućnostima i racionalnost u odlučivanju. Javne politike pritom se u strukturnom smislu smješta između pojedinačnih odluka, označenih egoističnim, sebičnim interesima i društvenih pokreta djelovanje kojih je znatno određeno iracionalnošću. Premda izraz politike može označavati i mnogo toga drugog, čini se da navedene strukturne značajke najbolje opisuju značenje izraza politike, odnosno javne politike. Riječ je o procesu kolektivnog odlučivanja kojim se nastoji postići neki društveno poželjan cilj. On se postiže vrednovanjem različitih mogućnosti u odlučivanju, koje sa sobom nose različite rasporede ponašanja koje je prožeto snažnom racionalnošću.

Javne politike možemo odrediti kao tijek djelovanja ili plana djelovanja u kojem se racionalnim odlučivanjem nastoje postići određeni ciljevi. One su pokušaj da se definira i strukturira racionalna osnova za političko djelovanje i nedjelovanje. Pri tome se izraz politike odnosi na racionalne argumente koji predstavljaju zahtjev za razumijevanje, ali istodobno i za rješavanje problema.

Istraživanja javnih politika zahvaćaju širok spektar sudionika i procesa, pa je vrlo teško odrediti temeljne metodologijske značajke pristupa.

Popravna radnja

engl. corrective action / njem. die Korrekturmaßnahmen / fr. action corrective / tal. azione correttiva

Popravna radnja je radnja kojom se uklanjaju uzroci utvrđene nesukladnosti ili druge otkrivene neželjene situacije te kako bi se spriječila njihova ponovna pojava. Popravne se radnje odnose na rješavanje trenutačnih problema i zato se proces popravnih radnji često zove proces za rješavanje problema (HRN EN ISO 9000).

Poslodavac

engl. employer/ njem. der Arbeitgeber / fr. employeur/ tal. datore di lavoro

Zakon o zaštiti na radu kaže da je poslodavac svaka fizička ili pravna osoba koja zapošljava jednog ili više radnika i koji je u skladu s općim propisima radnog zakonodavstva odgovoran za osiguranje uvjeta za rad radnika na siguran način, uključujući tijela državne uprave, regionalne i lokalne uprave i samouprave te javne ustanove.

Poslovna etika

engl. business ethics / njem. die Unternehmensethik / fr. éthique des affaires / tal. etica degli affari

Posrijedi je sustav poslovnih načela ili vrijednosti koji se odnosi na poslovne odluke, dužnosti, odgovornosti i obveze. Poslovna je etika oblik primijenjene etike koji istražuje etične principe i moral, odnosno pojavnost problema etičnosti u poslovnome kontekstu. Poslovna etika određuje što je pravedno, a što nepravedno u poslovnome kontekstu. Ukratko, to je primjena etičnih načela u poslovnim odnosima i aktivnostima. Ona obuhvaća odnos prema zaposlenicima, dobavljačima, partnerima, dioničarima, konkurentima, javnim organizacijama i svim drugim dionicima koji imaju izravan i/ili neizravan utjecaj na pojedinca u poslovnome kontekstu. U suvremenom menadžmentu poslovna etika predstavlja, u sažetu obliku, poslovnu filozofiju na temelju koje se ispravno i pravedno postupanje jasno odvajaju od sumnjivog, netransparentnog, neispravnog i moralno upitnog. Ona time pomaže pojedincima u organizaciji pri donošenju poslovnih odluka, a zapravo je preslika individualne etičnosti na poslovnu organizaciju.

Ključno pitanje u vezi s poslovnom etikom jest poštuju li zaposlenici načela etičnosti ili ne. Stoga se na poslovnoj etici mora raditi stalno i predano. Posebno je važno etično ponašanje zaposlenika na ključnim pozicijama za donošenje odluka kao što je to uprava ili vlasnik poduzeća.

Neka poduzeća nove zaposlenike upoznaju s pravilima ponašanja, poslovnom etikom poduzeća, na uvodnom tečaju za nove zaposlenike. Poslije tečaja zaposlenici potpisuju izjavu da su iscrpno upoznati s pravilima ponašanja. Ta se izjava pohranjuje uz ostale osobne dokumente zaposlenika.

Poslovna povelja za održivi razvoj

engl. Business Charter for Sustainable Development / njem. die Charta für nachhaltige Entwicklung / fr. Charte des entreprises du développement durable / tal. Carta delle imprese per lo sviluppo sostenibile

Kao odgovor na Izvješće Svjetske komisije za okoliš i razvoj, Međunarodna trgovinska komora (ICC), 1991. godine donijela je Poslovnu povelju za održivi razvoj koja postavlja 16 načela upravljanja okolišem. Povelja pokriva okolišno relevantne aspekte, zdravlje, sigurnost i brigu za proizvod. Svrha joj je pridobiti najveći broj poduzeća da se posvete unapređenju djelovanja prema okolišu u skladu s načelima povelje, da prilagode upravljačke prakse kako bi omogućili unapređivanje odnosa prema okolišu, da mjere svoj napredak i izvještavaju dionike o njemu. Načela obvezuju poduzeća da upravljaju okolišem, uspostavljaju programe i politike i integriraju ih u strukturu upravljanja, da stalno prate proces napretka u skladu sa zakonom, obrazuju zaposlenike, procijene učinke na okoliš prije poduzimanja radnji, razvijaju proizvode i usluge manjeg utjecaja na okoliš, savjetuju potrošače kako se koristiti proizvodima i uslugama na, za okoliš najpovoljniji način, unapređuju tehnologiju i način proizvodnje kako bi bio što manje štetan za okoliš, ulažu u istraživanje i razvoj radi dobivanja tehnologija i materijala koji smanjuju utjecaj na okoliš, da se služe principom prevencije, utječu na dobavljački lanac potičući okolišno odgovorne prakse, razvijaju planove hitnih intervencija, potiču transfer sigurnih tehnologija, utječu na razvoj javnih politika, potiču dijalog te izvještavaju o svom napretku na ovom području. Do danas je više od 2300 poduzeća iz cijelog svijeta potpisalo ovu povelju.

Načela povelje:

- | | |
|----------------------------------|---------------------------------------|
| 1. poslovni prioritet | 9. istraživanje |
| 2. integrirano upravljanje | 10. pristup predostrožnosti |
| 3. proces unapređivanja | 11. izvođači i dobavljači |
| 4. izobrazba zaposlenika | 12. pripremljenost za hitne slučajeve |
| 5. prethodna procjena | 13. prijenos tehnologije |
| 6. proizvodi i usluge | 14. doprinos zajedničkim naporima |
| 7. savjeti kupcima (potrošačima) | 15. otvorenost |
| 8. pogoni i djelatnosti | 16. usklađenost i izvještavanje |

Poslovna povelja za održivi razvoj s vremenom je izgubila na važnosti i značenju iako je sadržajno zadržala aktualnost. Prihvaćeni su brojni drugi dokumenti koji detaljnije obrađuju pojedina načela. Ovdje se navodi iz povijesnih razloga. U Hrvatskoj su je predstavnici Zelene akcije preveli 1992. godine.

Poslovni slučaj / poslovni primjer

engl. business case / njem. der Geschäftsfall / die Geschäftsrichtung / fr. business case / tal. caso aziendale

Vidi: najbolja praksa

Postupak

engl. procedure / njem. das Verfahren / fr. procédure / tal. procedura

Prema normama HRN EN ISO 9001 i HRN EN ISO 14001, postupak je utvrđeni način provođenja neke aktivnosti procesa. Postupci mogu biti dokumentirani ili nedokumentirani iako se najčešće očekuje dokumentiran postupak. Za poduzeće je to dobro jer se dokumentiranjem postupaka čuva znanje, osigurava nastavak poslovanja i njegova stalna kvaliteta. Dokumentirani postupak može biti općenit ili detaljan.

Detaljan postupak definira i kontrolira procese koje treba provesti, opisuje zašto nešto treba provesti, tko će to provesti i pod kojim uvjetima. Dodatno, opisuje nadzor i odgovornosti koje moraju biti jasno dodijeljene te koji ulazni parametri trebaju biti primijenjeni te koji izlazni parametri trebaju biti postignuti i drugo..

Poštena trgovina

engl. Fair Trade / njem. der faire Handel / fr. commerce équitable / tal. commercio equo e solidale



Slika P-1:
Međunarodni
znak za poštenu
trgovinu

U literaturi se može naći da je kava bila prvi proizvod s oznakom Poštene trgovine (engl. Fair Trade) koji se našao na policama trgovina u Nizozemskoj 1988. godine, pošto se misionar Franz van der Hoff suprotstavio izrabljivanju meksičkih proizvođača kave. Od tada pa do 1997. godine ideja se razvijala, stjecala sve više pobornika, ali i sve više organizacija koje su se bavile certificiranjem.

Danas se znak Poštena trgovina (slika P-1) može naći na velikom broju proizvoda, a tržište se mjeri u milijardama dolara. (http://fair-trade.hr/Fair_Trade/FT_Hrvatska.html)

Potrošač

engl. consumer / njem. der Verbraucher / fr. consommateur / tal. consumatore

Objašnjenje naziva *potrošač* može se naći u više propisa, odnosno normi, a ovisno o području koje se uređuje određena su i prava i obveze potrošača.

Zakon o zaštiti potrošača navodi da je potrošač svaka fizička osoba koja sklapa pravni posao ili djeluje na tržištu u svrhe koje nisu namijenjene njegovoj poslovnoj

djelatnosti niti obavljanju djelatnosti slobodnog zanimanja. Zakonodavac nije objavio naziv *pravni posao* pa se može pretpostaviti da se misli na usluge, na primjer bankarske, putovanja, komunalne i slično, jer se u navedenim primjerima sklapa ugovor i definiraju odnosi.

U Pravilniku o ambalaži i ambalažnom otpadu potrošač je pravna ili fizička osoba koja odvaja proizvod od ambalaže te upotrebljava proizvod za krajnju potrošnju. Prema normi ISO 26000, potrošač je svaki pripadnik šire javnosti koji kupuje ili upotrebljava imovinu, proizvode ili usluge u privatne svrhe.

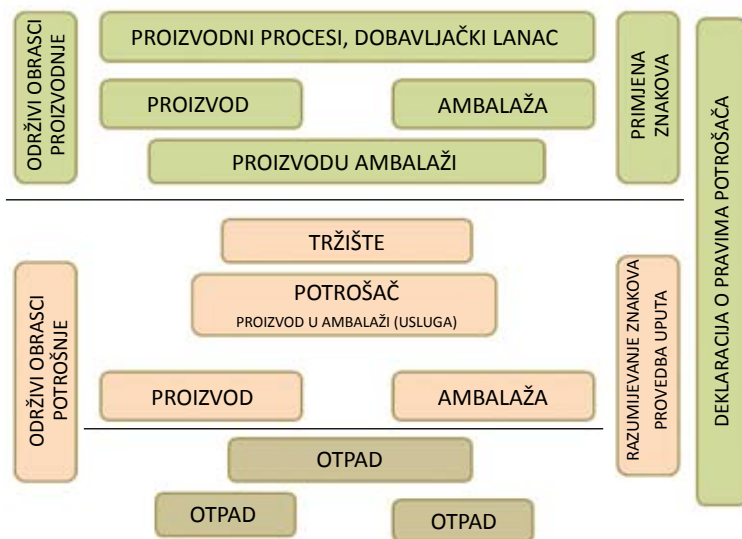
U praksi potrošač može, ali i ne mora biti, istodobno i kupac. U poslovnom okruženju poduzeće je kupac nečega (računala, uredskog namještaja, uredskog pribora i sl.), a zaposlenici su potrošači.

Sve je više takozvanih LOHAS potrošača (engl. Lifestyles of Health and Sustainability Consumers) odnosno potrošača koji promiču zdrav i održiv način života, održivu, etičnu, ili odgovornu potrošnju. Oni propituju i provjeravaju podrijetlo i način proizvodnje proizvoda i odabiru onaj koji ispunjava njihove zahtjeve, na primjer da nije ispitivan na životinjama, da ne djeluje štetno na zdravlje i okoliš, da je s domaćeg tržišta i sl. (www.consumersinternational.org).

Dokument: Deklaracija o pravima potrošača

Prigodni datum: 15. ožujka, Svjetski dan potrošača / Europski dan potrošača

Vidi: bojkot, usmjerenost na kupca, prava potrošača, konzumerizam, održiva potrošnja, etična potrošnja, zeleni marketing, zeleno pranje



Slika P-2: Uloga potrošača u životnom ciklusu proizvoda i ambalaže

Europska komisija priredila je letak za zaštitu potrošača u Europskoj uniji (ec.europa.eu/consumers/cons_info/10principles_en.htm) u kojem je iscrpno opisano deset temeljnih načela:

1. Kupuj što želiš, gdje želiš.
2. Ako ne radi, vrati.
3. Visoki standardi sigurnosti za hranu i ostala potrošačka dobra.
4. Znaj što jedeš.
5. Pošteni ugovori s potrošačima.
6. Katkad, potrošači mogu promijeniti mišljenje.
7. Lakše uspoređivanje cijena.
8. Potrošač ne smije biti zbunjen.
9. Zaštita na praznicima.
10. Učinkovita naknada za prekogranične sporove.

Vidi: deklaracija o pravima potrošača

Potrošački otisak

engl. consumption footprint / njem. der ökologische Fußabdruck / fr. empreinte de consommation / tal. impronta consumistica

Potrošački je otisak površina područja potrebna za podržavanje potrošnje jedne osobe ili skupine. Površina područja je zbroj (1) površine potrebne za rast ili proizvodnju onoga što se troši, (2) površine potrebne za odlaganje ili prihvaćanje otpada i (3) površina potrebna za obnavljanje emisija u zrak i vodu koje nastaju kao posljedica potrošnje. Jedinica u kojoj se iskazuje može biti m²/stanovniku (www.carborex.com/consumptionfootprint.php).

Vidi: dan ekološkog duga, ekološki otisak, indeks ljudskog razvoja, potrošač,

Pouzdanost - funkcionalna

engl. functional dependability / njem. die Funktionssicherheit / fr. fiabilité fonctionnelle / tal. affidabilità funzionale

Funkcionalna je pouzdanost vjerojatnost da će neki uređaj ili sustav obaviti unaprijed postavljen zadatak uz propisane radne uvjete. Ovo ili slično objašnjenje funkcionalne pouzdanosti može se primijeniti na sve proizvode.

Pouzdanost - tehnička

engl. technical reliability / njem. die technische Zuverlässigkeit / fr. fiabilité technique / tal. affidabilità tecnica

Tehnička je pouzdanost vjerojatnost da će neki uređaj ili sustav zadovoljavajuće raditi u određenu razdoblju uz propisane radne uvjete.

Ovo ili slično objašnjenje može se primijeniti na sve proizvode.

Povelja o Zemlji

engl. Earth Charter / njem. die Erd-Charta / fr. Charte de la Terre / tal. Carta della Terra

Projekt Povelja o Zemlji započeo je kao inicijativa Ujedinjenih naroda na Skupu o Zemlji 1992. godine, a završio je kao globalna inicijativa civilnih društava. Završnu Povelju o Zemlji predstavila je 2000. godine Komisija o Povelji o Zemlji, neovisno međunarodno tijelo.

Cilj je Inicijative Povelje o Zemlji (www.earthcharter.org/earthcharter/charter.htm) istaknuti potrebu za cjelovitim etičnim okvirom, oblikovanjem vrijednosti i načela koja će dijeliti različiti dionici i poticati ih u prijelazu na održivi razvoj. Zbog toga je ovdje prenesen tekst povelje.

Prijevod Povelje o Zemlji i njezinih načela s objašnjenjima

I. POŠTOVANJE I SKRB ZA ZAJEDNICU ŽIVOTA

1. Poštovati Zemlju i život u svoj njegovoj raznolikosti
 - a) Shvatiti da su sva bića međuovisna i svaki oblik života dragocjen bez obzira na njegovu korist za ljudska bića.
 - b) Učvrstiti vjeru u urođeno dostojanstvo svih ljudskih bića te u intelektualni, umjetnički, etički i duhovni potencijal čovječanstva.
2. Brinuti se za zajednicu života s razumijevanjem, suosjećanjem i ljubavlju
 - a) Prihvatiti da uz pravo posjedovanja, upravljanja i uporabe prirodnih resursa dolazi dužnost sprječavanja oštećenja okoliša te zaštite ljudskih prava.
 - b) Potvrditi da s većom slobodom, znanjem i moći dolazi veća odgovornost za promicanje općeg dobra
3. Graditi demokratska društva koja su pravedna, participativna, održiva i mirotvorna
 - a) Osigurati da zajednice na svim razinama jamče ljudska prava i temeljne slobode te omogućiti svakomu da ostvari svoj puni potencijal.
 - b) Promicati društvenu i gospodarsku pravdu omogućujući svima da ostvare sigurna i dostatna sredstva za život na ekološki odgovoran način.
4. Osigurati Zemljino obilje i ljepotu za sadašnje i buduće naraštaje
 - a) Prihvatiti da je sloboda djelovanja svakog naraštaja određena potrebama budućih naraštaja.
 - b) Prenositi budućim naraštajima vrijednosti, tradicije i ustanove koje podržavaju dugoročni procvat ljudskih i ekoloških zajednica na Zemlji.

II. EKOLOŠKI INTEGRITET

5. Zaštititi i obnoviti integritet ekoloških sustava posvećujući osobitu pozornost biološkoj raznolikosti i prirodnim procesima koji održavaju život
 - a) Prihvatiti na svim razinama planove i propise o održivom razvoju koji očuvanje i obnovu okoliša čine sastavnim dijelom svih razvojnih inicijativa.
 - b) Uspostaviti i čuvati održive prirodne rezervate i rezervate biosfere,

uključujući nenastanjene predjele i morska područja kako bi se zaštitili sustavi koji podržavaju život na Zemlji, održala biološka raznolikost i očuvalo naše prirodno naslijeđe.

- c) Promicati oporavak ugroženih vrsta i ekosustava.
 - d) Nadzirati i iskorijeniti neizvorne ili genetski izmijenjene organizme štetne za autohtone vrste i okoliš te spriječiti stvaranje takvih štetnih organizama.
 - e) Upravljati uporabom obnovljivih izvora kao što su voda, tlo, šumski proizvodi i morski život na načine kojima se ne prelazi njihova stopa obnovljivosti te se štiti zdravlje ekosustava.
 - f) Upravljati vađenjem i uporabom neobnovljivih izvora kao što su minerali i fosilna goriva na načine kojima se njihovo iscrpljivanje svodi na najmanju moguću mjeru i ne nanosi se ozbiljna šteta okolišu
6. Sprječavanje uništavanja okoliša kao najbolja metoda njegove zaštite, a ako je znanje o tome ograničeno, primjena pristupa predostrožnosti
- a) Poduzimati akcije da se izbjegne mogućnost ozbiljnog ili nepopravljivog oštećenja okoliša čak i kad su znanstvene spoznaje o tome nepotpune ili nejasne.
 - b) Staviti teret dokaza na one koji tvrde da predložena aktivnost neće izazvati značajnu štetu za okoliš te učiniti počinitelje štete pravno odgovornima za oštećenje okoliša.
 - c) Osigurati da se pri odlučivanju uzimaju u obzir sveukupne, dugoročne, neizravne, dalekosežne i globalne posljedice ljudskih aktivnosti.
 - d) Spriječiti onečišćenje bilo kojeg dijela okoliša i ne dopustiti nagomilavanje radioaktivnih, toksičnih ili drugih opasnih tvari.
 - e) Izbjegavati vojne aktivnosti koje oštećuju okoliš
7. Prihvatiti načine proizvodnje, potrošnje i reprodukcije koji štite Zemljine regenerativne sposobnosti, ljudska prava i dobrobit zajednice
- a) Smanjivati uporabu, ponovno upotrebljavati te reciklirati materijale koji se koriste u sustavima proizvodnje i potrošnje te osigurati asimilaciju preostalog otpada putem ekoloških sustava.
 - b) Energiju upotrebljavati štedljivo i djelotvorno, oslanjajući se sve više na obnovljive izvore kao što su sunce i vjetar.
 - c) Promicati razvoj, primjenu i pravednu raspodjelu ekološki prihvatljivih tehnologija.
 - d) Uključiti sve ekološke i društvene troškove proizvoda i usluga u njihovu prodajnu cijenu te omogućiti potrošačima da prepoznaju proizvode koji zadovoljavaju najviše društvene i ekološke standarde.
 - e) Osigurati opći pristup zdravstvenoj skrbi koji potiče reproduktivno zdravlje i odgovornu reprodukciju.
 - f) Prihvatiti životne stilove koji ističu kvalitetu života i materijalnu dostatnost u svijetu koji ima svoja ograničenja.

8. Unapređivati proučavanje ekološke održivosti i promicati otvorenu razmjenu i široku primjenu stečena znanja
 - a) Podržavati međunarodnu znanstvenu i tehničku suradnju za održivost, uz osobitu pozornost potrebama zemalja u razvoju.
 - b) Prepoznati i očuvati tradicionalna znanja i duhovnu mudrost u svim kulturama koje pridonose zaštiti okoliša i ljudskom blagostanju.
 - c) Osigurati da informacije ključne za ljudsko zdravlje i zaštitu okoliša, uključujući informacije iz genetike, ostanu dostupne javnoj sferi.

III. DRUŠTVENA I GOSPODARSKA PRAVDA

9. Iskorijeniti siromaštvo je etički, društveni i okolišni imperativ
 - a) Jamčiti pravo na pitku vodu, čist zrak, sigurnu prehranu, nezagađeno tlo, krov nad glavom i sigurne higijenske uvjete osiguranjem potrebnih nacionalnih i međunarodnih sredstava.
 - b) Osnaživati svako ljudsko biće obrazovanjem i potrebnim sredstvima da sebi osigura održiv životni standard te omogućiti socijalnu sigurnost i sustave socijalnog osiguranja onima koji nisu kadri uzdržavati sami sebe.
 - c) Afirmirati zanemarene, zaštititi ranjive, služiti onima koji pate i omogućiti im da razviju svoje sposobnosti i ostvare svoje težnje.
10. Osigurati da gospodarske aktivnosti i ustanove na svim razinama promiču ljudski razvoj na pravedan i održiv način
 - a) Promicati pravednu raspodjelu bogatstva u pojedinim zemljama i između njih.
 - b) Povećati intelektualne, financijske, tehničke i društvene resurse zemalja u razvoju i osloboditi ih njihova tegobnoga međunarodnog duga.
 - c) Osigurati da sva trgovina podržava održivu uporabu resursa, zaštitu okoliša i napredne radne standarde.
 - d) Zahtijevati od multinacionalnih korporacija i međunarodnih financijskih organizacija da transparentno djeluju u cilju javnog dobra te ih smatrati odgovornima za posljedice njihovih aktivnosti.
11. Potvrditi ravnopravnost i jednakost spolova kao uvjet održivog razvoja te osigurati opći pristup obrazovanju, zdravstvenoj skrbi i gospodarskim mogućnostima
 - a) Osigurati ljudska prava žena i djevojčica te stati na kraj svakomu nasilju nad njima.
 - b) Promicati aktivno sudjelovanje žena u svim aspektima gospodarskog, političkog, civilnog, društvenog i kulturnog života kao potpunih i ravnopravnih partnera, donositelja odluka, vođa i korisnika povlastica
 - c) Jačati obitelji te omogućiti sigurnost i brižnu skrb svim njezinim članovima.
12. Podržati pravo svih, bez diskriminacije, na prirodno i društveno okruženje koje potvrđuje ljudsko dostojanstvo, tjelesno zdravlje i duhovno blagostanje, uz obraćanje osobite pozornosti pravima starosjedilačkog stanovništva i manjina

- a) Ukinuti diskriminaciju u svim oblicima, kao što je ona temeljena na rasi, boji kože, spolu, spolnoj orijentaciji, religiji, jeziku te nacionalnom, etničkom ili društvenom podrijetlu.
- b) Potvrditi prava starosjedilačkih naroda na njihovo vjerovanje, znanje, zemlju i resurse te njihovu s time povezanu praksu održivog načina življenja.
- c) Poštovati i podržavati mlade ljude naših zajednica, omogućujući im da ispunjavaju svoju bitnu ulogu u stvaranju održivih društava.
- d) Zaštititi i obnoviti znamenita mjesta od kulturne i duhovne važnosti.

IV. DEMOKRACIJA, NENASILJE I MIR

13. Jačati demokratske ustanove na svim razinama te osigurati transparentnost i odgovornost u upravljanju, inkluzivnu participaciju u odlučivanju te pristup pravdi

- a) Podržati pravo svih da primaju jasne i pravodobne informacije o ekološkim pitanjima te svim razvojnim planovima i djelatnostima koje mogu utjecati na njih ili u kojima imaju svoje interese.
- b) Podržati lokalno, regionalno i globalno civilno društvo te promicati osmišljeno sudjelovanje svih zainteresiranih pojedinaca i organizacija u odlučivanju.
- c) Zaštititi prava na slobodu mišljenja, izražavanja, mirnog okupljanja, udruživanja i neslaganja.
- d) Uspostaviti djelotvoran pristup upravnim i neovisnim sudskim postupcima, uključujući pravne lijekove te naknadu za oštećenje okoliša i prijetnju takvom štetom.
- e) Uklanjati korupciju u svim javnim i privatnim ustanovama.
- f) Jačati lokalne zajednice omogućujući im da se skrbе za svoj okoliš te prenijeti odgovornost za zaštitu okoliša na one razine vlasti koje je mogu najdjelotvornije ispuniti

14. Integrirati znanja, vrijednosti i vještine potrebne za održivi način života u formalno obrazovanje i cjeloživotno učenje

- a) Osigurati svima, osobito djeci i mladima, obrazovne mogućnosti koje ih osnažuju za aktivan doprinos održivom razvoju.
- b) Promicati doprinos umjetnosti te humanističkih i prirodnih znanosti obrazovanju za održivost.
- c) Jačati ulogu masovnih medija u podizanju svijesti o ekološkim i društvenim izazovima.
- d) Prepoznati važnost moralnog i duhovnog obrazovanja za održivi način života.

15. Odnositi se prema svim živim bićima s poštovanjem i obzirnošću

- a) Spriječiti okrutnost prema domaćim životinjama i zaštititi ih od patnje.
- b) Zaštititi divlje životinje od metoda lova, hvatanja u stupicu i ribolova koje uzrokuju izrazitu, dugotrajnu ili nepotrebnu patnju.

- c) Izbjeći ili u najvećoj mogućoj mjeri onemogućiti hvatanje ili uništavanje vrsta koje nisu cilj lova ili ribolova.
16. Promicati kulturu snošljivosti, nenasilja i mira
- a) Poticati i podržavati međusobno razumijevanje, solidarnost i suradnju među svim narodima te unutar pojedinih zemalja i između njih.
 - b) Primijeniti sveobuhvatne strategije za sprječavanje nasilnih sukoba te se koristiti suradnjom prilikom upravljanja i rješavanja ekoloških sukoba i drugih sporova.
 - c) Demilitarizirati sustave nacionalne sigurnosti do razine obrane koja ne upućuje izazov drugima i prenamijeniti vojne resurse u mirovne svrhe, uključujući ekološku obnovu.
 - d) Ukinuti nuklearno, biološko i toksično oružje te drugo oružje za masovno uništenje.
 - e) Osigurati da korištenje orbitalnog i otvorenog svemira podržava zaštitu okoliša i mir.
 - f) Shvatiti da je mir sveukupnost koju stvaraju ispravni odnosi sa samim sobom, drugim ljudima, drugim kulturama, drugim oblicima života, Zemljom i širom cjelinom koje su svi dio.

Vidi: Samit o Zemlji

Povlastica

engl. benefit / njem. der Vorteil, der Nutzen / fr. b n fice / tal. beneficio

Povlastica je davanje prednosti, olakšice odnosno izuzetnog prava na nešto materijalno i/ili nematerijalno pojedincu ili skupini. O povlasticama u poslovnim organizacijama odlučuje menadžment. Najčešće se posebnim dokumentom propisuje tko ima koja prava i zašto. Povlastice u poslovnom svijetu mogu biti na primjer pravo na poslovnu karticu, i to do različitih iznosa, pravo na službeni automobil i u privatne svrhe, pravo na mobitel do određenog iznosa i/ili pravo na prijenosno računalo.

Povlastice mogu biti propisane, što znači da se nekim od propisa daje olakšica, prednost nekom pojedincu odnosno skupini, na primjer:

- određene skupine invalidnih osoba mogu imati povlasticu u nabavi automobila jer ne plaćaju ili plaćaju manji porez
- darivateljima krvi koji imaju povlasticu i ne plaćaju u Zagrebu javni gradski prijevoz, i to žene koje su je darivale više od 25 puta, a muškarci 30 puta.

Ekonomska povlastica označava pozitivan doprinos ili neki drugi oblik vrijednosti od ekonomske aktivnosti.

Treba imati na umu to kako davanje povlastica može prouzročiti diskriminaciju, odnosno povlastice mogu biti posljedica diskriminacije.

Srodni nazivi: beneficije, privilegije

Indeks DOP-a: Pitanje 3.B.3

GRI: LA3

GC: nema posebnih zahtjeva

Pozitivna akcija

engl. affirmative action / njem. die positiven Maßnahmen / fr. action positive / tal. azione affermativa

Pozitivna akcija odnosi se na javne politike koje uključuju čimbenike poput rase, boje kože, vjere, spola ili nacionalnog podrijetla kako bi se išlo u korist podređenih skupina, a na štetu većine, obično kao posljedica povijesti diskriminacije. U središtu takve politike može biti zapošljavanje, obrazovanje ili pak sudjelovanje u javnoj nabavi i slično. Pozitivnom se akcijom obično želi povećati zastupljenost žena i manjina u zapošljavanju, obrazovanju i poslovnom sektoru iz kojih su oni povijesno bili isključeni. Pozitivna akcija američki je pojam i datira iz proglašenja J. F. Kennedyja, a slične su aktivnosti poznate pod drugim nazivima u drugim zemljama kao što je to "očuvanje" u Indiji, "pozitivna diskriminacija" u Velikoj Britaniji ili "jednakost u zapošljavanju" u Kanadi.

Pranje novca

engl. money laundering / njem. die Geldwäsche / fr. blanchiment d'argent / tal. riciclaggio di denaro

Pranje novca podrazumijeva izvršavanje radnji kojima se prikriva pravi izvor novca ili druge imovine za koju se sumnja da je pribavljena na nezakonit način u zemlji ili inozemstvu, uključujući:

- zamjenu ili bilo kakav drugi prijenos novca ili druge takve imovine
- prikrivanje prave prirode, izvora, lokacije, raspolaganja, kretanja, vlasništva ili prava u vezi s novcem ili drugom takvom imovinom
- stjecanje, posjedovanje ili uporabu novca ili druge takve imovine na nelegalan način.

Prava potrošača

engl. consumer rights / njem. die Rechte der Verbraucher / fr. droits des consommateurs / tal. diritti dei consumatori

Vidi: Deklaracija o pravima potrošača, potrošač

Pravo na pristup informacijama

engl. right of access to information / njem. das Recht auf Zugang zu Informationen / fr. droit d'accès à l'information / tal. diritto di accesso alle informazioni

Pravo na pristup informacijama temelji se na Aarhuškoj konvenciji o pravu na informacije koju je ratificirala i Hrvatska i čije su odredbe unesene u Zakon o zaštiti okoliša.

U članku 131. Zakona o zaštiti okoliša navodi se da je tijelo javne vlasti dužno osigurati pristup informacijama o okolišu, koje posjeduje i/ili nadzire, u skladu s ovim zakonom i odgovarajućom primjenom posebnih propisa kojima se uređuje pravo javnosti na pristup informacijama.

Nadalje, prema članku 132., pravo na pristup informacijama odnosi se na svaku informaciju u pisanom, vizualnom, slušnom, elektroničkom ili bilo kojem drugom dostupnom obliku, koja se odnosi na:

- stanje sastavnica okoliša, a osobito na: zrak i atmosferu, vode, more, tlo, prirodu, biološku raznolikost i krajobraz, staništa, močvare, obalno područje, uključujući GMO, te međutjecaje pojedinih sastavnica okoliša i opterećenja
- opterećenja kao što su tvari, energija, buka, zračenje, radijacija, uključujući i radioaktivni otpad, otpad, emisije i druga ispuštanja u okoliš, koja utječu ili mogu utjecati na sastavnice okoliša
- mjere, uključujući administrativne mjere kao što su politike, strateški dokumenti, propisi, planovi, programi, sporazumi o okolišu, aktivnosti koje mogu izravno ili neizravno utjecati na sastavnice okoliša i opterećenja te mjere ili aktivnosti radi zaštite okoliša i sastavnica okoliša
- analize troškova i koristi te druge financijske i ekonomske analize i pretpostavke koje se primjenjuju kao dio mjera i aktivnosti radi zaštite i poboljšanja stanja okoliša
- uvjete koji se odnose na: kvalitetu ljudskog života, zdravlje i sigurnost u odnosu na okoliš, onečišćenje hranidbenog lanca, životne uvjete, lokalitete od kulturnog značaja i građevine, kada na njih utječe ili bi moglo utjecati stanje pojedinih sastavnica okoliša, odnosno, stanje sastavnica okoliša uzrokovano opterećenjima i/ili mjerama.

Pravo na pristup informacijama pravo je ovlaštenika (svaka domaća ili strana fizička ili pravna osoba koja zahtijeva pristup informaciji) na traženje i dobivanje informacije kao i obvezu tijela javne vlasti da omogući pristup zatraženoj informaciji, odnosno da objavljuje informacije kada za to i ne postoji poseban zahtjev, već je takvo objavljivanje njihova obveza određena zakonom ili drugim općim propisom.

Prebacivanje kapaciteta

engl. capacity overshoot / njem. das Überschwngen der Kapazitäten / fr. dépassement de capacité / tal. superamento della capacità

Globalno prebacivanje kapaciteta događa se kad ljudska potražnja za prirodnim resursima premaši proizvodnju biosfere ili njezine regenerativne kapacitete (mogućnost obnavljanja), www.footprintnetwork.org. Takvo prebacivanje kapaciteta uzrok je erozije prirodnoga kapitala koji služi za podržavanje života na Zemlji i gomilanja otpada. Na globalnoj razini, prebacivanje kapaciteta istovjetno je ekološkom deficitu jer ne postoji neto uvoz resursa na planetu. Lokalno prebacivanje kapaciteta događa se kad su lokalni ekosustavi iskorištavani brže nego što se samostalno mogu obnoviti.

Vidi: ekološki otisak, potrošački otisak, Dan ekološkoga duga

Preispitivanje

engl. review / njem. die Überprüfung / fr. révision / tal. revisione

Preispitivanje (koje provodi uprava) radnje su kojima se određuje prikladnost, primjenjivost i učinkovitost predmeta koji se ispituje za postizanje postavljenih ciljeva. Preispitivanje može uključiti i određivanje djelotvornosti. Različite su vrste preispitivanja, na primjer preispitivanje sustava upravljanja koje provodi uprava, preispitivanje projektiranja i razvoja, preispitivanje ugovora, preispitivanje zahtjeva kupca i preispitivanje nesukladnosti (HRN EN ISO 9000).

Preventivna radnja

engl. preventive action / njem. die vorbeugende Maßnahmen / fr. action préventive / tal. azione preventiva

Preventivna radnja je radnja kojom se uklanja uzrok moguće nesukladnosti ili druge moguće neželjene situacije. Povezana je s mogućim problemima koji se još nisu dogodili i treba pažljivo razmotriti uzroke moguće nesukladnosti jer ih može biti više od jednoga. Preventivna je radnja dio upravljanja rizicima (HRN EN ISO 9000).

Preventiva obuhvaća planirane ili poduzete mjere u svim radnim procesima kod poslodavca radi sprječavanja ili smanjenja rizika na radu. U Zakonu o zaštiti na radu, na određen način, također se spominju preventivne radnje i navodi se da je poslodavac u organizaciji radnog procesa i povjeravanju poslova radniku dužan voditi računa o svim sposobnostima radnika koje mogu utjecati na zaštitu njegova zdravlja i sigurnost na radu.

Preventivnim se radnjama sprječava nastanak nesukladnosti, a popravnicima ponavljanje nesukladnosti i neželjenih događaja. Poslodavac na temelju procjene ili prema potrebi mora:

- osigurati najveći mogući stupanj zaštite sigurnosti i zdravlja radnika
- omogućiti da preventivne mjere budu u svim njegovim radnim procesima i na svim stupnjevima organizacije rada i upravljanja.

Uobičajene su preventivne radnje informiranje, obrazovanje, uvježbavanje, redoviti nadzor, redovito održavanje, čišćenje, zdravstveni pregledi, vježbe i sl.

Priroda

engl. nature / njem. die Natur / fr. nature / tal. natura

Termin priroda podrazumijeva: (a) u užem smislu organski i anorganski svijet (biotička ekumena) osim čovjeka i njegova kulturnog utjecaja (antropobiotička ekumena). Priroda je sve što nije kultura; (b) u širem smislu anorganski i organski svijet uključujući i čovjeka kao biološko biće (čovjek kao "prva priroda"). U znanstvenom pogledu priroda je relativno stabilan globalni sustav u kojem postoji autonomnost i zakonomjernost procesa. Posrijedi je osjetljiv sustav na izvanjske promjene, ali sposoban za samoodržavanje (samoorganizacija). Čovjeku je materijalna (resursna) osnova čiju produktivnost treba održati i za buduće generacije. Od šezdesetih godina prošlog stoljeća istražuje se i analizira produktivnost, stabilnost i ugrože-

nost ekosustava, odnosno dijelova prirode. Priroda se katkad shvaća kao divljina i zahtjeva toleranciju "nečinjenja". Ona se odnosi na "prirodni fizički svijet uključujući biljke, životinje i krajolike, osobito na one dijelove u izvornom stanju, ljudski netaknute" (ODEC, 2008:299).

Prema Zakonu o zaštiti prirode, priroda je sveukupna biološka i krajobrazna raznolikost.

Ciljevi i zadaće zaštite prirode:

- očuvati i obnoviti postojeću biološku i krajobraznu raznolikost u stanju prirodne ravnoteže i usklađenih odnosa s ljudskim djelovanjem
- utvrditi i pratiti stanje prirode
- osigurati sustav zaštite prirodnih vrijednosti radi njihova trajnoga očuvanja
- osigurati održivo korištenje prirodnih dobara bez bitnog oštećivanja dijelova prirode i uza što manje narušavanja ravnoteže njezinih sastavnica
- pridonijeti očuvanju prirodnosti tla, kakvoće, količine i dostupnosti vode, mora, atmosfere i proizvodnje kisika te očuvanju klime
- spriječiti štetne zahvate ljudi i poremećaje u prirodi kao posljedice tehnološkog razvoja i obavljanja djelatnosti
- osigurati pravo građana na zdrav život, odmor i razonodu u prirodi.

Zaštita i očuvanje prirode temelje se na ovim načelima:

- svatko se mora ponašati tako da pridonosi očuvanju biološke i krajobrazne raznolikosti, zaštiti prirodnih vrijednosti i očuvanju općekorisne uloge prirode
- neobnovljiva prirodna dobra treba iskorištavati racionalno, a obnovljiva prirodna dobra održivo
- u iskorištavanju prirodnih dobara i uređenju prostora obvezno je primjenjivati načela, mjere i uvjete zaštite prirode
- zaštita prirode obveza je svake fizičke i pravne osobe te su u postizanju toga cilja dužni surađivati radi izbjegavanja i sprječavanja opasnih radnji i nastanka šteta, uklanjanja i sanacije posljedica nastale štete te obnove prirodnih uvjeta koji su postojali prije nastanka štete
- javnost ima pravo na slobodan pristup informacijama o stanju prirode, pravo na pravodobno obavješćivanje o štetama u prirodi i o mjerama poduzetim za njihovo uklanjanje te pravo na mogućnost sudjelovanja u odlučivanju o prirodi.

Zaštita prirode provodi se očuvanjem biološke i krajobrazne raznolikosti te zaštitom prirodnih vrijednosti. Osobito se to čini:

- utvrđivanjem i procjenom stanja sastavnica biološke i krajobrazne raznolikosti
- provedbom mjera zaštite prirode
- unošenjem uvjeta i mjera zaštite prirode u dokumente prostornog uređenja i planove gospodarenja i upravljanja prirodnim dobrima u djelatnostima rudarstva, poljoprivrede, šumarstva, lovstva, ribarstva, vodnoga gospodarstva i drugih djelatnosti od utjecaja na prirodu
- izradom izvješća o stanju prirode, donošenjem i provedbom strategije, programa, akcijskih planova i planova upravljanja

- utvrđivanjem prirodnih vrijednosti i zaštićenih prirodnih vrijednosti
- uspostavom sustava upravljanja prirodnim vrijednostima i zaštićenim prirodnim vrijednostima
- povezivanjem i usklađivanjem državnog sustava s međunarodnim sustavom zaštite prirode
- poticanjem znanstvenog i stručnog rada u području zaštite prirode
- obavješćivanjem javnosti o stanju prirode i njezinim sudjelovanjem u odlučivanju o njezinoj zaštiti
- poticanjem i promicanjem zaštite prirode te razvijanjem svijesti o potrebi zaštite prirode u odgoju i obrazovanju.

Vidi: biološka raznolikost, ekologija

Pristup (načelo) predostrožnosti

engl. precautionary approach / njem. das Vorsorgeprinzip / fr. principe de précaution / tal. principio di precauzione

Načelo predostrožnosti određuje da za svaku aktivnost ili politiku koja potencijalno može nanijeti štetu javnosti ili okolišu, u odsutnosti znanstvenoga konsenzusa o štetnosti, provoditelj aktivnosti ima obvezu dokazivanja da ona nije štetna.

Ovo načelo omogućuje kreatorima javnih politika da donose odluke na temelju vlastite prosudbe u situacijama kada je šteta moguća kao posljedica poduzimanja nekog smjera ili donošenja nekih odluka za koje ne postoje znanstveni dokazi. Načelo implicira da postoji društvena odgovornost za zaštitu javnosti od izlaganja šteti ako je znanost definirala moguće rizike. Ova zaštita može biti ukinuta samo ako daljnja istraživanja pruže jasne dokaze da ne postoji opasnost od štete pri provođenju određene aktivnosti.

Ovo je načelo također 15. načelo Deklaracije iz Rija. Ondje gdje postoji opasnost od nepovratne štete, a nema odgovarajućih znanstvenih dokaza, to neće poslužiti kao razlog da se ne donose efikasne mjere za sprječavanje degradacije okoliša.

Vidi: načela

Privatizacija

engl. privatization / njem. die Privatisierung / fr. privatisation / tal. privatizzazione

Privatizacija je pretvaranje državnoga vlasništva u privatno.

Ona je događaj ili proces prelaska vlasništva poslovnog subjekta, korporacije, agencije ili javnog poduzeća s javnog sektora (vlade) na privatni sektor (gospodarstvo). U širem smislu, privatizacija je prijenos bilo koje javne funkcije u privatni sektor.

Smatra se da je termin privatizacija prvi put upotrijebljen 1930. godine u časopisu Ekonomist vezano uz njemačku nacističku ekonomsku politiku.

Duga je povijest privatizacije, a zadire još u doba antičke Grčke kada je javna uprava ugovorno prenijela gotovo sve usluge na privatni sektor. U Rimskoj Republici pojedinci i privatna poduzeća obavljali su većinu usluga, uključujući i prikupljanje

poreza, opskrbu vojske, vjerska žrtvovanja i graditeljstvo. Ipak, Rimski Republika uspostavila je i javna poduzeća pa je većina žitarica uzgajana na zemljištu u carevu vlasništvu.

U bližoj povijesti Winston Churchill privatizirao je britansku industriju čelika pedesetih godina 20. st. Njemačka vlada privatizirala je Volkswagen prodajući njegove dionice malim investitorima 1961., a general Pinochet primijenio je program privatizacije u Čileu. Ipak tek je 1980. u Velikoj Britaniji i SAD-u proces privatizacije zadobio globalni zamašnjak.

Ukratko, proces privatizacije može se provesti na tri načina:

- prodajom dionica na tržištu
- prodajom cijele ili dijela tvrtke jednom strateškom investitoru
- distribucijom vlasništva na dio građanstva, besplatno ili uz nisku cijenu.

Privatizacija bi trebala biti transparentan proces kako bi se izbjegle sumnje u bilo koju vrstu pogodovanja.

Privatnost

engl. privacy / njem. das Privatleben / fr. privé / tal. vita privata

Privatnost je svojstvo ili stanje onoga što je privatno odnosno onoga što nije javno ili službeno. U latinskom jeziku, *privatus* znači odvojen od ostalog, uskraćen od sudjelovanja u vlasti, a označava mogućnost pojedinca ili skupine da se isključe ili selektivno odvoje. Granice koje obuhvaća privatnost razlikuju se u mnogim kulturama ili u pojedinaca, ali obuhvaćaju slične temelje. Privatnost se katkad poistovjećuje s anonimnošću, željom da se ostane neprimijećen, neidentificiran u javnosti. Kad je osobi nešto privatno, obično se misli na nešto što joj je posebno osjetljivo. Stupanj do kojeg je privatna informacija izložena javnosti stoga ovisi o tome kako javnost prima ovu informaciju, a to se razlikuje kroz vrijeme i mjesto. Privatnost može biti viđena i kao oblik sigurnosti. Pravo da vlada, korporacija ili pojedinac neovlašteno zadiru u privatnost ugrađeno je u mnoge zakone, a gdjekad je i ustavno zajamčeno. Gotovo sve zemlje imaju zakone koji ograničavaju privatnost kao što su npr. porezni zakoni koji obvezuju na objavu informacije o osobnom dohotku državnih dužnosnika kako bi se spriječila korupcija. U nekim zemljama osobna je privatnost u sukobu (konfliktu) sa slobodom govora te neki zakoni obvezuju na javno objavljivanje podataka koji su u drugim zemljama dio privatnosti.

Privatnost se dobrovoljno može žrtvovati, obično u zamjenu za dobivene koristi. Dobrovoljno objavljene osobne informacije mogu biti predmet krađe, a to može prouzročiti i krađu identiteta.

Koncept privatnosti najčešće se povezuje sa zapadnom kulturom. Nije univerzalan i razlikuje se anglo-američki od talijanskoga i francuskoga koncepta.

Čuvanje osobnih podataka važan je aspekt odgovornosti poduzeća te je kao pokazatelj uvršteno u Smjernice za izvještavanje o održivosti (GRI) pod oznakom PR.

Indeks DOP-a: nema posebnih zahtjeva

GRI: PR 8

GC: nema posebnih zahtjeva

Proces

engl. process / njem. der Prozess / fr. processus / tal. processo

Proces je skup međusobno povezanih aktivnosti i aktivnosti koje djeluju jedna na drugu. Služi se resursima za pretvorbu ulaznih veličina u izlazne. Procesi su međusobno povezani jer izlaz iz jednog procesa ulaz je u drugi.

Organizacijski procesi moraju biti planirani i provedeni u kontroliranim uvjetima. Efikasan (djelotvoran) onaj je proces kojim se ostvaruju planirane aktivnosti i postižu planirani rezultati uz najmanji utrošak resursa. Efektivan (učinkovit) proces onaj je koji je usmjeren na bitne aktivnosti.

Svako poduzeće mora definirati svoje ključne procese koji su povezani s registriranom djelatnošću. U poduzeću obično postoji mali broj ključnih procesa.

Ostali su procesi podržavajući, na primjer proces primanja novih zaposlenika.

Neki procesi mogu biti izdvojeni, na primjer usluge čišćenja, zaštitarske usluge, usluge prehrane i slično.

Procesni pristup

engl. process approach / njem. der prozessorientierte Ansatz / fr. approche processus / tal. approccio processuale

Procesni je pristup strategija upravljanja. Kada se menadžer služi procesnim pristupom, to znači da upravlja procesima koji stvaraju organizaciju te interakcijom između procesa ulaska i izlaska sirovina, energije i informacija, pa sve te procese povezuje.

Procjena opasnosti

engl. assessment of hazard / njem. die Gefahrenbewertung / fr. évaluation des dangers / tal. valutazione del pericolo

Pocjena opasnosti postupak je kojim se određuje razina rizika glede nastanka nekog neželjena događaja: ozljede na radu, profesionalne bolesti, bolesti u vezi s radom te poremećaja u procesu rada koji bi mogao izazvati štetne posljedice po sigurnost i zdravlje zaposlenika, utjecaj na okoliš, gubitak ugleda i slično. Procjena je opasnosti (odnosi se na radno mjesto) i propisani dokument koji mora izraditi svaki poslodavac.

Procjena učinaka / utjecaja propisa

engl. regulatory impact assessment / njem. die Abschätzung der Folgen/ fr. évaluation de l'impact réglementaire/ tal. valutazione dell'impatto normativo della legge

Prema Zakonu o procjeni učinaka propisa, procjena učinaka propisa postupak je donošenja odluka o propisima na temelju dokaza i prikupljenih relevantnih podataka koji će poslužiti kao smjernice za odabir najboljeg rješenja za donošenje propisa ili poduzimanje nenormativnih aktivnosti i mjera.

Procjenom učinaka propisa analiziraju se pozitivni i negativni učinci propisa na područje gospodarstva, uključujući i financijske učinke, područje socijalne skrbi te zaštite okoliša s osvrtom na fiskalni učinak, uz istodobno savjetovanje s javnošću i zainteresiranom javnošću (Zakon o procjeni učinaka propisa).

Procjena učinka / utjecaja (PU) služi za izradu boljih politika. Uključuje analizu mogućih koristi i troškova prijedloga novih politika (zakona, propisa itd.) PU nudi potrebne informacije o mogućim posljedicama uvođenja novih propisa te time pridonosi racionalnijem procesu osmišljavanja politika koji se temelji na dokazima.

Kada se donese politička odluka o postizanju nekog cilja ili svrhe, PU se rabi za razvoj alternative mogućoj politici te kako bi se izabrala ona mjera kojom će se zadani cilj postići na najdjelotvorniji (najučinkovitiji) i najisplativiji način. Izbor najbolje politike ovisit će o usporedbi očekivanih pozitivnih (koristi) i negativnih (troškovi) učinaka svake mogućnosti.

PU pridonosi boljem političkom djelovanju. Konzultacije s dionicima ključan su dio procesa procjene učinaka. Time donosioci odluka (*policy makers*) imaju bolje razumijevanje i uvid u moguće učinke određenog prijedloga, a dionici mogu sami dati svoj doprinos u izradi najisplativijeg načina ostvarenja vladinih ciljeva. Isto tako, standardna je praksa dionicima i široj javnosti dostaviti rezultate procesa PU. Takva dvosmjerna komunikacija između donosilaca odluka i javnosti pridonosi odgovornosti i transparentnosti javne uprave.

Procjena utjecaja na društvo

engl. social impact assessment / njem. die gesellschaftliche Folgenabschätzung / fr. évaluation des impacts sociaux/ tal. valutazione di impatto sociale (VIS)

Zakonom o procjeni učinaka propisa predviđena je procjena socijalnih učinaka kao procjena očekivanih učinaka propisa na socijalno osjetljive i druge skupine s posebnim interesima i potrebama te učinaka na zdravstveni i socijalni status građana. U procjenu socijalnih učinaka treba uključiti šire društvene čimbenike jer se oni nipošto ne mogu i ne smiju svesti na pitanja socijalne skrbi, već trebaju promišljati sveukupni društveni razvoj i društvena kretanja u zemlji koja potencijalni propis može mijenjati. Isto tako, tim je zakonom predviđena i *procjena gospodarskih učinaka* kao procjena očekivanih učinaka propisa na pojedino gospodarsko područje, odnosno gospodarstvo Republike Hrvatske u cjelini, uključujući i financijske učinke (analiza troškova i koristi).

Procjena utjecaja na okoliš

engl. environmental impact assessment – EIA / njem. die Umweltverträglichkeitsprüfung / fr. études d'impact environnemental -EIE / tal. valutazione di impatto ambientale

Procjenom utjecaja zahvata na okoliš prepoznaje se, opisuje i ocjenjuje, na prikladan način, utjecaj zahvata na okoliš tako da se utvrđuje mogući izravan i neizravan utjecaj zahvata na tlo, vodu, more, zrak, šumu, klimu, ljude, biljni i životinjski svijet, krajobraz, materijalnu imovinu, kulturnu baštinu, uzimajući u obzir njihove međudnose.

Procjena utjecaja na okoliš mora osigurati ostvarenje načela predostrožnosti u ranoj fazi planiranja zahvata kako bi se utjecaji zahvata sveli na najmanju moguću mjeru i postigla najveća moguća očuvanost kakvoće okoliša, što se postiže usklađivanjem i prilagođavanjem namjeravanog zahvata s prihvatnim mogućnostima okoliša na određenom području. Procjena utjecaja na okoliš provodi se u okviru pripreme namjeravanog zahvata, prije izdavanja lokacijske dozvole za provedbu zahvata ili drugog odobrenja za zahvat za koji izdavanje lokacijske dozvole nije obvezno.

Kada procjena utjecaja na okoliš uključuje i ocjenu prihvatljivosti zahvata za prirodu, sukladno posebnom propisu o zaštiti prirode, neće se provoditi poseban postupak ocjene sukladno posebnom propisu o zaštiti prirode. Tada će se u postupku procjene utjecaja na okoliš sukladno mišljenju tijela nadležnog za zaštitu prirode utvrditi i kompenzacijski uvjeti za ugrožavanje posebnim propisom zaštićenih biljnih i životinjskih vrsta i staništa.

Mjere i/ili program praćenja stanja okoliša utvrđeni rješenjem o prihvatljivosti zahvata za okoliš obvezni su sadržaj dozvola za provedbu zahvata koje se izdaju prema posebnom zakonu.

Procjena utjecaja na okoliš provodi se na temelju studije o utjecaju na okoliš. Studija o utjecaju na okoliš stručna je podloga koja obuhvaća sve potrebne podatke, dokumentaciju, obrazloženja i opise u tekstualnom i grafičkom obliku, prijedlog ocjene prihvatljivosti zahvata i mjere zaštite okoliša u odnosu na zahvat te, prema potrebi, program praćenja stanja okoliša.

Procjena životnog ciklusa

engl. Life Cycle Assessment – LCA / njem. die Bewertung des Lebenszyklus / fr. analyse du cycle de vie / tal. valutazione del ciclo di vita

Procjena životnog ciklusa u upravljanju služi za procjenu i kvantifikaciju utjecaja proizvoda i proizvodnih aktivnosti na okoliš, tijekom njihova cijeloga životnog ciklusa.

Analiza životnog ciklusa, ekobalans ili analiza "od kolijevke do groba" označava analizu i procjenu utjecaja na okoliš određenog proizvoda ili usluge koja nastaje njegovim postojanjem. Cilj je ove metode usporediti i procijeniti ukupan raspon okolišne i društvene štete koja se povezuje s proizvodom ili uslugom, kako bi se mogle uvesti promjene da bi se te štete smanjile. Metoda se sada sastoji od procjene tijeka tehnoloških postupaka odgovornih za pojedini proizvod ili uslugu. Ograničenje joj je to što se njome može mjeriti utjecaj tehnologija primijenjenih za proizvodnju i dostavu proizvoda, ali ne i na isti način procijeniti ekonomski odabir korištenja određenim proizvodom ili uslugom. Termin "životni ciklus" odnosi se na namjeru da se temeljito i holistički procijeni upotreba sirovina u proizvodnji, proizvodnja, distribucija, korištenje i odlaganje uključujući i transport između ovih faza ciklusa. Zbroj svih tih koraka i faza predstavlja životni ciklus proizvoda. Koncept također može poslužiti za optimiranje pojedinog proizvoda (ekodizajn) ili okolišnog utjecaja proizvođača ili poduzeća.

LCA (*Life Cycle Assessment*) tehnika je za procjenu aspekata okoliša povezanih s proizvodom tijekom njegova životnog ciklusa. Najvažnija mu je primjena analiza faza životnog ciklusa i utjecaja na ukupno opterećenje okoliša, najčešće radi postavljanja prioriteta primjene poboljšanja na proizvodu ili procesu te usporedba dvaju ili više proizvoda. LCA je relativno mlada tehnika koja je postala popularna u ranim devedesetim godinama, ponajprije za potvrdu izjava o okolišu kojima su se poduzeća koristila u marketinške svrhe. Tijekom godina postalo je jasno da to nije primarna svrha LCA iako je potrebno objaviti rezultate LCA proizvoda i poboljšanja koja su na temelju analize i učinjena. Posljednjih je godina LCA postao temelj politike zaštite okoliša. Dobar je primjer koncept IPP (*Integrated Product Policy*) koji promiče EU, ali i Azija i Amerika. Drugi je temelj primjene izvještavanje o održivosti. Većina Fortuneovih 500 poduzeća izvještava o aspektima održivosti svojih proizvodnih procesa.

LCA sadržava i kvantitativnu i znanstvenu bazu za sve ove nove koncepte. U mnogo slučajeva LCA potiče interne i eksterne rasprave i komunikaciju. Primjena LCA omogućuje objašnjenje utjecaja na okoliš i proizvoda i proizvodnih procesa.

Program za 21. stoljeće

engl. Agenda 21 / njem. die Agenda 21 / fr. Action 21 / tal. Agenda 21

Posrijedi je akcijski program UN-a o razvoju i okolišu za 21. stoljeće prihvaćen na Konferenciji o Zemlji u Rio de Janeiru 1992. godine. Obuhvaća ciljeve, potrebne mjere i osnovne djelovanja u 40 poglavlja. Nije međunarodnopravni dokument. Integrira razvojno-političke i okolišno-političke aspekte. Strateška je osnova koncepta održivi razvoj. Tri su najvažnije teme održivi razvoj, klimatske promjene i biološka raznolikost.

Prvi se dio odnosi na međunarodnu suradnju, borbu protiv siromaštva, promjene potrošačkog obrasca, populacijske dinamike, zdravlja i razvoja naselja. Drugi se dio odnosi na gospodarenje resursima: atmosferu, tlo, šume, dezertifikaciju, rudarenje, poljoprivredu, raznolikost vrsta, vodu, kemikalije, zbrinjavanje otpada. Treći se dio odnosi na ulogu važnijih društvenih skupina, a. posrijedi su žene, djeca i mladi, urođeničke zajednice (društva), organizacije civilnog društva - OCD, komune, posloprimci i sindikati, seljaci, privatno gospodarstvo, znanost i tehnika. U četvrtom su dijelu preporuke za promjene: financiranje, razvoj tehnologija, znanost, obrazovanje, djelatni kapaciteti, pravni instrumenti, međunarodne institucije i pronalaženje odluka.

Program za 21. stoljeće (Agenda 21) osnovni je predložak za uvođenje strategije održivog razvoja u nacionalne strategije i ne temelji se na tradicionalnoj problematici degradacije i očuvanja okoliša. Umjesto toga, osobita se pozornost obraća političkim, ekonomskim i financijskim aspektima održivog razvoja. Od četrdeset poglavlja, čak ih je dvadeset pet posvećeno neokolišnim pitanjima (<http://www.un.org/esa/sustdev/agenda21.htm>). Program za 21. stoljeće (Agenda 21) ističe međunarodnu suradnju za brzi oporavak (obnavljanje) okoliša, suzbijanje siromaštva te promjene u potrošnji. Bavi se zaštitom i gospodarenjem prirodnim dobrima, položajem žena, djece, mladeži, nacionalnih manjina te ulogom tehnologije, znanosti i obrazovanja za održivi razvoj.

Predložak koji nalaže Program za 21. stoljeće često je upotrebljavan na nacionalnoj razini pa su u organizaciji javne uprave organizirane rasprave s predstavnicima svih razina društva kao što su to političari, gospodarstvenici, sindikati, vjerske zajednice, organizacije za zaštitu okoliša i potrošača, kako bi se razmotrili načini provedbe održivog razvoja. Godine 1995. Ministarstvo graditeljstva i zaštite okoliša RH objavilo je službeni prijevod ovog dokumenta.

Srodni nazivi: Agenda 21, Program za promjenu

Program za promjenu

Vidi: Program za 21. stoljeće

Proizvod

engl. product / njem. das Produkt / fr. produit / tal. prodotto

Zakon o tehničkim zahtjevima za proizvode i ocjeni sukladnosti navodi da je proizvod bilo koji predmet koji je projektiran i proizveden ili na koji drugi način dobiven, neovisno o stupnju njegove prerade, a namijenjen je stavljanju na tržište. Proizvodi mogu biti stavljeni na tržište i/ili u uporabu samo ako su sukladni odgovarajućim propisanim bitnim zahtjevima, ako je njihova sukladnost utvrđena prema propisanom postupku i ako su označeni u skladu s odgovarajućim propisima koji se odnose na njih.

Prema Zakonu o zaštiti potrošača, proizvod u slobodnom stanju (rasutom ili u rinfuzi) jest proizvod koji je ponuđen na prodaju potrošačima, a nije prethodno zapakiran i izmjeren u nazočnosti potrošača. Prethodno zapakiran, proizvod je prodajna cjelina proizvoda i ambalaže, i ona se, bez daljnje obrade, predaje krajnjem potrošaču.

Državni zavod za statistiku smatra da je proizvod posljedica neke industrijske djelatnosti, upotrebljava se kao opći naziv za proizvode koji imaju fizičku dimenziju i za industrijske usluge, a definiran je Nomenklaturom industrijskih proizvoda (NIP 2009.).

Prema Nomenklaturi industrijskih proizvoda gotov je proizvod svaki proizvod koji je u procesu proizvodnje dostigao odgovarajući stupanj prerade ili dorade tako da je u NIP-u 2009. naveden pod posebnom šifrom i nazivom. Pojam tako definiranoga gotovog proizvoda obuhvaća i sve radove dovršavanja proizvoda, npr. čišćenje, pakiranje, ispitivanje kvalitete, kasiranje i slično. Količine neispravnih proizvoda (škart) ne smatraju se gotovim proizvodima.

U Pravilniku o ambalaži i ambalažnom otpadu naziv *proizvod* koristi se pri definiranju naziva *ambalaža*, a *ambalaža* su svi proizvodi bez obzira na materijal od kojeg su izrađeni ako su upotrijebljeni za, čuvanje, rukovanje, isporuku i predstavljanje robe, od sirovina do gotovih proizvoda, od proizvođača do korisnika ili potrošača.

Norma ISO 26000 navodi da je proizvod predmet ili tvar ponuđena na prodaju ili dio usluge koju nudi neka organizacija.

Norma HRN EN ISO 9000 tumači proizvod kao rezultat međusobno povezanih ili međusobno ovisnih radnji koje pretvaraju ulazne veličine u rezultate i razlikuje četiri generičke vrste proizvoda: usluge, softver, hardver i prerađeni materijali. Mnogi su proizvodi kombinacija navedenih vrsta, na primjer automobil (proizvod) sastoji se od hardvera (na primjer gume), softvera (algoritam nadzora motora) i prerađenih materijala (na primjer maziva).

Proizvod je izlaz iz procesa. On može biti materijalan (opipljiv, poput dječjih igračka, bicikla, soka) ili nematerijalan (neopipljiv, poput softverske aplikacije, savjetodavne usluga, ideje za neko poboljšanje, inovacije, informacije itd).

Srodni nazivi: artikl, roba, stvar, produkt

Vidi: robna marka, usluga

Indeks DOP-a: nema posebnih zahtjeva

GRI: PR3 – PR9

GC: načelo 8

Proizvodi i usluge prihvatljivi za okoliš

engl. eco-friendly products and services, environmentaly friendly products and services / njem. umweltfreundliche Produkte und Dienstleistungen / fr. produits et services respectueux de l' environnement / tal. prodotti e servizi ecocompatibili

Vidi: dizajn prihvatljiv za okoliš

Proizvođač

engl. producer / njem. der Hersteller / fr. producteur / tal. produttore

Zakon o tehničkim zahtjevima za proizvode i ocjenu sukladnosti tumači da je proizvođač fizička ili pravna osoba koja projektira i/ili proizvodi proizvod, ili osoba koja se, obilježavanjem proizvoda svojim imenom ili znakom predstavlja kao *proizvođač*. Osim proizvođača, i uvoznici stavljaju proizvode na tržište tako da je u navedenom zakonu uvoznik definiran kao fizička ili pravna osoba registrirana u Republici Hrvatskoj koja proizvod iz drugih zemalja stavlja na tržište Republike Hrvatske.

Za Pravilnik o ambalaži i ambalažnom otpadu, proizvođač i uvoznik (u daljnjem tekstu: proizvođač) izjednačeni su u obvezi plaćanja naknade za gospodarenje ambalažnim otpadom i definirani kao pravna ili fizička osoba koja u RH pakira proizvode u ambalažu ili uvozi proizvode u ambalaži i stavlja ih na tržište.

Podatak o proizvođaču obavezan je na proizvodu. Simbol koji označava proizvođača propisan je Normom HRN EN 980:2008 i obavezan je za neke skupine proizvoda, na primjer medicinsku opremu i uređaje (Slika P-3).



Slika P-3: Normiran znak za proizvođača na medicinskoj opremi; uza znak mora biti navedeno ime proizvođača i ostali propisani podaci.

Propis

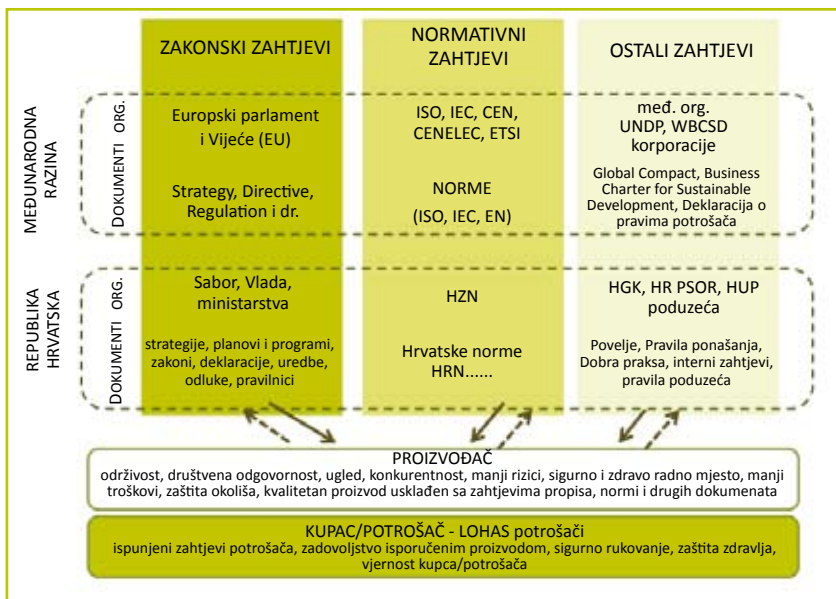
engl. law / njem. das Gesetz / fr. règlement / tal. regolamento

HRN EN 45020 Normizacija i srodne djelatnosti – Rječnik općih naziva, propis tu-mači kao dokument koji sadržava obvezatna zakonska pravila (zakon, pravilnik, uredba, odluka), a donosi ga koje upravno tijelo (Sabor, Vlada, ministarstva, razina lokalne zajednice). Tehnički propis je propis u kojem se tehnički zahtjevi daju izravno ili upućivanjem na normu, tehničku specifikaciju ili uputu za primjenu ili uključivanjem sadržaja tih dokumenata.

Propis je proizvod na koji se odnose zahtjevi kvalitete, cijena provedbe i rokovi.

Objavljuje se u Narodnim novinama, službenome glasilu Republike Hrvatske i besplatno je dostupan na mrežnoj adresi www.nn.hr. Propis na lokalnoj razini objavljuje se u nekom lokalnom službenom glasilu kao što je, na primjer, Službeni glasnik Grada Zagreba.

Na radionicama HR PSOR-a i ostalih suradničkih organizacija o temi kvalitete propisa općenito ili samo pojedinačnih propisa, sudionici su ustanovili da je i propis proizvod. To znači da za propis vrijede svi dijelovi životnog ciklusa: od nastajanja preko provedbe, analize provedbe, izmjena i dopuna pa do prestanka važenja. Propis je značajan proizvod jer utječe na poslovanje poduzeća na različite načine, na primjer financijski (vidi: ekonomski instrumenti, uvođenje neke naknade usred poslovne godine, a koja prije nije bila planirana), tehnološki (vidi: najbolje raspoložive tehnike), organizacijski itd.



Slika P-4: Prikaz utjecaja propisa, normi i ostalih dokumenata na proizvođača

Protokol iz Montreala

engl. Montreal Protocol / njem. das Montreal-Protokoll / fr. Protocole de Montréal / tal. Protocollo di Montreal

Kada su znanstvenici postali svjesni toga da određene tvari koje ulaze u atmosferu kao posljedica ljudskih djelatnosti ozbiljno štete ozonskom omotaču, potaknuli su putem Ujedinjenih naroda sprječavanje novih oštećenja. Ozonski sloj oštećuju ove tvari: klorofluorouglijci, drugi potpuno halogenirani klorofluorouglijci, haloni, ugljik tetraklorid, 1,1,1-trikloretan, metilbromid, bromofluorouglikovodici, klorofluorouglikovodici i bromoklorometan, bilo same ili u mješavini, neovisno o tome jesu li nove, prikupljene, obnovljene ili oporabljene. Prvi korak u definiranju ovih aktivnosti bila je Bečka konvencija o zaštiti ozonskoga omotača (<http://www.unep.org/ozone/vienna.shtml>) kojoj je 1985. godine pristupila 21 država Europe obvezujući se da će štiti ljudsko zdravlje i okoliš od štetnih utjecaja koji mogu nastati oštećenjem ozonskog sloja.

Poslije Bečke konvencije znanstvenici su dugotrajnim istraživanjima ustanovili koje, ljudskim aktivnostima proizvedene, tvari oštećuju ozonski omotač i koliki im je faktor oštećenja ozonskog omotača (ODP faktor). Daljnjom međunarodnom suradnjom znanstvenika, vladinih institucija i nevladinih udruga, 1987. godine u Montrealu nastao je Montrealski protokol o tvarima koje oštećuju ozonski omotač (www.unep.org/ozone/montreal.shtml). Tada su ga potpisale 22 zemlje.

Ozonski omotač zaustavlja većinu štetnih sunčevih UV-B zraka, a posve nas štiti i od smrtonosna UV-C zračenja. Zato je ozonski omotač uistinu prijeko potreban štiti za održanje života na Zemlji. Njegovim oštećenjem povećava se prodiranje štetnih zračenja na Zemlju, a to povećava broj zloćudnih i dobroćudnih tumora kože te katarakta očiju, smanjuje urode usjeva i oštećuje materijalna dobra. Kemikalije koje sadržavaju klor i brom proizvedene ljudskom djelatnošću, oslobođene i ispuštene u atmosferu, uništavaju molekule ozona velikom brzinom.

Montrealski protokol do danas su potpisale 184 države članice, od čega su 122 države, s niskom potrošnjom freona i halona, obuhvaćene člankom 5 Protokola. Zemlje s velikom potrošnjom tih tvari, pretežno razvijene zemlje, ukinule su potrošnju freona i halona, tvari iz Dodatka A Protokola, no uzmemo li u obzir to da razvijene zemlje čine samo 20% svjetske potrošnje tvari koje oštećuju ozonski omotač, vidljivo je kako je ukidanje preostalih 80% ključno za osiguranje očuvanja i oporavka ozonskog omotača. Zemlje iz članka 5 Protokola imaju odgodu od deset godina za ispunjenje obveza iz Montrealskog protokola.

Razvijene zemlje (zemlje na koje se ne odnosi članak 5 Protokola) godišnje uplaćuju financijska sredstva u Multilateralni fond Montrealskog protokola. Multilateralni fond treba pomoći zemljama iz članka 5 pri ispunjavanju obveza iz Montrealskoga protokola. Dosad je Izvršni odbor odobrio 2 000 projekata za ukidanje potrošnje 100 000 tona tvari koje oštećuju ozonski omotač i 13 000 tona za ukidanje proizvodnje tvari koje ga oštećuju. Za navedene projekte odobreno je ukupno 1,2 milijarde američkih dolara. Provedbom ovih projekata očekuje se znatno smanjenje potrošnje tvari koje oštećuju ozonski omotač u zemljama iz članka 5 Provedbene agencije Montrealskoga protokola (UNEP, UNIDO, UNDP i Svjetska banka) zadužene su za uspješnost provedbe ovih projekata.

Ipak, projekti ukidanja potrošnje u industrijskom sektoru nisu dovoljni za postizanje odredbi iz Montrealskog protokola. Zemlje iz članka 5 moraju donijeti niz zakonskih mjera i provoditi aktivnosti kako bi učinkovito spriječile daljnje oštećenje ozonskog sloja (<http://www.e-recycle.com>).



**CFC
FREE**

Na temelju Zakona o ratifikaciji Montrealskoga protokola, Vlada Republike Hrvatske donijela je Uredbu o tvarima koje oštećuju ozonski omotač. Njome su u Hrvatskoj prihvaćene odredbe Montrealskog protokola.

Slika P-5: Proizvođač obavještava potrošača da proizvod ne sadržava tvari koje oštećuju ozonski omotač / sloj (CFC = chlorofluorocarbon = klorofluorouglik)

Protokol o stakleničkim plinovima

engl. Greenhouse Gas Protocol, GHG Protokol / njem. das Treibhausgas-Protokoll / fr. Protocole des gaz à effet de serre / tal. Protocollo di gas serra

Protokol o stakleničkim plinovima je dokument, najrasprostranjeniji međunarodni alat za dokumentiranje stakleničkih plinova kojim se služe vlade i poslovne organizacije kako bi razumjele, kvantificirale i upravljale emisijama stakleničkih plinova. Protokol je partnerski projekt Svjetskoga instituta za resurse (WRI) i Svjetskoga poslovnog savjeta za održivi razvoj (WBCSD) koji već cijelo desetljeće surađuju s poslovnim, javnim i civilnim sektorom diljem svijeta kako bi izgradili nove djelotvorne i vjerodostojne programe za upravljanje klimatskim promjenama.

Protokol nudi okvir za mjerenje i praćenje za gotovo svaki GHG standard ili program na svijetu, ISO norme kao i za stotine investitora u GHG projekte koje pripremaju privatna poduzeća. Protokol GHG također nudi zemljama u razvoju međunarodno prihvaćen alat za upravljanje koji pomaže njihovim poduzetnicima da konkuriraju na globalnom tržištu i njihovim vladama da donose odluke o klimatskim promjenama temeljene na točnim informacijama (www.ghgprotocol.org).

R

Radna mjesta s posebnim uvjetima rada

engl. dangerous jobs / njem. die gefährlichen Berufe / fr. emplois dangereux / tal. lavori pericolosi

Svrha je Zakona o zaštiti na radu uvođenje mjera za poticanje unapređivanja sigurnosti i zdravlja radnika na radu, sprječavanje ozljeda na radu, profesionalnih bolesti, drugih bolesti u vezi s radom te zaštita radnog okoliša. Preventiva obuhvaća planirane ili poduzete mjere u svim radnim procesima u poslodavca, radi sprječavanja ili smanjenja rizika na radu.

Radi osiguranja zdravstvenog nadzora primjerena rizicima za zdravlje i sigurnost na radu kojima su izloženi radnici, radniku se jednom u tri godine, na njegov zahtjev mora osigurati zdravstveni pregled u skladu s posebnim propisom.

Isto tako, prema Zakonu o zaštiti na radu, poslodavac je dužan osposobiti radnika za rad na siguran način i dati mu informacije i upute vezane uz njegovo mjesto rada i poslove:

- prije početka rada
- pri promjenama u procesu rada
- pri uvođenju nove radne opreme ili njezinoj promjeni
- pri uvođenju nove tehnologije
- pri slanju radnika na novi posao.

Radna okolina

engl. working environment / njem. die Arbeitsumgebung / fr. environnement de travail / tal. ambiente di lavoro

Radna okolina naziv je koji objašnjava uvjete rada na mjestu rada. Uključuje sve uvjete i čimbenike koji utječu na rad. Općenito, uključuje fizičke, društvene, psihološke i okolišne uvjete. Radna okolina uključuje osvjetljenje, temperaturu, onečišćujuće tvari, opasne radne tvari, buku i niz ergonomskih uvjeta. Također uključuje praksu nadgledanja i nagrađivanja te poštovanja rada. Svi ti čimbenici utječu na rad.

Prema Zakonu o zaštiti na radu propisano je mjerenje kvalitete radne okoline. Radnik je dužan surađivati s poslodavcem i povjerenikom za zaštitu na radu sve dok mu oni ne omoguće uvjete rada koji nisu opasni za sigurnost i zdravlje radnika te dok se u cijelosti ne postigne zaštita sigurnosti i zdravlja radnika na radu u skladu sa zahtjevima tijela nadležnih za provedbu i nadzor zaštite na radu.

Indeks DOP-a: Pitanja 3.D.1, 3.D.2, 3.D.3 i 3.D.4.

GRI: nema posebnih zahtjeva

GC: nema posebnih zahtjeva

Radna snaga

engl. labour force / njem. die Arbeitskräfte/ fra. main-d'œuvre/ tal. manodopera

Vidi: radnik

Indeks DOP-a: Područje 3

GRI: EC7

GC: Načelo 6

Radni odnosi

engl. labour relations / njem. die Arbeitsbeziehungen / fr. relations de travail / tal. rapporti di lavoro

Radni su odnosi jedinstven oblik međuljudskih odnosa s važnim utjecajem na pojedince, ali i organizacije u kojima se odvijaju i na koje utječu. Istraživanja pokazuju da odnosi na radnome mjestu izravno utječu na uspjeh radnika i njegovu produktivnost.

Budući da radnici u prosjeku provode na radnome mjestu do 50 sati u tjednu, nužno je stvaranje različitih vrsta odnosa koji mogu biti pozitivni, ali i negativni te utjecati ne samo na uspjeh radnika nego i na njegovo fizičko i mentalno zdravlje.

Radni odnosi uređeni su Zakonom o radu.

Osoba koja traži zaposlenje kao i osoba koja se zaposli (radnik, namještenik, službenik - u daljnjem tekstu: radnik) ne smije biti stavljena u nepovoljniji položaj od drugih osoba na temelju rase, boje kože, spola, bračnoga stanja, obiteljskih obveza, dobi, jezika, vjere, političkog ili drugog uvjerenja, nacionalnog ili socijalnoga podrijetla, imovnoga stanja, rođenja, društvenoga položaja, članstva ili nečlanstva u političkoj stranci, članstva ili nečlanstva u sindikatu te tjelesnih ili duševnih poteškoća.

Vidi: korporacijska kultura, organizacijska kultura, organizacijska klima

Radnička prava

engl. worker's rights / njem. die Arbeitnehmerrechte / fr. droits des travailleurs / tal. diritti del lavoratore

U Zakonu o radu navedene su temeljne obveze i prava iz radnog odnosa:

1. Osoba koja zapošljava (u daljnjem tekstu: poslodavac) obvezna je u radnom odnosu radniku dati posao te mu za obavljani rad isplatiti plaću, a radnik je obvezan prema uputama poslodavca danim u skladu s naravi i vrstom rada, osobno obavljati preuzeti posao.
2. Poslodavac je obvezan kod zapošljavanja radnika u slučaju jednakog ispunjavanja općih i posebnih uvjeta za zasnivanje radnog odnosa dati prednost spolu koji je podzastupljen.

3. Poslodavac ima pravo pobliže odrediti mjesto i način obavljanja rada, poštujući pritom prava i dostojanstvo radnika.
4. Poslodavac je dužan osigurati radniku uvjete za siguran rad u skladu s posebnim zakonom i drugim propisima.

Radnik

engl. worker / njem. der Arbeiter / fr. travailleur / tal. lavoratore

Radnik je osoba koja obavlja posao, bilo kao zaposlenik ili privatnik (samozaposlen) (ISO 26000).

Radnik je fizička osoba koja u radnom odnosu obavlja određene poslove za poslodavca (Zakon o zaštiti na radu).

Srodni nazivi: zaposlenici, djelatnici

Indeks DOP-a: Područje 3

GRI: nema posebnih zahtjeva

GC: nema posebnih zahtjeva

Radnik sa zelenim ovratnikom

engl. green-collar workre

Vidi: zeleni ovratnici

Radno mjesto

engl. working place / njem. der Arbeitsplatz / fr. lieu de travail / tal. posto di lavoro

Prema Zakonu o zaštiti na radu, mjesto rada i radni okoliš obuhvaćaju sva mjesta i prostore pod neposrednim ili posrednim nadzorom poslodavca, a na kojima se radnici moraju nalaziti ili do kojih moraju dolaziti u tijeku rada.

Radno je mjesto i skup poslova koje obavlja zaposlenik na temelju ugovora o radu

Ranjiva skupina

engl. vulnerable group / njem. die gefährdete Gruppe / fr. groupe vulnérable / tal. gruppo vulnerabile

Ranjiva skupina je skupina pojedinaca koji imaju jedno ili više zajedničkih obilježja koja su temelj za diskriminaciju ili štetne društvene, gospodarske, kulturne, političke ili zdravstvene okolnosti i zbog kojih joj nedostaju sredstva da ostvari svoja prava ili na neki drugi način uživa jednake mogućnosti.

Vidi: ljudska prava, Deklaracija o ljudskim pravima

Rast

engl. growth / njem. das Wachstum / fr. croissance / tal. crescita

"Rast" ima kvantitativno značenje, tj. "postati veći" ili "imati više" nego prije. Odnosi se na različita područja života u društvu, osobito u ekonomiji. Rast je u modernom društvu postao gotovo opći zahtjev kao mjerilo razvoja. Povezan je s održivim razvojem, ali se i bitno razlikuje od razvoja.

Neki upozoravaju na to da se rast odnosi samo na organsko, a ne i na anorgansko ili virtualno. Organsko (živa bića, biljke) može rasti, ali to ne može primjerice "životni standard".

U polemici o postizanju održivog razvoja najvažnija je rasprava o odnosu rasta i razvoja. Budući da je u današnjoj ekonomiji rast nužno vezan uz rast potrošnje resursa za koje znamo ne samo da su ograničeni nego i da je njihova potrošnja danas neodrživa, polemika se vodi o potrebi uvođenja nulte stope rasta te temeljenja razvoja na nematerijalnim vrijednostima koje ne uključuju rast ili barem razdvajanja ekonomskog rasta od potrošnje obnovljivih i neobnovljivih prirodnih resursa.

Vidi: razvoj, održivi razvoj, održivost, održiva proizvodnja

Ravnopravnost

engl. equality / njem. die Gleichheit / fr. égalité / tal. uguaglianza

Ravnopravnost je izjednačenost u pravima s nekim drugim.

Ravnopravnost je nedefiniran proces koji uključuje jednake prilike u javnoj sferi, a sagleda se u odnosu na ranjive skupine kao što su žene, djeca, stariji, etničke i vjerske manjine i drugi.

Ravnopravnost spolova znači da su žene i muškarci jednako prisutni u svim područjima javnog i privatnog života, da imaju jednak status, jednake mogućnosti za ostvarivanje svih prava te jednaku korist od ostvarenih rezultata (Zakon o ravnopravnosti spolova).

Socijalno konstruirane uloge prečesto podcjenjuju ulogu žena i djevojaka. Diskriminacija znači uskraćivanje prava na zdravstvenu njegu i obrazovanje te informacije potrebne za brigu o sebi. Ona uskraćuje ženama i djevojkama pravo da odlučuju, zarađuju za život i da ne podnose nasilje i iskorištavanje. Često im se uskraćuje i pravna zaštita. UNICEF (www.unicef.org/gender) radi na izjednačivanju prava za svu djecu kako bi mogla razvijati svoje talente. Prepoznavanjem i djelovanjem protiv diskriminacije nad ženama, uspjeh protiv svih drugih oblika diskriminacije – klase, rase, etničke i dobne – bit će vjerojatniji i trajniji.

Naziv ravnopravnost sadržava i norma ISO 26000, a uključuje jednak odnos prema ženama i muškarcima ili, u pojedinim slučajevima, odnos koji je različit, ali se smatra jednakovrijednim (odgovarajućim zamjenskim) sa stajališta prava, povlastica, obveza i mogućnosti.

Ravnoteža privatnog i profesionalnog života

*engl. work/life balance /njem. das Gleichgewicht zwischen Beruf und Privatleben /
fr. équilibre travail-vie privée / tal. equilibrio tra lavoro e vita privata*

Ravnoteža privatnog i profesionalnog života odnosi se na razinu kontrole koju pojedinci imaju nad uvjetima na njihovu radnome mjestu i sklad profesionalnog i privatnog života. Cilj je ovoga koncepta potaknuti ljude da razmisle o tri ključne dimenzije života: emocionalnoj, društvenoj i profesionalnoj. Promišljajući o sebi i načinu na koji alociraju energiju pojedinci bi trebali razmisliti o načinu korištenja svojega vremena s obzirom na zadovoljavanje profesionalnih ciljeva a da pri tome imaju zdrav emocionalni odnos sa svojim najbližima (obitelji i/ili partnerima) te zdrav društveni odnos sa svojim prijateljima i bližnjima. Koncept pokriva uravnoteženost između četiriju ključnih dimenzija: posla, obitelji, prijatelja i samoga sebe. Termin se sve češće spominje u znanosti o suvremenom menadžmentu, i to iz nekoliko razloga:

- veza između produktivnosti i vremena kojeg zaposlenici provedu na poslu slabija je nego što se pretpostavljalo
- privlačenje, zadržavanje i motiviranje najboljih ljudi postalo je ključno za organizacijski opstanak na turbulentnu tržištu
- sve snažniji regulatorni okvir koji detaljnije opisuje neke od stvari povezanih s ovim konceptom poput ravnopravnosti spolova, minimalnih uvjeta na mjestu rada i radnom okolišu, roditeljskoga dopusta i općenito prava zaposlenika
- sve snažniji razvoj informacijskih tehnologija i time veće korištenje teleradom i virtualnim uredom koji fleksibilnije određuju vrijeme rada i otvaraju mogućnost za rad od kuće. Ovdje treba biti posebno oprezan jer, premda se na prvi pogled čini kako je ovo sjajna prilika za češći kontakt s obitelji, ovakav oblik rada može uzrokovati gubitak jasne granice između privatnog i profesionalnog.

Ova četiri činitelja uzrokovala su povećane troškove za organizacije koje ne omogućuju svojim zaposlenicima sklad privatnog i profesionalnog života. U praksi to znači smanjenje nepotrebnog i neproduktivnog stresa u zaposlenika zbog kulture dugih radnih sati i stalne dostupnosti zaposlenika.

Važno je istaknuti kako uravnoteženost ne znači jednako opterećenje. Pokušaj da se rasporede jednaka količina vremena na profesionalni i privatni dio života nerealan je. Život je mnogo fluidniji i dinamičniji pa se ova ravnoteža neprestano redefinira, ovisno o različitim činiteljima. Optimalna ravnoteža danas ne znači optimalnu ravnotežu za sutra. Ravnoteža dok ste samac nije jednaka onoj kada dobijete obitelj, kada započinjete s karijerom i kada ste blizu umirovljenja, kada ste na najnižoj i najvišoj razini menadžmenta, kada radite samostalno ili u timu i tako dalje. Stoga je važno znati kako ne postoji jedna, univerzalno primjenjiva ravnoteža privatnog i profesionalnog života te da ovisi o preferencijama i sustavu vrijednosti.

Mnoga poduzeća uvela su fleksibilno (prilagodljivo) radno vrijeme, a to u praksi obično znači da zaposlenik radi veći broj sati, a da višak sati (često) nije plaćen ili ga se teško može iskoristiti.

Različitost / raznolikost

engl. diversity / njem. die Verschiedenartigkeit / Vielseitigkeit / fr. diversité / tal. diversità

Različitost s aspekta društveno odgovornog poslovanja u središtu je zanimanja ponajviše zbog globalizacije, rastuće mobilnosti zaposlenika i stalnih promjena u demografiji. Jednako tako svaka je profesija iznimno dinamična te na poduzeće stalno djeluju različiti dionici raznolikih ciljeva. Mnogim je poduzećima ovaj problem u središtu poslovne prakse jer su shvatila kako im raznolikost pomaže da uključe različite zaposlenike, kupce, klijente, dobavljače i zajednice. Raznolikost se može odnositi i na seksualnu orijentaciju, dob zaposlenika, njihov rod te neke manjinske društvene skupine poput Roma.

Vidi: biološka raznolikost

Razvoj

engl. development / njem. die Entwicklung / fr. développement / tal. sviluppo

Za razliku od rasta, razvoj je proces nastajanja nečega novog iz prethodnog i antipiranog stanja – kvalitativna socijalna promjena u skladu s očekivanjima. Ne isključuje i kvantitativni rast. Razvoj je proces poželjnih promjena. Neki upozoravaju na to da su razvoj i napredak "pojmovi blizanci", a drugi da je moguća oštra granica između njih. Razvoj se tako odnosi na evoluciju, tj. na promjene organskog svijeta (organizmi, ekosustavi), a napredak je povezan sa zbivanjima i obilježjima ljudskog utjecaja. Prema tom razlikovanju, napredak se zbiva svjesno i ciljno je usmjeren, a razvoj započinje nesvjesno, bez cilja.

Katkad se promjene društva, utemeljene na tehničkom napretku, od predindustrijskog u industrijsko, nazivaju razvojem. Razvoj pretpostavlja veliku potporu stanovništva inovativnim socijalnim promjenama, a u modernu društvu osobito kao porast standarda pojedinaca i blagostanja društva mjereno BDP-om. Termin je dospio u različita područja (ekonomiju, politiku, tehnologiju, znanost itd.) s govorom Harryja Thrumana 1949. Nastale su različite terminološke kovanice koje se odnose na kvalificiranje stupnja društvenog postignuća, pa je uobičajeno reći za neke zemlje da su "razvijene", "nerazvijene", "nedovoljno razvijene" ili "zemlje u razvoju". U odnosu na napredak, razvoj se može jednostavnije kvantificirati, i to prema standardima i interesima najutjecajnijih zemalja svijeta, međunarodnih organizacija (WTO, IMF, WB) ili dogovorno. Razvoj je proces koji donosi pozitivne i negativne posljedice. Zbog negativnih posljedica razvoja industrijskog društva (pogoršanje stanja u okolišu) oblikovan je 1987., a onda i proklamiran 1992., koncept održivog razvoja.

Vidi: rast, održivi razvoj

Razvoj zajednice

engl. community investing / njem. die Gemeinschaftsentwicklung / fr. communauté pour le développement / tal. comunità per lo sviluppo

Vidi: lokalna zajednica

Recikliranje

engl. recycling / njem. das Recycling/ fr. recyclage/ tal. riciclaggio

Recikliranje je ponovna upotreba otpadaka industrijskih proizvoda u novoj proizvodnji.

Recikliranje je proces koji uključuje obradu upotrijebljenih materijala i njihovo iskorištavanje za izradu novih proizvoda, što sprječava gomilanje otpada i omogućuje ponovnu uporabu korisnih materijala, smanjuje potrošnju novih sirovina i energije potrebne za proizvodnju novih materijala te štetne emisije koje nastaju spaljivanjem otpada ili procesom raspadanja. Također se smanjuje potreba za novim zemljištem za odlaganje otpada i emisija stakleničkih plinova u odnosu na korištenje novih sirovina i materijala. Recikliranje je praksa poznata još u najstarijoj ljudskoj povijesti. U doba nestašica materijala i resursa, i prije nastanka sintetičkih materijala, svaki otpad u kućanstvu bivao je iskorišten te je zapravo protok materijala bio zatvoren i nije bilo potrebe za odlagalištem viškova u obliku otpada.

Danas je posve drukčije pa velike količine materijala u obliku ambalaže prehrambenih i drugih kućanskih (ne samo njih) proizvoda ostaju poslije potrošnje. Stoga je vrlo važno uspostaviti tokove otpada koji će maksimalno izdvojiti korisne materijale i vratiti ih u proizvodnju. Odvojenim skupljanjem omogućuje se recikliranje otpada, odnosno prerada u primarni proizvod ili neki drugi korisni proizvod. Time pomažemo sačuvati prirodne neobnovljive izvore. Ako materijali nisu odvojeni za reciklažu, novi proizvodi koji se izrađuju zahtijevaju nove materijale iz zemlje koji se pribavljaju rudarenjem ili iskorištavanjem šuma.

Recikliranje pomaže sačuvati važne sirovine i materijale te štiti prirodna staništa, smanjuje potrebu za ekstrahiranjem (rudarenje, iskapanje, sječa šuma), rafiniranjem i procesuiranjem materijala, što uvelike zagađuje zrak i vode.

Korištenjem recikliranih materijala u proizvodnim procesima troši se znatno manje energije nego kad se za proizvodnju upotrebljavaju materijali iz prirode, čak i kada se uračunaju troškovi koji nastaju u odvajanju i transportu. Dodatna se energija šteti izbjegavanjem ekstrahiranja, rafiniranja, transporta i procesuiranja novih sirovina. Kao što šteti energiju, smanjuje i emisije stakleničkih plinova, uzročnika klimatskih promjena. Primjerice, u Velikoj Britaniji procjenjuje se da recikliranje šteti emisiju 18 milijuna tona CO₂ u godini, što je jednako uklanjanju pet milijuna automobila s ceste.

Kada recikliramo, oporabivi se materijali vraćaju u proces nastanka novih proizvoda, a rezultat je manje gomilanje smeća na odlagalištima. Odlagališta otpada izvor su velikih količina metana, jednog od najmoćnijih stakleničkih plinova.

Europski zakoni postavljaju zahtjeve proizvođačima obvezujući ih na financiranje recikliranja prema načelu onečišćivač plaća, a nepoštovanje kojih se kažnjava. Vlade, distributeri i proizvođači te gospodarske organizacije zajedno bi trebali pronaći najučinkovitiji sustav odvojena skupljanja i oporabe otpada. Proizvođači su, u skladu sa svojom predanošću održivom razvoju, ekodizajnu ili LCA, obvezni dizajnirati proizvod ili njegovu ambalažu koja je materijalno najmanje opterećena te koja se može učinkovito oporabiti ili reciklirati.

Više: www.recyclenow.com/, www.recycle-more.co.uk/

Vidi: održivi razvoj, dizajn prihvatljiv za okoliš, životni ciklus proizvoda

Napomena: Godine 1984., znak – trokut (slika R-1), u matematici poznat kao Mobiusova petlja, registriran je i uvršten u katalog znakova ISO 7000 pod brojem 1135. U opisu značenja navedeno je da se materijal/proizvod na kojem je takav znak može preraditi/reciklirati. U jednoj od brojnih izmjena i dopuna Pravilnika o ambalaži i ambalažnom otpadu propisan je znak za recikliranje – krug (slika R-2). Nije objašnjeno zašto se za označavanje materijala upotrebljava znak trokuta (slika R-3), koji je normiran znak za recikliranje, a k tome se još dodaje znak kruga i natpis ambalaža za recikliranje. Nepotreban broj ponavljajućih znakova znači i veći trošak proizvođaču jer mora tiskati nove naljepnice ili da nema dovoljno prostora na naljepnici za sve propisane i nepropisane znakove.



Slika R-1: Prikaz značenja znaka za recikliranje



Slika R-2: Ambalaža za recikliranje



Slika R-3: Znak da se papir može preraditi/recikirati

Reputacija

engl. reputation / njem. die Reputation / fr. réputation / tal. reputazione

Vidi: ugled

Rezultat upravljanja okolišem

engl. environmental performance / njem. die Umweltleistung / fr. performance environnementale / tal. prestazioni ambientali

Rezultati upravljanja okolišem mjerljivi su rezultati učinka upravljanja aspektima okoliša neke organizacije.

U kontekstu sustava upravljanja okolišem, rezultati se mogu mjeriti u odnosu na politiku upravljanja okolišem pojedine organizacije, opće i pojedinačne ciljeve upravljanja okolišem te ostale zahtjeve u vezi s upravljanjem okolišem (HRN EN ISO 14001).

Indeks DOP-a: Područje 4

GRI: EN1 - EN30

GC: Načelo 7, 8 i 9

Rimski klub

engl. Club of Rome / njem. der Römische Club / fr. Club de Rome / tal. Club di Roma



Rimski klub (www.clubofrome.org) neprofitna je nevladina organizacija intelektualaca različitih profila koji se zajednički bore za rješavanje gorućih političkih, socijalnih, ekonomskih, tehnoloških i drugih problema što prelaze nacionalnu razinu. Ova je organizacija svojevrsan centar izvrsnosti, inovacija i inicijativa znanstvenika iz različitih područja, ekonomista, poslovnih ljudi, ljudi koji dolaze iz javnog sektora, bivših i sadašnjih visoko pozicioniranih političara. Oni vjeruju kako sudbina ljudi nije unaprijed određena i da svako ljudsko biće može pridonijeti razvoju našeg društva. Svrha je Rimskoga kluba djelovanje kao globalni katalizator promjena bez partikularnog političkog, ideološkog i poslovnog interesa. Cilj je Rimskoga kluba konstruktivno djelovanje na kompleksnu mrežu najvažnijih političkih, društvenih, ekonomskih, okolišnih, tehnoloških i kulturoloških problema. Jedna od ključnih publikacija Kluba jest knjiga *Granice rasta* objavljena 1972. godine, tiskana u 30 milijuna primjerka i prevedena na tridesetak svjetskih jezika. Njezini se autori bave posljedicama rasta svjetske populacije u odnosu na ograničene resurse. Time je Rimski klub prvi put privukao pozornost šire javnosti i upozorio na demografske probleme i probleme iscrpljivanja resursa koji su i danas aktualni. U tom se izvješću upozorava na neodrživost trenutnog ekonomskog modela. Članovi Rimskoga kluba svoje djelovanje i stajališta prenose na različitim seminarima, konferencijama i u edukacijskim programima nastojeći podići svijest, potaknuti članove društva na akciju te podići razinu informiranosti o ključnim problemima i načinu na koji svatko od nas može pridonijeti rješavanju. Klub djeluje na načelima dugoročnosti, globalnog, transparentnog, interdisciplinarnog i međuovisnog.

Rizik

eng. risk / njem. das Risiko / fr. Risque/tal. rischio

ISO/IEC Guide tumači rizik kao učinak nesigurnosti na ciljeve. Učinak može biti pozitivan, negativan ili odstupanje od očekivanog, a često je opisan događajem, nekom promjenom u okolnostima ili posljedicom. Ovo tumačenje povezuje rizike s ciljevima i može se primijeniti kada su ciljevi poduzeća razumljivi i kvantificirani. Najčešće, rizik tumačimo kao mogućnost pojave nemilog događaja (vanjskog ili unutarnjeg) i njegova lošeg utjecaja na neki cilj/rezultat/stanje poduzeća, npr:

- gubitak dohotka, tržišta, ugleda
- bojkot proizvoda
- nesreća na putu ili radu
- bolesti (profesionalne, infekcije, stres,...)
- šteta (požar, poplava, potres, provala,...)
- neuspjeli projekti (rok – kvaliteta - resursi)
- slabljenje morala zaposlenika
- nemiri, štrajkovi,...

Vidi: upravljanje rizikom

Indeks DOP-a: Pitanje 1.3

GRI: 1.2, 4.9, 5., EC2, SO2

GC: Načelo 7

Robna marka

engl. brand / njem. die Warenmarke / fr. marque/ tal. marca

Prema Philipu Kotleru, marka je naziv, pojam, simbol, dizajn ili kombinacija svega spomenutog, a pojedinačno ili sinergijski identificiraju dobra ili usluge jednog ili skupine proizvođača/prodavača i razlikuju ih od konkurencije. Marka je mnogo više od svojih opipljivih elemenata i označava sinergiju između svih ključnih obilježja proizvoda ili usluge. Uza svaku se marku veže niz asocijacija koje stvaraju sliku, percepciju i emocionalnu vezu u umu potrošača. Budući da prosječna osoba prema nekim istraživanjima svakodnevno dolazi u dodir u prosjeku sa 1500 različitih marki, a pri odlasku u malo bolje opremljeniji supermarket čak sa njih 50 000, jasno je koliko je važna diferencijacija te ostvarivanje dublje i trajnije veze s potrošačima kako bi im se pomoglo da donesu odluku koja im najbolje odgovara. Zapravo, marka je obećanje koje poduzeće daje i na temelju toga grade se očekivanja. Ono mora biti konzistentno u svakom dodiru s okolinom. Neki ljudi ne razlikuju psihološki aspekt marke od iskustvenog aspekta. Iskustveni se aspekt sastoji od zbroja svih ključnih dodirnih točaka marke i poznat je i pod imenom iskustvo marke. Psihološki je aspekt poznat i pod nazivom imidž marke, a označava simboličku konstrukciju koja je stvorena u umovima ljudi te se sastoji od svih informacija i očekivanja povezanih s proizvodom i uslugom.

Zelene marke jesu marke koje kupci povezuju s očuvanjem okoliša i održivom poslovnom praksom. Privlače kupce koji imaju potrebu zaštititi okoliš i svojom kupnjom žele nagraditi organizacije koje u proizvodnom procesu vode brigu da što manje štetno utječu na okoliš i ljudsko zdravlje. Zelena marka najčešće se predstavlja kao najvažnija kreacija organizacije i često služi za poboljšavanje ugleda koji ona ima na tržištu. Ipak, otkrije li se da je organizacija djelomično ili posve predstavljala neistinu ili je skrivala od svojih kupaca, posrijedi je zeleno pranje (engl. greenwashing).

Robna marka (brand) prepoznatljiva je oznaka ili ime nekog proizvoda, koje često podrazumijeva i kvalitetu. Mora stvarati snažan i trajan identitet, sažimati osobnost poduzeća i poticati osjećaje povjerenja, korisnosti, dobrobiti i sigurnosti. Elementi marke, koji se katkad nazivaju i identitetima (ili čak osobnostima) marke, mogu se pravno registrirati i zaštititi, a uključuju:

1. ime marke – Brand name – dio marke koji se može izgovoriti, a sadržava riječi, slova i brojeve
2. znak marke – Brand mark – vizualni identitet marke, neizreciv, ali njezin uočljiv dio kao što su to simbol, dizajn, kombinacija boja i sl.
3. zaštitni znak – Trade mark – zakonita oznaka koja upućuje da vlasnik ima isključivo pravo uporabe marke ili njezina dijela.

Izborom elemenata marke poduzeće neposredno utječe na izgradnju njezine vrijednosti.

Od 2006. godine Hrvatska se pridružila organizacijama koje dodjeljuju znak Superbrands onim robnim markama (proizvodima i uslugama) koji se ističu kvalitetom, pouzdanošću, prepoznatljivošću i izazivanjem emocionalnog naboja. Znakom Superbrands već se godinama koriste one robne marke koje pokušavaju kapitalizirati istoimeni status.

Hrvatska gospodarska komora dodjeljuje znakove *Izvorno hrvatsko* i *Hrvatska kvaliteta* koji na isti način pokušavaju istaknuti kvalitetu proizvoda koji ih nose.

Vizualnim označavanjem kvalitetnih hrvatskih proizvoda i usluga HGK želi uspostaviti vizualni kod na hrvatskom i svjetskom tržištu vrhunskih hrvatskih proizvoda i usluga te time pomoći hrvatskim tvrtkama da njihovi proizvodi i usluge budu prepoznatljivi na tržištu.

Neki trgovački lanci imaju svoje robne marke, a prednost im je niža cijena.

Srodni naziv: brand, tržišna marka

Vidi: zeleno pranje, kvaliteta

S

SA8000

Pojava i razvoj norme SA8000 (Social Accountability) jedan je od elemenata društveno odgovornog poslovanja. Normu SA8000 razvio je Social Accountability International (SAI, bivši CEPAA) u suradnji s velikim brojem tvrtki, nevladinih organizacija i sindikata.

Stvorena na načelima 12 konvencija Međunarodne organizacije rada (ILO), Svjetske deklaracije o pravima čovjeka, Konvencije UN-a o pravima djeteta, Konvencije UN-a o suzbijanju svih oblika diskriminacije žena te na konsolidiranim normama ISO 9001 i 14001, norma SA8000 objavljena je 1997. Cilj joj je borba protiv iskorištavanja djece i neljudskih radnih uvjeta u poduzećima i njihovim dobavljačima.

Norma SA8000 donosi transparentne, mjerljive, provjerljive zahtjeve za certifikaciju tvrtki u nekoliko najvažnijih područja:

- 1. Dječji rad-** Zabranjuje se rad djeci (uglavnom mlađoj od 15 godina). Certificirane su tvrtke također dužne izdvajati sredstva za obrazovanje djece koja bi mogla ostati bez posla primjenom ove norme.
- 2. Prisilni rad-** Radnicima se ne može uvjetovati da polože svoje osobne isprave ili plate "polog" za zapošljavanje.
- 3. Zdravlje i sigurnost-** Organizacije su dužne zadovoljiti osnovne normative za sigurno i zdravo radno okruženje, uključujući pitku vodu, prostor za odmor, uporabljivu sigurnosnu opremu i nužno osposobljavanje.
- 4. Sloboda udruživanja-** Štiti prava radnika na osnivanje i pristupanje strukovnim sindikatima te na kolektivno pregovaranje, bez straha od posljedica.
- 5. Diskriminacija-** Ne dopušta diskriminaciju zbog rasne pripadnosti, kaste, narodnosti, vjerske pripadnosti, invalidnosti, spolne pripadnosti, spolne orijentacije, sindikalnoga članstva ili političke pripadnosti.
- 6. Disciplinske mjere-** Zabranjuje službeno kažnjavanje, psihičku ili tjelesnu prisilu i verbalnu zloporabu radnika.
- 7. Radno vrijeme-** Predviđa najviše 48-satni radni tjedan i najmanje jedan dan odmora u tjednu te dodatnih 12 sati prekovremenog rada tjedno plaćenih po višoj satnici.
- 8. Naknada za rad-** Plaće moraju zadovoljavati sve pravne norme i osigurati prihod dovoljan za zadovoljenje osnovnih potreba i povrh toga određen diskrecijski prihod.
- 9. Upravljanje-** Utvrđuje postupke za primjenu učinkovita upravljanja i provjeru primjene SA8000, od raspoređivanja odgovornih osoba na poslove vođenja evidencija, bavljenja različitim pitanjima do provođenja ispravaka.

Sadašnje stanje

engl. current state / njem. der aktuelle Stand / fr. état actuel / tal. stato attuale

Kad nastanu promjene u granicama, sadržaju i usmjerenju izvještavanja (uključujući dizajn i korištenje pokazateljima), organizacija koja izvještava treba maksimalno pokušati snimiti sadašnje stanje kako bi osigurala da vremenski odvojene informacije i usporedbe s drugim organizacijama ostanu maksimalno točne i upotrebljive. Kad se takve snimke stanja ne provedu, organizacija koja izvještava treba objaviti ove okolnosti, objasniti razlog i raspraviti o osnovama za interpretaciju trenutnog stanja.

Sadašnje je stanje bitna polazišna osnova za mjerenje učinaka poduzetih akcija kako bi se mogli evaluirati učinci mjera.

Također je sadašnje stanje potrebno za uspoređivanje s najboljima ili procjenu vrijednosti poduzeća radi kupnje, odobrenja kredita i slično.

Primjer S-1: Procjena učinaka propisa

U svrhu izrade Nacrta prijedloga iskaza postupak procjene učinaka propisa započinje analizom postojećeg stanja koje se namjerava urediti propisom, uključujući rezultate praćenja provedbe propisa ako propis odgovarajućeg sadržaja u istom području koje se uređuje novim propisom već postoji u zakonodavnom sustavu Republike Hrvatske (Zakon o procjeni učinaka propisa).

Srodni nazivi: aktualno stanje, postojeće stanje

Samit o Zemlji

engl. Earth Summit / njem. der Weltgipfel / fr. Sommet de la Terre/ tal. Summit della Terra

Samit o Zemlji, službenog naziva UN-ova konferencija o okolišu i razvoju (UNCED), održan je u Rio de Janeiru od 3. do 14. lipnja 1992. godine i načelno se usredotočio na okoliš i održivi razvoj. Spominjanje održivog razvoja utjecalo je na zamjetnu promjenu u pristupu zemalja u razvoju globalnome programu za okoliš. Riječ "razvoj" službeno je uvrštena u program, a to je zemlje u razvoju privuklo da aktivnije sudjeluju. Dvadeset godina poslije službenog početka usmjeravanja prema globalnom programu zaštite okoliša, nastala je promjena uvođenjem razvoja i ekonomije kao prioriteta u odnosu na okoliš i prirodu. Okoliš prestaje biti cilj, već postaje sredstvo za postizanje viših standarda razvoja. Taj pristup podržale su brojne raznorodne institucije, zajednice i skupine. Najvažniji dokument Konferencije u Rijuu bila je Agenda 21, Program promjena, koji je u 40 poglavlja donio naputke za uvođenje nacionalnih strategija održivog razvoja. Posebna je pozornost na Konferenciji u Rijuu obraćena energiji s obzirom na njezin utjecaj na okoliš. Prije Konferencije u Rijuu postalo je očito da su posljedice za okoliš zbog proizvodnje energije izravno odgovorne za klimatske promjene te je ovo pitanje na Konferenciji u Rijuu razmotreno preciznije i iz perspektive koja je prerasla jednostavne pozive za smanjenjem potrošnje i proizvodnje, energetske djelotvornost i čistije izvore energije.

Rio je središte pozornosti s okolišnih pitanja proširio na pitanje ravnoteže između pitanja okoliša i ekonomskog razvoja. No treća dimenzija održivog razvoja, o ulozi u zadovoljenju ljudskih potreba, ostala je u sjeni ekonomskog razvoja i pitanja okoliša. Ovaj pristup upotpunjen je Konferencijom u Johannesburgu.

Jedan od glavnih uspjeha Konferencije u Riju 1992 bio je i dogovor vlada o uspostavljanju nove UN-ove agencije, Komisije za održivi razvoj (CSD). Zadatak je tog tijela nadzor i revizija napretka u provođenju Agende 21, izrada smjernica za razvoj politika i rješenja za buduće inicijative radi postizanja održivog razvoja i promicanja dijaloga te razvoja partnerstva za održivi razvoj između vlada, međunarodne zajednice i drugih dionika.

Agenda 21, osnovni predložak za uvođenje strategije održivog razvoja u nacionalne strategije, ne temelji se na tradicionalnoj problematici degradacije i očuvanja okoliša. Umjesto toga, osobita se pozornost obraća političkim, ekonomskim i financijskim aspektima održivog razvoja. Od četrdeset poglavlja, čak ih je dvadeset pet posvećeno neokolišnim pitanjima. Agenda 21 ističe međunarodnu suradnju za brzo ozdravljenje okoliša, suzbijanje siromaštva te promjene u potrošnji. Bavi se zaštitom i gospodarenjem prirodnim dobrima, položajem žena, djece, mladeži, nacionalnih manjina te ulogom tehnologija, znanosti i obrazovanja u održivu razvoju.

U lipnju 2012. godine Rio de Janeiro opet će biti domaćin Konferencije UN-a o održivom razvoju i obilježiti dvadeset godina od Samita o Zemlji.

Ciljevi Konferencije (Rio + 20) jesu:

- a) ponovno osigurati političku predanost održivom razvoju
- b) procijeniti napredak u proteklih dvadeset godina i podsjetiti na jaz u provedbi zaključaka većih skupova na vrhu o održivom razvoju
- c) istaknuti nove i važne izazove.

Na Konferenciji će se raspravljati i o:

- a) zelenoj ekonomiji u kontekstu održivog razvoja i smanjenja siromaštva
- b) institucionalnom okviru za održivi razvoj.

Vidi: Povelja o Zemlji, Program za 21. stoljeće

Siromaštvo

engl. poverty / njem. die Armut / fr. pauvreté / tal. povertà

Siromaštvo je naziv koji se najčešće upotrebljava za nedostatak osnovnih uvjeta za život. Biti siromašan znači ne imati dovoljno novaca (ili nekih drugih sredstava) za osiguranje osnovnih ljudskih potreba kao što su hrana, piće, dom itd. Mnogi ljudi u različitim državama žive u siromaštvu, osobito u nerazvijenim područjima Afrike, Latinske Amerike i Azije. Prema definiciji UN -a, siromašnima se smatraju osobe koje ne dosežu način života, komfora i dostojanstva koji se smatraju normalnim za društvo u kojem žive. Siromaštvo se mjeri stalno promjenljivim normama određenog društva i njegovih užih sredina. Prema tim kriterijima, ono se dijeli na bijedu ili apsolutno siromaštvo, relativno siromaštvo i novo siromaštvo.

Mnogo je različitih oblika siromaštva. Svjetska banka kaže da je krajnje siromaštvo kada čovjek živi s manje od 1 dolara na dan. Godine 2001. 1,100,000,000 ljudi na svijetu bilo je krajnje siromašno. Siromaštvo je jedan od glavnih problema suvremenog svijeta. U razvijenim zemljama (Europa, Sjeverna Amerika) takav oblik siromaštva uglavnom ne postoji. Siromaštvo je širok pojam koji najčešće znači oskudicu materijalnih dobara za normalno zadovoljenje najvažnijih potreba svake osobe pojedinačno kao i obitelji ili društvene skupine.

Ipak, događa se da su ljudi slabo plaćeni za posao koji rade te, unatoč zaposlenju, nemaju dovoljno sredstava za osiguranje osnovnih životnih uvjeta. Najčešće velik dio novca moraju odvojiti za kućne potrepštine (struja, voda itd.). Mnogo je čimbenika koji pokazuju koliko je neka zemlja siromašna ili razvijena. To su u prvom redu BDP (bruto domaći proizvod) i HDI (indeks društvenog razvoja). Razvijene zemlje (Norveška, Kanada) imaju visok HDI te BDP, a nerazvijene (Malavi, Etiopija) imaju vrlo niske pokazatelje.

Siromaštvo je pojam blizak socijalnoj isključenosti te se suzbijanjem socijalne isključenosti ujedno i iskorjenjuje siromaštvo, što je i jedan od Milenijskih razvojnih ciljeva.

Primjer S-2: Skupljanje ambalaže od pića i napitaka

Ostavljene prazne staklene, plastične boce i metalne limenke poslije okupljanja više osoba, na primjer na koncertu ili utakmici, upozoravaju na to da mnogima 0,50 kn nije neki poticaj da uzmu praznu ambalažu i vrate je u trgovinu. To su iskoristili ljudi slabog materijalnog stanja koji skupljanjem prazne ambalaže za koju je plaćena povratna naknada popunjavaju kućni proračun.

Prigodan datum: 17. listopada, Svjetski dan borbe protiv siromaštva (International Day for the Eradication of Poverty).

Shema povrata proizvoda

engl. product take-back schemes / njem. das Produktrücknahmesystem / fr. schème de récupération des produits / tal. schema di restituzione dei prodotti

Shema povrata proizvoda obuhvaća različite načine prikupljanja zastarjelih/neispravnih proizvoda kada im istekne uporabna vrijednost i njihovo vraćanje u procese prerade. U propisima je obveza da proizvođač (ili uvoznik u njegovo ime) mora osigurati pravilno postupanje s proizvodom kada mu prestane uporabni vijek, i to samostalno ili s drugim proizvođačima sličnih proizvoda ili pak u okviru neke organizacije. Država/proizvođači/uvoznici/trgovci dogovorno su različito pristupili rješavanju povrata proizvoda:

- otkup; potrošač može donijeti stari proizvod i za to dobije naknadu, na primjer punila za pisače, ambalažu za koju postoji povratna naknada
- zamjena staro za novo, na primjer pri kupnji novog automobila, prodavač za procijenjeni iznos preuzima stari automobil
- organizirano prikupljanje, na primjer, prema Pravilniku za električne i elektroničke otpadne uređaje i opremu, za stare kućanske uređaje teže od 30 kg nazove

se organizacija koja ima rješenje Ministarstva zaštite okoliša koja dolazi po stari uređaj

- odlaganje u reciklažna dvorišta ondje gdje su ona organizirana.

Za organiziranje bilo kojeg od navedenih načina potrebna su sredstva. Jedan su od izvora sredstava naknade za gospodarenje otpadom za određenu skupinu proizvoda koju plaća proizvođač/uvoznik pri stavljanju proizvoda na tržište.

Vidi: gospodarenje otpadom, životni ciklus proizvoda

Sljedivost

engl. traceability / njem. die Rückverfolgbarkeit / fr. traçabilité / tal. tracciabilità

Sljedivost je mogućnost praćenja povijesti, primjene ili smještaja onoga što se razmatra (HRN EN ISO 9000).

Kada se razmatra proizvod, sljedivost se može odnositi na:

- podrijetlo materijala i dijelova
- povijest obradbe
- razdiobu i smještaj proizvoda nakon otpreme.

Sustav zapisa o sljedivosti služi praćenju proizvoda, dijelova i materijala (koje isporučuju dobavljači) i prerađeni/sastavljeni isporučuju se kao krajnji proizvodi. Potrošač, ako mu se nešto pokvari i želi nabaviti zamjenski dio ili pozvati servisera, mora navesti godinu proizvodnje, tip proizvoda i možda još neke podatke kako bi rezervni dio odgovarao originalnom proizvodu.

Sljedivost je važna ne samo za proizvod nego i za proizvodnu dokumentaciju i zato proizvođači dodjeljuju dokumentu brojčane i slovne oznake ili njihovu kombinaciju. To znači da svaki dokument mora imati svoju jedinstvenu i neponovljivu oznaku, na primjer norma za sustave upravljanja okolišem ima oznaku ISO 14001 i ni jedna druga norma nema tu oznaku. Isto tako, dokument prati i datum te revizijsko stanje (verzija) dokumenta. Svaki proizvođač ima svoj sustav označavanja dokumenta i proizvoda, a on mora biti propisan internim propisom.

Sljedivost je važna i za softver jer je korisniku (potrošaču) važno usklađivanje verzija softvera i hardvera.



Slika S-1: Kod QR za praćenje sljedivosti



Slika S-2: Znak kojim proizvođač izjavljuje da nadzire sljedivost

Kod QR razvijen je u Japanu potkraj 20. stoljeća (slika S-1), a primjenjuje se u automobilskoj industriji za označavanje dijelova i njihovo praćenje, praćenje sljedivosti. QR je kratica engleskog naziva Quick Response - brzi odgovor, jer se pomoću posebnih čitača brzo dobiju zapisani podaci i poruke. Danas se kod QR sve više upotrebljava u marketinškim porukama, a za njegovo razumijevanje potrebni su posebni čitači ili programi u mobilnim telefonima.

Smjernice za globalno izvještavanje

engl. Global Reporting Guidelines / njem. die GRI-Richtlinien / fr. lignes directrices de la Global Reporting / tal. linee guida della Global Reporting

Smjernice za globalno izvještavanje jedinstven su priručnik za izvještavanje organizacija o nefinancijskim učincima, a izradila ih je Globalna inicijativa za izvještavanje. Hitnost, značaj i veličina opasnosti te prijetnja našoj kolektivnoj održivosti, uza sve veći izbor i prilike, čine transparentnost o ekonomskim, okolišnim i društvenim utjecajima temeljnim dijelom učinkovitih dioničkih odnosa, odluka o ulaganju i drugih tržišnih odnosa. Kao potpora tom očekivanju te radi jasnog i otvorenog komuniciranja o održivosti, potrebni su globalno prihvaćen konceptualni okvir, dosljedna terminologija i standardne mjere učinka. Svrha je Globalne inicijative za izvještavanje (GRI) zadovoljiti ovu potrebu stvaranjem pouzdana i vjerodostojna okvira za izvještavanje o održivosti kojim se mogu služiti sve organizacije bez obzira na veličinu, sektor ili lokaciju.

Transparentnost organizacijskih djelatnosti glede održivosti važna je različitim skupinama dionika, uključujući poslovni sektor, sindikate, nevladine udruge, ulagače, računovodstveni sektor i druge. Stoga GRI svoj rad temelji na suradnji široke mreže stručnjaka iz navedenih dioničkih skupina, dijalogom za traženje konsenzusa. Od osnutka GRI-ja 1997. godine, s praktičnim iskustvom, takvi višedionički procesi vode stalnom poboljšavanju okvira za izvještavanje GRI-ja te su temelj vjerodostojnosti, koji GRI danas općenito uživa kod dionika. Okvir izvještavanja GRI-ja trebao bi služiti kao općeprihvaćen okvir za izvještavanje o ekonomskom, okolišnom i društvenom učinku neke organizacije. Namijenjen je organizacijama bez obzira na veličinu, sektor ili lokaciju. Uzima u obzir praktična razmatranja s kojima se suočava niz raznovrsnih organizacija – od malih poduzeća do poduzeća s opsežnim i geografski široko rasprostranjenim poslovnim djelatnostima. Okvir izvještavanja GRI-ja prihvatili su dionici diljem svijeta s obzirom na opću primjenjivost za izvještavanje o učinku održivosti organizacije. On sadržava opći i sadržaj specifičan za određeni sektor. Smjernice se sastoje od standardnih podataka koje čine pokazatelji učinka i drugi podaci za objavljivanje te posebnih sektorskih i tehničkih podataka specifičnih za pojedine sektore industrije.

Više: www.hrpsor.hr, www.globalreporting.org

Vidi: smjernice za ozvještavanje o održivosti

Smjernice za izvještavanje o održivosti

engl. sustainability reporting guidelines / njem. die Leitlinien für die Berichterstattung über Nachhaltigkeit / fr. lignes directrices pour les rapports sur la durabilité / tal. linee guida per il reporting di sostenibilità

Smjernice za izvještavanje o održivosti skup su pokazatelja o kojima organizacija koja izvještava mora izvijestiti kako bi zbirno dala prikaz svog učinka prema društvu i okolišu. Globalno najraširenije su smjernice za izvještavanje Globalne inicijative za izvještavanje, no postoje i druge metodologije. Nije rijetkost da međunarodne korporacije imaju vlastite razrađene upute po kojima izvještavaju. Dobro je da što više organizacija izvještava prema istim uputama jer se time osigurava usporedivost iznesenih informacija.

Vidi: smjernice za globalno izvještavanje

Socijalni dijalog

engl. social dialogue / njem. der soziale Dialog / fr. dialogue social / tal. dialogo sociale

Socijalni dijalog odnosi se na sve oblike pregovaranja, savjetovanja ili jednostavno razmjenu informacija između predstavnika vlade, poslodavaca i radnika o pitanjima (temama) od zajedničkog interesa u području gospodarske i socijalne politike.

Naziv i objašnjenje *socijalnog dijaloga* dala je Međunarodna organizacija rada (ILO), a preuzela ga je i Međunarodna organizacija za normizaciju (ISO) u normi ISO 26000 koja se odnosi na društvenu odgovornost.

Vidi: kolektivno pregovaranje

Socijalno poduzetništvo

engl. social entrepreneurship / njem. das Sozialunternehmertum / fr. entrepreneuriat social / tal. imprenditorialità sociale

Socijalno, neprofitno poduzetništvo jedan je od načina ublažavanja posljedica nezaposlenosti, osobito teško zapošljivih kategorija stanovništva, na primjer invalida, osoba niže kvalifikacije, osoba starije životne dobi i sl. U Izvješću o socijalnoj ekonomiji, koje je na početku 2009. godine prihvatio Europski parlament, stoji da u Europskoj uniji djeluje dva milijuna socijalnih poduzeća, s udjelom od 6% u ukupnom broju zaposlenih u EU.

Socijalna poduzeća osnivaju se diljem svijeta kako bi se ispunili određeni društveni ciljevi i ulagalo u dobrobit zajednice, a ne ponajprije radi stvaranja dobiti.

Primjer S-3: URIHO

Ustanova za rehabilitaciju hendikepiranih osoba profesionalnom rehabilitacijom i zapošljavanjem (URIHO Zagreb, www.uriho.hr) pod ovim imenom posluje od 1996. godine. Osnivači su joj Grad Zagreb i Hrvatski savez gluhih i nagluhih osoba. Ukupno su zaposlena 504 radnika od kojih je više od 300 osoba s invaliditetom.

Djelatnost ustanove, u dijelu koji se odnosi na poslove profesionalne rehabilitacije i zapošljavanja osoba s invaliditetom, od posebnog je interesa za cijelo društvo. U sklopu svoje osnovne djelatnosti URIHO, u suradnji sa srednjoškolskim obrazovnim centrima "Slava Raškaj" u Zagrebu i Obrazovnim centrom u Zagorskoj 14 u Zagrebu obavlja i osposobljavanje djece i mladeži s teškoćama u razvoju za različite struke i zanimanja.

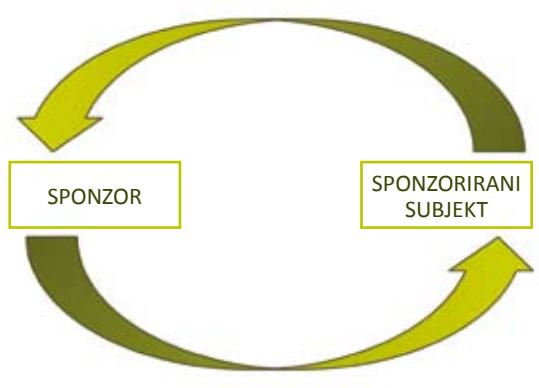
Tijekom šest desetljeća opstojnosti u proizvodnim pogonima i na programima URIHO-a osposobile su se za život i rad na tisuće osoba umanjениh sposobnosti, čime im je vraćeno povjerenje u vlastite radne sposobnosti. Pritom je ostvarena i važna društvena i ljudska zadaća.

Sponzorstvo

engl. sponsorship / njem. die Unterstützung / fr. parrainage / tal. sponsorizzazione

Sponzorstvo je davanje u novcu, stvarima ili uslugama s očekivanom ili ugovorenom protuuslugom. Kad je posrijedi sponzorstvo, porezni propisi polaze od određenja da je ustanova, udruga ili druga neprofitna organizacija poduzeću (trgovačkom društvu ili fizičkoj osobi) koje plaća sponzorstvo obavila uslugu promocije poduzeća sponzora. Sponzorski je odnos definiran ugovorom i sponzor mora biti informiran o utrošenim sredstvima i pruženoj protuuslugi.

Sponzorstvo je dogovor koji uključuje dvije neovisne usluge. U tom dogovoru sponzor poduzima akcije određene ekonomske naravi u korist sponzoriranog subjekta te zauzvrat dobiva određenu protuuslugu.



Slika S-3 Pretpostavke sponzorstva

Sve više poduzeća i zaklada u RH organizira javne (tiskovine, internetske stranice) i strukturirane (zadana područja i teme ili samo jedna tema) natječaje za donacije i sponzorstva.

Sprječavanje onečišćenja

engl. pollution prevention / njem. die Vermeidung der Umweltverschmutzung / fr. prévention de la pollution / tal. prevenzione dell'inquinamento

Posrijedi je primjena procesa, načina rada, tehnika, materijala, proizvoda, usluga ili energije tako da se izbjegnju, smanje ili drže pod nadzorom (zasebno ili u kombinaciji) nastajanje emisija ili istjecanje bilo koje vrste onečišćenja ili otpada, a radi smanjivanja negativnih utjecaja na okoliš.

Sprječavanje onečišćenja može uključivati smanjivanje ili uklanjanje uzroka, promjenu procesa, proizvoda ili usluge, učinkovitu uporabu resursa, zamjenu materijala i energije, ponovnu uporabu, obnavljanje, recikliranje, popravljanje i preradu (HRN EN ISO 14001:2009; ISO 14050).

Staklenički plinovi

engl. greenhouse gases / njem. die Treibhausgase / fr. gaz à effet de serre / tal. gas serra

Staklenički plinovi (greenhouse gases – GHGs) jesu plinoviti sastojci atmosfere (troposfere) nastali kao posljedica prirodnih i ljudskih procesa, a upijaju i emitiraju zračenje specifičnih valnih duljina unutar infracrvenog spektra zračenja emitiranog s površine Zemlje, iz atmosfere i oblaka. Staklenički plinovi stvaraju plinovit omotač oko Zemlje, zbog kojeg se na Zemlji održava temperatura pogodna za život kakav poznajemo. U proteklih stotinjak godina nagla se industrijalizacija temelji na izgaranju fosilnih goriva i nastajanju ugljikova dioksida, glavnoga stakleničkog plina, povećava se broj vozila, a uz druge aktivnosti sve je veće ispuštanje stakleničkih plinova.

Staklenički su plinovi propisani u dokumentu IPCC (Intergovernmental Panel on Climate Change), a najvažniji su ugljikov dioksid (CO₂), metan (NH₄) i dušikov oksid (N₂O).

Za održanje sunčeve topline u prizemnim dijelovima troposfere posebno su važni staklenički plinovi u svojim prirodnim koncentracijama, koji apsorbiraju sa Zemlje isijane, tople, dugovalne infracrvene zrake i ponovno ih vraćaju na Zemljinu površinu. Bez njih bi na površini Zemlje bilo hladnije 33°C, odnosno umjesto sadašnjih +15°C globalna bi prosječna temperatura bila -18°C. Cjelokupna hidrosfera bila bi zaleđena, života ne bi bilo. Ovom prirodnom toplinskom stakleničkom učinku pridonosi vodena para, 20,2°C, ugljikov dioksid 7,2°C, ozon najnižih dijelova troposfere 2,4°C, dušikov suboksid 1,4°C i metan 0,8°C.

Indeks DOP-a: nema posebnih zahtjeva

GRI: EN18

GC: nema posebnih zahtjeva

Stalno poboljšavanje

engl. continuous improvement / njem. die kontinuierliche Verbesserung (KV) / fr. amélioration continue / tal. miglioramento continuo

Vidi: neprekidno poboljšavanje

Strategija održivog razvoja

engl. sustainable development strategy / njem. die Strategie für nachhaltige Entwicklung / fr. stratégie de développement durable / tal. strategia per lo sviluppo sostenibile

Održivi razvoj pretpostavlja strategije koje će uskladiti ostvarivanje njegovih ciljeva. U tome važnu ulogu imaju tri strategije:

Strategija djelotvornosti upozorava na promjenu postojećega odnosa između proizvedenih dobara i utrošenih resursa radi uvođenja održivosti u ekonomiju. Zahtijeva smanjivanje potrošnje prirodnih izvora (resursa), a postizanje jednake korisnosti proizvoda i usluga. Time se nastoji povećati stupanj učinkovitosti resursa i smanjiti potrošnja prirode (dematerijalizacija). Sve se više zahtijeva povećanje djelotvornosti, što je povezano s faktorom 4 i faktorom 10.

Strategija dostatnosti jest strategija uvođenja održivosti u gospodarstvo. Pridonosi svakodnevnoj orijentaciji u ponašanju ljudi na dostatnost i skromnost u potrošnji radi usklađivanja s održivošću. U središtu su ljudske potrebe. U načela ostvarivanja strategije ulaze usporavanje, dekomercijalizacija (socijalne aktivnosti izvan profitnog sektora), regionalizacija i usmjerenost na postizanje više kvalitete robe.

Strategija konzistentnosti odnosi se na postojanost kruženja materijala, što znači sposobnost uključivanja ljudskog načina uporabe prirodnih resursa na ekološka mjerila da bi se povezivali antropogeni i prirodni tijekovi materijala s obzirom na kvalitetu i kvantitetu.

Vidi: održivi razvoj, održivost, razvoj, rast

Stvaranje robne marke

engl. branding / njem. die Markenbildung / fr. branding / tal. branding

Posrijedi su aktivnosti informiranja potrošača o važnim robnim markama (proizvodima, uslugama) u njihovu svakodnevnu životu. U središtu je modernog brendiranja potrošač kojemu se robne marke prilagođavaju, za razliku od klasičnog pristupa u kojem su se potrošačke navike nastojale oblikovati u skladu s tipiziranim proizvodima.

Primjer S-4: Superbrands

Međunarodna organizacija Superbrands jedini je globalni i neovisni autoritet na području brendiranja i djeluje u 82 države. Godine 2006. započela je s radom i u Hrvatskoj. Kao organizacija koja se temelji na prepoznavanju i imenovanju iznimnih robnih marki, Superbrands analizira ostvarenja određene robne marke i prepozna-

je one koje ostvaruju više od svoje konkurencije te ih nagrađuje visoko priznatim statusom Superbrands. U petnaest godina svog postojanja Superbrands je postao prepoznatljiv kao mjerilo uspjeha pojedine robne marke, a sama organizacija priznata je kao globalni autoritet u brendiranju. U tom razdoblju provela je više od 5000 studija iznimnih robnih marki.

Godine 2008. u Hrvatskoj je uveden sustav javnog glasovanja pri kojem je prikupljeno 10.000 glasova potrošača.



Slika S-4: Znak Superbrand



Slika S-5: Znak Trusted Brand

Primjer S-5.: DUKAT d.d. - priznanje najpouzdanije robne marke (Trusted brand)

Dukat je već petu godinu zaredom proglašen najpouzdanijom robnom markom mlijeka, mliječnih proizvoda i sireva. Istraživanje o povjerenju potrošača prema robnim markama u 18 europskih zemalja od 2001., a u Hrvatskoj od 2007. godine provodi časopis Reader's Digest. Ovo vrijedno priznanje Duku iz godine u godinu dodjeljuju potrošači, mišljenje kojih je i najveća vrijednost ovog priznanja.

Primjer S-6: Brendiranje Istre

Osim dodjele znaka Superbrand, za brendiranje se rabe i drugi znakovi, pa za brendiranje Istre Istarska razvojna agencija dodjeljuje znak Istarska kvaliteta. U 2012. godini dodijeljene su prve IQ oznake za konobe i restorane.



Slika S-6: Oznaka Istarske kvalitete

Stvaranje vrijednosti

engl. value creation / njem. die Wertschöpfung / fr. création de valeur / tal. creazione di valore)

Vidi: novostvorena vrijednost

Sudjelovanje javnosti

engl. public participation / njem. die Beteiligung der Öffentlichkeit / fr. participation du public / tal. partecipazione del pubblico

Za donošenje kvalitetnih društvenih odluka, vlade i javna uprava počinju intenzivnije uključivati dionike i širu javnost nego do sada. Promjene u ovom trendu vjerojatno su posljedica razumijevanja da uključivanje građana u donošenje odluka u pravilu pridonosi snažnijem prihvaćanju donesenih odluka i njihovu lakšem provođenju, a i njihova je kvaliteta viša. Različiti su modeli sudjelovanja javnosti: javne rasprave, fokusne grupe, elektronički forumi, internetsko glasovanje i drugi modeli koriste se u pokušaju političara da uključivanjem građana povećaju kvalitetu vlastitog upravljanja.

Najvažnija je svrha sudjelovanja javnosti u donošenju odluka razmjena informacija kako bi se s jedne strane obrazovali sudionici i istražili problemi oko potencijalne odluke. Dijelom će se odluke temeljiti na faktičkim informacijama i predviđanjima stručnjaka, no dijelom i na vrijednostima i potencijalnim utjecajima koje će imati na lokalne vrijednosti. Razmjena informacija služi razumijevanju vrijednosti ili ciljeva koje zastupaju određeni dionici ili skupine građana. Stoga je vrlo važan kvalitetno organiziran dijalog koji može pridonijeti socijalnoj koheziji sredine u kojoj se nastoji ublažiti napetosti između suprotstavljenih dionika ili između provoditelja odluke i onih suprotna mišljenja stvarajući pritom osjećaj sudjelovanja u razvoju zajednice. No možda je najvažniji rezultat procesa sudjelovanja povećanje kvalitete odluka, već i zato što je u njihovu donošenju sudjelovalo više stručnjaka/pojedinaca koji su promišljali moguće pozitivne i negativne posljedice pojedine od njih. Povećanje kvalitete percepcije koju veći broj stajališta donosi u proces može pridonijeti razjašnjavanju pitanja i procesa koji mogu postati inovativni i bolje formirani. Pretpostavke će se pritom bolje provjeriti i ispitati, a zbog veće vidljivosti ovakva donošenja odluke, proces će postati bolje strukturiran i lakše nadziran, neće biti preskakanja faza ili površnog rješavanja pojedinih koraka u njemu.

Predstavnicima gospodarstva, kao jednima od dionika, važno je osigurati da sudjeluju u donošenju propisa, na primjer pripremi i izradi polazišta za neki propis, definiranju što se želi riješiti i postići, načina kako će se postići i koliko će stajati, hoće li i kako sudjelovati u načinu trošenja novca, provjeri na modelu prije donošenja itd.

U svojoj publikaciji nevladina organizacija Zelena Istra navodi da "iako zakonski okvir o postupku sudjelovanja javnosti u izradi i donošenju studija utjecaja na okoliš i procjene utjecaja na okoliš postoji on će ostati samo dio obavezne birokratske procedure bez stvarnog značaja i utjecaja ukoliko se ne budu razvijali institucionalni kapaciteti i politička volja da se osigura njihova učinkovitost".

Sukladnost

engl. conformity, compliance/ njem. die Übereinstimmung / fr. conformité / tal. conformità

Poduzeća koja su uvela ili se spremaju uvesti sustav upravljanja okolišem, zaštitom na radu i zaštitom zdravlja ili neke druge normirane sustave moraju donijeti politiku upravljanja. Neizostavna je stavka i izjava o opredijeljenosti uprave za usklađivanje

s odgovarajućim zakonskim zahtjevima i ostalim zahtjevima na koje se organizacija obvezala u odnosu na svoje aspekte okoliša.

U skladu sa svojim opredjeljenjem za usklađenost, organizacija mora uspostaviti, primijeniti i održavati postupak/postupke za periodično vrednovanje usklađenosti s primjenjivim zakonskim zahtjevima. Isto tako, mora vrednovati usklađenost s ostalim zahtjevima koje se obvezala poštovati. Ovo vrednovanje organizacija može provesti s vrednovanjem zakonske usklađenosti ili može uspostaviti poseban postupak/postupke.

Postupak provjere sukladnosti poduzeća sa zakonskim zahtjevima složen je i zahtijeva detaljno poznavanje procesa, primjenjivih propisa i na temelju toga treba prirediti upitnik za provjeru. Iz prakse se zna da jedno područje, na primjer otpad, može biti predmet više propisa i da zbog neispunjavanja nekog zahtjeva poduzeće može biti kažnjeno.

Važna je i provjera sukladnosti ispunjavanja internih zahtjeva, na primjer jesu li ugrađeni dijelovi prema specifikaciji proizvoda, jesu li izrađeni prema nacrtima itd. Posljedica jednog odstupanja ili greške može biti povlačenje čitave serije proizvoda s tržišta ili zamjena dijelova, plaćanje odšteta za nastalu štetu, gubitak ugleda i povjerenja u proizvod i/ili proizvođača.

U literaturi na engleskom jeziku sukladnost sa zakonskim zahtjevima je *compliance*, a sukladnost s ostalim zahtjevima, često internim, koji se odnose na proizvod, jest *conformity*.

Izvor: HRN EN ISO 14001:2009

Indeks DOP-a: Pitanje 4.D.3

GRI: PR9

GC: nema posebnih zahtjeva

Sukob interesa

engl. conflict of interest / njem. der Interessenskonflikt / fr. conflit d'intérêts / tal. conflitto di interessi

Sukob interesa situacija je u kojoj su privatni interesi dužnosnika u suprotnosti s javnim interesom ili kad privatni interes utječe ili može utjecati na nepristranost dužnosnika u obavljanju javne dužnosti (www.antikorupcija.hr).

Zakonom o sprječavanju sukoba interesa uređuje se sprječavanje sukoba između privatnog i javnog interesa u obnašanju javnih dužnosti.

Vidi: korupcija

Sustavi upravljanja kvalitetom

engl. Quality Management Systems -QMS / njem. Qualitätsmanagementsysteme / fr. systèmes de gestion de la qualité / tal. sistemi di gestione per la qualità

Sustav upravljanja kvalitetom skup je međusobno povezanih, preklapajućih elemenata kojima se organizacija koristi kako bi upravljala i kontrolirala provedbu procesa kvalitete i osigurala da su ciljevi kvalitete ostvareni.

QMS temelji se na procesu i koristi se procesnim pristupom kako bi upravljao i kontrolirao način na koji je politika kvalitete primijenjena, a njezini ciljevi ostvareni. QMS temeljen na procesu mreža je koja se sastoji od mnogo međusobno povezanih i preklapajućih procesa (elemenata).

Svaki proces koristi se resursima kako bi transformirao ulazne parametre u izlazne. Kako izlazni parametri jednog procesa postaju ulazni parametri drugog procesa, procesi su u interakciji i međusobno su povezani odnosom ulazno-izlaznih parametara. Ove interakcije stvaraju jedinstven QMS temeljen na procesu.

Vidi: ISO 900x

Sustav upravljanja okolišem - EMAS

engl. Eco-Management and Audit scheme - EMAS / njem. das Gemeinschaftssystem für Umweltmanagement und Umweltbetriebsprüfung / fr. Système communautaire de management environnemental et d'audit / tal. Sistema comunitario di ecogestione e audit

EMAS (Eco-Management and Audit Scheme) sustav je upravljanja okolišem propisan europskim pravilnikom (EC/1221/2009).

EMAS je upravljački alat za poduzeća i druge organizacije, koji služi vrednovanju, izvještavanju i unapređivanju pokazatelja okoliša (http://ec.europa.eu/environment/emas/index_en.htm).

EMAS se temelji na sustavu upravljanja okolišem prema normi ISO 14001 (EMAS Annex II), a dopunjen je tako da se od poduzeća traži da:

- pojačaju mehanizam sukladnosti; EMAS poduzeća moraju pokazati sukladnost s propisima koji se odnose na njihovu djelatnost prije prve registracije. Potiče se dijalog između poduzeća i zakonodavne vlasti
- pojačaju izvještavanje o okolišu; za EMAS poduzeća obvezno je izvještavanje o okolišu koje obuhvaća ključne pokazatelje i njihove rezultate. Pokazatelji su određeni za sljedeća područja okoliša: energetska djelotvornost, djelotvorna uporaba materijala i resursa, otpad, emisije, biološka raznolikost i uporaba zemljišta (EMAS, Aneks I)
- primijene najbolju praksu u upravljanju okolišem; Europska komisija pokrenula je proces razvoja referentnih dokumenata kojima je svrha uskladiti primjenu najboljih praksi upravljanja okolišem. Dokumenti obrađuju pojedine sektore (na primjer proizvodnja cementa, farme, rafinerije) i okrenuti su aspektima okoliša proizvodnih procesa kao što su dizajn proizvoda, utjecaj na okoliš prije i poslije određenog dijela proizvodnog procesa. Poduzeća koja moraju ishoditi objedinjene uvjete zaštite okoliša (IPPC) već se koriste navedenim smjernicama.

Shema je dostupna za korištenje poduzećima od 1995. godine i izvorno je namijenjena poduzećima industrijskog sektora. Dokument EMAS je doživio nekoliko promjena, a jedan od razloga za promjenu bila je promjena norme ISO 14001.

Sudjelovanje u EMAS-shemi dobrovoljno je i prošireno na sve javne i privatne organizacije u EU, ali i u Europskoj ekonomskoj zoni (European Economic Area - EEA) Island, Lihtenštajn i Norveška. Svako poduzeće koje zadovolji zahtjeve direktive EMAS i poslije neovisne provjere ima pravo upotrijebiti EMAS-ov logo (Slika S-7).

Slika S-7: Znak da je poduzeće usklađeno sa zahtjevima EMAS-a



Indeks DOP-a: Pitanje 4E.9

GRI: nema posebnih zahtjeva

GC: nema posebnih zahtjeva

Više: ISO1400x, Sustavi upravljanja okolišem

Sustavi upravljanja okolišem

engl. environmental management systems, EMS / njem.

Umweltmanagementsysteme / fr. systèmes de management environnemental / tal. sistemi di gestione ambientale

Dio sustava upravljanja organizacijom kojim se ona koristi za razvoj i primjenu svoje politike upravljanja okolišem te upravljanjem svojim aspektima okoliša.

Sustav upravljanja skup je međusobno povezanih elemenata koji služe za uspostavljanje politike i ciljeva te za njihovo postizanje. Uključuje organizacijsku strukturu, planiranje aktivnosti, odgovornosti, radnu praksu, postupke, procese i resurse. Najčešće primjenjivan sustav upravljanja okolišem opisan je u normi HRN EN ISO 14001:2009.

Vidi: ISO 1400x, EMAS

Svjetska organizacija za poštenu trgovinu

engl. World Fair Trade Organization - WFTO



Svjetska organizacija za poštenu trgovinu -WFTO svjetska je mreža poštene trgovine. Predstavlja više od 450 organizacija koje promiču poštenu trgovinu iz 73 zemlje Afrike, Azije, Latinske Amerike, Europe, Sjeverne Amerike i Pacifika. Svrha je WFTO-a omogućiti proizvođačima poboljšanje životnih uvjeta poštenom trgovinom. WFTO je globalna mreža koja zagovara poštenu trgovinu i osigurava da se čuje glas proizvođača.

Prigodni datumi: 14. svibnja, Svjetski dan poštene trgovine

Slika: S-8: Svjetska organizacija za poštenu trgovinu

Svjetska trgovinska organizacija

engl. World Trade Organization - WTO

Svjetska trgovinska organizacija (www.wto.org) međunarodna je organizacija koja je započela s radom 1. siječnja 1995. godine. Predstavlja institucionalni i pravni okvir multilateralnog trgovinskog sustava u područjima carina i trgovine robom, uslugama i intelektualnim vlasništvom. Organizacija danas ima 153 države članice.

Svjetskoj trgovinskoj organizaciji najvažniji je cilj liberalizacija trgovine, ali ona je i forum unutar kojeg se nastoje ispregovarati trgovinski sporazumi između pojedinih vlada i mjesto na kojem se rješavaju trgovinski nesporazumi. Temelj organizacije pregovarački je proces koji je trajao od 1986. do 1994. godine i naziva se Urugvajski krug, no ona je nastajala još i prije. Neuspjeli pokušaj stvaranja Međunarodne trgovinske organizacije (ITO) 1948. godine, kao jedne od Bretton-Woodsovih institucija, rezultirao je pristupanjem 23 države Općem sporazumu o carinama i trgovini (GATT) u Ženevi. One su pokrenule postupnu trgovinsku liberalizaciju i uklanjanje protekcionističkih mjera u trgovini robom koje su bile ostavština iz tridesetih godina. Sve do 1994. godine, tijekom 47 godina i u četiri kruga pregovora, GATT-om je stvaran snažan i prosperitetan multilateralni trgovinski sustav koji je 1995. godine prerastao u Svjetsku trgovinsku organizaciju.

Trenutačno je Svjetska trgovinska organizacija domaćin novoga kruga pregovora koji se od 2001. godine odvijaju pod nazivom Dohina razvojna agenda. Svjetsku trgovinsku organizaciju obilježio je uz ostalo i takozvani spor zbog banana. Europska unija i latinoamerički izvoznici voća blizu su postizanja dogovora o trgovini banana ma pošto je Svjetska trgovinska organizacija ustanovila da EU daje povlašten uvozni režim za banane iz bivših europskih kolonija. Novi nacrt sporazuma podrazumijeva smanjenje carina EU na uvoz banana i drugoga tropskog voća. Spor zbog banana najdulji je u povijesti WTO-a, a odnosi se na politiku EU od 1993. godine. SAD i zemlje Latinske Amerike žalile su se na europski povlašten uvozni režim za banane iz afričkih, karipskih i pacifičkih zemalja, uglavnom bivših europskih kolonija.

Svjetska zdravstvena organizacija

engl. World Health Organization - WHO

Svjetska zdravstvena organizacija (www.who.org) specijalizirana je agencija Ujedinjenih naroda koja promiče tehničku suradnju za zdravlje između nacija. WHO provodi programe kontrola i iskorjenjivanja bolesti i teži unaprijediti kvalitetu ljudskog života.

Svjetski ekonomski forum

engl. World Economic Forum / njem. das Weltwirtschaftsforum / fr. Forum économique mondial / tal. Forum Economico Mondiale

Svjetski ekonomski forum (www.weforum.org), sa sjedištem u Ženevi, forum je poslovnih i političkih vođa, na kojem oni raspravljaju o aktualnoj globalnoj problematici, a iskorištavaju ga i za političko i poslovno umrežavanje. Osnovan 1971., održava godišnje sastanke u Davosu u Švicarskoj, te frekventnije regionalne sastanke. Osnovni mu je cilj unaprijediti stanje u svijetu zbližavajući vođe u partnerstva, radi oblikovanja globalnih, regionalnih i industrijskih uređenja. Najvažnije su teme posljednjih godina, primjerice, uključivale Afriku i njezin ekonomski položaj u globaliziranu svijetu te klimatske promjene.

Iako su većina sudionika godišnjih sastanaka politički i poslovni vođe, ključne neprofitne organizacije, te religijski i sindikalni vođe također su pozvani. Mediji ih uvelike prate, a u pravilu sva su zasjedanja otvorena za javnost.

Unatoč neovisnosti Foruma i njegovoj proklamiranoj usmjerenosti na društvenu i ekološku problematiku, antiglobalisti i pojedine neprofitne organizacije kritiziraju ga i optužuju da je elitistički i nedemokratski, mjesto štetnog povezivanja najmoćnijih poduzeća i političkih vođa. Godine 1997. stoga je utemeljena i neprofitna organizacija "Javni pogled na Davos", koja je opozicija Forumu. Za mnoge antiglobalizacijske skupine, Svjetski socijalni forum predstavlja alternativu Svjetskom ekonomskom forumu.

Svjetski poslovni savjet za održivi razvoj - WBCSD

engl. World Business Council for Sustainable Development

Svjetski poslovni savjet za održivi razvoj - WBCSD (www.wbcsd.org) predstavlja globalnu asocijaciju koja okuplja ključne predstavnike iz više od 200 poduzeća koja se bave pitanjima održivog razvoja.

"Naša je misija ponuditi poslovno vodstvo kao katalizator promjena prema održivom razvoju i podršku poslovnim organizacijama da posluju, razvijaju se i primjenjuju inovacije u svijetu koji je sve više obilježen pitanjima održivog razvoja."

Savjet osigurava platformu za poduzeća koja žele istraživati održivi razvoj, izmjenjivati znanja, iskustva i najbolju praksu u tom dinamičnom području radeći s vladinim, nevladinim i međuvladinim organizacijama.

Savjet se bavi različitim temama održivog razvoja: od problema ograničenih energijskih izvora i klimatskih promjena, preko razvoja do ekosustava i uloge gospodarstva u društvu.

Osnovni su mu ciljevi:

- biti vodeći u zagovaranju poslovnog svijeta za održivi razvoj
- sudjelovati u razvoju politika za stvaranje pravnog okvira koji će omogućiti gospodarstvu da učinkovito pridonosi održivom razvoju
- razviti i promovirati poslovne primjere održivog razvoja

- pokazati doprinos poslovnog svijeta rješenjima održivog razvoja i dijeliti najbolje poslovne prakse među članovima
- pridonositi održivoj budućnosti država u razvoju i država u tranziciji

Svjetski poslovni zavjet za održivi razvoj okuplja i velik broj nacionalnih poslovnih savjeta koji su osnovani po uzoru na WBCSD, udruženi su u Regionalnu mrežu WBCSD-a, a svrha im je širenje misije i ciljeva u nacionalnim okvirima. Član Regionalne mreže WBCSD-a je i Hrvatski poslovni savjet za održivi razvoj.

Vidi: Hrvatski poslovni savjet za održivi razvoj (HR PSOR)

Više: www.hrpsor.hr

Svjetski sporazum

engl. Global Compact - GC

Svjetski sporazum dokument je Ujedinjenih naroda koji povezuje poslovni sektor s agencijama Ujedinjenih naroda, različitim vladinim agencijama i inicijativama, civilnim društvom i neprofitnim organizacijama, akademskim institucijama te svim drugim interesno utjecajnim skupinama iz područja javnog, neprofitnog i profitnog sektora. To je najveća globalna inicijativa koja konkretno usmjerava akcije svojih više od 4000 članova u više nego 100 zemalja. Inicijativa je dobrovoljna i temelji se na ostvarenju 10 milenijskih ciljeva koji su vezani uz četiri područja: ljudska prava, rad, okoliš i antikorupcija. Deset načela Svjetskoga sporazuma na mrežnoj su stranici <http://unglobalcompact.undp.hr/>:

Ljudska prava

- 1. načelo** Poduzeća bi trebala podupirati i poštovati zaštitu međunarodnih ljudskih prava unutar svog područja utjecaja
- 2. načelo** Pobrinitu se da ne sudjeluju u kršenjima ljudskih prava.

Radna prava

- 3. načelo** Poduzeća bi trebala podržavati slobodu udruživanja i stvarno priznavanje prava na kolektivno pregovaranje
- 4. načelo** dokidanje svih oblika prisilnog rada
- 5. načelo** stvarno ukidanje dječjeg rada
- 6. načelo** ukidanje diskriminacije u vezi sa zapošljavanjem i izborom zanimanja.

Okoliš

- 7. načelo** Poduzeća bi trebala podupirati oprezan pristup izazovima na području okoliša
- 8. načelo** pokrenuti inicijative radi promicanja veće odgovornosti prema okolišu
- 9. načelo** poticati razvoj i širenje tehnologija neškodljivih za okoliš.

Borba protiv korupcije

- 10. načelo** Poduzeća bi trebala raditi na suzbijanju korupcije u svim njezinim oblicima, uključujući iznudu i podmićivanje.

Sudjelovanje u Global Compactu donosi brojne koristi i poslovnom sektoru i ostalim dionicima. Posrijedi je sljedeće:

- zagovaranjem inicijative promicanja općih načela i društveno odgovornog poslovanja unapređuje se održivost i postiže uključivost svjetskog gospodarstva
- mogućnost stjecanja znanja o praktičnim rješenjima suvremenih problema vezanih uz globalizaciju, korporativno upravljanje, društveno odgovorno poslovanje i održiv razvoj, i to uza sudjelovanje svih dionika, stvarajući međusektorska partnerstva
- upravljanje rizicima zauzimanjem proaktivnog stava prema ključnim pitanjima te upravljanje troškovima poslovanja rješavanjem problema koji izravno povećavaju troškove, kao što su npr. korupcija, uništavanje okoliša, neodgovarajuća zdravstvena zaštita zaposlenika, loš obrazovni sustav itd.
- olakšan pristup međunarodnim poslovnim mrežama i povezivanje s ključnim dionicima posredstvom UN-a
- razmjena dobrih običaja i spoznaja s drugim poduzećima i članovima te poboljšani pristup poslovnim prilikama

Također, pokazalo se da su poduzeća koja ne izvještavaju o primjeni načela Global Compacta niže rangirana na financijskim tržištima; dionici se danas sve manje zadovoljavaju prosječnošću, a traže "izvrsnost" u poslovanju koja se proteže na područja kao što su ljudska i radna prava, prava potrošača, unapređenje i zaštita okoliša i dr.

Sve navedene koristi u konačnici utječu na podizanje ugleda tvrtke, proizvoda, morala i produktivnosti radnika te učinkovitost poslovanja. global Compact Hrvatska posluje od 2012. godine u okviru Hrvatske udruge poslodavaca HUP.

Srodan naziv: Global Compact

Indeks DOP-a: Pitanja 10 i 11.

GRI: nema posebnih zahtjeva

GC: nema posebnih zahtjeva

T

Transparency International

Transparency International (TI) organizacija je osnovana 1993. godine i otad je na čelu protukorupcijskoga pokreta. Riječ je o globalnoj, neprofitnoj, neovisnoj, nevladinoj i politički nestranačkoj organizaciji okrenutoj suzbijanju korupcije i njezinih posljedica na društvenoj, domaćoj i međunarodnoj razini te jačanju odgovornosti vlada i drugih relevantnih organizacija u pojedinom društvu. Transparency International vjeruje kako pokret protiv korupcije mora biti globalan te bi trebao nadići društvene, političke, ekonomske i kulturne granice. Radom i aktivnostima svojih podružnica ova organizacija podiže svijest o štetnosti korupcije za svako društvo i upozorava na posljedice koruptivnog ponašanja javno iznoseći svoja stajališta i pozivajući organizacije, državne institucije i ostale pripadnike državnog, javnog i civilnog sektora na transparentno djelovanje. Takvim djelovanjem želi postići veću informiranost i educiranost članova zajednice te potaknuti promjene i reforme nužne za napredak cijeloga društva.

Transparency International ima mnogostruke interese:

- humanitarne - korupcija potkopava i izobličava razvoj
- etične - korupcija potkopava društveni integritet
- praktične - korupcija iskrivljuje funkcioniranje tržišta i lišava obične ljude koristi koju bi trebali imati u redovitim uvjetima.

Transparency International ne razotkriva i ne istražuje pojedinačne slučajeve korupcije. Oni vjeruju kako je to obveza zakonodavnih izvršnih tijela, neovisnog sudstva i slobodnog tiska. Zapravo, ta se organizacija ponajprije bavi sprječavanjem korupcije i promjenom sustava ne bi li se korupcija suzbila proaktivno.

Na mrežnim stranicama Transparency Internationala Hrvatska može se pronaći prvi vodič za poduzeća *Poslovna načela za suzbijanje podmičivanja* koji pomaže provedbu ciljeva postavljenih desetim načelom Global Compacta za borbu s korupcijom. Služi kao putokaz prema izvorima podataka i pomagalima za praktičnu primjenu mjera zamišljenih radi iskorjenjivanja korupcije. Dokument su zajednički objavili ured Ujedinjenih naroda zadužen za Global Compact (UNGC), Međunarodni forum poslovnih vođa princa od Walesa (IBLF) i Transparency International (TI).

Vidi: korupcija, Global Compact, Međunarodni forum poslovnih vođa, Indeks percepcije korupcije, transparentnost

Više: www.transparency.org, www.transparency.hr

Transparentnost (razvidnost)

engl. transparency / njem. die Transparenz / fr. transparence / tal. trasparenza

Transparentnost podrazumijeva otvorenost poduzeća i njegovu spremnost za prihvaćanje javnog uvida i nadzora poslovanja, čime se sužava njegova mogućnost za aktivno ili pasivno sudjelovanje u prijevari ili zavaravanju.

Objašnjenje za transparentnost nalazimo i u normama. Norma ISO 14050 transparentnost objašnjava kao otvoreno, sažeto i razumljivo prikazivanje informacija.

ISO 26000 pak navodi da je transparentnost otvorenost o odlukama i aktivnostima koje utječu na društvo, gospodarstvo i okoliš te želja da ta komunikacija bude jasna, točna, pravodobna, poštena i cjelovita.

Općenito se smatra da je transparentnost u poslovanju najbolja za sprječavanje korupcije.

Vidi: Transparency Internaional

Treća strana

engl. third party / njem. die Drittpartei / fr. tierce partie / tal. parte terza

Trećom se stranom naziva osoba ili organizacija neovisna o uključenim stranama na koje se odnosi predmet o kojem se raspravlja ili nije uključena u transakciju ili odnos isporučitelj - kupac.

U certifikacijskom postupku to je certifikacijska organizacija. U ostalim poslovnim procesima to mogu biti različiti posrednici, odvjetnički uredi, javni bilježnici i slično.

Vidi: ovjera izvješća

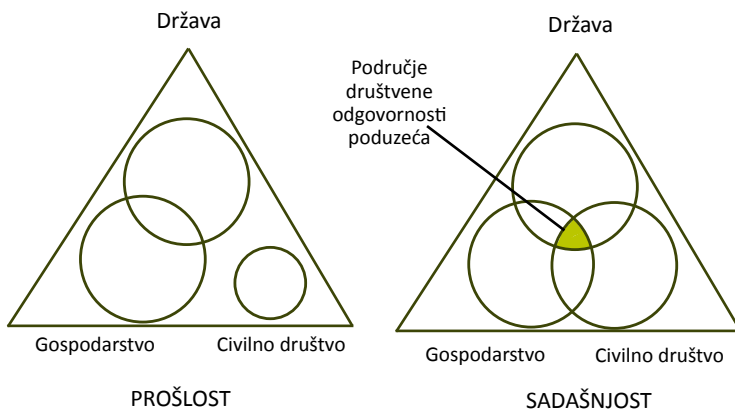
Tripartitno partnerstvo

engl. tripartite partnership / njem. die dreiseitige Partnerschaft / fr. partenariat tripartite / tal. partenariato tripartito

Tripartitno partnerstvo ili društveni ugovor neformalni je savez između tri ključna dijela u svakom suvremenom društvu – poslovnih, javnih i neprofitnih organizacija. Društvena je činjenica kako poslovni svijet postaje sve snažniji pokretač razvoja društva, ali i kako je njegov odnos s druge dvije strane temelj održivog razvoja. Jednako tako gotovo istodobno poduzeća mogu prouzročiti i neke negativne procese u društvu poput zagađenja okoliša, otpuštanja zaposlenika, industrijskih nesreća i drugih štetnih događaja. Kada te negativne pojave postanu preteške za društvo, najčešće se pojavljuju neprofitne organizacije kako bi svojim aktivizmom umanjile, odnosno spriječile daljnju štetu. Ovdje treba imati na umu i njihovu (in)direktnu ovisnost o fondovima koji uglavnom dolaze od profitnih i vladinih organizacija te filantropski orijentiranih pojedinaca. Alternativno, reagiraju vladine organizacije uspostavom zakonodavnog okvira. Međutim, odgovor vladinih tijela promjenom zakonodavstva najčešće je spor i nije uvijek efektivan jer najčešći je samo kada se uspostavi politički dogovor svih zainteresiranih strana.

Na slici T-1 jasno se vidi kako je stari sustav na kojem se temeljila moć (posebno državnih institucija) prošlost jer danas poduzeća bez većih problema mogu iskorištavati razlike u standardima poslovne prakse na nacionalnoj razini. Kroz povijest je uloga organizacija javne uprave ponajprije bila izgradnja zakonodavnog okvira putem kojeg će se kontrolirati štetno djelovanje, a današnje je tržište postalo prebrzo za takav zastarjeli model. Globalizacija dionika snažno je djelovala na njihovu integraciju u poslovni model stvarajući model modernoga gospodarstva na tripartitnom partnerstvu. Zbog rastućega društvenog pritiska poduzeća su osjetljivija na

bojkote i aktivizam, ponajprije kupaca, ali i na negativan imidž u javnosti. Danas je jasno kako je društveno neodgovorno ponašanje predstavlja uvelike nedostatak kontrole koja se ne može riješiti sporim i reaktivnim djelovanjem državnih tijela ili poticanjem samokontrole u poduzećima, već strateškim promišljanjem i djelovanjem svih triju strana na principima održivog razvoja.



Slika T-1 Stari i novi pogled na ulogu nevladinih organizacija u društvu

Vidi: društvena odgovornost poduzeća, neprofitne organizacije, aktivizam

Trgovanje emisijama

engl. emission trading / njem. der Emissionshandel / fr. échanges d'émission / tal. scambio delle emissioni

Obvezujuće stranke Kyotskog protokola (potpisnice Aneksa B) prihvatile su ciljeve za ograničenje i smanjenje emisija stakleničkih plinova. Oni su izraženi u stupnjevima dopuštenih emisija od 2008. do 2012. Dopuštene emisije podijeljene su unutar "jedinica dodijeljene kvote" (AAU). Trgovanje emisijama kako je postavljeno u članku 17. Kyotskoga protokola, omogućuje zemljama da neiskorištene jedinice – emisije koje su odobrene, ali nisu potrošene – prodaju zemljama koje su premašile svoje dodijeljene kvote. Budući da je ugljikov dioksid glavni staklenički plin, njime se trguje kao i jedinicom za stakleničke plinove. Ovo trgovanje naziva se trgovanje ugljikom (carbon market).

Više od stvarnih jedinica dodijeljenih kvota može se razmjenjivati i prodavati pod shemom trgovanja prema Kyotskom protokolu. Druge jedinice koje se mogu prenositi u skladu sa shemom trgovanja također su ekvivalent tone CO₂, a mogu biti: jedinica uklanjanja (RMU) temeljenih na LULUCF (Land Use, Land Use Change and Forestry: Upotreba zemlje, promjena upotrebe zemlje i šume) aktivnostima kao što je pošumljivanje, jedinica smanjenja emisije (ERU) koje nastaje mehanizmima zajedničkih projekata (JI) i ovjereno smanjenje emisija (CER) koje nastaje mehaniz-

mima čistog razvoja (CDM). Transfer i kupnja ovih jedinica prate se i bilježe u registru Kyotskog protokola. Međunarodno praćenje transakcija omogućuje siguran transfer jedinica smanjenja emisije između zemalja.

Vidi: ugljikov otisak, globalno zatopljenje, klimatske promjene, Kyotski protokol

Više: www.unfccc.int/kyoto_protocol/mechanisms/emissions_trading

Trobilančni pristup

engl. triple bottom line / njem. das dreifache Bilanzkonzept / fr. triple bilan / tal. tripllice resoconto

Pristup prema kojem se opća uspješnost poduzeća mjeri kao kombinacija njegova doprinosa na tri područja: ekonomskom, okolišnom i društvenom (na tri napretka i razvoja – gospodarskom / Profit, okolišu / Planet i društvu / People).

Vidi: održivi razvoj

Tržište

engl. Market / njem. der Markt / fr. marché / tal. mercato

Tržište je bilo koji oblik sustava, institucija, postupaka ili društvenih odnosa i infrastrukture unutar kojeg gospodarstvo prodaje svoje proizvode i usluge te radnu snagu u zamjenu za novac. To je mehanizam putem kojeg međusobno djeluju kupci i prodavači da bi odredili cijene i količine dobara koje razmjenjuju. Ta je aktivnost dio ekonomije i omogućuje kupcima i prodavačima da izmjenjuju dobra. Na tržištu je ključno natjecanje. Dvoje ljudi obavlja razmjenu, a za tržište je potrebno minimalno troje: kupac, prodavač i konkurencija. Tržišta su povijesno organizirana kao fizičke tržnice koje su se postepeno razvijale u male zajednice ili gradove. Tržišta variraju u veličini, rasponu, tipu usluga i tipu ekonomije. Općenito, tržišta dijelimo na tržišta rada, kapitala, novca, proizvoda i usluga. Dijelom tržišta smatraju se svi kupci ili prodavači koji mogu utjecati na cijenu. Tržište unapređuje razmjenu i time omogućuje distribuciju i raspodjelu resursa u društvu. Ono se razvija više ili manje spontano ili se na njega namjerno utječe radi promjene prava i vlasništva na proizvod ili uslugu.

Veza između tržišta i proizvoda može se naći u različitim propisima:

- svaki proizvod i usluga namijenjeni su tržištu i potrošačima na tom tržištu ili
- stavljanje proizvoda na tržište trenutak je kada proizvod prvi put iz faze proizvodnje ili uvoza prelazi u fazu distribucije, uz naplatu ili besplatno, odnosno kada prvi put iz faze proizvodnje ili uvoza prelazi u fazu stavljanja u rad, uz naplatu ili besplatno.

Vodeći svjetski gospodarstvenici okupljeni u Svjetskom poslovnom savjetu za održivi razvoj zaključili su kako se održivi razvoj najbolje postiže otvorenim međunarodnim tržištima koja priznaju legitime komparativne prednosti. Takva tržišta potiču djelotvornost i promjene, što je nužno za održiv ljudski napredak. Tržišta stvaraju ljudi na osnovi ljudskih vrijednosti, zakona i normi, koje uvijek možemo poboljšavati.

U praksi možemo naći različite podjele tržišta: primjeri od T-1 do T-7.

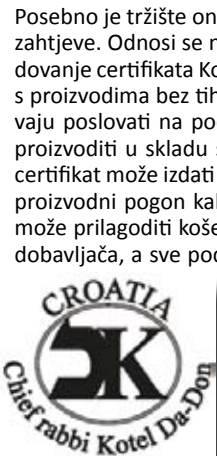
Primjer T-1: Jedinstveno tržište EU



Slika T-2: Znak CE

Jedinstveno tržište je tržište bez teritorijalnih ograničenja, u sklopu države ili šire trgovinske zajednice i s jednakim uvjetima za sve sudionike, na primjer europsko tržište. Katkad, stavljanje proizvoda na određeno tržište uvjetovano je ispunjavanjem propisanih zahtjeva za njega. Za tržište država članica EU proizvođač mora dokazati da proizvod ispunjava zahtjeve europskih direktiva, a potom može staviti propisan znak CE (slika T-2), za koji se obično kaže da je "putovnica za slobodan protok robe" u EU.

Primjer T-2: Posebno tržište – certifikat Košer



Slika T-3: Certifikat Košer

Posebno je tržište ono tržište za koje proizvod mora zadovoljiti posebno propisane zahtjeve. Odnosi se na način pripreme i sastava prehrambenih proizvoda, a posjedovanje certifikata Košer konkurentna je prednost na takvim tržištima u usporedbi s proizvodima bez tih certifikata. Poduzeća, posebno prehrambena, koja namjeravaju poslovati na područjima sa stanovništvom židovske vjeroispovijesti, moraju proizvoditi u skladu sa židovskim zakonima i imati certifikat Košer (slika T-3). Taj certifikat može izdati rabin koji je stručnjak za židovska pravila prehrane. On obilazi proizvodni pogon kako bi provjerio uvjete proizvodnje te dao savjet kako se ona može prilagoditi košer-pravilima. Rabin provjerava popis svih proizvoda, sirovina i dobavljača, a sve podatke koje dobije na uvid čuva kao strogo povjerljive. Certifikat Košer može izdati samo rabin i košer-organizacije koje uživaju povjerenje Glavnog rabinata Izraela. Glavni rabinat Izraela odobrava košer-certifikate izdane u inozemstvu. U Hrvatskoj je za izdavanje ovih certifikata ovlašten samo rabin dr. Kotel Da-Don, glavni rabin u židovskoj vjerskoj zajednici Bet Israel. Košer je znak kvalitete, i to ne samo za Židove nego i za sve kojima odgovara takva vrsta prehrane.

Primjer T-3: Posebno tržište certifikat Halal



Slika T-4: Certifikat Halal

Poduzeća koja namjeravaju poslovati na halal-tržištu, odnosno tržištu muslimanima dopuštenih proizvoda i usluga, uglavnom su usmjerena na hranu. Riječ halal znači dopušteno ili nezabranjeno i propisano je šerijskim zakonom, a cilj je certificiranja olakšavanje odabira namirnica za 1,8 milijarda muslimana diljem svijeta. U Hrvatskoj ga provodi Agencija za certificiranje halal-proizvoda s Mešihatom Islamske zajednice Hrvatske. Posjedovanje certifikata Halal (slika T-4) konkurentna je prednost na takvim tržištima u usporedbi s proizvodima bez tog certifikata. Do sada je 17 tvrtki dobilo certifikat, a u procesu je izdavanje za još 15, među kojima su PIK Vrbovec, Dona, Zvijezda i Apipharma. Zbog brojnog stanovništva ova tržišta postaju sve zanimljivija proizvođačima.

Primjer T-4: Domaće tržište - Mlijeko hrvatskih farmi

Domaće tržište obično je ono unutar jedne države, manje teritorijalne jedinice i sl. U Hrvatskoj proizvođači različitim znakovima nastoje naglasiti da je riječ o domaćem proizvodu i tako potaknuti kupce na kupnju i očuvanje domaćih radnih mjesta. Hrvatska poljoprivredna agencija pokrenula je na početku 2010. godine projekt Mlijeko hrvatskih farmi radi informiranja potrošača o podrijetlu mlijeka, mliječnih proizvoda i sireva danas dostupnih na hrvatskom tržištu. Projektom Mlijeko hrvatskih farmi Hrvatska poljoprivredna agencija, kao i mljekare koje su ga podržale, nastoje promicati kulturu konzumacije domaćih, hrvatskih proizvoda te time utjecati i na povećanje primarne proizvodnje mlijeka u Hrvatskoj. Pravilnikom o označavanju proizvoda definirano je da znak Mlijeko hrvatskih farmi (slika T-5) mogu nositi samo mlijeko, mliječni proizvodi i sirevi koji su proizvedeni isključivo od domaćega svježeg sirovog mlijeka.



Svi proizvodi Dukata i Sirele proizvedeni u Hrvatskoj nose oznaku Mlijeko hrvatskih farmi. Dukat je najveći otkupljivač svježega sirovog mlijeka u Hrvatskoj sa 43% tržišnog udjela u ukupnom otkupu mlijeka u Hrvatskoj.

Slika T-5 Znak Mlijeko hrvatskih farmi

Primjer T-5: Domaće tržište - Izvorno hrvatsko

Na zasićenom modernom tržištu, kojim vlada sve zahtjevniji i izbirljiviji potrošač, odluku o kupnji određenog proizvoda ili usluge svaki pojedinac donosi pokrenut unutarnjim motivima, ali i vođen utjecajem brojnih vanjskih čimbenika. Vizualni kod koji proizvod ili usluga nose često je pritom osobito važan. Pokažu li se proizvod ili usluga kvalitetnima i dostojnima povjerenja, njihov vizualni kod ostaje za bilježen kod potrošača kao jamstvo dobro utrošena novca. Kvalitetan proizvod ili usluga uključuju, u širem smislu, sve vidljive, ali i nevidljive značajke koje čine jedan proizvod ili uslugu kao što su prepoznatljivost, pouzdanost, dostupnost, trajnost i dr. (slika T-6).

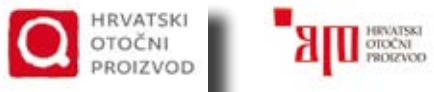


Hrvatska gospodarska komora pokrenula je projekt Izvorno hrvatsko kako bi pomogla hrvatskom gospodarstvu da jasno pokaže ono najbolje što ima. "Cilj je da se već sutra to najbolje, s punim povjerenjem i sigurnošću, ponudi cijelom svijetu te da to postane osnova za ravnopravnu tržišnu utakmicu na globaliziranom tržištu 21. stoljeća."

Slika T-6: Znak Izvorno hrvatsko

Primjer T-6: Domaće tržište – Otočni proizvod

Radi poticanja razvoja otočne proizvodnje i prepoznatljivosti otočnih proizvoda i jačanja njihove prisutnosti na tržištu, razvijen je i poseban znak Hrvatski otočni proizvod (slika T-7). Znak Hrvatski otočni proizvod može se dodijeliti prema propisanom postupku, tradicijskim i inovativnim proizvodima koje proizvode otočni proizvođači.



Slika T-7: Znak za Hrvatski otočni proizvod (latinica i glagoljica)

Prednost propisanih znakova koji upućuju na to kojem su tržištu namijenjeni (slike T-2 - T-7) u tome je što proizvođač može staviti znak tek ako proizvod i proizvodni proces zadovolje određene uvjete te su i proizvod i proizvodni proces pod nadzorom. Potrošač može imati povjerenje u takve proizvode.

Osim propisanih znakova mnogi proizvođači osmišljavaju različite znakove (slika T-8 i T-9) kojima informiraju potrošača gdje su proizvodi proizvedeni i kome su namijenjeni.



Slike T-8 i T-9: Znak da je riječ o proizvodu proizvedenom u Hrvatskoj

Indeks DOP-a: Pitanje: 4.E.9.

GRI: PR3 i PR6

GC: nema posebnih zahtjeva

Tvrtka

engl. company / njem. das Unternehmen / fr. compagnie / tal. ditta

Tvrtka je naziv pod kojim posluje trgovačko društvo i nije hrvatski sinonim za termin poduzeće. Tvrtka mora sadržavati naziv (ime), naznaku predmeta poslovanja te punu riječ ili skraćenicu vrste trgovačkog društva (d.d., d.o.o., j.t.d.). Tvrtki trgovačkog društva koje je u stečaju ili u likvidaciji dodaje se oznaka "u stečaju" ili "u likvidaciji" te se tako upisuje u sudski registar. Može biti i skraćena, odnosno oznaka koja ne sadržava naznaku predmeta poslovanja. Tvrtka je upisana u poslovni registar poduzeća.

Vidi: djelatnost, poduzeće

U

Učenje

engl. learning / njem. das Lernen / fr. apprentissage / tal. apprendimento

Vidi: obrazovanje

Učinkovitost

engl. effectiveness / njem. die Leistungsfähigkeit / fr. efficacité / tal. efficienza

Prema normi HRN EN ISO 9000, učinkovitost je mjera u kojoj se ostvaruju planirani rezultati. Ona je i orijentacija na zadatke izvršenjem kojih postizemo najveći učinak, odnosno orijentacija na bitno u smislu Paretova pristupa. Učinkovitost se može objasniti i kao odnos postignutih rezultata prema očekivanim rezultatima. Izrazi učinak i učinkovitost odnose se i na proizvodne procese kada je radnicima propisana norma (očekivani rezultat), plaćanje po učinku (postignutom rezultatu). Ako ispunjavaju normu, učinkoviti su.

Primjer U-1: Smanjenje troškova

U različitim upitnicima o upravljanju poduzećem može se naći i pitanje je li uprava poduzeća učinkovita (efektivna), odnosno je li usredotočena na rezultat. U financijski kriznim situacijama obično se prvo razmatraju troškovi. Uprava traži pregled troškova, analizira ih i odlučuje koje stavke najviše utječu na njih te priprema plan i program kako ih smanjiti a da se znatno ne ugrozi poslovanje. Poslije određenoga vremena ponovna analiza pokazuje koliki su postignuti rezultati i je li uprava bila učinkovita.

Srodan naziv: efektivnost

Ugled

engl. reputation / njem. die Reputation / fr. réputation / tal. reputazione

Ugled je ukupnost emocionalnih i intelektualnih stajališta društva o nekoj organizaciji. Proizlazi iz pretpostavki, percepcija i uvjerenja što organizacija jest, kako se njome upravlja i što predstavlja te ponašanja potaknutih pretpostavkama, percepcijama i uvjerenjima.

Upravljanje ugledom poduzeća sastavni je dio strateškoga menadžmenta i obuhvaća različita područja: od tržišnog pozicioniranja preko organizacijskog identiteta do upravljanja robnom markom i društveno odgovornog poslovanja. Time strukture menadžmenta dugoročno grade nematerijalnu imovinu poduzeća stalnim preispitivanjem i stvaranjem sustava vrijednosti. Organizacijski je ugled dinamičan, višedimenzionalni koncept koji se gradi na percepciji prošlog ponašanja i refleksiji budućih očekivanja. Što pojedinci i organizacije imaju veće povjerenje u poduzeće, to će se sigurnije ponašati naspram nje i jasnije definirati svoja očekivanja.

Ugled je dinamična, a time i promjenljiva komponenta koja obilježava nekog pojedinca ili poduzeća. Predstavlja sliku koju zaposlenici, potrošači i šira javnost imaju o organizaciji, a posljedica je prijašnjih aktivnosti, politika poslovanja i djelovanja te odnosa prema okruženju u kojem organizacija djeluje. Upravo zato on može biti pozitivan ili negativan. Ako je pozitivan, ugled je za poduzeće dodana vrijednost koja se prožima kroz cijelo poslovanje i sve njegove sastavnice, od proizvoda i usluga koje nudi do zaposlenika i dionika s kojima dijeli sudbinu. Poduzeća sa snažnim pozitivnim ugledom lakše se suočavaju s krizom u poslovanju jer društvena zajednica ima u njih povjerenja i gleda na njih kao na dugoročne partnere.

Potkraj devedesetih kupci su počeli tražiti od poduzeća odnos koji nadilazi uobičajenu razmjenu dobara te sustavno kupovati proizvode koji odgovaraju njihovu sustavu vrijednosti. Žele promijeniti svijet promjenom potrošnje. *BT Mobile* u Velikoj Britaniji procjenjuje da aktivnosti vezane uz društveno odgovorno ponašanje pridonose ugledu poduzeća u društvu i zadovoljstvu potrošača, i to 25%. Zato je ugled poduzeća presudan za sposobnost privlačenja novih i zadržavanja starih kupaca. Kako bi opstala, poduzeća moraju svoju taktiku graditi na povjerenju i iskrenosti u odnosu.

Indeks DOP-a: Pitanje:2.5

GRI: nema posebnih zahtjeva

GC: nema posebnih zahtjeva

Ugljikov otisak

engl. carbon footprint / njem. der CO₂-Fußabdruck / fr. contenu CO₂ / tal. impronta di carbonio

Ugljikov otisak je količina ugljikova dioksida koju ispušta bilo koji subjekt, pojedinac, poduzeće, država, i to izravnom ili neizravnom potrošnjom fosilnih goriva (ugljen, nafta) (www.carborexia.com/carbonfootprints.php).

Izravan ugljikov otisak odnosi se na uporabu (gorenje) fosilnih goriva u "prvom stupnju". Ako sudjelujemo u izravnoj potrošnji fosilnih goriva ili se koristimo električnom energijom proizvedenom u termoelektranama, stvaramo izravan ugljikov otisak, kao i vozeći se u automobilu ili nekom prijevoznom sredstvu koje upotrebljava benzin, dizel ili kerozin (avioni). Izravan ugljikov otisak često se naziva i primarni otisak. Neizravan ugljikov otisak ostavljamo gledajući TV, služeći se pećnicom ili brijačim aparatom. Neizravan ugljikov otisak nazivamo i sekundarni otisak.



Slika U-1: Znak za ugljikov otisak

Stavljanjem znaka ili u dokumentaciji proizvoda, proizvođači navode potrošnju struje pojedinog proizvoda pomoću koje se može izračunati ugljikov otisak.

Neizravan ugljikov otisak odnosi se na sve proizvode ili usluge koje upotrebljavamo, a u čijem su ostvarenju korištena fosilna goriva. Sve što "trošimo" ima ugrađene troškove fosilnih goriva jer treba uzeti u obzir cijeli životni ciklus od vađenja sirovi-

na, prijevoza, proizvodnje, skladištenja, uporabe pa sve do trenutka kada postane otpad te gospodarenje otpadom.

Ugljikov otisak obuhvaća emisije svih stakleničkih plinova, a ne samo one ugljikova dioksida, ali se izračunava i izražava u tonama ugljika. Ugljikov otisak proizvoda netto je količina emisija stakleničkih plinova tijekom životnog ciklusa proizvoda te je način izvještavanja o jednom obliku utjecaja na okoliš. Ne upućuje na ukupan utjecaj na okoliš proizvoda tijekom životnog ciklusa.

Ugljikov otisak uobičajeni je izraz u davanju informacija vezanih uz ispuštanja stakleničkih plinova za proizvode ili procese.

Vidi: globalno zatopljenje, staklenički plinovi, ekonomski instrumenti, trgovanje emisijama, naknada za emisiju ugljikova dioksida u okoliš

Indeks DOP-a: Pitanja 4.B.1 i 4.C.1

GRI: EC2, EN17, EN18

GC: načela 7, 8 i 9

Uključenost zaposlenika

engl. employee engagement / njem. das Mitarbeiterengagement / fr. engagement des employés / tal. impegno dei dipendenti

Očekuje se da će u skoroj budućnosti uvelike porasti broj programa i projekata kojima će se zaposlenici privatnog sektora pokušati snažnije uključivati u društveno korisne projekte. Cilj je tih aktivnosti povećanje osjećaja zadovoljstva zaposlenika te njihove motivacije za rad. Sve je više volonterskih programa i u hrvatskim poduzećima. Umjesto dosadašnjega ispisivanja donatorskih čekova, poduzeća i njihovi zaposlenici sve češće sudjeluju u provedbi programa. Prema istraživanju Green Reasearcha iz 2011. godine, više od 80% velikih kompanija u SAD-u planira u ovoj godini velika ulaganja u te programe. Prema Gallupovu istraživanju, 86% ljudi koji sudjeluju u nekom društveno korisnom programu osjećaju se dobro i sretno na poslu, a tako se osjeća samo 11% onih koji nisu u takvim programima. Prema istraživanju koje je proveo Towers Watson, oni koji sudjeluju u društveno korisnim projektima povećali su operativne prihode 19,2%, a oni drugi smanjili su operativne prihode 32,7%. Corporate Leadership Council izvijestio je kako je u kompanijama u kojima se zaposlenici osjećaju uključenima fluktuacija 87% manja, a izvedba prema ključnim kriterijama organizacijske izvrsnosti u prosjeku je veća 20%.

Ulaganje u zajednicu

engl. community investing / njem. die Investitionen in Gemeinwesen / fr. investissement dans la communauté / tal. investimenti nella comunità

Ulaganje u zajednicu odvajanje je dijela sredstava poduzeća za financiranje razvoja lokalne zajednice u kojoj ono posluje (primjer U-3). Očituje se u različitim oblicima angažmana poduzeća u zajednici, a najčešće su donacije u novcu koje se dodjeljuju lokalnoj samoupravi i institucijama te neprofitnom sektoru koji provodi različite

programe razvoja. Uglavnom se sredstva doniraju na zahtjev i poslije toga angažiranost poduzeća prestaje i nema elemenata sudjelovanja u provedbi projekta. Kako bi donacija imala strateško obilježje, nužno je da za doniranja – umjesto da budu prepuštena odjelima koji se bave odnosima s javnošću ili korporativnim zakladama – bude odgovorna uprava ili izvršni direktor koji će upravljačkim procesom voditi tim ljudi zaduženih za doniranje radi poboljšanja određenog dijela konkurentnosti (primjer U-2).

Strateško investiranje u zajednicu dugoročan je projekt u koji je poduzeće uključeno od početka kao partner i sudjeluje u njemu s vlastitim resursima: tehnologijom, znanjima, stručnjacima, donacijom radnog vremena zaposlenika, potrebnima za njegovo ostvarivanje. Takvo je ulaganje vrednije od uobičajenih donacija jer pomaže razvoju društva odnosno zajednice, ali i poduzeću osigurava rad u zdravu okruženju.

Program doniranja kakav najčešće nalazimo u Hrvatskoj nije strateško doniranje usmjereno na unapređivanje pojedinih elemenata konkurentnosti, nego su to donacije dobrog korporativnog građanina radi unapređivanja društvenih, dobrotvornih ili obrazovnih institucija ili donacije koje su od interesa zaposlenicima, potrošačima ili čelnicima zajednica radi unapređivanja odnosa davatelja i primatelja donacije.

Osim ulaganja financijskih ili drugih materijalnih sredstava (primjer U-5), poduzeće se može odlučiti na ulaganje rada, stručnosti i znanja svojih zaposlenika. Doniranje radnih sati (primjer U-4) vrlo je raširen oblik ulaganja u zajednicu u zapadnim zemljama, a može ga organizirati poduzeće ili po izboru pojedinac volonter koji onda dopušten broj sati provode u primatelja donacije.

Primjeri U-2: Godišnji natječaj za donacije Holcima Hrvatska

Primjer dobro planirana strateškog doniranja godišnji je natječaj za donacije Holcima, koji je procijenio da je za dugoročnu konkurentnost poduzeća u Hrvatskoj najveća prepreka korupcija u društvu te je natječaj objavljen s temom borbe protiv korupcije. Ovo je dobar primjer kako poduzeće ulaže u razvoj onog dijela društva koji je najveća prepreka nesmetanu poslovanju.

Primjer U-3: Vetropack i ulaganje u lokalnu zajednicu

Vetropack je primjer ulaganja u lokalnu zajednicu koje osim njezina napretka osigurava i dugoročno uspješno poslovanje samog poduzeća. Izgradnjom lokalnog odlagališta otpada, doma zdravlja i općinske ceste Vetropack je povećao kvalitetu života lokalnog stanovništva, ali i osigurao sebi infrastrukturu potrebnu za poslovanje te ostanak kvalitetnih ljudi koje zapošljava, a bez kojih ne bi mogao uspješno poslovati.

Primjer U-4: INA-in Klub volontera

U povodu obilježavanja Europske godine volontiranja INA je sredinom 2011. godine pokrenula projekt korporativnog volontiranja zaposlenika u lokalnoj zajednici. Kompanijska društvena odgovornost, čiji je sastavni dio i promicanje kulture volontiranja, dio je sveobuhvatne strateške platforme INA-e. INA-in klub volontera osnovan je radi dobrovoljna ulaganja osobnog vremena, truda, znanja i vještina za

opću dobrobit te suosjećanja i solidarnosti s drugima i drukčijima. Volontiranje se temelji na slobodnoj volji te osobnom izboru i motivaciji, bez želje za financijskom dobiti, kako bi se pomoglo drugim osobama i cijelome društvu.

Primjer U-5: Hrvatski farmer i DUKAT d.d.

Godine 2009., u sklopu sajma proizvoda i usluga ruralnih područja Eko-etno organizirana je akcija "Prijatelji za prijatelje" kojom su udruga Hrvatski farmer i poduzeće Dukat d.d. prikupljali sredstva da bi se otkupila tri ždrebeta ugrožene autohtone pasmine međimurskoga konja, a radi očuvanja ovog hrvatskoga nacionalnog, genetskog i kulturnog blaga. Muška ždrebad Eko i Etno i žensko ždrijebe Dukatica tri su od samo 41 grla, koliko ih je preostalo u cijeloj Hrvatskoj. Sada su na različitim privatnim obiteljskim gospodarstvima u Međimurju, a sudbina im je, unatoč tomu što je riječ o kritično ugroženoj pasmini, neizvjesna jer ih vlasnici zbog nedostatka prostora žele prodati. Organizator Hrvatski farmer i Dukat kao partner akcije s posjetiteljima sajma prikupljali su novac kako bi mogli kupiti tri ždrebeta međimurskoga konja i tako očuvati vrijedne i autentične primjerke hrvatske baštine. Dukat je samostalno otkupio jedno ždrijebe, a za kupnju preostalih dvaju bilo je potrebno prikupiti dodatna sredstva prodajom ulaznica za sajam Eko-etno pa su u akciji mogli sudjelovati svi posjetitelji. Ždrebad je otkupljena i predana Hrvatskom centru za konjogojstvo - Državnoj ergeli Lipik. Sredinom 2011. godine objavljeno je kako je međimurski konj i dalje ugrožen.

Vidi: donacija, lokalna zajednica, volonterstvo, dobrovoljni rad zaposlenika

Indeks DOP-a: Pitanja 5.A.4, 6.A

GRI: SO1

GC: nema posebnih zahtjeva

Unutarnji audit / interni audit

engl. internal audit / njem. internes Audit / fr. audit interne / tal. audit interno

Unutarnji (interni) audit sustavan je, neovisan i dokumentiran proces prikupljanja dokaza audita i njihova objektivnog vrednovanja radi određivanja opsega u kojem se ispunjavaju kriteriji audita sustava upravljanja koje je postavila sama organizacija (HRN EN ISO 9000).

U mnogim slučajevima, posebno u manjim poduzećima, neovisnost se može dokazati nepostojanjem odgovornosti osobe koja provodi audit za aktivnost za koju će se provesti audit.

Vidi: audit

Upotreba energije

engl. energy use / njem. der Energieverbrauch / fr. consommation d'énergie / tal. consumo di energia

Upotreba energije način je ili vrsta primjene energije (BS EN 16001).

Uprava

engl. management / njem. die Geschäftsleitung / fr. gestion / tal. gestione

Uprava je pojedinac ili skupina osoba koje s najviše razine koordiniraju, usmjeravaju i nadziru organizaciju.

Uprava je najviša razina rukovoditelja koji su odgovorni za cijelo poduzeće. Zadužena je za upravljanje, planiranje i koordiniranje najviše razine i izvor je najvećeg autoriteta u organizaciji. Stoga je i potpuno odgovorna za uspjeh ili neuspjeh.

Uprava:

- upravlja poduzećem, pruža vodstvo
- propisuje misiju, viziju i ciljeve poduzeća
- upravlja promjenama i rizicima te kontinuitetom poslovanja
- priprema strateške planove i politike poduzeća
- odgovorna je dioničarima za uspješnost poslovanja
- određuje organizacijsku strukturu, odgovornosti i ovlasti
- upravlja ugledom poduzeća
- Imenuje izvršitelje srednje razine
- odgovorna je za održavanje kontakta s okolinom



Slika U-2: Prikaz uloga pojedinih razina menadžmenta

Indeks DOP-a: Pitanje 2.2

GRI: nema posebnih zahtjeva

GC: nema posebnih zahtjeva

Upravljanje

engl. management / njem. die Verwaltung / fr. gestion / tal. gestione

Upravljanje je koordinacija, usmjeravanje i nadziranje poslovanja poduzeća. Ne odnosi se na ljude već na aktivnosti. Sustav upravljanja poduzećem definiran je kao sustav pomoću kojeg poduzeće donosi i primjenjuje odluke radi postizanja ciljeva.

Indeks DOP-a: Pitanje 2.2

GRI: nema posebnih zahtjeva

GC: nema posebnih zahtjeva

Upravljanje energijom

engl. energy management / njem. das Energiemanagement / fr. gestion de l'énergie / tal. gestione energetica

Sustave upravljanja energijom čini skup međusobno povezanih i međudjelujućih dijelova organizacije za uspostavljanje energetske politike i općih ciljeva te postizanje ciljeva (BS EN 16001).

Indeks DOP-a: Pitanje 4.C.1

GRI: EN3, EN4, EN5, EN6, EN7

GC: načelo 8

Upravljanje kvalitetom

engl. quality management / njem. das Qualitätsmanagement / fr. gestion de la qualité / tal. gestione della qualità

Upravljanje kvalitetom uključuje usklađene radnje za upravljanje i nadzor organizacije s obzirom na kvalitetu. Posrijedi je utvrđivanje politike kvalitete i njezinih ciljeva, planiranje kvalitete, njezin nadzor, osiguravanje i poboljšavanje (HRN EN ISO 9000).

Vidi: ISO 900x, cilj, cilj kvalitete, sustavi upravljanja kvalitetom

Upravljanje robnom markom

engl. brand management / njem. die Markenführung / fr. gestion de la marque / tal. gestione della marca

Upravljanjem robnom markom sve su faze procesa: od stvaranja robne marke, izbora imena, logotipa, identiteta pa sve do održavanja željena ugleda kao skupa pozitivnih asocijacija i percepcija u umu potrošača stalnom komunikacijom s ciljnim tržištima.

Razumijevanje robne marke važan je aspekt društvene odgovornosti koja iz nje može proizići. Ako se neka robna marka, primjerice, poveže s aktivnostima koje se smatraju društveno neodgovornima, to može znatno utjecati na njezinu vrijednost.

Gdje god su prepoznate povrede ljudskih prava, prava radnika ili zaštite okoliša, korporacije su lako obilježene krivimas obzirom da povezuju proizvođača (često u zemljama u razvoju) i krajnjeg kupca (u razvijenim zemljama).

Robne su marke dio svakodnevnog života, način su našega življenja, identificiranja. Robne marke s izravnim odnosom s kupcima vrijede više nego same korporacije koje ih posjeduju. Najvrednije su svjetske robne marke Coca-Cola, Microsoft, IBM, GE, Intel, Disney, McDonald's, Nokia, Toyota i Marlboro. Velika većina ljudi u svijetu, bogatih i siromašnih, dolazi u svakodnevan dodir s jednom ili više spomenutih robnih marki ili se njima redovito koriste.

Gledajući robne marke kroz društveno odgovorno poslovanje, stvara se cijela nova slika kompleksne mreže odnosa ideja, dionika, proizvoda i potrošnje, problematike globalne trgovine i međudnosa vlada, korporacija i nevladinih organizacija.

Vidi: robna marka, proizvod

Upravljanje otpadom

engl. waste management / njem. das Abfallmanagement / fr. gestion des déchets / tal. gestione dei rifiuti

Vidi: gospodarenje otpadom

Upravljanje rizikom

eng. risk / njem. das Risiko / fr. Risque / tal. rischio

Proces upravljanja rizicima može se opisati kao niz usklađenih aktivnosti podijeljenih u četiri skupine (ISO 31000:2009):

- prepoznavanje ugroženih dijelova poslovanja (tržište ili njegov dio, proizvod, projekt, proces, ljudski resursi,...) i rizika koji na njih utječu. Rizici se utvrđuju timskim radom
- procjena rizika se sastoji od određivanja vjerojatnosti pojave problema ili nemilog događaja i veličine njegovog utjecaja na ostvarenje cilja. Umnožak vjerojatnosti pojave i veličine utjecaja daje veličinu utjecaja. Prednost imaju veliki rizici
- tretiranje rizika, ili rješavanje rizika, određivanje aktivnosti kako se odnositi prema pojedinom riziku
- nadzor rizika je važan dio provedbe plana rješavanja rizika. Ako izostane nadzor nije poznato je li rizik uklonjen, smanjen ili čak povećan.

Svi koraci upravljanja rizicima moraju biti dokumentirani, moraju postojati zapisi i o njima treba izvještavati.

Poduzeće mora imati politiku odnosa prema rizicima, jer se samo jasnom politikom zaposlenici usmjeravaju na preventivne akcije za smanjenje rizika. To znači da svatko zna što treba poduzeti kako bi se rizici djelotvorno izbjegli. Mogući su pristupi:

- odustajanje od rizičnih aktivnosti (*terminate*). Procijeni li se da bi ostvarivanje nekog projekta bio prevelik rizik, projekt se prekida

- primjena procjene troškova/koristi i upravljanja vjerojatnostima i utjecajima (*treat*). Ako je moguće djelovati na smanjenje vjerojatnosti pojave nemilog događaja, odnosno ako se može smanjiti njegov negativni utjecaj na rezultat, poduzimaju se odgovarajuće akcije
- prihvaćanje preostalog rizika (*tolerate*). Ako je rizik malen ili je postao malen nakon poduzimanja akcija za njegovo smanjenje, poslovna odluka može biti da se takav rizik prihvaća
- prijenos rizika na nekog drugog (*transfer*). U poslovnom i privatnom životu rizik se može prenijeti na nekog drugog, na primjer na osiguravajuće kuće ili na dobavljače.

Upravljanje rizicima je dio strateškog upravljanja poslovanjem jer se uvjeti poslovanja mijenjaju sve brže te se povećava izloženost rizicima.

Vidi: rizik

Upravljanje vodom

engl. water management / njem. die Wasserwirtschaft / fr. gestion de l'eau / tal. gestione delle acque

Upravljanje vodama svi su poslovi, mjere i radnje koje na temelju Zakona o vodama i zakona kojim se uređuje financiranje vodnoga gospodarstva poduzimaju Republika Hrvatska, Hrvatske vode te jedinice lokalne i područne (regionalne) samouprave radi postizanja ciljeva zakona, osim poslova, mjera i radnji u djelatnostima detaljne melioracijske odvodnje, javnoga natapanja i vodnih usluga.

Ciljevi upravljanja vodama jesu:

1. osiguranje dovoljnih količina kvalitetne pitke vode za opskrbu stanovništva
2. osiguranje potrebnih količina vode odgovarajuće kvalitete za različite gospodarske i osobne potrebe
3. zaštita ljudi i njihove imovine od poplava i drugih oblika štetnog djelovanja voda
4. postizanje i očuvanje dobrog stanja voda radi zaštite života i zdravlja ljudi, njihove imovine, vodnih i o vodi ovisnih ekosustava.

Srodni naziv: gospodarenje vodom

Vidi: vodeni otisak

Indeks DOP-a: Pitanja 4.C.3, 4.E.5

GRI: od EN8 do EN10, EN21, EN23

GC: načelo 8

Usluga

engl. service / njem. der Dienst / fr. service / tal. servizio

Usluga je djelatnost organizacije da ispuni zahtjev ili potrebu (ISO 26000). To je i vrsta proizvoda. Usluga je uvijek rezultat aktivnosti ili međudjelovanja između ponuditelja usluge i klijenta i može imati različite oblike. Usluga može služiti kao podrška proizvodima organizacije (npr. usluga fizičke zaštite, usluga čišćenja, usluga održavanja opreme, usluga posluživanja prehrane). Ona može biti ponuđena kao proizvod koji proizvodi klijent (npr, usluga popravka ili dostave proizvoda). Usluga također može biti i ponuda nemjerljivih stvari klijentu (zabava, prijevoz, savjet) (HR EN ISO 9000).

Vidi: proizvod

Usmjerenost na kupca

engl. customer focus / njem. kundenorientiert / fr. Concentration sur le client / tal. orientamento al cliente

Vidi: načela, načela upravljanja kvalitetom

Uspoređivanje s najboljima

engl. benchmarking / njem. der Leistungsvergleich / fr. étalonnage, analyse comparative / tal. analisi comparativa

Posrijedi je proces mjerenja i uspoređivanja organizacijskih postupaka, proizvoda i/ili usluga s najboljima, unutar organizacijskih područja djelovanja ili izvan njih. To je sustavno i ciljano uspoređivanje s referentnim pokazateljima organizacijske izvedbe. Tim procesom organizacija uspješnost nekih ili svih dimenzija svog poslovanja (procesa, proizvoda, troškova, itd.) uspoređuje s uspješnošću druge organizacije koja je zavrjedila biti mjera vrijednosti te na temelju rezultata nastoji poboljšati svoju izvedbu. Dakle, jedna organizacija postavlja drugu organizaciju kao referentnu točku na temelju koje mjeri vlastitu uspješnost. Cilj je otkrivanje komparativnih prednosti koje treba primijeniti imajući na umu vlastite posebnosti. Time se strateški nastoje otkriti slabiji dijelovi u poslovanju kako bi se dodatnim ulaganjem ili ponovnim ustrojem tih jedinica ostvario željen napredak. Jednostavno rečeno, uspoređivanje s najboljima (engl. *benchmarking*) jest uspoređivanje i učenje od drugih, onih koji su bolji. Služi za mjerenje kvalitete politike, proizvoda, programa ili strategije poduzeća i njihovu usporedbu sa standardnim mjerama ili sličnim mjerama najboljih u klasi. Cilj je provjeriti gdje su potrebna unapređenja, kako druga poduzeća postižu svoje visoke uspjehe i iskoristiti dobivene informacije za unapređivanje poslovanja. Uspoređivanje može biti neformalno ako se provodi bez znanja druge organizacije i obavlja pomoću javno dostupnih podataka, i formalno, kad obje organizacije uz pomoć stručnjaka zajedno sudjeluju u procesu. Usporedba je provedena kada smo doznali zašto je netko bolji te provedli planirane akcije poboljšanja. Puka usporedba bez akcije ne može i nije proces uspoređivanja s najboljima.

Kad je riječ o društveno odgovornim inicijativama, dva su načina usporedbe. Prvi je evaluacijska procjena održivosti kojom se mjeri izvedba organizacija za nespacijaliziran auditorij. Ovakav oblik procjena najčešće rade organizacije i inicijative koje su povezane s tržištima vrijednosnih papira poput Dow Jones Sustainability Indeksa i FTSE4 Good. Drugi je oblik dijagnostička procjena održivosti usmjerena na detaljne informacije umjesto na ukupan rezultat te na prikupljanje konkretnih informacija o izvedbi organizacije u pojedinim područjima društveno odgovornog ponašanja, koje su joj snage i slabosti te kako se te izvedbene varijacije mogu objasniti.

Neke od međunarodno prihvaćenih metoda koje mogu poslužiti za procjenu izvedbe s aspekta društveno odgovornog ponašanja jesu:

- ISO 26000
- Smjernice za izvještavanje (GRI - Global Reporting Initiative)
- SA8000.

U Hrvatskoj je uspostavljen Indeks DOP-a, standard koji temeljito mjeri rezultate društveno odgovornog poslovanja poduzeća u Hrvatskoj. Najbolji su svake godine nagrađeni nagradom Indeks DOP-a.

Utjecaj na okoliš

engl. environmental impact / njem. die Auswirkungen auf die Umwelt / fr. impact sur l'environnement / tal. impatto sull'ambiente

Utjecaj na okoliš svaka je promjena u okolišu, negativna ili pozitivna, nastala potpuno ili djelomično kao rezultat aspekata okoliša neke organizacije (ISO EN ISO 14001).

Vidi: utjecaj poduzeća

Utjecaj poduzeća

engl. impact of an organization / njem die. Auswirkungen des Unternehmens / fr. impact de l'entreprise / tal. impatto d'impresa

Utjecaj poduzeća pozitivna je ili negativna promjena u društvu, gospodarstvu i okolišu, nastala potpuno ili djelomično kao posljedica prošlih i sadašnjih odluka i aktivnosti poduzeća (ISO 26000).

Indeks DOP-a: Pitanja ili djelovi pitanja iz područja 4, 5 i 6

GRI: EC8, EC9

GC: nema posebnih zahtjeva

V

Vizija

engl. vision / njem. die Vision / fr. vision / tal. visione

Vizija je izjava o tome što poduzeće želi postati. Ona je oblikovanje željene, idealne budućnosti za poduzeće; uzbudljiv organizacijski san koji obvezuje – potiče imaginaciju i motivira ljude da provjeravaju nove mogućnosti (inovativnost). Primjeri od V-1 do V-4 pokazuju da različita poduzeća imaju različit pristup osmišljavanju vizije.

Primjer V-1: Vizija HR PSOR-a

Posrijedi je razvijena i moderna Hrvatska u kojoj odgovoran i uspješan poslovni svijet dogovorno i suradnjom sa svim dionicima pridonosi poželjnim promjenama u društvu, ekonomiji i okolišu tako da i budući naraštaji imaju jednake mogućnosti zadovoljavanja svojih potreba.

Primjer V-2.: Vizija Autocesta Rijeka - Zagreb d.d.

Organizacija smo koja uči, organizacija koja se ponaša u skladu s profesionalnim i etičnim vrijednostima, surađuje s drugima i raste u skladu s razvojnim potrebama. Odabiremo put rasta, ali naš rast ne smije ugrožavati ljudske živote, biljni i životinjski svijet, krajolik kroz koji cesta prolazi. O tome vodimo računa u svim aspektima rada. Svoju opredijeljenost za održivi razvoj pokazujemo sustavnim razmatranjem ljudskih i ekoloških aspekata poslovanja.

Kao tvrtka želimo biti sinonim pažljivog i odgovornog odnosa prema korisnicima, društvenoj zajednici, zaposlenicima i okolišu, a isto tako želimo da prometnica kojom gospodarimo bude pojam najsigurnije, najkvalitetnije i najljepše ceste u Hrvatskoj i regiji.

Primjer V-3.: Vizija Banco Popolare Croatia d.d.

Banco Popolare želi biti vodeća banka na područjima na kojima djeluje, promičući čvrste i trajne vrijednosti, bliske našim klijentima. Komuniciramo povjerenje. Konkretno povjerenje. Banka smo okrenuta komunikaciji s klijentima.

Primjer V-4.: Vizija koncerna AGROKOR d.d.

Vizija društava koncerna Agrokor jest biti međunarodno relevantna kompanija koja postavlja nove standarde izvrsnosti u svim područjima svoga djelovanja. Naše ćemo ciljeve ostvariti usmjerenošću na održivi razvoj i rast poslovanja slijedeći svoje vrijednosti u svakom aspektu djelovanja:

portfelj: za naše kupce proizvodimo zdrave, kvalitetne i inovativne proizvode poštujući tradiciju te njihove potrebe i preferencije. Vertikalnom integracijom od poljoprivrede do proizvodnje krajnjih proizvoda kupcima osiguravamo veliki asortiman svježih, zdravih i domaćih proizvoda. Kroz vlastitu mrežu modernih i funkcionalno opremljenih maloprodajnih objekata nudimo im superiornu uslugu i ugodnu kupnju po povoljnim cijenama.

partneri: uspjeh naših kompanija usko je vezan uz stvaranje partnerskih odnosa s dobavljačima i kupcima. Naš je zajednički cilj povećanje dodane vrijednosti na održivi način.

zaposlenici: zaposlenike smatramo temeljem našeg uspjeha. Pružamo im sigurno i poticajno radno okruženje te mogućnost ostvarenja profesionalnih ciljeva i težnji, u kojem će njihov doprinos biti prepoznat i primjereno vrednovan.

okoliš: za svoje poslovanje odabiremo energetske učinkovite tehnologije kako bi naš utjecaj na okruženje u kojem poslujemo bio što manji. Poseban naglasak stavljamo na zbrinjavanje otpada i tretman otpadnih voda, kao i na očuvanje i održivo korištenje biološke raznolikosti, u skladu s praksom društveno odgovornog poslovanja.

zajednica: aktivnostima u zajednici u kojoj djelujemo potičemo stvaranje transparentnog i poticajnog poslovnog okruženja. Naš odnos sa zajednicom ostvarujemo također donacijama i sponzorstvima kojima podupiremo humanitarne aktivnosti, sportske i kulturne događaje, očuvanje kulturne baštine, znanstvene i obrazovne institucije te aktivnosti usmjerene na djecu i mlade.

Indeks DOP-a: Pitanja 1.2 i 2.1

GRI: nema posebnih zahtjeva

GC: nema posebnih zahtjeva

Vodeni otisak

engl. water footprint / njem. der Wasser-Fußabdruck / fr. empreinte eau / tal. impronta idrica

Stanovništvo s porastom životnoga standarda troši sve veće količine vode za piće, kuhanje, pranje i čišćenje, ali i za proizvodnju proizvoda poput hrane (proizvodi biljnog i životinjskog podrijetla), papirnatih proizvoda, pamučne odjeće, računala itd. Vodeni je otisak pokazatelj upotrebe vode, i izravne i neizravne. Primjer je izravne potrošnje vode za poljoprivrednika natapanje polja, a za kupca uzgojenih proizvoda to je neizravna potrošnja. Vodeni otisak pojedinca, zajednice ili poduzeća ukupna je potrošnja vode potrebna za proizvodnju proizvoda ili pružanje usluga.

Svijest o ugroženosti pitke vode potaknula je neke proizvođače da promijene dizajn proizvoda (dizajn prihvatljiv za okoliš) ili način proizvodnje, pa je u poljoprivredi dobar primjer promjena u načinu natapanja. Posebno je zanimljiv podatak o potrošnji vode za neke poljoprivredne kulture ili industrijske proizvode koji su veliki potrošači vode kao npr. papirna ili naftna industrija.

Vodeni otisak proizvoda složen je pokazatelj koji se dobije nizom proračuna i ovisi o brojnim čimbenicima, a pokazuje potrošnju vode prema izvoru i količini (obujmu) zagađene vode i prema vrsti zagađenja. Svi dijelovi vodenog otiska razmatraju se i ovisi o zemljopisnom položaju, trajanju, načinu proizvodnje, potrošnji itd.

Međunarodna organizacija Water Footprint Network WFN (www.waterfootprint.org) priredila je priručnik za procjenu vodenog otiska i podijelila ga na tri vrste vodenog otiska (tablica V-1):

- plavi, koji se odnosi na potrošnju "plave vode": površinske i podzemne vode u dobavljačkom lancu proizvoda. Potrošnja se odnosi na gubitak površinske i podzemne vode u porječju. Gubicima se smatra isparavanje, povratak u drugo porječje ili more ili ugradnja u proizvod

- zeleni, koji se odnosi na potrošnju "zelenih" vodnih resursa: prikupljene kišnice
- sivi, koji se odnosi na zagađenje i definiran je kao količina pitke vode potrebna za prihvaćanje ispuštena zagađenja s obzirom na prirodne koncentracije i kvalitetu vode recipijenta.

Mnoge su države uvelike eksternalizirale vlastiti vodeni otisak tako da uvoze proizvode s visokim vodenim otiskom. Takav pristup stvara pritisak na vodne resurse u državama izvoznicama, gdje često nedostaju mehanizmi mudra upravljanja vodnim resursima i njihova očuvanja. Veliku ulogu u upravljanju vodnim resursima imaju potrošači, proizvođači i neprofitne organizacije, a ne samo vlade.

Vodeni otisak kao informacija treba biti dostupan kupcima. Informacija o potrošnji vode obvezna je za kućanske aparate, na primjer perilice rublja.

Tablica V-1: Usporedni prikaz potrošnje vode po vrsti proizvoda i procijenjeni vodeni otisak prema www.waterfootprint.org.

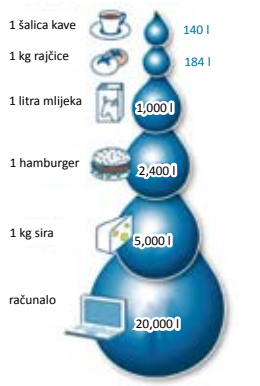
Proizvod	Potrošena voda	Vodeni otisak prema vrsti potrošene vode		
		zeleni %	plavi %	sivi %
1 l mlijeka	1000 l	85	7	8
1 kg šećera (od šećerne trske)	1800 l	67	27	6
1 kg kruha	1600 l	70	19	11
1 l pive	10000 l	85	6	9
1 kg govedine	15400 l	93	4	3



Vodeni se otisak može izračunati za državu, grad, poduzeće ili pojedinca. Organizacija WFN koristi se znakom za vodeni otisak (slika V-1).

Slika V-1: Znak za vodeni otisak

Kako bi se informiralo potrošače o vodenom otisku pojedinog proizvoda i potaknulo ih na odgovorniji odnos prema vodi, tom dragocjenom i osjetljivom resursu, priređuju se zanimljivi i poučni prikazi (slika V-2).



Izračun vodenog otiska

Koliko vode je potrebno upotrijebiti ili zagaditi da bi se proizveo uobičajeni proizvod

Slika V-2: Prikaz vodenog otiska proizvoda kojima se svakodnevno služimo

Vidi: označavanje, dizajn prihvatljiv za okoliš, čistija proizvodnja, upravljanje vodom

Indeks DOP-a: Pitanja od 4.B.1 do 4.B.4, 4.C.3 i 4.C.4

GRI: EN8, EN9, EN10, EN21, EN26

GC: nema posebnih zahtjeva

Vodstvo

engl. leadership / njem. die Führung / fr. leadership / tal. guida

Vođe uspostavljaju jedinstvo svrhe i upravljanja organizacijom. Oni trebaju stvarati i održavati unutarnje okruženje u kojemu se ljudi mogu posve uključiti u ostvarivanje ciljeva organizacije (HRN EN ISO 9000).

Vidi: upravljanje

Volonterstvo

engl. volunteering / njem. das Ehrenamt / fr. bénévolat / tal. volontariato

Volonterstvo ili dobrovoljan rad jedan je od temeljaca civilnog društva jer oživljava najplemenitija stremljenja čovječanstva: zauzimanje za mir, slobodu, mogućnost izbora, sigurnost i pravičnost za sve ljude.

Volonterstvo je praksa u kojoj ljudi rade za druge a da za to nisu motivirani financijskom ili materijalnom dobiti. Općenito se smatra altruističnom aktivnošću, radi promicanja dobara i unapređivanja kvalitete života ljudi. Ljudi također volontiraju kako bi stekli vještine a da za to ne traže novčanu pomoć od poslodavca ili neke druge organizacije.

U Republici Hrvatskoj predviđena je državna nagrada za volontiranje za određeno godišnje razdoblje. Nagrada se dodjeljuje:

- pravnim osobama – organizatorima volontiranja
- fizičkim osobama – volonterima.

Državna nagrada za volontiranje najviše je priznanje što ga Republika Hrvatska dodjeljuje za volontiranje, doprinos promicanju volonterstva i razvijanju volonter-skih aktivnosti. U Republici Hrvatskoj postoji i Hrvatska mreža volonter-skih centara (www.hmvc.net).

Sve je češći oblik organizirana volontiranja zaposlenika privatnih poduzeća kojim se ona služe kako bi dala dodatan doprinos razvoju zajednice.

Vidi: dobrovoljni rad zaposlenika, ulaganje u zajednicu

Vrednovanje uspješnosti zaposlenika

engl. evaluation of employee performance / njem. die Bewertung der Leistung der Mitarbeiter / fr. évaluation du rendement des employés / tal. valutazione delle performance dei dipendenti

Uprava definira dugoročne i kratkoročne ciljeve poduzeća za iduće razdoblje, te donosi plan i program za njihovo ostvarenje. Planom i programom određeno je tko će što napraviti u kojem razdoblju i s kojim sredstvima te koje su potrebne kompetencije. Zadaci obuhvaćaju svako radno mjesto i svakog zaposlenika. Kad završi godina, analizira se uspješnost poslovanja poduzeća, ali i uspješno postizanje ciljeva svakog pojedinog zaposlenika jer o tome ovisi i njegova nagrada. Nema općeg pristupa, već svako poduzeće određuje svoj način vrednovanja uspješnosti zaposlenika. U nekim poduzećima samo rukovoditelj ocjenjuje zaposlenika, a u drugima postoji mogućnost da i zaposlenici vrednuju posao nadređenih za koje također mogu biti određene nagrade. Vrednovanje uspješnosti zaposlenika mora biti jasno propisano: treba planirati vrijeme za razgovor zaposlenika i nadređene osobe, propisati podlogu za razgovor, analizirati rezultate provedbe plana i programa i organizacijske jedinice i samog zaposlenika i ocijeniti uspješnost. Ocjene mogu biti brojčane i slovne, ali u nekom dokumentu mora biti jasno njihovo značenje. Na kraju razgovora bilježe se prijedlozi za poboljšanja koji će biti dio budućeg plana i programa i nadređeni daje ocjenu s kojom bi se i zaposlenik trebao složiti, što nije uvijek tako.

Vidi: kompetencije

Indeks DOP-a: Pitanja 3.B.5 i 3.B.6

GRI: LA12GC: nema posebnih zahtjeva

GC: nema posebnih zahtjeva

Vrijednosti

engl. values / njem. der Wert / fr. valeurs / tal. valori

Vrijednosti su neopipljiva komponenta organizacije i odražavaju se u organizacijskoj kulturi. U pojedinca su uvelike određene kulturološkim kontekstom, religijom i obilježjima okoline u kojoj živi. Za pojedinca su one unutarnji osjećaj za ispravno i pogrešno postupanje te zapravo pripadaju naučenim obrascima ponašanja. Za poduzeće su načela poslovanja i važan dio društveno odgovornog ponašanja jer svojom aktivnošću i djelovanjem ono ih mora podržavati. Sve češće poduzeća javno ističu vrijednosti koje podržavaju.

Primjeri od V-5 do V-7 pokazuju da poduzeća vrijednosti za koje se zauzimaju iskazuju na različite načine.

Primjer V-5: Autocesta Rijeka - Zagreb

Uspostavljen je sustav vrijednosti ljudskih resursa putem kriterija sposobnosti i znanja, stalnim dodatnim edukacijama te primjerenom primjenom novih tehnologija i poslovnih metodologija.

Primjer V-6: Banco Popolare Croatia d.d.

Banco Popolare želi biti vodeća banka na područjima na kojima djeluje, promičući čvrste i trajne vrijednosti, bliske našim klijentima. Komuniciramo povjerenje. Konkretno vrijednosti.

Primjer V-7: Cemex Hrvatska d.d.

Mi želimo biti prepoznati kao najdinamičnija i najefikasnija tvrtka u svojoj industriji te kao pouzdan partner za sve svoje dionike.

Z

Zadovoljstvo kupca

engl. customer satisfaction / njem. die Kundenzufriedenheit / fr. satisfaction du client / tal. soddisfazione del cliente

Zadovoljstvo kupca njegova je predodžba o razini do koje su ispunjeni njegovi zahtjevi (HRN EN ISO 2000). Ono je osobni doživljaj i može se mijenjati od visokog stupnja zadovoljstva do vrlo niskog. Ako kupac vjeruje da su ispunjeni njegovi zahtjevi, osjećat će visoko zadovoljstvo. Ako vjeruje da nisu, osjećat će nisko zadovoljstvo. Kako je zadovoljstvo osobni doživljaj, kupac možda neće biti zadovoljan iako su ispunjeni svi zahtjevi ili ugovorne obveze. Vrlo često kupac svoje nezadovoljstvo ne iskazuje otvoreno.

Mnogo je načina za mjerenje zadovoljstva kupaca. Može se provesti istraživanje zadovoljstva i stajališta kupaca te prikupiti podaci o kvaliteti proizvoda (poslije dostave), a mogu se provjeravati aktivirana jamstva proizvoda, ispitati izvještaji distributera, proučiti kritike i pohvale kupaca i analizirati propuštene poslovne prilike. Najbolji pokazatelj bit će vjernost kupca određenom proizvodu i proizvođaču.

Vidi: kupac

Indeks DOP-a: Pitanja 5.B.1, 5.B.2, 5.B.5 i 5.B.6

GRI: PR5

GC: nema posebnih zahtjeva

Zagađenje

engl. pollution / njem. die Umweltverschmutzung / fr. pollution / tal. inquinamento

Zagađenje je unošenje tvari ili emisija stranih tvari u okoliš koje štetnim djelovanjem potiču rizik od propadanja, ugrožavaju zdravlje čovjeka i drugih bića i izazivaju kvalitativne promjene u okolišu. Zagađenje narušava samoregulaciju ekosustava i može prouzrokovati njegovu propast. Stupanj se dopuštene količine stranih tvari propisuje pa se zagađenim smatra stanje iznad maksimalno dopuštene koncentracije (MDK). Zagađenje je u svijetu u porastu. Ljudski elementi zagađivanja snažniji su od prirodnih elemenata. Za atmosferu je najveća opasnost od stakleničkih plinova, ponajprije od CO₂ koji desetak zemalja najviše ispušta u atmosferu. Postoji i genetsko, svjetlosno i druga zagađenja. Riječ zagađenje u hrvatskom je zakonodavstvu prevedena kao onečišćenje koje nema isto značenje. U Hrvatskoj je utvrđeno 2298 potencijalno zagađenih lokacija iako je vjerojatno taj broj i veći.

Zakonodavstvo Republike Hrvatske ne poznaje pojam zagađenje: prilikom prevođenja europskih dokumenata engleska riječ *pollution* prevedena je kao onečišćenje. Zagađenje je prije navedeno u starijim verzijama zakona (npr. Zakona o vodama) ili u današnje vrijeme u terminologiji kojom se služi primjerice Državni zavod za statistiku.

Akademici Pravdić i Cifrić smatraju pojam *onečišćenje* neprikladnim jer ga tumače kao svaki oblik promjene u okolišu koji nema pravnu težinu jer je riječ o promjenama koje ne osporavaju sposobnost okoliša da se samostalno obnovi, za razliku od zagađenja koje je trajno oštećenje okoliša.

Vidi: onečišćenje, načelo onečišćivač plaća

Indeks DOP-a: Pitanja 4.D.3 i 4.E.5

GRI: EN23, EN25

GC: Načelo 8

Zagovaranje

engl. advocacy / njem. die Fürsprache / fr. plaidoyer / tal. patrocinio

U širem smislu, zagovaranje okuplja skupine i pojedince koji žele utjecati na kreiranje, stvaranje i promjenu politika i ponašanja institucija koje nad njima imaju moć. U isto vrijeme, zagovaranje je temeljan i dugotrajan proces u demokratskim društvima u kojima skupine građana imaju pravo utjecati na politiku državnih institucija. Sudionici kampanje trebaju imati jasnu predodžbu o tome čije interese brane, odnosno tko su osobe koje imaju koristi od njihova zagovaranja.

Zagovaranje je proces djelovanja koji se služi instrumentima demokracije za otvaranje dijaloga o sadržaju novih politika i zakona. To je i akcija usmjerena promjeni politika, pozicija ili programa unutar bilo kojeg tipa institucije: od neprofitnih organizacija, ministarstava do međunarodnih organizacija.

Zagovaranje je skup tehničkih aktivnosti i znanja potrebnih da bi se aktivno potaknulo na promjene. Ono je također osnova aktivnoga građanstva, proces kroz koji obični ljudi mogu naučiti kako da sudjeluju u donošenju odluka na svim razinama. Identificirati prioritet, stvarati strategiju, kretati se naprijed, poduzimati akcije i postizati rezultate osnovni su koraci kako bi se čuli glasovi pojedinaca i kreirala budućnost. (Institute for sustainable communities, www.iscvt.org).

Zagovaranje je javno govorenje ili djelovanje u osobnu korist ili korist druge osobe. Ono može pomoći objasniti nečije poglede i želje, izraziti ih i predstaviti, pregovarati i riješiti sukob. Neki ljudi nisu dovoljno upoznati sa svojim građanskim pravima ili imaju poteškoće razumjeti ih. Drugi ne znaju samostalno zagovarati vlastita prava. Zagovaranje može pomoći ljudima da prevladaju kontrolu i odgovornost za odluke koje utječu na njihove živote (www.cambridgeshire.gov.uk).

Zagovaranje je podizanje i usmjeravanje pažnje zajednice ili poslovnog sektora na postojanje važnog pitanja i usmjeravanje donositelja odluka prema rješavanju postojeće situacije i promjeni nabolje. Zagovaranje obuhvaća rad s ljudima i organizacijama u ostvarenju održive promjene.

Zagovaranje se od lobiranja razlikuje po stupnju transparentnosti. Tipično je da je zagovaranje započeto u ranoj fazi donošenja odluke te se u raspravu o temi uključuju sve zainteresirane organizacije u obliku javne rasprave ili iznošenja argumenata. Lobiranje je proces koji pokušava u kasnoj fazi izrade neke politike ili dokumenta promijeniti odredbe u korist obično jedne manje skupine zainteresiranih organizacija, često na štetu ostalih dionika u procesu.

Srodni naziv: javno zagovaranje

Vidi: dionici

Indeks DOP-a: Pitanja 6.B.1 i 6.B.2

GRI: nema posebnih zahtjeva

GC: nema posebnih zahtjeva

Zahtjev

engl. requirement / njem. die Anforderung / fr.demande / tal.richiasta

Zahtjev je potreba, očekivanje ili obveza. Može biti izrečen ili ga mogu podrazumijevati organizacija, njezini kupci ili drugi dionici. Specificirani su zahtjevi oni koji su definirani (na primjer u dokumentu), a očekivani je zahtjev onaj koji je potreban, očekivan i dio uobičajene prakse.

Mnogo je vrsta zahtjeva. Neki od njih su zahtjevi kvalitete, kupca, upravljanja, proizvoda ili pravni zahtjevi.

Vidi: kvaliteta

Zainteresirana strana / interesne skupine

engl. interested and affected parties / njem. die Interessensgruppen / fr. parties prenantes / tal. parti interessate

Zainteresirana je strana pojedinac ili skupina na koje se odnosi ili na koje djeluje rezultat upravljanja okolišem neke organizacije (HRN EN ISO 14001). One imaju interes u uspjehu djelovanja neke organizacije. Zainteresirana strana može biti izravno pod utjecajem organizacije ili aktivno zabrinuta za njezino djelovanje. Ona može biti dio ili izvan organizacije. Primjeri su zainteresiranih strana kupci, dobavljači, vlasnici, partneri, zaposlenici, sindikati, banke ili šira javnost.

Interesna je skupina pojedinac ili skupina zabrinuta za ili na koje utječu rezultati okoliša neke organizacije (ISO 14001), bilo koja skupina na koju utječe program označavanja tipa I (ISO 14024), bilo koja skupina na koju utječe razvoj i upotreba programa označavanja ili deklaracija o okolišu (ISO/TR 14025), pojedinac ili skupina zabrinuta za ili na koju utječu rezultati okoliša sustava proizvoda ili rezultate životnog ciklusa proizvoda (ISO 14040).

U knjizi *Odvažnost nade*, američki predsjednik Barack Obama osvrnuo se na interesne skupine: "Nikada mi se nije naročito sviđao termin "interesne skupine", termin koji objedinjuje ExxonMobil i zidare, farmaceutski lobi i roditelje djece s posebnim potrebama koja pohađaju specijalizirano obrazovanje. Većina politologa vjerojatno se sa mnom ne bi složila, no prema mojemu sudu, postoji razlika između korporacijskog lobija, čiji se politički utjecaj temelji isključivo na novcu, i skupine istomišljenika – bilo da je riječ o tekstilnim radnicima, ljubiteljima vatrenog oružja, ratnim veteranima ili farmerima s obiteljskim gospodarstvom – koja se udružuje kako bi promicala svoje interese; između onih koji se služe svojom gospodarskom moći kako bi uvećali svoj politički utjecaj daleko više od onoga koji opravdava njihovo

vu brojnost i onih koji naprosto žele udružiti svoje glasove kako bi utjecali na svoje predstavnike. Prvi potkopavaju samu zamisao demokracije, potonji predstavljaju njezinu esenciju."

Interesno utjecajne skupine, zainteresirane strane ili interesne skupine upotrebljavaju se kao istoznačnica, u hrvatskom jeziku uvriježenoj riječi dionik.

Vidi: dionici, dionik

Zajednica

engl. community / njem. die Gemeinde / fra. communauté / tal. comunità

Zajednica je najčešće mala, socijalna skupina koja živi na nekom ograničenom prostoru s uspostavljenim pravilima o unutarnjim odnosima između članova. Glavnu ulogu u samoodrživosti i samoobnovljivosti pojedinih skupina ima tradicija i religija, koje moralnim normama i sustavom vrednota povezuju članove. Zajednica ima nešto zajedničko (materijalno ili duhovno) što je tvori i drži na okupu (životni prostor ili vjera). Ona se razlikuje od društva. Postoje zajednice sa specifičnim načinom života (primjerice, redovničke zajednice). U suvremenoj literaturi upotrebljava se pojam *građanska zajednica*. Zajednica se određuje s četiri aspekta: osjećaj dužnosti građana da sudjeluju u brizi za javne probleme, politička jednakost u pravima i obvezama svih, solidarnost, povjerenje i tolerancija među građanima; visoka stopa uključenosti građana u različite asocijacije koje razvijaju i jačaju norme i vrijednosti civilne zajednice.

U administrativnom smislu termin se primjenjuje za teritorijalne zajednice (lokalna zajednica) i na religijskom polju (vjerska zajednica). Primjenjuje se i na populaciju biljaka koje obitavaju na nekom području (biocenoza). Neke životinje žive kao jedinke, a druge u trajnoj (vrste majmuna) ili povremenoj zajednici (u vrijeme parenja). Ekosustav je zajednica različitih vrsta koje se dopunjuju, a biosfera globalna *zajednica života*. Zajednica života konceptualno je razumijevanje odnosa između različitih vrsta živih bića na nekom prostoru. Zemlja kao globalni ekosustav (biosfera) može se shvatiti kao zajednica života (*global community of life*).

Društveno odgovorno poslovanje model je poslovnog upravljanja koji uređuje odnose zajednice i poslovnog sektora. Omjer je to pozitivnih (radna mjesta, zapošljavanje, razvoj zajednice) i negativnih (zagađenja, uzurpacija prostora, buka) učinaka poslovnog subjekta na zajednicu i okoliš. Ti su odnosi uređeni zakonom, ali i nepisanim pravilima (vidi: društvena dozvola za rad) koja se očituju u protivljenju zajednice nekim poslovnim aktivnostima – opravdanom ili neopravdanom.

Upitnik Indeks DOP-a u poglavlju zajednica razmatra odnos poduzeća s lokalnim stanovništvom, organizacijama civilnog društva i lokalnom samoupravom, a oni mogu biti pozitivni i negativni. Poslovanje poduzeća utječe na lokalnu zajednicu zapošljavanjem stanovnika i plaćanjem poreza i ostalih davanja u lokalni proračun. Ovisno o djelatnosti, ono može utjecati na vrijednost nekretnina, na zdravlje stanovnika, na okoliš, promet i sl. Lokalna zajednica daje poduzeću društvenu dozvolu za rad, ali protestima mu može otežati poslovanje i negativno utjecati na njegov ugled. Lokalnu zajednicu treba pravodobno uključivati u postupke donošenja odluka i pružiti im pritom jasne i provjerljive informacije. Mnoga poduzeća u Hrvatskoj uglavnom imaju dobre odnose s lokalnom zajednicom (naslijeđe iz socijalizma) i pridonose njezinu razvoju.

Primjer Z-1: Nexe Grupa d.d. i lokalna zajednica

Program komunikacije s lokalnom zajednicom Našicecemento d.d. provodi u posljednjih pet godina. Cilj je u radu s djecom u vrtićima, osnovnim i srednjim školama, putem edukativnih radionica i učeničkih projekata, manifestacijom Dan otvorenih vrata te sponzorstvima za održavanje statusa međunarodne ekoškole, približiti lokalnoj zajednici poslovanje Našicecemento d.d. na pristupačan način. Dan otvorenih vrata je dan kada se vrata tvornice otvaraju članovima lokalne zajednice i ostalim zainteresiranim stranama. Posjetiteljima se predstavljaju proizvodnja i primjena cementa gledanjem filma, obilazak pogona pod stručnim vodstvom te projekti lokalne zajednice koji se ostvaruju uz pomoć Našicecemento d.d.

Vidi: lokalna zajednica, društvena dozvola za rad

Indeks DOP-a: Pitanje 2.4

GRI: SO1

GC: nema posebnih zahtjeva

Zajednica za društveno odgovorno poslovanje pri Hrvatskoj gospodarskoj komori

engl. Community for social responsibility at the Croatian Chamber of Economy

Hrvatska gospodarska komora (HGK) 2005. godine utemeljila je Zajednicu za društveno odgovorno poslovanje s ovim ciljevima:

- podizanje znanja i svijesti o društveno odgovornom poslovanju u svim sektorima društva te promicanje kodeksa poslovne etike unutar poslovnih subjekata
- organiziranje seminara i savjetovanja iz područja DOP-a prema prijedlozima gospodarstva u svrhu unapređivanja i razmjene dobre prakse iz Hrvatske, EU i svijeta
- sudjelovanje u radu nacionalnih povjerenstava koja se bave društveno odgovornim poslovanjem
- podizanje razine znanja u malom i srednjem poduzetništvu o društveno odgovornom poslovanju te poticanje izvještavanja s obzirom na financijske, okolišne i društvene učinke radi povećanja njihove konkurentnosti
- pokazivanje važnosti društveno odgovornog poslovanja u Hrvatskoj u kontekstu pridruživanja Europskoj uniji i podizanja konkurentnosti gospodarstva
- razvitak metodologije međusobne usporedbe s najboljima članicama HGK s obzirom na društveno odgovorno poslovanje
- praćenje i pokretanje zakonodavnih inicijativa i reformi radi stvaranja poticajnog okružja za konkurentno i društveno odgovorno poslovanje hrvatskih poduzeća.

Članom Zajednice za društveno odgovorno poslovanje može postati trgovačko društvo koje je potpisalo izjavu o prihvaćanju "Kodeksa etike u poslovanju" HGK, odnosno član Komore koji u svojem radu provode praksu društveno odgovornog poslovanja uz pisanu izjavu o pristupanju Zajednici.

Ciljevi su Zajednice usklađivanje interesa i obveza gospodarstva s društvenim interesima. To će se postizati sljedećim aktivnostima:

- usklađivanjem i formuliranjem zajedničkih interesa članica
- zastupanjem, promicanjem i zaštitom zajedničkih interesa pred državnim i drugim institucijama i udruženjima
- pokretanjem inicijative za donošenje i promjenu zakona i drugih propisa i mjera ako procijeni da je to od interesa za njezine članice
- sudjelovanjem s nadležnim organima u izradi i donošenju zakona, propisa i mjera u vezi sa zaštitom okoliša
- suradnjom s Vladom Republike Hrvatske u radu i provedbi nacionalnih programa kao što su Nacionalni program za sigurno gospodarenje kemikalijama, Nacionalni program za provedbu Montrealskog protokola u RH, Okvirne konvencije Ujedinjenih naroda o promjeni klime i dr.
- sudjelovanjem u međunarodnim projektima
- pružanjem stručne pomoći članicama Zajednice
- organizacijom različitih oblika stručnog obrazovanja svojih članica o najnovijim spoznajama i kretanjima iz zaštite okoliša u svijetu i u nas te razmjenom iskustava među članicama npr. o uspostavi sustava upravljanja okolišem
- rješavanjem i predlaganjem rješenja problema koji nisu spomenuti u prethodnim točkama, a od značaja su za članice Zajednice.

Zajednica u svom radu usko surađuje s vladinim tijelima, znanstvenim i stručnim institucijama, specijaliziranim tvrtkama za zaštitu okoliša, nevladinim organizacijama i drugim zainteresiranim stranama.

Zajednička provedba

engl. joint implementation / njem. die gemeinsame Umsetzung / fr. mise en œuvre conjointe / tal. attuazione congiunta

Zajednička je provedba u hrvatskom zakonodavstvu uvedena kao mehanizam zajedničkih projekata, a instrument je Kyotskog protokola za provedbu projekata za smanjenje ili uklanjanje emisije među strankama Priloga I, UNFCCC-a.

Nadzorni odbor mehanizma zajedničkih projekata – (JI Supervisory Committee) je međunarodno neovisno tijelo pri Tajništvu UNFCCC-a koje osigurava nadzor, pregled i registraciju projektnih aktivnosti mehanizma zajedničkih projekata.

Projektna je aktivnost provedba projekta mehanizma zajedničkih projekata, odnosno mehanizma čistog razvoja koji odobrava jedna ili više stranaka Priloga I. UNFCCC-a, u skladu s člankom 6, odnosno člankom 12 Kyotskog protokola i odlukama koje su prihvaćene na temelju UNFCCC-a ili Kyotskog protokola. U zajedničkom projektu sudjeluju država domaćin i država sudionica (Uredba o provedbi fleksibilnih mehanizama Kyotskog protokola).

Zaklada

engl. trust fund / njem. die Stiftung / fr. fondation / tal. fondazione

Prema Zakonu o zakladama i fundacijama:

- zaklada je imovina namijenjena da sama, odnosno prihodima što ih stječe, trajno služi ostvarivanju neke općekorisne ili dobrotvorne svrhe
- fundacija je imovina namijenjena da u određenom razdoblju služi ostvarivanju neke općekorisne ili dobrotvorne svrhe.

Općekorisna je u smislu ovoga Zakona ona svrha ispunjavanjem koje se općenito unapređuje kulturna, prosvjetna, znanstvena, duhovna, ćudoredna, sportska, zdravstvena, ekološka ili koja druga društvena djelatnost, odnosno svrha ili općenito materijalno stanje društva.

Dobrotvorna je u smislu ovoga Zakona takva svrha ispunjenjem koje se pruža potpora osobama kojima je potrebna pomoć. Zaklade su iznimno važan dio civilnog društva jer iskazuju individualnu svijest i odgovornost prema zajednici te promoviraju koncept aktivnih sudionika u društvu. Unapređujući društvene veze, zaklade pridonose postizanju pravednijeg društvenog okruženja. Zaklade mogu služiti kao dodatak ili nadopuna vladinih politika te utjecati na razvoj društvenog partnerstva povezujući poslovne krugove, nacionalnu i lokalnu vlast te nevladine organizacije u zajedničkom unapređivanju općeg dobra.

Primjer Z-2: Zaklada Grupa Adris

Usmjeravanjem sredstava iz vlastitog poslovanja u filantropske svrhe Grupa Adris (www.adris.hr) želi potvrditi svoje društveno odgovorno poslovanje te promicati koncept aktivnog sudjelovanja velikih i uspješnih kompanija u stvaranju pravednijeg društvenog okruženja za sve građane.

Primjer Z-3.: Zaklada "Prof. Zlata Bartl"

Godine 2001. Podravka je osnovala zakladu "Prof. Zlata Bartl" (www.podravka.hr/odgovornost/zaklade). Osnovna joj je ideja promicanje stvaralačkog i inovativnog rada studenata. Sredstva iz Podravkine Zaklade služe za dodjelu stipendija i potpora redovitim studentima dodiplomskih i poslijediplomskih studija, državljanima Republike Hrvatske. Aktivnosti su Zaklade pronalaženje talentiranih mladih ljudi i ulaganje u njihove vještine i znanje. Osnovni je cilj stalna potraga za novim idejama i vizijama. Podravka putem Zaklade stalno ulaže u mlade hrvatske znanstvenike i istraživače pridonoseći razvoju društva i zajednice.

Indeks DOP-a: Pitanja 6.A.3; 6.A.5 i 6.A.6.

GRI: nema posebnih zahtjeva

GC: nema posebnih zahtjeva

Zakonodavstvo

engl. legislation / njem. die Gesetzgebung / fr. législation / tal. legislazione

Zakonodavstvo je ukupnost državnih zakona ili državna funkcija donošenja zakona i drugih propisa. To je zajednički naziv za skup pravnih dokumenata (zakona, pravilnika, uredbi, odluka) koji uređuju ponašanje u nekom području djelovanja.

Zakonodavstvo predstavlja kontroliranje ljudskog ili društvenog ponašanja pomoću pravila i zabrana putem pravnih ograničenja koja određuje javni autoritet. Zakonodavstvo predstavlja upravljanje koje uključuje sankcije kao što su to globe.

Zakonodavstvom se obično pokušava omogućiti postizanje ciljeva koji drukčije ne bi bili ostvareni, proizvesti ili spriječiti posljedice u drukčijim razdobljima nego što bi drukčije bili postignuti ili spriječeni. Tako zakonodavstvo predstavlja provedbu ciljeva javnih politika. Jednostavan je primjer zakonodavstva kontrola ulaska na tržište, cijena, dohotka, odobrenja za investicijske projekte, učinke zagađenja, zaposlenja nekih struktura u nekim industrijama te normi kvalitete nekih vrsta proizvoda. Ekonomika zakonodavstva analizira ekonomske posljedice uvođenja ili ukidanja zakonodavstva i utjecaj tih aktivnosti na tržišno poslovanje.

Zakonodavstvo je vrlo važan mehanizam upravljanja smjerom razvoja gospodarstva i njegovom pravilnom uporabom može se potaknuti smjer razvoja gospodarstva u održivi razvoj. No isto se tako nepažljivim donošenjem odredbi znatno može narušiti konkurentnost gospodarstva i njegova mogućnost opstanka na tržištu. Također je vrlo osjetljivo područje zakonodavstva zaštita okoliša jer ono s jedne strane mora ograničiti aktivnosti štetne za okoliš, ali tako da istodobno ne sprječava industriju već je preusmjerava u čistije tehnologije ili modele poslovanja. Stoga je važno pri izradi zakonskih okvira uključiti u donošenje propisa sve korisnike zakonodavstva, i zaštitare okoliša i one čije se aktivnosti ograničavaju ili oporezuju. Također je poslije uvođenja propisa jako važno pratiti njegovo provođenje te ustanoviti postižu li se ciljevi zaštite okoliša i jesu li pri tome ugrožena poslovanja nekih gospodarskih sektora.

Primjer Z-4: Pravilnik o ambalaži i ambalažnom otpadu

Sredinom 2005. godine Ministarstvo zaštite okoliša, prostornog uređenja i graditeljstva donijelo je Pravilnik o ambalaži i ambalažnom otpadu propisujući čak nekoliko vrsta naknada za pojedine vrste ambalaže i značajno time poskupljujući poslovanje nekim sektorima gospodarstva. Iako se gospodarstvo udruženo u poslovne asocijacije kao što su to HR PSOR, HGK, HUP, Eko Ozra i neke druge suprotstavilo ovakvom obliku Pravilnika, nije mu pružena mogućnost sudjelovanja u izradi ovog propisa tako da predloži alternativni sustav koji će prikupljati spomenutu ambalažu, ali uza znatno manje troškove nije prihvaćen. Od početka 2006. godine do danas troškovi koje je gospodarstvo imalo na temelju ovog Pravilnika mjere se u milijardama kuna, a u trenutku pisanja ovog pojmovnika uhićeni su i pojedini djealnici Fonda za zaštitu okoliša (koji je ubirao ova sredstva) zbog netransparentnosti u vođenju sustava.

Vidi: propis

Zakonska sukladnost

engl. legal compliance / njem. die Einhaltung der Gesetze / fr. conformité aux lois / tal. conformità legale

Vidi: sukladnost

Zapis

engl. record / njem. der Rekord / fr. enregistrement / tal. registrare

Zapis je dokument koji navodi postignute rezultate ili daje dokaze o provedenim radnjama. Zapisi se mogu upotrebljavati npr. za dokumentiranje sljedivosti i za pružanje dokaza o verifikaciji, preventivnim i popravnim radnjama. Zapisi se općenito ne podvrgavaju preradbama. Zapisi dokumentiraju prošle događaje. Sadržaj i izgled zapisa može biti propisan, odnosno može biti uređen internim pravilima poduzeća (HRN EN ISO 9000).

Zapis je izvor podataka i informacija koje se mogu upotrijebiti pri izradi izvještaja.

Primjer Z-5: Zapisi (ne svi) o praćenju tijeka otpada sa stajališta poduzeća u kojem otpad nastaje

Propisi obvezuju proizvođače da popunjavaju različite obrasce s istim podacima te da ih šalju različitim organizacijama, na primjer: agencijama, Državnom zavodu za statistiku, ministarstvima i sl.

Vrijeme čuvanja zapisa može biti propisano, a prema Pravilniku o registru onečišćavanja okoliša, članku 5, podaci dostavljeni u Registar onečišćavanja okoliša čuvaju se deset godina, a prema Zakonu o otpadu treba ih čuvati pet godina.

Vidi: dokument

Zaposlenik

engl. employee / njem. der Arbeitnehmer / fr. employé / tal. dipendente

Prema Zakonu o radu, osobe koje obavljaju posao za poslodavca su:

- radnici
- volonteri, učenici i studenti koji kod poslodavca rad obavljaju na temelju posebnog propisa
- osobe koje poslove obavljaju za izdržavanja zatvorske kazne ili odgojne mjere
- osobe koje poslove obavljaju osobnim radom.

Srodni naziv: radnik, djelatnik

Zaštita okoliša

engl. environmental protection / njem. der Umweltschutz / fr. protection de l'environnement l'environnement / tal. tutela dell'ambiente

U Europskoj strategiji održivog razvoja od 2005. do 2010. godine zaštita okoliša istaknuta je zbog svoje važnosti, a odnosi se na očuvanje Zemljinih kapaciteta (prirodnih resursa, zajedničkih dobara) kako bi se podržao život u svojoj raznolikosti, poštujući ograničenost prirodnih resursa i osiguravajući visoku razinu zaštite i unapređivanja kvalitete okoliša. Isto tako, to znači spriječiti i smanjiti zagađenje okoliša te poticati održive obrasce proizvodnje i potrošnje kako bi se prekinula veza ekonomskog rasta i degradacije okoliša.

Zaštita okoliša odnosi se na sustav aktivnosti, tehničkih, pravnih i ekonomskih mjera te moralnih postupaka pojedinaca, institucija, države ili međunarodnih organizacija kojima je cilj očuvanje (prirodnog i kulturnog) okoliša od propadanja. U zaštiti okoliša na različite načine sudjeluju ekološke udruge i ekološki pokreti, države, različite agencije i gospodarske tvrtke u sklopu vlastite aktivnosti.

Dva su (načela) pristupa: preventivni i kurativni. Preventivni smjera sprječavanju negativnih posljedica, a kurativni njihovu uklanjanju. Nekoliko je stupnjeva zaštite: saniranje s kompenzacijom (*reparatura*), naknadno uvođenje mjera za ublažavanje štetnog utjecaja (*aditivna zaštita*), ekološko moderniziranje uvođenjem energetski učinkovitih tehnika (*integralna zaštita*) i ekološka obnova cjelokupne gospodarske strukture (*ekološka strukturna prilagodba*).

Zaštita prirode

engl. nature protection, nature conservation / njem. der Naturschutz / fr. protection de la nature / tal. tutela della natura

Zaštita prirode podrazumijeva bar tri aspekta: dužnosni, odnosno moralni (pojedinaac, udruge), institucionalni (uprave, ministarstva) i znanstveni (istraživanje zaštite prirode, metode i kriteriji za oblikovanje politike zaštite zahtijevane u prethodna dva aspekta).

Čovjek se oduvijek suprotstavljao prirodi, boreći se kao vrsta u početku za svoj opstanak u surovoj prirodi, potom za kvalitetniji život, a danas za zaštitu prirode. Posljedice njegova djelovanja imale su i ograničene učinke na prirodu. I u starim civilizacijama bilo je štetnih posljedica za prirodu (talionice metala u okolici Teherana utjecale su na nastanak goleti). Agrarne civilizacije i seljačka društva imali su svoje magijsko-religijske sustave ugrađene u način života – proizvodnju i potrošnju. Metabolizam tih društava bio je sličan ekološkom metabolizmu pa je u načinu korištenja prirode sadržavao i način njezine zaštite. Industrijalizacija donosi radikalne promjene odnosa prema prirodi. Čovjek mora sve više štiti prirodu da bi štiti sebe.

Završno postupanje s proizvodom

engl. end-of-life treatment–EoLT/ njem. die Endbehandlung mit dem Produkt / fr. traitement final du produit / tal. trattamento finale con prodotti

Vidi: gospodarenje otpadom, životni ciklus proizvoda

Zdravlje i sigurnost

engl. health and safety / njem. die Gesundheit und die Sicherheit / fr. santé et sécurité / tal. salute e sicurezza

Prema Zakonu o zaštiti na radu, poslodavac je dužan provesti potrebne mjere za zaštitu zdravlja i sigurnost radnika, uključujući planiranje, pripremu i provedbu radnog procesa, poštujući najvišu moguću razinu zaštite radnika i okoliša i uključujući zaštitu od profesionalnih opasnosti, osiguravajući potrebnu zaštitu i tehnološke uvjete, a ondje gdje je potrebno, dužan je izraditi odgovarajuće upute na hrvatskom jeziku.

Vidi: OHSAS 18001

Indeks DOP-a: Pitanja 3.D

GRI: LA8

GC: načelo 1

Zeleni konzumerizam

engl. green consumerism / njem. der Öko-Konsum / fr. consommation verte / tal. consumismo verde

Zeleni se konzumerizam tumači kao visoko demokratska strategija spašavanja planeta, suprotstavljajući se masovnom potrošačkom društvu industrijaliziranih zemalja. Temeljna je pretpostavka na odgovornosti potrošača za sadašnju krizu okoliša. Odgovornost je potrošača stoga da se informiraju o ključnim okolišnim problemima te da putem informacija dobivenih s proizvoda biraju samo one proizvode u kojih je negativan utjecaj na okoliš najmanji mogući. Smatra se kako, kada se osviještenost o problemima okoliša ureže u svijest građanstva, kupovna moć potrošačkog društva može prisiliti proizvođače da "ozelene" svoje proizvode i proizvodne procese uz prijetnju da će ih u protivnom "zeleni" kupci odbaciti na tržištu. Ako sve bude išlo prema planu, samo će poduzeća koja se prilagode "zelenim" kriterijima preživjeti. Ovaj pristup zaštititi okoliša u skladu je s našom kulturom i omogućuje većini ljudi da sudjeluju u donošenju odluka glasanjem putem kreditnih kartica.

Zeleni konzumerizam vidi većinu potrošača kao žrtve netočnih oglasnih poruka koje se čine visoko moralnima, ali nude loše informacije i služe se modom brige za okoliš kao posljednjim hita kojim će se okoristiti prije nego što krenu dalje.

Prema jednom pogledu, kriza je okoliša rezultat kvalitete proizvoda masovne potrošnje, a prema drugome, problem nije samo u kvaliteti nego i u obujmu

potrošnje. Za skeptike, zeleni konzumerizam može čak i povećati štetu za okoliš poticanjem potrošnje tipova proizvoda koji imaju percepciju bezopasnih (nema takve stvari kao što je zeleni ručak).

Zeleni kupci prisutni su već godinama, ali donedavno ih je bilo vrlo malo. Nastanak modernoga zelenog konzumerizma obično se pripisuje vremenu izvješća Naša zajednička budućnost koje je osvijestilo pitanje globalne ekološke krize. Godine 1987. britansko poduzeće "Body shop" dobilo je britansko priznanje "Kompanija godine". Za taj uspjeh bio je zaslužan zeleni konzumerizam s proizvodima koji su nosili obilježje "bez nasilja, minimalno pakirani, prirodni proizvodi". Razvoj je dosegao 20 novih prodavaonica u godini, što je inspiriralo neke autore za izdavanje priručnika o zelenoj ekonomiji i zelenoj potrošnji.

Zeleni konzumerizam stvara ravnotežu između očekivanja potrošača i poduzetničkih motiva za profitom u području zaštite okoliša. Sve se češće poziva na procjenu životnog ciklusa proizvoda jer potrošač ne samo da kupuje proizvod nego i sve što je ušlo u proizvodni ciklus te sve što će se u budućnosti dogoditi s proizvodom. Svi proizvodi utječu na okoliš, ma koliko bili maleni. Koncept zelenog konzumerizma usmjerava se i na proizvođača i njegov instinkt za opstankom koji će brzo odgovoriti na zahtjeve potrošača za proizvodima i uslugama koje su okolišno prihvatljive.

Vidi: zeleni marketing, konzumerizam

Zeleni marketing

eng. green marketing / njem. das grüne Marketing / fr. marketing vert / tal. marketing verde

Američka marketinška asocijacija (AMA) zelenim marketingom naziva oglašavanje proizvoda koji se smatraju okolišno sigurni. Prema toj definiciji, zeleni marketing ima široku paletu aktivnosti uključujući modifikaciju proizvoda, promjene u proizvodnom procesu, promjene u ambalaži te u oglašavanju. Ipak nije jednostavno definirati zeleni marketing jer je posrijedi više značenja koja su u suprotnosti. Primjer su različita društvena, okolišna i maloprodajna tumačenja pojmova vezanih uz ovaj termin. Drugi su istoznačni termini okolišni marketing i ekološki marketing. Termin se mora odgovorno upotrebljavati jer netočni ili pretjerani navodi podliježu regulatornim ili privatnim tužbama.

Prvi val zelenog marketinga započinje u osamdesetim godinama. Izvješćavanje o korporativnoj odgovornosti započinje s proizvođačem sladoleda Ben & Jerry koji je prvi svoje financijsko izvješće velikim dijelom zamijenio pogledom na utjecaj kompanije na okoliš, a nastavlja se objavom izvješća G. H. Bruntlad Naša zajednička budućnost.

Zeleni marketing mora biti ugrađen u sve aspekte razvoja proizvoda i komunikacije o proizvodu te sve faze između toga. Holistička priroda zelenog sugerira i da osim dobavljača i prodavača u ovom procesu moraju sudjelovati obrazovne institucije, zakonodavci, članovi zajednice, organizacije civilnog društva itd. Okolišna pitanja moraju biti usklađena s primarnim zahtjevima potrošača.

Prošlo desetljeće pokazalo je da je korištenje moći potrošača na poticanje pozitivnih okolišnih promjena lakše zamisliti nego provesti. Zeleni konzumerizam poka-

zuje kako, premda je želja većine potrošača da podrže ekološki sigurne proizvode, u stvarnom se životu to rijetko primjenjuje. Jedan od izazova zelenog marketinga nedostatak je normi o tome što je zapravo zeleno, odnosno nema definicije o tome koji je proizvod dovoljno dobar da bi se mogao proglasiti zelenim. Nedostatak konsenzusa između potrošača, proizvođača, oglašivača, aktivista i zakonodavca usporio je razvoj zelenih proizvoda. Unatoč tome zeleni marketing i dalje dobiva na snazi zbog rastućih ekoloških problema kao što su klimatske promjene.

Kritičari ovog koncepta smatraju da naš problem nije u kupovanju "nezelenih" proizvoda već u prevelikoj potrošnji: previše odjeće, jednokratne ambalaže, cipela, igraćaka i stvari koje nam zapravo nisu potrebne i koje ubrzo završavaju na otpadu. Zeleni marketing, smatraju kritičari, samo dotiče ovaj problem više da bi smirio savjest potrošača srednje klase nego da bi riješio probleme okoliša. Zato je koncept zelenog tako uspješan. Jer zapravo ne znači ništa osim što daje osjećaj dobre volje, osviještenosti i duhovnosti te nam pomaže da nastavimo lagati sami sebi. Jer briga za okoliš znači promijeniti naše ponašanje i praviti ozbiljne ustupke i žrtve. To znači reciklirati, ne bacati smeće, ne kupovati više nego što nam je potrebno, kompostirati organski otpad i slično.

Vidi: zeleno pranje, zeleni konzumerizam, etički marketing, marketing sa svrhom

Zeleni ovratnici

engl. green collars / njem, die grünen Halsbänder / fr. emplois verts / tal. green collars

U literaturi koja je povezana s područjima održivog razvoja, ekologije i posebno zaštite okoliša sve se više spominju radnici sa zelenim ovratnikom koji predstavljaju skupinu zaposlenika koji rade u sektorima gospodarstva povezanim s takozvanim zelenim tehnologijama i zaštitom okoliša. Njihov je cilj zadovoljiti rastuću potrebu gospodarstva za održivim razvojem pa primjenjuju dizajn primjenjiv za okoliš, politike i tehnologiju za poboljšanje zaštite prirode i osnaživanje održivosti. Formalna zakonom propisana ograničenja, jednako kao i neformalni društveni pritisci različitih dionika, sve više stvaraju potrebu za profesionalnim zaposlenicima koji se bave čistom, obnovljivom energijom, zaštitom ekosustava te učinkovitim i djelotvornim upravljanjem resursima. Ti su radnici na radnim mjestima povezanim s pokretom zaštite okoliša. Posrijedi su savjetnici povezani s održivim razvojem, inženjeri biosustava, arhitekti zelene gradnje, dizajneri sustava cjelovite pasivne zelene gradnje, inženjeri za razvoj i instalateri za uporabu solarne i energije vjetra, nuklearni inženjeri, socijalni poduzetnici i vlasnici zelenih poduzeća, odvjetnici koji se bave područjem održivog razvoja i ekosustavima, nastavnici ekologije te zaposlenici u prodaji proizvoda i usluga iz ovog područja.

Posebno je zanimljiva rasprava s obzirom na sadašnju krizu jer mnogi stručnjaci govore kako je upravo ovo područje u kojem bi se mogli stvoriti milijuni novih radnih mjesta i potaknuti razvojni ciklus globalne ekonomije.

Pojam radnika sa zelenim ovratnikom nastao je kao razrada dosadašnje podjele u stručnoj literaturi o radnicima s plavim ovratnikom (zaposleni u proizvodnji) te radnicima s bijelim ovratnikom (zaposleni u uredu ili na drugim neproizvodnim poslovima).

Zeleni pokret

engl. green movement / njem. die grüne Bewegung / fr. mouvement vert / tal. movimento verde

Zeleni pokret često se definira kao društveni pokret koji pokušava utjecati na političke procese lobiranjem, aktivizmom i obrazovanjem radi zaštite prirodnih resursa i ekosustava. On prepoznaje čovječanstvo kao sudionika, a ne neprijatelja ekosustava, a u središtu su mu zanimanja ekologija, zdravlje i ljudska prava. Okolišni aktivisti zagovaraju održivi razvoj resursa i odnosa prema okolišu promjenama u javnim politikama i ponašanju pojedinaca. Različitim načinima kao što su aktivizam i prosvjedi članovi zelenog pokreta pokušavaju prirodnom svijetu dati važniju ulogu u kreiranju ljudskog ponašanja.

Zeleni pokret znanstveni je, društveni i politički pokret. Predstavljaju ga različite organizacije koje okupljaju uglavnom mlađe nego što je inače tako s društvenim pokretima. Zbog svog velikog i osebujnog članstva, razlikuje se u pristupu te stoga nije potpuno jedinstven.

Početak zelenog pokreta često se povezuje s knjigom Rachel Carson "Tiho proljeće" (Silent Spring) i ambicioznim razvojem zakonodavstva koje je uslijedilo, a stvarno je korijenje zelenog pokreta u intelektualnoj misli 1830-ih i 1840-ih godina.

Zelena društvo

engl. green society / njem. die grüne Gesellschaft / fr. société verte / tal. società verde

Zelena društvo naziv je za deklariranje poželjnog i još neostvarenog društva ekološki svjesnih pojedinaca, ali i razlikuje se od današnjeg modernog društva. Nastao je u sklopu kritičkih ekoloških struja na prijelazu iz 20. u 21. stoljeće, osobito u sklopu ekofilozofije, dubinske ekologije, ekozofije i socijalne ekologije, potaknutih konceptom održivog razvoja i na kritici industrijskog društva. Zelena društvo treba postići tri skupine ciljeva: ciljeve održivosti, ciljeve mirovnog pokreta i ciljeve pokreta za socijalnu pravednost (Naess, 1995). Za postizanje zelenog društva, umjesto stranačkog političkog programa, osnova djelovanja platforma je dubinskog ekološkog pokreta.

Godine 2005. Svjetski dan okoliša obilježen je u San Franciscu, a tema je bila "Zeleni gradovi: Plan za planet!" (*Green Cities: Plan for the Planet!*).

Ova je tema odabrana zato što će u 21. stoljeću, prvi put većina svjetskog stanovništva živjeti u gradovima. Gradonačelnici brojnih gradova prisutni na skupu raspravljali su o sedam glavnih područja i 21 aktivnosti (tablica Z-1). Na kraju skupa potpisana je deklaracija o zelenim gradovima.

Tablica Z-1: Pregled tema i podtema važnih za zelene gradove

Tema	Potpodručja
Energija	Obnovljivi izvori energije Energetska djelotvornost Klimatske promjene
Smanjenje otpada	Nula otpada Odgovornost proizvođača Odgovornost potrošača
Planiranje naselja	Zelene zgrade Planiranje gradova Siromašni dijelovi (slamovi)
Gradska priroda	Parkovi Obnova staništa Divlji svijet
Prijevoz	Javni prijevoz Čista vozila Smanjenje gužvi
Zdravlje okoliša	Smanjenje otrova Sustav zdrave hrane Čist zrak
Voda	Dostupnost vode Zaštita izvora Smanjenje otpadnih voda

Vidi: lokalna zajednica, utjecaj poduzeća

Zelena pranje

engl. green washing / njem. das Greenwashing / fr. écoblanchiment / tal. lavaggio verde

Zelena pranje aktivnosti su kojima poduzeće ili organizacija posvećuju više vremena i resursa dokazujući da su zelene oglašavanjem i reklamiranjem nego što stvarno primjenjuje poslovnu praksu kako bi smanjile neželjen utjecaj na okoliš. Kao što pojam "bijelo pranje" označava "koordinirani pokušaj da se neželjene činjenice sakriju, pogotovo u političkom kontekstu", tako je i zeleno pranje isti pristup u kontekstu okoliša. Riječ je o bijelom pranju uporabom zelene četke. Klasičan je primjer marketinška kampanja proizvođača energije koja ističe ulaganje u zelene tehnologije dok u stvarnosti veći dio poslovne prakse to nije, ili hotelski lanac koji se oglašava kao "zeleni" zato što omogućuje gostima da spavaju na istim plahtama ili ponovno upotrebljavaju iste ručnike dok istodobno čini malo ili ne čini ništa u uštedi vode ili energije za osvjetljavanje, u kuhinji ili za prijevoz. Posrijedi može

biti i "zeleni" banki koja omogućuje on-line poslovanje te prodavaonica koja je "zeleni" jer omogućuje povrat plastične ambalaže.

Zeleno pranje loše je za okoliš jer potiče potrošače da čine nešto što je zapravo loše za okoliš. U najboljem slučaju ono tvrdi da je nešto dobro za okoliš dok je zapravo riječ o proizvodu koji nije ni bolji ni lošiji od prosječnog. Potrošače oglašavanje neistinitih tvrdnji može potaknuti da troše novac na proizvode za koje vjeruju da su dobri za okoliš iako oni zapravo to nisu.

Mudri proizvođači shvatili su da činiti dobro za okoliš zapravo povećava profitabilnost u mnogo slučajeva jer toliko je jednostavnih načina da smanje utjecaj na okoliš i unaprijede proizvode i procese pa je žalosno kad to ne čine. Stoga je važno obrazovati potrošače kako bi prepoznali kada je riječ o zelenom pranju. Tada zeleno pranje može proizvođaču nanijeti više štete nego koristi, šteti njegovu ugledu i prodaji proizvoda. Zato su važne akcije kao što je Indeks zelenog pranja koji pomaže raskrinkavanju zloupotrebe koncepta brige za okoliš. Time pomaže ekonomiji i zaštiti okoliša. U Hrvatskoj Indeks društveno odgovornog poslovanja (Indeks DOP-a) objavljuje rang-listu najodgovornijih poduzeća u državi i time pomaže potrošačima odabrati i podržati odgovorne proizvođače kupnjom njihovih proizvoda.

Vidi: Indeks društveno odgovornog poslovanja (Indeks DOP-a)

Zlostavljanje na radnome mjestu

engl. mobbing / njem. das Mobbing / fr. mobbing / tal. mobbing

Psiholog Heinz Leymann opisao je zlostavljanje na radnome mjestu 1984. godine kao "psihološki teror na radnom mjestu, odnosi se na neprijateljsku i neetičnu komunikaciju, koja je sustavno usmjerena od strane jednoga ili više pojedinaca prema, uglavnom, jednom pojedincu, koji je zbog zlostavljanja gurnut u poziciju u kojoj je bespomoćan ili u nemogućnosti obraniti se te držan u njoj pomoću stalnih aktivnosti zlostavljanja. Te aktivnosti odvijaju se s visokom učestalošću (statistička definicija: barem jednom u tjednu) i u duljem razdoblju (statistička definicija: najmanje šest mjeseci). Zbog visoke učestalosti i dugog trajanja neprijateljskog ponašanja to maltretiranje dovodi do značajne mentalne, psihosomatske i socijalne patnje".

No najpotpunija definicija zlostavljanja na radnom mjestu navedena je u novom francuskom zakonu o zlostavljanju, a glasi: "Zlostavljanje na radnom mjestu psihičko je maltretiranje koje se ponavlja putem akcija kojima je cilj ili posljedica degradacija radnikovih radnih uvjeta, a mogu uzrokovati napad i nanijeti štetu ljudskim pravima i ljudskom dostojanstvu, naštetiti fizičkom ili mentalnom zdravlju ili kompromitirati žrtvinu profesionalnu budućnost."

Zaštita od zlostavljanja na radnome mjestu može se svrstati u zaštitu dostojanstva radnika. Prema Zakonu o radu RH, teži je prekršaj poslodavca - pravne osobe ako ne imenuje osobu koja je osim njega ovlaštena primati i rješavati pritužbe za zaštitu dostojanstva radnika ili ako otkrije podatke utvrđene u postupku zaštite dostojanstva.

Srodne riječi: mobing

Vidi: dostojanstven rad

Značajka

engl. characteristic / njem. das Merkmal / fr. caractéristique / tal. caratteristica

Značajka je razlikovno obilježje nekoga ili nečega (HRN EN ISO 9000). Može biti svojstvena ili pridijeljena. Značajka može biti kvalitativna ili kvantitativna. Različite su vrste značajki, na primjer:

- fizičke (mehaničke električne, kemijske ili biološke značajke)
- osjetilne (koje se odnose na miris, dodir, okus, vid, sluh)
- značajke povezane s ponašanjem (uljudnost, poštenje, istinoljubivost)
- vremenske (točnost, pouzdanost, raspoloživost)
- ergonomске (fiziološke značajke ili one koje se odnose na sigurnost ljudi)
- funkcionalne (najveća brzina zrakoplova, najveća nosivost vozila).

Značajke su važne u poslovnim procesima, za konkurentnost proizvoda, poslovne odnose te odnose među ljudima općenito.

Zviždač

engl. whistleblower / njem. der Whistleblower / fr. lanceur d'alerte / tal. whistleblower

Zviždač je zaposlenik, bivši zaposlenik ili član poduzeća koji prijavi nelegalno postupanje odgovornim osobama ili nadležnim tijelima državne vlasti (www.antikorupcija.hr).

U Republici Hrvatskoj bilo je nekoliko poznatih slučajeva zviždača koji su, nažalost, zbog stanja u hrvatskom društvu ostali bez posla i bore se za svoja prava. Osnovana je i udruga Zviždač, koja još nema internetske stranice, ali je dovoljno da se upiše u pretraživač i dobije niz napisa o njoj. Udruga se bavi zaštitom zviždača. Tek kada se stvarno priznaju aktivnosti zviždača i nagrade njihovi istupi, a prekršitelji budu kažnjeni, moći će se govoriti o stvarnoj borbi protiv korupcije.

Zviždanje

engl. whistleblowing / njem. das Pfeifen / fr. sifflement / tal. fishchio

Posrijedi je prijavljivanje štetnog, nelegalnog postupanja.

Vidi: zviždač



Životni ciklus

engl. life cycle / njem. der Lebenszyklus / fr. cycle de vie / tal. ciclo di vita

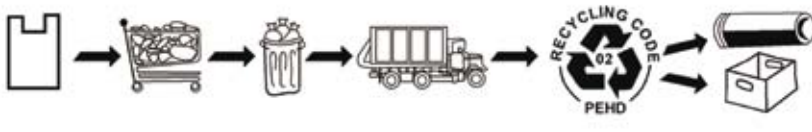
Svaki oblik života ima svoje vrijeme trajanja, odnosno vremenski ciklus. Slično je i s materijalima i proizvodima. Korištenje materijala (sirovina) nastoji se produžiti, a uporaba proizvoda skratiti. Suvremena tehnologija omogućila je skraćivanje "života" (trajanja uporabe) nekog proizvoda jer povećana konkurencija plasira nove proizvode na tržište. Time se dvojako potiče skraćivanje životnog ciklusa nekog proizvoda.

Vidi: procjena životnoga ciklusa proizvoda, životni ciklus proizvoda

Životni ciklus proizvoda

engl. life cycle of product / njem. der Lebenszyklus von Produkten / fr. cycle de vie des produits / tal. ciclo di vita dei prodotti

Naziv životni ciklus proizvoda označava ideju da se neki proizvod ili materijal ne promatra samo u konačnoj fazi kada se upotrebljava te da je njegova funkcionalnost optimalna, nego kao put u ukupnoj duljini trajanja njegova utjecaja – od dobivanja sirovine preko pripreme proizvodnje i same proizvodnje do upotrebe i postupanja s proizvodom kada mu prestane uporabna vrijednost. Stoga su se razvili i alati procjene utjecaja proizvoda na okoliš kao što su LCA (procjena životnog ciklusa proizvoda), ekodizajn i sl.



Slika Ž-1: Zanimljiv primjer plastične vrećice na kojoj je proizvođač prikazao njezin životni ciklus

U medijima su zaredali napisi i dokumentarni filmovi koji pokazuju da proizvođači često prikazuju samo dio životnog ciklusa proizvoda. Najčešće se ne zna prvi dio ciklusa, a to je pribavljanje izvorne, početne sirovine, na primjer vađenje minerala i dobivanja rijetkih metala, proizvodnja pamuka ili proizvodnja kave, proizvodnja pojedinih poluproizvoda / dijelova itd. Isto tako, postoje općenite informacije o tome što se s proizvodom događa kada postane otpad.

Vidi: procjena životnog ciklusa proizvoda, dizajn prihvatljiv za okoliš, životni ciklus

englesko-hrvatski >>>

francusko- hrvatski >>>

njemačko hrvatski >>>

talijansko-hrvatski >>>

ABECEDNI POPIS NA STRANIM JEZICIMA

Englesko – hrvatski

A

accountability – odgovornost pojedinca ili organizacije	Agenda 21 – program za 21. stoljeće
action – akcija	air contamination – onečišćenje zraka
activism – aktivizam	animal testing – ispitivanje (pokusi) na životinjama
activity – djelatnost	antiglobalisation movement – antiglobalizacijski pokret
added value – dodana vrijednost, novostvorena vrijednost	assessment of hazard – procjena opasnosti
advertising – oglašavanje	audit – audit
advocacy – zagovaranje	auditor – auditor
affirmative action – pozitivna akcija	

B

Basel convention – Baselska konvencija	brand – brand, robna marka, marka
benchmark – benchmark	brand management – upravljanje robnom markom
benchmarking – uspoređivanje s najboljima	branding – branding, upravljanje robnom markom, stvaranje robne marke
benefit – beneficija, povlastice	bribe – mito
best available techniques (BAT) – najbolja raspoloživa tehnika (NRT)	bribery – podmićivanje
best available technology – najbolja raspoloživa tehnologija	Brundtland commission - Komisija Gro Harlem Brundtland business case – poslovni slučaj / poslovni primjer
best practice – najbolja praksa	Business Charter for Sustainable Development - Poslovna povelja za održivi razvoj
biodiversity – biološka raznolikost	business ethics – poslovna etika
boycott – bojkot	

C

campaign – kampanja	cleaner production – čistija proizvodnja
capacity overshoot – prebacivanje kapaciteta	Cleaner Production Center - Hrvatski centar za čistiju proizvodnju (HRCČP)
carbon footprint - ugljikov otisak	climate changes – klimatske promjene
cause-related marketing – marketing sa svrhom	Club of Rome – Rimski klub
Caux Round Table (CRT)	code of conduct - Kodeks (poslovnog) ponašanja/ pravila (poslovnog) ponašanja
CERES principles – CERES-ova načela	code of ethics – etički kodeks
certificate – certifikat	collective agreement – kolektivni ugovor
certification – certifikacija	communication – komunikacija
characteristic – karakteristika, značajka	corporate governance – korporativno upravljanje
child labour – dječji rad	Corporate Responsibility Index – Indeks korporativne odgovornosti
civil society organizations (CSOs) – organizacije civilnog društva (OCD)	corporate social impact – društveni utjecaj poduzeća
clean development mechanism (DCM) – mehanizam čistog razvoja	

corporate social investment – društveno ulaganje poduzeća
Corporate Social Responsibility (CSR) – društvena odgovornost poduzeća
corrective action – popravna radnja
corruption - korupcija
Corruption Perceptions Index (CPI) - Indeks percepcije korupcije
cradle-to-grave – od kolijevke do groba
Croatian Business Council for Sustainable Development - Hrvatski poslovni savjet za održivi razvoj (HR PSOR)

Croatian Chamber of Economy – Hrvatska gospodarska komora
Croatian Standards Institute - Hrvatski zavod za norme (HZN)
cross-sector partnership – međusektorsko partnerstvo
CSR Europe (Corporate Social Responsibility) - Europska poslovna mreža za društvenu odgovornost
current state – sadašnje stanje
customer – kupac
customer focus – usmjerenost na kupca
customer satisfaction – zadovoljstvo kupca

D

dangerous jobs – radna mjesta s posebnim uvjetima rada
data - podatak
debt - dug
decent work – dostojanstven rad
design for environment (DfE) – dizajn prihvatljiv za okoliš
development – razvoj
digital divide – digitalni jaz

discrimination – diskriminacija
diversity – različitost / raznolikost
document – dokument
donation – donacija
donor – donator
Dow Jones Sustainability World Index (DJSI World) – DOW Jonesov indeks održivosti
due diligence – dubinska analiza

E

Earth Charter – Povelja o Zemlji
Earth Summit – Samit o Zemlji
Earth Overshoot Day / Ecological Debt Day – Dan ekološkog duga
ecodesign – dizajn prihvatljiv za okoliš, ekodizajn
eco-efficiency – ekodjelotvornost
eco-friendly products and services – proizvodi i usluge prihvatljivi za okoliš
eco-labelling – ekooznačavanje
ecological footprint – ekološki otisak
ecology – ekologija
Eco-Management and Audit scheme, EMAS – sustav upravljanja okolišem EMAS
economic instruments – ekonomski instrumenti
ecosystem - ekosustav
ecosystem degradation – degradacija ekosustava
eco-taxation - ekotakse
education – obrazovanje
effectiveness – efektivnost, učinkovitost
efficiency – djelotvornost, efikasnost
emission – emisija
emission trading - trgovanje emisijama
employee – zaposlenik
employee engagement - uključenost zaposlenika
employee evaluation – evaluacija zaposlenika
employee volunteering – dobrovoljni rad zaposlenika

employer - poslodavac
empowerment – osnaženje, samostalnost
Empowerment Index (EI) – Indeks osnaženja
end-of-life treatment – EoLT – završno postupanje s proizvodom
energy - energija
energy aspect – energetska aspekt
energy certificate – energetska certifikat
energy consumption – energetska potrošnja
energy efficiency – energetska djelotvornost
energy management – upravljanje energijom
energy management systems (Requirements with guidance for use) - ISO 50001 Sustavi upravljanja energijom
energy use - upotreba energije
environment – okoliš
environmental aspect – aspekt okoliša
environmental audit – audit okoliša
environmental due diligence – dubinska analiza okoliša
environmental impact assessment – EIA - Procjena utjecaja zahvata na okoliš
environmental liabilities – odgovornost za okoliš
environmental management systems, EMS – sustavi upravljanja okolišem

environmental movement – pokret za zaštitu okoliša
environmental performance – rezultat upravljanja okolišem
environmental policy – politika upravljanja okolišem
environmental protection – zaštita okoliša
environmental quality indicators – indikatori kvalitete okoliša, pokazatelji kvalitete okoliša
environmental target – cilj upravljanja okolišem
environmentally friendly products and services - proizvodi i usluge prihvatljivi za okoliš
environmental impact – utjecaj na okoliš

equal opportunities – jednake mogućnosti
equality – ravnopravnost
Equator Principles – Ekvatorska načela
ergonomics – ergonomija
ethical behaviour – etično ponašanje
ethical consumption – etična potrošnja
ethical decision making – etično odlučivanje
ethical sourcing – etična nabava
ethics - etika
evaluation of employee performance – vrednovanje uspješnosti zaposlenika
externalities – eksternalije

F

Fair Trade – poštena trgovina
Fairtrade Labelling Organizations International (FLO) - Međunarodna organizacija za označavanje poštene trgovine
fee for the emissions of carbon dioxide (CO₂) into the environment - naknada za ispuštanje ugljikova dioksida (CO₂) u okoliš
financial year – financijska godina

Forest Stewardship Council (FSC) – FSC Vijeće za nadzor šuma
foundation – fondacija
fraud – krađa
FTSE4Good index - FTSE4GOOD INDEKS
functional dependability – pouzdanost (funkcionalna)

G

gift – dar
Global Compact (GC) – Svjetski sporazum
Global Corruption Barometer – Globalni barometar korupcije
Global Reporting Guidelines – Smjernice za globalno izvještavanje
global warming – globalno zatopljenje
goal - cilj
green collars – zeleni ovratnici
green consumerism – zeleni konzumerizam

green marketing – zeleni marketing
green movement – zeleni pokret
green society – zeleno društvo
green washing – zeleno pranje
green-collar worker – radnik sa zelenim ovratnikom
greenhouse gases – staklenički plinovi
Greenhouse Gas Protocol (GHG Protocol) – Protokol o stakleničkim plinovima
gross added value – bruto dodana vrijednost
growth – rast

H

hazardous waste – opasan otpad
health and safety – zdravlje i sigurnost
Human Capital Index (HCL) – Indeks ljudskog kapitala

Human Development Index (HDI) – Indeks ljudskog razvoja
human resources – ljudski resursi
human rights – ljudska prava

I

impact of an organization – utjecaj poduzeća
indicator - pokazatelj
industrial ecology – industrijska ekologija
industry – industrija
information – informacija
informing – informiranje
infrastructure – infrastruktura
innovation – inovacija
integrated pollution prevention control – objedinjeni uvjeti zaštite okoliša

integrity – integritet
interested and affected parties – zainteresirana strana / interesne skupine
internal audit - unutarnji audit / interni audit
International business leaders forum (IBLF) – Međunarodni forum poslovnih vođa
International Chamber of Commerce – Međunarodna trgovinska komora
International norms of behaviour – Međunarodne norme ponašanja

J

Johannesburg Declaration on Sustainable Development – Deklaracija o održivom razvoju iz Johannesburga

joint implementation – zajednička provedba

K

Kyoto protocol – Kyotski protokol

L

labelling – označavanje
labour force – radna snaga
labour relations – radni odnosi
land contamination – onečišćenje tla
law - propis
leadership – vodstvo
learning – učenje
legal compliance - zakonska sukladnost
legislation – zakonodavstvo

liability – dužnost, obveza
life cycle – životni ciklus
Life Cycle Assessment (LCA) – procjena životnog ciklusa
life cycle of product – životni ciklus proizvoda
lobbying – lobiranje
local community – lokalna zajednica
local economic development – lokalni ekonomski razvoj

M

management – uprava, upravljanje
managerials ethics – menadžerska etika
Market - tržište
marketing ethics – marketinška etika
media sector – mediji
microfinancing – mikrofinanciranje
microlending – mikrokreditiranje
Millennium Development Goals (MDGs) – Milenijski razvojni ciljevi

mission – misija
mobbing – mobing, zlostavljanje na radnom mjestu
money laundering – pranje novca
Montreal Protocol – Protokol iz Montreala
moral responsibility – moralna odgovornost
morale – moral

N

nature - priroda
nature conservation – zaštita prirode
nature protection – zaštita prirode
nepotism – nepotizam
nonconformity – nesukladnost
non-financial reporting – nefinancijsko izvještavanje

non-profit organizations – neprofitna organizacija
non-renewable resources – neobnovljivi izvori
Occupational Health and Safety Management systems (OHSAS) - Norma za zaštitu zdravlja i sigurnosti na radu OHSAS 1800x
not in my back yard (NIMBY) – NIMBY

O

objective – cilj
Occupational Health and Safety Management systems (OHSAS) - Norma za zaštitu zdravlja i sigurnosti na radu OHSAS 1800x
OECD principles of corporate governance - OECD-ova načela korporativnog upravljanja
organic food – organska hrana
organization – organizacija

Organization for Economic Cooperation and Development (OECD) – organizacija za ekonomsku suradnju i razvoj
organizational climate – organizacijska klima
organizational culture – organizacijska kultura
outsourced process – izdvojeni proces
outsourcing – izdvajanje

P

partnership - partnerstvo
permit – dozvola
philanthropy – filantropija
policies – politike
political party – politička stranka
polluter pays principle – načelo onečišćivač plaća
pollution – zagađenje
pollution prevention – sprječavanje onečišćenja
poverty – siromaštvo
precautionary approach – pristup (načelo) predostrožnosti
pressure groups – grupe za pritisak
preventive action – preventivna radnja
principles – načela
Principles for Responsible Management Education (PRME) – načela odgovorene edukacije menadžmenta
principles of environmental protection – načela zaštite okoliša
principles of sustainable development of the Republic of Croatia – načela održivog razvoja Republike Hrvatske

privacy – privatnost
privatization – privatizacija
procedure – postupak
process – proces
process approach – procesni pristup
producer - proizvođač
producer responsibility – odgovornost proizvođača
product - proizvod
product take-back schemes – shema povrata proizvoda
public – javnost
public authority – javna vlast
public interest – javni interes
public participation – sudjelovanje javnosti
public procurement – javna nabava
public relations – odnosi s javnošću
public-private partnerships (PPP) - javno-privatno vlasništvo

Q

quality – kakvoća, kvaliteta
quality goal – cilj kvalitete
quality management – upravljanje kvalitetom
quality management principles – načela upravljanja kvalitetom

Quality Management Systems – sustavi upravljanja kvalitetom
quality policy – politika kvalitete

R

record – zapis	research and development (R&D) – istraživanje i razvoj
recycling – recikliranje	Restriction of Hazardous Substances (RoHS) – ograničenje od opasnih tvari
regulatory impact assessment - procjena učinaka / utjecaja propisa	review – preispitivanje
renewable energy resources – obnovljivi izvori energije	right of access to information – pravo na pristup informacijama
renewable resources – obnovljivi izvori	Rio Declaration on Environment and Development - Deklaracija o okolišu i razvoju iz Rio de Janeiroa
report – izvješće	risk – rizik
report verification – ovjera izvješća	risk management – upravljanje rizikom
reporting – izvještavanje	
reputation – reputacija, ugled	
requirement – zahtjev	

S

safe workplace principles – načela zaštite na radu	sponsorship – sponzorstvo
service - usluga	stakeholder – dionik, interesno-utjecajna skupina
shareholder – dioničar	standard – norma
site – lokacija	Standard on Corporate Social Responsibility - ISO 26000
small and medium sized enterprises (SMEs) – mala i srednja poduzeća	stockholder – dioničar
social contract – društveni ugovor, tripartitno partnerstvo	supplier - dobavljač
social dialogue – socijalni dijalog	supplier's audit – audit dobavljača
social entrepreneurship – socijalno poduzetništvo	supply chain – dobavljački lanac
social impact assessment – procjena utjecaja na društvo	sustainability - održivost
social licence to operate – društvena dozvola za rad	sustainability reporting guidelines – smjernice za izvještavanje o održivosti
social responsibility – društvena odgovornost	sustainable consumption – održiva potrošnja
social responsibility principles – načela društvene odgovornosti	sustainable consumption and production – održiva proizvodnja i potrošnja
society – društvo	sustainable development – održivi razvoj
Society for Sustainable Development - Društvo za oblikovanje održivog razvoja (DOOR)	sustainable development strategy – strategija održivog razvoja
sphere of influence – područje utjecaja	sustainable procurement – održiva nabava
	sustainable production – održiva proizvodnja

T

target – cilj	transparency – transparentnost (razvidnost)
technical reliability – pouzdanost (tehnička)	Transparency International – Transparency International
The Consumer Bill of Rights – Deklaracija o pravima potrošača	tripartite partnership - tripartitno partnerstvo
third party – treća strana	triple bottom line – trobilančni pristup
traceability – sljedivost	trust fund – zaklada

U

Universal Declaration on Human Rights – Opća deklaracija o ljudskim pravima

V

value chain – lanac vrijednosti
value creation – stvaranje vrijednosti
values – vrijednosti
vision – vizija

volunteering – volonterstvo
vulnerable group – ranjiva skupina
vulnerable groups – osjetljive skupine

W

waste – otpad
waste management – gospodarenje otpadom, upravljanje otpadom
water contamination – onečišćenje vode
water footprint - vodeni otisak
water management – gospodarenje vodom, upravljanje vodom
whistleblower – zviždač
whistleblowing – zviždanje
work/life balance – ravnoteža privatnog i profesionalnog života
worker – radnik
worker's rights – radnička prava

working environment – radna okolina
working place – radno mjesto
World Business Council for Sustainable Development – Svjetski poslovni savjet za održivi razvoj (WBCSD)
World Economic Forum – Svjetski ekonomski forum
World Fair Trade Organization (WFTO) – Svjetska organizacija za poštnu trgovinu
World Health Organization (WHO) – Svjetska zdravstvena organizacija
World Trade Organization (W TO) – Svjetska trgovinska organizacija

Z

zero tolerance on corruption – nulta stopa tolerancije na korupciju

Francusko – hrvatski

A

action – akcija

Action 21 – Program za 21. stoljeće

action corrective – popravna radnja

action positive – pozitivna akcija

action préventive – preventivna radnja

actionnaire - dioničar

activisme – aktivizam

activité – djelatnost

aliments biologiques – organska hrana

amélioration continue – neprekidno poboljšavanje, stalno poboljšavanje

analyse comparative – uspoređivanje s najboljima

analyse du cycle de vie – procjena životnog ciklusa

année financière – finansijska godina

apprentissage – učenje

approche processus – procesni pristup

approvisionnement durable – održiva nabava

approvisionnement éthique – etična nabava

aspect écologique – aspekt okoliša

aspect énergétique – energetski aspekt

audit – audit

audit environnemental – audit okoliša

audit fournisseur – audit dobavljača

audit interne - unutarnji audit / interni audit

auditeur – auditor

autonomisation – osnaženje, samostalnost

autorité publique - javna vlast

avantage concurrentiel – konkurentna prednost

B

Baromètre mondial de la corruption – globalni barometar korupcije

bénéfice – beneficija, povlastice

bénévolat – volonterstvo

bénévolat des employés – dobrovoljni rad zaposlenika

biodiversité – biološka raznolikost

blanchiment d'argent – pranje novca

boycottage – bojkot

branding – branding, upravljanje robnom markom, stvaranje robne marke

business case – poslovni slučaj / poslovni primjer

C

cadeau – dar

campagne - kampanja

caractéristique – karakteristika, značajka

certificat – certifikat

certificat de performance énergétique (CEP) – energetski certifikat

certification – certifikacija

chaîne de valeurs – lanac vrijednosti

chaîne logistique – dobavljački lanac

changements climatiques – klimatske promjene

Charte de la Terre – Povelja o Zemlji

Charte des entreprises du développement durable - Poslovna povelja za održivi razvoj

client – kupac

climat de l'organisation – organizacijska klima

Club de Rome – Rimski klub

code de conduite - Kodeks (poslovnog) ponašanja / pravila (poslovnog) ponašanja

code d'éthique – etički kodeks

commerce équitable – poštena trgovina

Commission Brundtland - Komisija Gro Harlem Brundtland

communauté – zajednica

communauté locale – lokalna zajednica

communication – komunikacija

compétence – kompetencija

compétitivité - konkurencija

comportement éthique – etično ponašanje

conception pour l'environnement – dizajn prihvatljiv za okoliš

conflit d'intérêts – sukob interesa

conformité – sukladnost

conformité aux lois – zakonska sukladnost

Conformité avec la loi – ispunjavanje zakonskih obveza

consommateur – potrošač

consommation d'énergie – upotreba energije

consommation d'énergie – energetska potrošnja
consommation durable – održiva potrošnja
consommation et production durables – održiva proizvodnja i potrošnja
consommation éthique – etična potrošnja
consomérisme – konzumerizam
consomérisme vert – zeleni konzumerizam
contamination – onečišćenje
contamination de l'air – onečišćenje zraka
contamination des sols – onečišćenje tla
contenu CO₂ - ugljikov otisak

contrat social – društveni ugovor, tripartitno partnerstvo
convention collective – kolektivni ugovor
Convention de Bâle – Baselska konvencija
corruption – korupcija, podmićivanje
création de valeur – stvaranje vrijednosti
croissance – rast
culture d'entreprise – korporacijska kultura
culture organisationnelle – organizacijska kultura
cycle de vie – životni ciklus
cycle de vie des produits – životni ciklus proizvoda

D

déchet dangereux – opasan otpad
déchets - otpad
Déclaration de Johannesburg sur le développement durable – Deklaracija o održivom razvoju iz Johannesburga
Déclaration de Rio sur l'environnement et le développement – Deklaracija o okolišu i razvoju iz Rio de Janeira
déclaration universelle des droits de l'homme – Opća deklaracija o ljudskim pravima
dégradation des écosystèmes – degradacija ekosustava
demande – zahtjev
dépassement de capacité – prebacivanje kapaciteta
dette – dug
développement – razvoj
développement de communauté – razvoj zajednice
développement durable – održivi razvoj
développement économique local – lokalni ekonomski razvoj

dialogue social – socijalni dijalog
direction – uprava
discrimination – diskriminacija
diversité – različitost / raznolikost
document – dokument
donateur – donator
donation – donacija
donnée - podatak
droit d'accès à l'information – pravo na pristup informacijama
droits de l'homme – ljudska prava
droits des consommateurs – prava potrošača
droits des travailleurs – radnička prava
du berceau à la tombe – od kolijevke do groba
due diligence – dubinska analiza
due diligence environnementale – dubinska analiza okoliša
durabilité – održivost

E

échanges d'émission - Trgovanje emisijama
écoblanchiment – zeleno pranje
éco-conception – ekodizajn
écologie – ekologija
écologie industrielle – industrijska ekologija
écosystème – ekosustav
éco-taxes – ekotakse
efficacité – djelotvornost, efikasnost, efektivnost, učinkovitost
efficacité énergétique – energetska djelotvornost
égalité – ravnopravnost
égalité des chances – jednake mogućnosti
électeurs - birači
émission - emisija
emplois dangereux – radna mjesta s posebnim uvjetima rada

emplois verts – zeleni ovratnici
employé – zaposlenik
employeur – poslodavac
empreinte de consommation – potrošački otisak
empreinte eau – vodeni otisak
empreinte écologique – ekološki otisak
énergie – energija
engagement des employés – uključenost zaposlenika
enregistrement – rekord
entrepreneuriat social – socijalno poduzetništvo
environnement – okoliš
environnement de travail – radna okolina
équilibre travail-vie privée – ravnoteža privatnog i profesionalnog života
étalon – benchmark

étalonnage – uspoređivanje s najboljima
état actuel – sadašnje stanje
éthique – etika
éthique des affaires – poslovna etika
éthique du marketing – marketinška etika
éthique managériale – menadžerska etika
étiquetage – označavanje
études d'impact environnemental (EIE) - procjena
utjecaja zahvata na okoliš
évaluation de l'impact réglementaire – procjena
učinaka / utjecaja propisa

évaluation des dangers – procjena opasnosti
évaluation des impacts sociaux – procjena utjecaja
na društvo
évaluation du personnel – evaluacija zaposlenika
évaluation du rendement des employés –
vrednovanje uspješnosti zaposlenika
expérimentation animale – ispitivanje (pokusi) na
životinjama
externalisation – izdavanje
externalités – eksternalije

F

fiabilité fonctionnelle – pouzdanost (funkcionalna)
fiabilité technique – pouzdanost (tehnička)
fondation – fondacija, zaklada
Forum économique mondial – Svjetski ekonomski
forum
fournisseur – dobavljač

fracture numérique – digitalni jaz
frais pour les émissions de dioxyde de carbone
(CO₂) dans l'environnement – Naknada za
ispuštanje ugljikova dioksida (CO₂) u okoliš
fraude – krađa

G

gaz à effet de serre – staklenički plinovi
gestion – upravljanje
gestion de la marque – upravljanje robnom markom
gestion de la qualité – upravljanje kvalitetom
gestion de l'eau – gospodarenje vodom, upravljanje
vodom
gestion de l'énergie - upravljanje energijom
gestion d'entreprise – korporativno upravljanje

gestion des déchets – gospodarenje otpadom,
upravljanje otpadom
gestion du risque – upravljanje rizikom
Global Reporting Initiative – Globalna inicijativa za
izvještavanje
groupe vulnérable – ranjiva skupina
groupes de pression – grupe za pritisak
groupes vulnérables – osjetljive skupine

I

impact de l'entreprise – utjecaj poduzeća
impact sur l'environnement – utjecaj na okoliš
indicateur – pokazatelj
indicateurs de base – ključni pokazatelji
indicateurs de la qualité de l'environnement –
pokazatelji / indikatori kvalitete okoliša
indice de développement humain – indeks ljudskog
razvoja
Indice de l'autonomisation – indeks osnaženja
indice de perception de la corruption – indeks
percepcije korupcije
Indice du capital humain – indeks ljudskog kapitala
Indice de responsabilité d'entreprise – indeks
korporativne odgovornosti

industrie – industrija
information – informacija
informer – informiranje
infrastructures – infrastruktura
innovation – inovacija
instruments économiques – ekonomski instrumenti
intégrité – integritet
intérêt public – javni interes
investissement dans la communauté – ulaganje u
zajednicu
investissement social des entreprises – društveno
ulaganje poduzeća

J

jour du dépassement – Dan ekološkog duga

L

lanceur d'alerte – zviždač
le traitement final du produit – završno postupanje s
proizvodom
leadership – vodstvo
l'éco-efficacité – ekodjelotvornost
l'éco-étiquetage – ekooznačavanje
l'éducation – obrazovanje
législation – zaklada
l'ergonomie - ergonomija
lieu de travail – radno mjesto

lignes directrices de la Global Reporting – smjernice
za globalno izvještavanje
lignes directrices pour les rapports sur la durabilité
– smjernice za izvještavanje o održivosti
Limitations d'utilisation de substances dangereuses
– ograničenje od opasnih tvari
l'impact social de l'entreprise – društveni utjecaj
poduzeća
l'indice de durabilité Dow Jones – DOW Jonesov in-
deks održivosti
lobbying – lobiranje

M

main-d'œuvre – radna snaga
marché – tržište
marchés publics – javna nabava
marketing vert – zeleni marketing
marque – brand, robna marka, marka
mécanisme de développement propre – mehanizam
čistog razvoja
médias – mediji
meilleure technologie disponible – najbolja
raspoloživa tehnologija
meilleures pratiques – najbolja praksa
meilleures techniques disponibles (MTD) – najbolja
raspoloživa tehnika (NRT)

mercatique engagé – marketing sa svrhom
microcrédit – mikrokreditiranje
microfinancement – mikrofinanciranje
mise en œuvre conjointe – zajednička provedba
mission – misija
mobbing – mobing, zlostavljanje na radnom mjestu
moral – moral
mouvement altermondialiste – antiglobalizacijski
pokret
mouvement environnemental – pokret za zaštitu
okoliša
mouvement vert – zeleni pokret

N

nature - priroda
népotisme – nepotizam
non-conformité – nesukladnost
norme – norma
normes internationales de comportement –
Međunarodne norme ponašanja

Norme sur la responsabilité sociale des entreprises
- ISO 26000

Normes d'hygiène et de sécurité au travail - Norma
za zaštitu zdravlja i sigurnosti na radu OHSAS 1800x i

O

objectif – cilj
objectif de qualité – cilj kvalitete
objectif environnemental – cilj upravljanja okolišem
objectifs du Millénaire pour le développement –
Milenijski razvojni ciljevi
organisation – organizacija
organisation à but non lucratif – neprofitna
organizacija

Organisation de coopération et de développement
économiques – Organizacija za ekonomsku suradnju
i razvoj

organisations de la société civil – organizacije
civilnog društva - OCD

orientation vers le client - usmjerenost na kupca

P

parrainage – sponzorstvo
partenariat – partnerstvo
partenariat intersectoriel – međusektorsko partnerstvo
partenariat tripartite - tripartitno partnerstvo
partenariats public-privé – javno-privatno vlasništvo
parti politique – politička stranka
participation du public – sudjelovanje javnosti
partie prenante – dionik, interesno-utjecajna skupina
parties prenantes – zainteresirana strana / interesne skupine
pas dans mon jardin - NIMBY
pauvreté – siromašan
performance environnementale – rezultat upravljanja okolišem
permis social d'exploiter – društvena dozvola za rad
permission – dozvola
petites et moyennes entreprises (PME) – mala i srednja poduzeća
philanthropie – filantropija
plaidoyer – zagovaranje
politique de qualité – politika kvalitete
politique environnementale – politika upravljanja okolišem
politiques – politike
pollution – zagađenje
pollution de l'eau – onečišćenje vode
pot-de-vin – mito
prévention de la pollution – sprječavanje onečišćenja
prévention et contrôle intégrés de la pollution – objedinjeni uvjeti zaštite okoliša
principe de précaution – pristup (načelo) predostrožnosti
principe pollueur-payeur – načelo onečišćivač plaća
principes – načela
principes de développement durable de la République de Croatie – Načela održivog razvoja Republike Hrvatske

principes de gestion d'entreprise de l'OCDE – OECD-ova načela korporativnog upravljanja
principes de la gestion de la qualité – načela upravljanja kvalitetom
principes de l'éducation responsable des managers – načela odgovorene edukacije menadžmenta
principes de protection de l'environnement – načela zaštite okoliša
principes de responsabilité sociale – načela društvene odgovornosti
principes de sécurité au travail – načela zaštite na radu
principes d'Equateur – Ekvatorska načela
principes du CERES – CERES-ova načela
prise de décisions éthique – etično odlučivanje
privatisation – privatizacija
privé – privatnost
procédure – postupak
processus – proces
processus externalisé – izdvojeni proces
producteur – proizvođač
production durable – održiva proizvodnja
production plus propre – čistija proizvodnja
produit – proizvod
produits et services respectueux de l'environnement – proizvodi i usluge prihvatljivi za okoliš
Projet de loi renforçant les droits, la protection et l'information des consommateurs – Deklaracija o pravima potrošača
protection de la nature – zaštita prirode
protéction de l'environnement – zaštita okoliša
protocole de Kyoto – Kyotski protokol
Protocole de Montréal – Protokol iz Montreala
protocole des gaz à effet de serre – Protokol o stakleničkim plinovima
public – javnost
publicité – oglašavanje

Q

qualité – kakvoća, kvaliteta

R

rapport – izvješće
rapports – izvještavanje
rapports non financiers – nefinancijsko izvještavanje
réchauffement climatique – globalno zatopljenje

recherche et développement (R&D) – istraživanje i razvoj
recyclage – recikliranje
redevabilité – odgovornost pojedinca ili organizacije

règlement - propis
relations de travail – radni odnosi
relations publiques – odnosi s javnošću
réputation – reputacija, ugled
responsabilité morale – moralna odgovornost
responsabilité – dužnost, obveza
responsabilité du producteur – odgovornost proizvođača
responsabilité environnementale – odgovornost za okoliš
responsabilité morale – moralna odgovornost
responsabilité sociale – društvena odgovornost

responsabilité sociale des entreprises (RSE) – društvena odgovornost poduzeća
responsabilité sociétale de l'entreprise – korporativna pripadnost
ressources énergétiques renouvelables – obnovljivi izvori energije
ressources humaines – ljudski resursi
ressources non renouvelables – neobnovljivi izvori
ressources renouvelables – obnovljivi izvori
révision – preispitivanje
risque – rizik

S

santé et sécurité – zdravlje i sigurnost
satisfaction du client – zadovoljstvo kupca
schème de récupération des produits – shema povrata proizvoda
service – usluga
sifflement – zviždanje
site - lokacija
société – društvo
société verte – zeleno društvo
Sommet de la Terre – Samit o Zemlji

sphère d'influence – područje utjecaja
stratégie de développement durable – strategija održivog razvoja
Système communautaire de management environnemental et d'audit – sustav upravljanja okolišem EMAS
systèmes de gestion de la qualité – sustavi upravljanja kvalitetom
systèmes de management environnemental – sustavi upravljanja okolišem

T

tierce partie – treća strana
tolérance zéro contre la corruption – nulta stopa tolerancije na korupciju
traçabilité – sljedivost
transparence – transparentnost (razvidnost)

travail décent – dostojanstven rad
travail des enfants – dječji rad
travailleur – radnik
triple bilan – trobilančni pristup

V

valeur ajoutée – dodana vrijednost, novostvorena vrijednost
valeur ajoutée brute – bruto dodana vrijednost
valeurs – vrijednosti

vérification de rapport – ovjera izvješća
vision – vizija

Njemačko - hrvatski

A

Abfall, r. – otpad	Anspruchseigner, r. – interesno-utjecajna skupina
Abfallmanagement, s. – upravljanje otpadom	Antiglobalisierungsbewegung, e. – antiglobalizacijski pokret
Abfallwirtschaft, e. – gospodarenje otpadom	Anzeige, e. – pokazatelj
Abrisspunkt, r. - benchmark	Äquator-Prinzipien, e. – Ekvatorska načela
Abschätzung der Folgen, e. – procjena učinaka / utjecaja propisa	Arbeiter, r. - radnik
Abweichung, e. – nesukladnost	Arbeitgeber, r. – poslodavac
Agenda 21, e. – Program za 21. stoljeće	Arbeitnehmer, r. – zaposlenik
Aktion, e. – akcija	Arbeitnehmerrechte, e. – radnička prava
Aktionär, r. – dioničar	Arbeitskräfte, e. – radna snaga
Aktivismus, r. – aktivizam	Arbeitsplatz, r. – radno mjesto
aktuelle Stand, r. – sadašnje stanje	Arbeitsumgebung, e. – radna okolina
Allgemeine Erklärung der Menschenrechte, e. – Opća deklaracija o ljudskim pravima	Armut, e. – siromašan
Anforderung, e. – zahtjev	Auswirkungen auf die Umwelt, e. - utjecaj na okoliš
Angaben, e. – podatak	Auswirkungen des Unternehmens - utjecaj poduzeća
Anspruchsberechtigte, r. – dionik	

B

Basler Übereinkommen, s. – Baselska konvencija	Betrug, r. – krađa
Belieferungskette, e. – dobavljački lanac	Bewertung der Leistung der Mitarbeiter, e. – vrednovanje uspješnosti zaposlenika
Bericht, r. – izvješće	Bewertung des Lebenszyklus, e. – procjena životnog ciklusa
Berichterstattung, e. – izvještavanje	Bildung, e. – obrazovanje
Beschränkung der Verwendung bestimmter gefährlicher Stoffe, e. – ograničenje od opasnih tvari	Bio-Lebensmittel, e. – organska hrana
beste Methode, e. – najbolja praksa	biologische Vielfalt, e. – biološka raznolikost
beste Praxis, e. – najbolja praksa	Bodenverunreinigung, e. – onečišćenje tla
beste verfügbare Technik (BVT), e. – najbolja raspoloživa tehnika (NRT)	Boycott, r. – bojkot
beste verfügbare Technologie, e. – najbolja raspoloživa tehnologija	Brundtland-Kommission, e. - Komisija Gro Harlem Brundtland
Bestechung, e. – mito, podmićivanje	Bruttowertschöpfung, e. – bruto dodana vrijednost
Beteiligung der Öffentlichkeit, e. – sudjelovanje javnosti	

C

CERES-Prinzipien, e. – CERES-ova načela	Charta für nachhaltige Entwicklung, e. - Poslovna povelja za održivi razvoj
Chancengleichheit, e. – jednake mogućnosti	CO ₂ -Fußabdruck, r. - ugljikov otisak
Charakteristik, e. – karakteristika	

D

Datum, s. - podatak	Dow Jones Nachhaltigkeitsindex, r. – DOW Jonesov indeks održivosti
Gesundheit und die Sicherheit, e. – zdravlje i sigurnost	
Dienst, r. - usluga	dreifache Bilanzkonzept, s. – trobilančni pristup
digitale Spaltung, e. – digitalni jaz	dreiseitige Partnerschaft, e. – tripartitno partnerstvo
Diskriminierung, e. – diskriminacija	Drittpartei, e. – treća strana
Dokument, s. – dokument	

E

Effektivität, e. – efektivnost	Entwicklung der lokalen Wirtschaft, e. – lokalni ekonomski razvoj
Effizienz, e. – djelotvornost, efikasnost	Entwicklung, e. – razvoj
Ehrenamt, s. – volonterstvo	Erd-Charta, e. – Povelja o Zemlji
Eigenschaften, e. - karakteristika	Ergonomie, e. – ergonomija
Einflussbereich, r. – područje utjecaja	Erklärung von Johannesburg über nachhaltige Entwicklung, e. – Deklaracija o održivom razvoju iz Johannesburga
Einhaltung der Gesetze, e. – ispunjavanje zakonskih obveza, zakonska sukladnost	Ermächtigungsindex, r. – indeks osnaženja
Emission, e. – emisija	erneuerbaren Energiequellen, e. – obnovljivi izvori energije
Emissionshandel, r. - trgovanje emisijama	erneuerbaren Ressourcen, e. – obnovljivi izvori
Endbehandlung mit dem Produkt, e. - završno postupanje s proizvodom	Ethik, e. - etika
Energie, e. - energija	Ethikkodex, r. – etički kodeks
Energieaspekt, r. – energetski aspekt	ethische Beschaffung, e. – etična nabava
Energieausweis, r. – energetski certifikat	ethische Entscheidungsfindung, e. – etično odlučivanje
Energieeffizienz, e. – energetska djelotvornost	ethische Verhalten, s. – etično ponašanje
Energiemanagement, s. – upravljanje energijom	Externalitäten, e. – eksternalije
Energieverbrauch, r. - upotreba energije, energetska potrošnja	

F

faire Handel, r. – poštena trgovina	Führung, e. – vodstvo
Fokus auf den Kunden, r. - usmjerenost na kupca	Funktionssicherheit, e. – pouzdanost (funktionalna)
Forschung und Entwicklung (F&E) – istraživanje i razvoj	Fürsprache, e. – zagovaranje
freiwillige Mitarbeiterereinsätze – dobrovoljni rad zaposlenika	

G

Gebühr für die Emissionen von Kohlendioxid (CO ₂) in die Umwelt, e. - naknada za ispuštanje ugljikova dioksida (CO ₂) u okoliš	Geldwäsche, e. – pranje novca
gefährdete Gruppe, e. – ranjiva skupina	Gemeinde, e. – zajednica
gefährdete Gruppen – osjetljive skupine	gemeinnützige Organisation, e. – neprofitna organizacija
Gefahrenbewertung, e. – procjena opasnosti	gemeinsame Umsetzung, e. – zajednička provedba
gefährlichen Abfälle, e. – opasan otpad	Gemeinschaftsentwicklung, e. – razvoj zajednice
gefährlichen Berufe, e. – radna mjesta s posebnim uvjetima rada	Gemeinschaftssystem für Umweltmanagement und Umweltbetriebsprüfung, s. – sustav upravljanja okolišem EMAS

Genehmigung, e. – dozvola
 Geschäftsfall, r. / Geschäftsrichtung, e. – poslovni slučaj / poslovni primjer
 Geschäftsführungsethik, e. – menadžerska etika
 Geschäftsjahr, s. – finansijska godina
 Geschäftsleitung, e. – uprava
 Geschenk, s. – dar
 Gesellschaft, e. – društvo
 gesellschaftliche Folgenabschätzung, e. – procjena utjecaja na društvo
 gesellschaftliche Unternehmensinvestition, e. – društveno ulaganje poduzeća
 gesellschaftliche Verantwortung, e. – društvena odgovornost
 gesellschaftlichen Einflüsse von Unternehmen, e. – društveni utjecaj poduzeća
 Gesellschaftsvertrag, r. – društveni ugovor, tripartitno partnerstvo
 Gesetz, s. - propis
 Gesetzgebung, e. – zakonodavstvo
 Gleichgewicht zwischen Beruf und Privatleben, s. – ravnoteža privatnog i profesionalnog života
 Gleichheit, e. – ravnopravnost

globale Erwärmung, e. – globalno zatopljenje
 globale Korruptionsbarometer, s. – globalni barometer korupcije
 Greenwashing, s. – zeleno pranje
 Grundsätze der Arbeitssicherheit, e. – Načela zaštite na radu
 Grundsätze der nachhaltigen Entwicklung der Republik Kroatien, e. – Načela održivog razvoja Republike Hrvatske
 Grundsätze der sozialen Verantwortung, e. – Načela društvene odgovornosti
 Grundsätze der verantwortungsbewussten Bildung der Geschäftsführung, e. – Načela odgovorne edukacije menadžmenta
 Grundsätze des Qualitätsmanagements, e. – Načela upravljanja kvalitetom
 Grundsätze des Umweltschutzes, e. – Načela zaštite okoliša
 grüne Bewegung, e. – zeleni pokret
 grüne Gesellschaft, e. – zeleno društvo
 grüne Marketing, s. – zeleni marketing
 grünen Halsbänder, e. – zeleni ovratnici
 Gruppenzwang, r. – grupe za pritisak

H

Haftung, e. – dužnost, obveza, odgovornost poduzeća ili organizacije
 Hauptindikatoren, e. – ključni pokazatelji
 Hersteller, r. - proizvođač

Herstellerverantwortung, e. – odgovornost proizvođača
 Humankapitalsindex, r. – indeks ljudskog kapitala

I

Indikator, r. – pokazatelj
 Indikatoren der Umweltqualität, e. – indikatori kvalitete okoliša, pokazatelji kvalitete okoliša
 Industrie, e. – industrija
 Industrielle Ökologie, e. – industrijska ekologija
 Information, e. – informacija
 Informieren, s. – informiranje
 Infrastruktur, e. – infrastruktura
 Innovation, e. – inovacija
 integrierte Vermeidung und Verminderung, e. – objedinjeni uvjeti zaštite okoliša
 Integrität, e. - integritet

Interessengruppe, e. – grupe za pritisak
 Interessensgruppen, e. - zainteresirana strana / interesne skupine
 Interessenskonflikt, r. – sukob interesa
 Interessensvertreter, r. – interesno-utjecajna skupina
 internationalen Verhaltensnormen, e. – Međunarodne norme ponašanja
 interne Audit, s.- unutarnji audit / interni audit
 Investitionen in das Gemeinwesen - ulaganje u zajednicu

K

Kampagne, e. – kampanja
 Kennzeichnung, e. - označavanje
 Kinderarbeit, e. – dječji rad
 kleine und mittlere Unternehmen (KMU) – mala i srednja poduzeća

Klimaveränderungen – klimatske promjene
 Kollektivvertrag, r. – kolektivni ugovor
 Kommunikation, e. - komunikacija
 Kompetenz, e. – kompetencija
 Konsumerismus, r. – konzumerizam

Kontamination, e. – onečišćenje
kontinuierliche Verbesserung, e. – stalno
poboljšavanje
Korrekturmaßnahmen, e. – popravna radnja
Korruption, e. – korupcija

Korruptionswahrnehmungsindex, r. – Indeks
percepcije korupcije
Kunde, r. – kupac
Kundenzufriedenheit, e. – zadovoljstvo kupca
Kyoto-Protokoll, s. – Kyotski protokol

L

Lebenszyklus von Produkten, r. – životni ciklus
proizvoda
Lebenszyklus, r. – životni ciklus
Leistungsfähigkeit, e. – učinkovitost
Leistungsvergleich, r. – uspoređivanje s
najboljima
Leitlinien für die Berichterstattung über
Nachhaltigkeit, e. – smjernice za izvještavanje o
održivosti

Lernen, s. - učenje
Lieferant, r. - dobavljač
Lieferantenprüfung, e. – audit dobavljača
Lobbying, s. – lobiranje
lokale Gemeinschaft, e. – lokalna zajednica
Luftverschmutzung, e. – onečišćenje zraka

M

Marke, e. – brand, robna marka, marka
Markenbildung, e. – stvaranje robne marke
Markenentwicklung, e. – branding, upravljanje
robnom markom
Markenführung, e. – upravljanje robnom markom
Marketing-Ethik, e. – marketinška etika
Markt, r. – tržište
Mechanismus für umweltverträgliche Entwicklung, r. –
mehanizam čistog razvoja
Medien, e. – mediji
Menschenrechte, e. – ljudska prava
menschenwürdige Arbeit, e. – dostojanstven rad
Merkmal, s. – značajka
Mikrofinanzierung, e. – mikrofinanciranje

Mikrokreditierung, e. – mikro
Millenniums-Entwicklungsziele, e. – Milenijski
razvojni ciljevi
Mission, e. – misija
Mitarbeiterengagement, r. - uključenost
zaposlenika
Mitwirkungsmöglichkeit, e. – osnaženje,
samostalnost
Mobbing, s. – mobing, zlostavljanje na radnom
mjestu
Montreal-Protokoll, s. – Protokoll iz Montreala
Moral, e. – moral
moralische Verantwortung, e. – moralna
odgovornost

N

nachhaltige Einkauf, r. – održiva nabava
nachhaltige Entwicklung, e. – održivi razvoj
nachhaltige Konsum, r. – etična potrošnja, održiva
potrošnja
nachhaltige Produktion und Verbrauch – održiva
proizvodnja i potrošnja
nachhaltige Produktion, e. – održiva proizvodnja
Nachhaltigkeit, e. – održivost
Nachprüfung eines Berichts, e. – ovjera izvješća
Natur, e. - priroda

Naturschutz, r. – zaštita prirode
Nicht in meinem Hinterhof – NIMBY
nicht-erneuerbaren Rohstoffe, e. – neobnovljivi
izvori
nichtfinanzielle Berichterstattung, e. – nefinancijsko
izvještavanje
Null-Toleranz bei Korruption, e. – nulta stopa
tolerancije na korupciju
Nutzen, r. – povlastica

O

OECD-Grundsätze der Unternehmensführung, e. -
OECD-ova načela korporativnog upravljanja
öffentliche Behörde, e. – javna vlast
öffentliche Beschaffungswesen, s. – javna nabava
öffentliche Interesse, s. – javni interes
Öffentlichkeit, e. - javnost
Öffentlichkeitsarbeit, e. – odnosi s javnošću
öffentlich-privaten Partnerschaften, e. – javno-
privatno vlasništvo
Ökodesign, s. – ekodizajn
Ökoeffizienz, e. – ekodjelotvornost
Ökokennzeichnung, e. - ekooznačavanje
Öko-Konsum, r. - consumismo verde
Ökologie, e. – ekologija
ökologische Fußabdruck, r. – potrošački otisak,
ekološki otisak

ökologische Sorgfaltsprüfung, e. – dubinska analiza
okoliša
Ökoschuldentag, r. – Dan ekološkog duga
Ökosteuern, e. - ekotakse
Ökosystem, s. – ekosustav
Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit
und Entwicklung, e. – Organizacija za ekonomsku
suradnju i razvoj
Organisation, e. - organizacija
Organisationen der Zivilgesellschaft, e. -
organizacije civilnog društva (OCD)
Organisationsklima, s. – organizacijska klima
Organisationskultur, e. – organizacijska kultura
Outsourcing, s. – izdvajanje
Outsourcing-Prozess, r. – izdvojeni proces

P

Partnerschaft, e. – partnerstvo
Personalbeurteilen, e. – evaluacija zaposlenika
Personalentwicklungsindex, r. – indeks ljudskog
razvoja
Personalwesen, r. – ljudski resursi
Pfeifen, s. – zviždanje
Philanthropie, e. - filantropija
Politik, e. – politike
politische Partei, e. – politička stranka
positiven Maßnahmen, e. – pozitivna akcija

Prinzipen, e. – načela
Privatisierung, e. - privatizacija
Privatleben, s. – privatnost
Produkt, s. - proizvod
Produktrücknahmesystem, s. – shema povrata
produktova
Prozess, r. - proces
prozessorientierte Ansatz, r. – procesni pristup
Prüfung, e. – audit

Q

Qualität, e. – kakvoća, kvaliteta
Qualitätsmanagement, s. - upravljanje kvalitetom
Qualitätsmanagementsysteme – sustavi upravljanja
kvalitetom

Qualitätspolitik, e. – politika kvalitete
Qualitätsziel, s. – cilj kvalitete

R

Recht auf Zugang zu Informationen, s. – pravo na
pristup informacijama
Rechte der Verbraucher, e. – prava potrošača
Recycling, s. – recikliranje
reine Produktion, e. – čistija proizvodnja
Rekord, r. – rekord
Reputation, e. – reputacija
Reputation, e. - ugled

Revisor, r. – auditor
Rio-Erklärung über Umwelt und Entwicklung, e. -
Deklaracija o okolišu i razvoju iz Rio de Janeiro
Risiko, s. – rizik
Risikomanagement, s. – upravljanje rizikom
Römische Club, r. – Rimski klub
Rückverfolgbarkeit, e. – sljedivost

S

- Schuld, e. – dug
Sorgfaltsprüfung, e. – dubinska analiza
soziale Betriebslizenz, e. – društvena dozvola za rad
soziale Dialog, r. – socijalni dijalog
Sozialunternehmertum, s. – socijalno poduzetništvo
Spende, e. – donacija
Spender, r. – donator
Standard, r. – norma
ständige Verbesserung, e. – neprekidno poboljšavanje
Standort, r. – lokacija
Stiftung, e. – fondacija
Stiftung, e. – zaklada
Strategie für nachhaltige Entwicklung, e. – strategija održivog razvoja

T

- Tätigkeit, e. – djelatnost
technische Zuverlässigkeit, e. – pouzdanost (tehnička)
Tierversuche, e. – ispitivanje (pokusi) na životinjama
Transparenz, e. – Transparentnost (razvidnost)
Treibhausgase, e. – staklenički plinovi
Treibhausgas-Protokoll, s. – Protokol o stakleničkim plinovima

U

- Übereinstimmung, e. – sukladnost
übergreifende Zusammenarbeit, e. – međusektorsko partnerstvo
Überprüfung, e. – preispitivanje
Überschwingen der Kapazitäten, s. – prebacivanje kapaciteta
Umwelt, e. – okoliš
Umweltaspekt, r. – aspekt okoliša
Umweltbewegung, e. – pokret za zaštitu okoliša
Umweltdesign, s. – dizajn prihvatljiv za okoliš
umweltfreundliche Produkte und Dienstleistungen – proizvodi i usluge prihvatljivi za okoliš
Umweltgipfel, r. – Samit o Zemlji
Umweltleistung, e. – rezultat upravljanja okolišem
Umweltmanagementsysteme – sustavi upravljanja okolišem
Umweltpolitik, e. – politika upravljanja okolišem
Umweltprüfung, e. – audit okoliša
Umweltschutz, r. – zaštita okoliša
Umweltschutzziel, s. – cilj upravljanja okolišem
Umweltverpflichtungen, e. – odgovornost za okoliš
Umweltverschmutzung, e. – zagađenje
Umweltverträglichkeitsprüfung, e. – procjena utjecaja zahvata na okoliš
Unternehmensethik, e. – poslovna etika
Unternehmensführung, e. – korporativno upravljanje
Unternehmenskultur, e. – korporacijska kultura
Unternehmensmitgliedschaft, e. – korporativna pripadnost
unternehmerische Gesellschaftsverantwortung, e. – društvena odgovornost poduzeća
unternehmerische Verantwortungsindex, r. – Indeks korporativne odgovornosti
Unterstützung, e. – sponzorstvo

V

- Verbraucher, r. – potrošač
Verbraucherschutz, r. – Deklaracija o pravima potrošača
Verfahren, s. – postupak
Verhaltenskodex, r. – Kodeks (poslovnog) ponašanja/ pravila (poslovnog) ponašanja
Vermeidung der Umweltverschmutzung, e. – sprječavanje onečišćenja
Verschiedenartigkeit, e. / Vielseitigkeit – različitost / raznolikost
Verschlechterung des Ökosystems, e. – degradacija ekosustava
Verursacherprinzip, s. – načelo onečišćivač plaća
Verwaltung, e. – upravljanje
vorbeugende Maßnahmen, e. – preventivna radnja
Vorsorgeprinzip, s. – pristup (načelo) predostrožnosti
Vetternwirtschaft, e. – nepotizam
Vision, e. – vizija
Vollständigkeit, e. – integritet
Von der Wiege bis zum Grab – od kolijevke do groba
Vorteil, r. – povlastica
Vorteile, e. – beneficija, povlastice

W

Wachstum, s. – rast	Wertschöpfung, e. – dodana vrijednost, novostvorena vrijednost, stvaranje vrijednosti
Wähler, e. – birači	Wertschöpfungskette, e. – dobavljački lanac, lanac vrijednosti
Warenmarke, e. – robna marka	Wettbewerbsfähigkeit, e. – konkurencija
Wasser-Fußabdruck - vodeni otisak	Wettbewerbsvorteil, r. – konkurentska prednost
Wasserverschmutzung, e. – onečišćenje vode	Whistleblower, r. – zviždač
Wasserwirtschaft, e. – gospodarenje vodom, upravljanje vodom	wirtschaftlichen Instrumente, e. – ekonomski instrumenti
Weltwirtschaftsforum, s. – Svjetski ekonomski forum	
Werbung, e. – oglašavanje	
Wert, r. – vrijednosti	

Z

Zertifikat, s. – certifikat	zweckgebundene Marketing, s. – marketing sa svrhom
Zertifizierung, e. – certifikacija	
Ziel, s. – cilj	

Talijansko – hrvatski

A

action préventive – preventivna radnja
affidabilità funzionale – pouzdanost (funkcionalna)
affidabilità tecnica – pouzdanost (tehnička)
Agenda 21 – Program za 21. stoljeće
alimenti biologici – organska hrana
ambiente - okoliš
ambiente di lavoro – radna okolina
amministrazione – uprava
analisi comparativa – uspoređivanje s najboljima
anno finanziario – financijska godina
anticonformismo – nesukladnost
appalti pubblici – javna nabava
apprendimento – učenje
approccio processuale – procesni pristup
approvvigionamento etico – etična nabava

approvvigionamento sostenibile – održiva nabava
aspetto ambientale – aspekt okoliša
aspetto energetico – energetski aspekt
attestato di certificazione energetica – energetski certifikat
attivismo – aktivizam
attività – djelatnost
attuazione congiunta – zajednička provedba
audit ambientale – audit okoliša
audit interno – unutarnji audit / interni audit
autorità pubblica – javna vlast
azione – akcija
azione affermativa – pozitivna akcija
azione correttiva – popravna radnja
azionista – dioničar

B

Barometro della corruzione globale – Globalni barometar korupcije
benchmarking – uspoređivanje s najboljima
beneficio – beneficija, povlastice
biodiversità – biološka raznolikost

boicottaggio – bojkot
branding – branding, upravljanje robnom markom, stvaranje robne marke
business internazionale leader nel forum – Međunarodni forum poslovnih vođa

C

cambiamenti climatici – klimatske promjene
campagna – kampanja
caratteristica – značajka
caratteristiche – karakteristika
Carta della Terra – Povelja o Zemlji
Carta delle imprese per lo sviluppo sostenibile - Poslovna povelja za održivi razvoj
caso aziendale – poslovni slučaj / poslovni primjer
catena del valore – lanac vrijednosti
catena di fornitura – dobavljački lanac
CERES principi – CERES-ova načela
certificato – certifikat
certificazione – certifikacija
ciclo di vita – životni ciklus
ciclo di vita dei prodotti – životni ciklus proizvoda
cittadinanza aziendale – korporativna pripadnost
cliente – kupac
clima organizzativo – organizacijska klima
Club di Roma – Rimski klub
codice di condotta – Kodeks (poslovnog) ponašanja/pravila (poslovnog) ponašanja

codice etico – etički kodeks
commercio equo e solidale – poštena trgovina
Commissione Brundtland – Komisija Gro Harlem Brundtland
comunicazione – komunikacija
competenza – kompetencija
comportamento etico – etično ponašanje
comunità – zajednica
comunità locale – lokalna zajednica
concorrenza – konkurencija
conflitto di interessi – sukob interesa
conformità – sukladnost
conformità legale – zakonska sukladnost
consumatore – potrošač
consumismo – konzumerizam
consumismo verde – zeleni konzumerizam
consumo di energia – energetska potrošnja
consumo di energia – upotreba energije
consumo e produzione sostenibili – održiva proizvodnja i potrošnja

consumo etico – etična potrošnja
consumo sostenibile – održiva potrošnja
contaminazione – onečišćenje
contratto collettivo – kolektivni ugovor
contratto sociale – društveni ugovor, tripartitno partnerstvo
Convenzione di Basilea – Baselska konvencija

corruzione – korupcija
corruzione – podmićivanje
creazione di valore – stvaranje vrijednosti
crescita – rast
cultura d'azienda – korporacijska kultura
cultura organizzativa – organizacijska kultura

D

dalla culla alla tomba – od kolijevke do groba
dati – podatak
datore di lavoro – poslodavac
debito – dug
degrado degli ecosistemi – degradacija ekosustava
dialogo sociale – socijalni dijalog
Dichiarazione di Johannesburg sullo sviluppo sostenibile – Deklaracija o održivom razvoju iz Johannesburga
Dichiarazione di Rio sull'ambiente e lo sviluppo sostenibile – Deklaracija o okolišu i razvoju iz Rio de Janeira
Dichiarazione sui diritti dei consumatori – Deklaracija o pravima potrošača
Dichiarazione universale dei diritti dell'uomo – Opća deklaracija o ljudskim pravima
dipendente – zaposlenik
dipendente volontariato – dobrovoljni rad zaposlenika

diritti dei consumatori – prava potrošača
diritti del lavoratore – radnička prava
diritti umani – ljudska prava
diritto di accesso alle informazioni – pravo na pristup informacijama
discriminazione – diskriminacija
disegno ambientale – dizajn prihvatljiv za okoliš
divario digitale – digitalni jaz
diversità – različitost / raznolikost
documento – dokument
donatore – donator
donazione – donacija
due diligence – dubinska analiza
due diligence ambientale – dubinska analiza okoliša

E

ecodisegno – ekodizajn
ecoeficienza – ekodjelotvornost
ecologia – ekologija
ecologia industriale – industrijska ekologija
ecosistema – ekosustav
ecotasse – ekotakse
educazione – obrazovanje
efficacia – efektivnost
efficienza – djelotvornost, efikasnost, učinkovitost
efficienza energetica – energetska djelotvornost
elettori – birači
emissione – emisija
energia – energija

equilibrio tra lavoro e vita privata – ravnoteža privatnog i profesionalnog života
ergonomia – ergonomija
esperimento su animali – esperimenti (pokusi) na životinjama
esternalità – eksternalje
esternalizzazione – izdvajanje
etica – etika
etica degli affari – poslovna etika
etica del marketing – marketinška etika
etica del processo decisionale – etično odlučivanje
etica manageriale – menadžerska etika
etichettatura ecologica – ekooznačavanje
etichettatura – označavanje

F

filantropia – filantropija
fischio – zviždanje
fondazione – fondacija
fondazione – zaklada
fonti energetiche rinnovabili – obnovljivi izvori energije

fornitore – dobavljač
fornitore di revisione – audit dobavljača
Forum Economico Mondiale – Svjetski ekonomski forum
frode – krađa

G

gas serra – staklenički plinovi
gestion du risque – upravljanje rizikom
gestione – upravljanje
gestione d'azienda – korporativno upravljanje
gestione dei rifiuti – gospodarenje otpadom, upravljanje otpadom
gestione della marca – upravljanje robnom markom
gestione della qualità – upravljanje kvalitetom
gestione delle acque – gospodarenje vodom, upravljanje vodom

gestione energetica – upravljanje energijom
giornata mondiale del debito ecologico – Dan ekološkog duga
green collars – zeleni ovrtnici
gruppi di pressione – grupe za pritisak
gruppi vulnerabili – osjetljive skupine
gruppo vulnerabile – ranjiva skupina
guida – vodstvo

I

impatto d'impresa - utjecaj poduzeća
impatto sociale d'impresa – društveni utjecaj poduzeća
impatto sull'ambiente – utjecaj na okoliš
impegno dei dipendenti – uključenost zaposlenika
imprenditorialità sociale – socijalno poduzetništvo
impronta consumistica – potrošački otisak
impronta di carbonio - ugljikov otisak
impronta ecologica – ekološki otisak
impronta idrica – vodeni otisak
indicatore – pokazatelj
indicatori di qualità ambientale – indikatori kvalitete okoliša, pokazatelji kvalitete okoliša
indicatori fondamentali – ključni pokazatelji
Indice del capitale umano – indeks ljudskog kapitala
Indice di empowerment – indeks osnaženja
Indice di percezione della corruzione – indeks percepcije korupcije

indice di responsabilità d'impresa – indeks korporativne odgovornosti
indice di sostenibilità Dow Jones – DOW Jonesov indeks održivosti
Indice di sviluppo umano – indeks ljudskog razvoja
industria – industrija
informare – informiranje
information – informacija
infrastruttura – infrastruktura
innovazione – inovacija
inquinamento – zagađenje
inquinamento atmosferico – onečišćenje zraka
inquinamento del suolo – onečišćenje tla
inquinamento delle acque – onečišćenje vode
integrità – integritet
interesse pubblico – javni interes
investimenti nella comunità – ulaganje u zajednicu
investimento sociale d'impresa – društveno ulaganje poduzeća

L

lavaggio verde – zeleno pranje
lavoratore - radnik
lavori pericolosi – radna mjesta s posebnim uvjetima rada
lavoro dignitoso – dostojanstven rad
lavoro infantile – dječji rad
legislazione – zakonodavstvo

licenza sociale ad operare – društvena dozvola za rad
linee guida della Global Reporting – smjernice za globalno izvještavanje
linee guida per il reporting di sostenibilità – smjernice za izvještavanje o održivosti
lobbying – lobiranje
luogo – lokacija

M

manodopera – radna snaga
marca – brand, robna marka, marka
marketing collegato ad una causa – marketing sa svrhom

marketing verde – zeleni marketing
meccanismo di sviluppo pulito – mehanizam čistog razvoja
media – mediji

mercato – tržište
microfinanziamento – mikrofinanciranje
microprestito – mikrokreditiranje
miglioramento continuo – neprekidno poboljšavanje,
stalno poboljšavanje
migliore pratica – najbolja praksa
migliori tecniche disponibili (MTD) – najbolja
raspoloživa tehnika (NRT)
migliori tecnologie disponibili – najbolja raspoloživa
tehnologija

missione – misija
mobbing – mobing, zlostavljanje na radnom mjestu
morale – moral
movimento antiglobalizzazione – antiglobalizacijski
pokret
movimento per la tutela ambientale – pokret za
zaštitu okoliša
movimento verde – zeleni pokret

N

natura – priroda
nepotismo – nepotizam
non nel mio cortile – NIMBY
norma – norma

Norma sulla responsabilità sociale - ISO 26 000
norme internazionali di comportamento –
Međunarodne norme ponašanja

O

Obiettivi di Sviluppo del Millennio – Milenijski razvojni
ciljevi
obiettivo – cilj
obiettivo di gestione ambientale – cilj upravljanja
okolišem
obiettivo di qualità – cilj kvalitete
organizzazione – organizacija
organizzazione non a scopo di lucro – neprofitna
organizacija

Organizzazione per la cooperazione e lo sviluppo
economico – Organizacija za ekonomsku suradnju
i razvoj
organizzazioni della società civile – organizacije
civilnog društva (OCD)
orientamento al cliente – usmjerenost na kupca

P

parametro – benchmark
pari opportunità – jednake mogućnosti
parte terza - treća strana
partecipazione del pubblico – sudjelovanje javnosti
partenariati pubblico-privati – javno-privatno
vlasništvo
partenariato – partnerstvo
partenariato intersettoriale – međusektorsko
partnerstvo
partenariato tripartito – tripartitno partnerstvo
parti interessate – zainteresirana strana / interesne
skupine
partita interessata – dionik
partito politico – politička stranka
patrocinio - zagovaranje
permesso – dozvola
piccole e medie imprese (PMI) – mala i srednja
poduzeća
politica di gestione ambientale – politika upravljanja
okolišem
politica di qualità – politika kvalitete
politiche – politike

portatore di interessi – interesno-utjecajna skupina
posto di lavoro – radno mjesto
povertà – siromašan
prestazioni ambientali – rezultat upravljanja
okolišem
prevenzione dell'inquinamento – sprječavanje
onečišćenja
prevenzione e riduzione integrate
dell'inquinamento – objedinjeni uvjeti zaštite
okoliša
principi – načela
principi d'Equatore – Ekvatorska načela
principi della responsabilità sociale – načela
društvene odgovornosti
principi dello sviluppo sostenibile della Repubblica
di Croazia – Načela održivog razvoja Republike
Hrvatske
principi di gestione della qualità – načela
upravljanja kvalitetom
principi di governo societario dell'OCSE – OECD-
ova načela korporativnog upravljanja
principi di sicurezza sul lavoro – načela zaštite na
radu

principi di tutela ambientale – načela zaštite okoliša
principi per l'educazione responsabile del management – načela odgovorene edukacije menadžmenta
principio "chi inquina paga" – načelo onečišivač plaća
principio di precauzione – načelo preostrožnosti
privatizzazione – privatizacija
procedura – postupak
processo – proces
processo esternalizzato – izdvojeni proces
prodotti e servizi ecocompatibili – proizvodi i usluge prihvatljivi za okoliš

prodotto – proizvod
produttore – proizvođač
produzione più pulita – čistija proizvodnja
produzione sostenibile – održiva proizvodnja
Protocollo di gas serra – Protokol o stakleničkim plinovima
protocollo di Kyoto – Kyotski protokol
Protocollo di Montreal – Protokol iz Montreala
pubbliche relazioni – odnosi s javnošću
pubblicità – oglašavanje
pubblico – javnost

Q

qualità – kakvoća, kvaliteta

R

rapporti di lavoro – radni odnosi
rapporto – izvješće
rapporto di verifica – ovjera izvješća
rapporto non finanziario – nefinancijsko izvještavanje
regalo – dar
registrare – rekord
regolamento – propis
relazione – izvještavanje
reputazione – reputacija
reputazione – ugled
responsabilità – dužnost, obveza, odgovornost
pojedina ili organizacije
responsabilità ambientale – odgovornost za okoliš
responsabilità del produttore – odgovornost
proizvođača
responsabilità morale – moralna odgovornost
responsabilità sociale – društvena odgovornost
responsabilità sociale d'impresa (RSI) – društvena
odgovornost poduzeća

restrizione dell'uso di sostanze pericolose –
ogranicenje od opasnih tvari
rete di imprese europee per la responsabilità
sociale d'impresa – Europska poslovna mreža za
društvenu odgovornost
revisione – audit, preispitivanje
ricerca e sviluppo (R&S) – istraživanje i razvoj
richiesta – zahtjev
riciclaggio – recikliranje
riciclaggio di denaro – pranje novca
rifiuti – otpad
rifiuti pericolosi – opasan otpad
riscaldamento globale – globalno zatopljenje
rischio – rizik
risorse non rinnovabili – neobnovljivi izvori
risorse rinnovabili – obnovljivi izvori
risorse umane – ljudski resursi
Rispetto della legge – ispunjavanje zakonskih
obveza

S

salute e sicurezza – zdravlje i sigurnost
scambio delle emissioni – trgovanje emisijama
schema di restituzione dei prodotti – shema povrata
proizvoda
scopo – cilj
servizio – usluga
sfera di influenza – područje utjecaja
Sistema comunitario di ecogestione e audit – Sustav
upravljanja okolišem EMAS
sistemi di gestione ambientale – sustavi upravljanja
okolišem

sistemi di gestione per la qualità – sustavi
upravljanja kvalitetom
società – društvo
società verde – zeleno društvo
soddisfazione del cliente – zadovoljstvo kupca
sostenibilità – održivost
sponsorizzazione – sponzorstvo
stato attuale – sadašnje stanje
strategia per lo sviluppo sostenibile – strategija
održivog razvoja

strumenti economici – ekonomski instrumenti
Summit della Terra – Samit o Zemlji
superamento della capacità – prebacivanje kapaciteta
sviluppo – razvoj

sviluppo della comunità – razvoj zajednice
sviluppo economico locale – lokalni ekonomski razvoj
sviluppo sostenibile – održivi razvoj

T

tangente – mito
tassa sulle emissioni di anidride carbonica (CO₂) nell'ambiente – Naknada za ispuštanje ugljikova dioksida (CO₂) u okoliš
tolleranza zero contro la corruzione – nulta stopa tolerancije na korupciju
tracciabilità – sljedivost

trasferimento di poteri – osnaženje, samostalnost
trasparenza – transparentnost (razvidnost)
trattamento finale con prodotti – završno postupanje s proizvodom
triplice resoconto – trobilančni pristup
tutela dell'ambiente – zaštita okoliša

U

uditore – auditor

uguaglianza – ravnopravnost

V

valore aggiunto – dodana vrijednost, novostvorena vrijednost
valore aggiunto lordo – bruto dodana vrijednost
valori – vrijednosti
valutazione del ciclo di vita – procjena životnog ciklusa
valutazione del pericolo – procjena opasnosti
valutazione del personale – evaluacija zaposlenika
valutazione delle performance dei dipendenti – vrednovanje uspješnosti zaposlenika
valutazione dell'impatto normativo della legge – procjena učinaka / utjecaja propisa

valutazione di impatto ambientale – procjena utjecaja zahvata na okoliš
valutazione di impatto sociale (VIS) – procjena utjecaja na društvo
vantaggio competitivo – konkurentska prednost
visione – vizija
vita privata - privatnost
volontariato – vodstvo

W

whistleblower – zviždač

Literatura >>>

LITERATURA

- Aaronson, S. A., Reeves, J. T. (2002): Corporate Responsibility in Global Village: The Role of Public Policy, National Policy Association, Washington DC
- Aaronson, S. A. (2003): Corporate Responsibility in the Global Village: The British Role Model and the American Laggard, *Business and Society Review*, 108, str. 309-338
- Abu Baker, N., Naser, K. (2000): Empirical evidence on corporate social disclosure (CSD) practices, *International Journal of Commerce and Management*, 10(3-4), str. 18-34
- Ackerman, R. W. (1973): How companies respond to social demands, *Harvard Business Review*, Boston, 51(4), str. 88-92
- Agarwal, S. K. (2008): Corporate Social Responsibility in India, Response – SAGE, Los Angeles etc.
- Agle, B. R., Mitchell, R. K., Sonnenfeld, J.A. (1999): Who matters to CEOs? An investigation of stakeholder attributes and salience, corporate performance, and CEO values, *Academy of Management Journal*, 42(1), str. 507–525
- Ahmad, R., Buttle, F. (2001): Customer retention: a potentially potent marketing management strategy, *Journal of Strategic Marketing*, 9, str. 29-45
- Ahmed, M. (2006): The Principles and Practice of Crisis Management – The Case of Brent Spar, Palgrave Macmillan, Basingstoke
- Albion, M. (2006): True to Yourself – Leading a Value-Base Business, Berrett-Koehler, San Francisco
- Aldag, R. J., Bartol, K. M. (1978): Empirical studies of corporate social performance and policy: A survey of problems and results, *Research in Corporate Social Performance and Policy*, 1, str. 165-199
- Allouche, J., Larouche, P. (2005): A meta-analytic investigation of the relationship between corporate social and financial performance, *Revue de Gestion des Ressources Humaines*, 57, str. 18-41
- Alsop, R. J. (2004): The 18 Immutable Laws of Corporate Reputation: Creating, Protecting, and Repairing Your Most Valuable Asset, Kogan Page, London
- Anderson, R. C. (1999): Mid-Course Correction: Toward a Sustainable Enterprise: The Interface Model, Peregrinzilla Press, Atlanta
- Andreson, S., Cavanagh, J., Lee, T. (2005): Field Guide to the Global Economy, The New Press, New York
- Andrews, K. (1989): Ethics in Practice, Harvard Business School Press, Boston
- Anić, V. (1991): Rječnik hrvatskog jezika, Novi liber, Zagreb
- Appleton Grant, E. (2009): Careers with Conscience – How to Make Corporate Social Responsibility Part of Your Job, Wetfeet, Philadelphia (PA)
- Aras, G., Crowther, D. (ed.) (2009): Global Perspectives on Corporate Governance and Corporate Social Responsibility, Gower, Farnham
- Arena, C. (2004): Cause for Success: 10 Companies That Put Profit Second and Came in First, New World Library, Novato (CA)
- Argandoña, A. (1998): The Stakeholder Theory and the Common Good, *Journal of Business Ethics*, 17, str. 1093-1102
- Argenti, P. P. (2005): Corporate Communication, 4th ed., McGraw-Hill/Irwin, New York etc.

- Atrill, P. (2006): *Financial Management for Decision Makers*, 4. izdanje, FT Prentice Hall, Harlow etc.
- Aupperle, K. E., Carroll, A. B., Hatfield, J. D. (1985): An empirical examination of the relationship between corporate social responsibility and profitability, *Academy of Management Journal*, 28 (2), str. 446-463
- Bačun, D. (2009) *ZNAKOVI: Priručnik o znakovima na proizvodima i ambalaži*. Zagreb: HR PSOR
- Badaracco, J. L., Jr. (1998): The Discipline of Building Character, *Harvard Business Review*, 76(2), str. 89-113
- Baets, W., Oldenboom, E. (2009): *Rethinking Growth - Social Intrapreneurship for Sustainable Performance*, Palgrave Macmillan, Basingstoke
- Balbanis, G., Phillips, H. C., Lyall, J. (1998): Corporate social responsibility and economic performance in the top British companies: are they linked?, *European Business Review*, 98(1), str. 25-44
- Balch, O. (2004): Raising the Bar of Performance, *Financial Times*, 29. studeni 2004.
- Balogun, J., Hope Hailey, V. (2004): *Exploring Strategic Change*, Prentice Hall, Harlow etc.
- Banasiewicz, A. (2005): Loyalty program planning and analytics, *Journal of Consumer Marketing*, 22(6), str. 332-339
- Banerjee, N. (2002): BP Pulls out of a Campaign to Open up Alaska Area, *New York Times*, 26. studeni 2002
- Baračkai, Z., Velencei, J., Dörfler, V. (2005): *Majstor i kalfa*, Sinergija, Zagreb
- Barmmer, S. J., Pavelin, S. (2006): Corporate Reputation and Social Performance: The Importance of Fit, *Journal of Management Studies*, 43(3), str. 435-455
- Barney, J. (1991): Firm resources and sustained competitive advantage, *Journal of Management*, 17(1), str. 99-120.
- Barney, J. B. (1995): Looking Inside for Competitive Advantage, *Academy of Management Executive*, 9(4), str. 49-61
- Baron, D. P. (2006): *Business and Its Environment*, 5. izdanje, Pearson – Prentice Hall, Upper Saddle River (NJ)
- Bartlett, J. L (2005): Addressing concerns about legitimacy: A case study of social responsibility reporting in the Australian banking industry, 34th European Marketing Academy Conference 2005, Milano
- Batstone, D. (2003): *Saving the Corporate Soul & (Who Knows?) Maybe Your Own*, Jossey-Bass, Hoboken (NJ)
- Beauchamp, T. L., Bowie, N. E. (ur.) (1997): *Ethical theory and business*, Prentice Hall, Upper Saddle River (NJ)
- Beck, D., Cowan, C. (1996): *Spiral Dynamics: Mastering Values, Leadership and Change*, Blackwell Publishing, Malden
- Beder, S. (2006): *Suited Themselves: How Corporations Drive the Global Agenda*, Earthscan, London
- Bennett, M. (1999): Sustainable measures, Evaluation and reporting of environmental and social performance, Greenleaf Publishing, Sheffield UK
- Bennet, W. J. (2000): *The Index of Leading Cultural Indicators American Society at the End of the 20th Century*, WaterBrook Press, Colorado Springs (CO)

- Bennett, R., Rundle-Thiele, S. (2004): Customer Satisfaction should not be the only goal, *Journal of Services Marketing*, 18(7), str. 514-523
- Bennis, W. (1997): Cultivating Creative Genius, *Industry Week*, 18. kolovoz 1997., str. 88
- Bennis, W. (2004): Valuing a Culture of Candor, Special Report on Leadership, European Business Forum
- Bernstein, P. L. (1996): *Against the Gods – The Remarkable Story of Risk*, John Wiley and Sons, New York etc.
- Block, P. (2002): The answer to how is yes - Acting on what matters, Berrett-Koehler, San Francisco
- Boatright, J. R. (2007): *Ethics and the Conduct of Business*, 5. izdanje, Pearson – Prentice Hall, Upper Saddle River (NJ)
- Bortoft, H. (1996): *The Wholeness of Nature - Goethe's Way of Science*, Floris Books, Edinburgh
- Bowden, A. R., Lane, M. R., Martin, J. H. (2001): *Triple Bottom Line Risk Management: Enhancing Profit, Environmental Performance and Community Benefit*, John Wiley & Sons, New York etc.
- Bowen, H. R. (1953): *Social responsibilities of the businessman*, Harper & Row, New York
- Bowie, N. E. (1998): A Kantian Theory of Meaningful Work, *Journal of Business Ethics*, 17, str. 1083-1092
- Boyd, D. R. (2003): *Unnatural Law: Rethinking Canadian Environmental Law and Policy*, UBC Press, str. 72-79
- Brady, A. (2003): What is driving corporate responsibility?, *Corporate Environmental Strategy: International Journal for Sustainable Business*, 10(8), str. 43-49
- Brand, P. H., Qi, N., Metting, P. J., Britton, S. L. (2000): A self-powered constant infusion device for use in unrestrained rats, *The American Journal of Physiology - Heart and Circulatory Physiology*, 278(6)
- Bremner, R. H. (1960): *American Philanthropy*, University of Chicago Press, Chicago
- Brammer, S., Millington, A. (2006): Firm size, organizational visibility and corporate philanthropy: an empirical analysis, *Business Ethics: A European Review*, 15(1), str. 6-18
- Brewer, T. L. (1992): An Issue Area Approach to the Analysis of MNE-Government Relations, *Journal of International Business Studies*, 23, str. 295-309
- Bright, D. S., Cameron, K. S., Caza, A. (2003): The amplifying and buffering effects of virtuousness in downsized organizations, *Journal of Business Ethics*
- Brinkerhoff, J. M. (2002): *Partnership for International Development: Rhetoric or Results?*, Lynne Rienner Publishers, Boulder, London
- Brooks, D. (2000): *Bobos in Paradise - The New Upper Class and How They Got There*, A Touchstone Book, New York etc.
- Brummer, J. J. (1991): *Corporate Responsibility and Legitimacy - An Interdisciplinary Analysis*, Greenwood Press, Westport (CT)
- Bryan, L. L., Zanini, M. (2005): Strategy in an era of global giants – The world's biggest companies are learning to manage complexity, *McKinsey Quarterly*, 4
- BSI (2010) White paper: How standards contribute to sustainable development. BSI
- Bull, G. (prevoditelj) (1961) *Machiavelli, N.: The Prince*, Penguin Books

- Cadbury, A. (2002): Corporate Governance and Chairmanship: A Personal View, Oxford University Press, Oxford etc.
- Cannella, A. A. Jr., Monroe, M. J. (1997): Contrasting Perspectives on Strategic Leaders: Towards a More Realistic View of Top Managers, *Journal of Management*, 23, str. 213-237
- Capra, F. (1986) *Vrijeme preokreta*. Prvo izdanje. Zagreb: Globus.
- Capra, F. (1988) *The Turning Point: Science, Society and the Rising Culture*. Šesto izdanje. New York: Bantam Books.
- Carroll, A. B. (1979): A Three-Dimensional Conceptual Model of Corporate Performance, *Academy of Management Review*, 4(4), str. 497-505
- Carroll, A. B. (1981): *Business and society: Managing corporate social performance*, Little, Brown, Boston
- Carroll, A. B. (1993): *Business and Society: Ethics and Stakeholder management*, 2. izdanje, South-Western Publishing Co., Cincinnati (OH)
- Carroll, A. B. (1999): Corporate Social Responsibility – Evolution of Definitional Construct, *Business and Society*, 38 (3), str. 268-295
- Carroll, A. B., Buchholtz, A. K. (2000): *Business and Society: Ethics and Stakeholder Management* 4. izdanje, South-Western College Publishing, Cincinnati (OH)
- Cassel, D. (2001): Human Rights Business Responsibilities in the Global Marketplace, *Business Ethics Quarterly*, 11(2), str. 261-274
- Cavanagh, G. F., Moberg, D. J., Velasquez, M. (1981): The Ethics of organizational politics, *Academy of Management Review*, 6(3), str. 363-374
- Centre for Our Common Future (1994) *Skup o Zemlji: Program za promjenu: Popularno izdanje Agende 21 i drugih sporazuma iz Rija*. Zagreb
- Cha, S. E., Edmondson, A. C. (2006): When values backfire: Leadership, attribution, and disenchantment in a value-driven organization, *The Leadership Quarterly*, 17, str. 57-78
- Chamberlain, N. (1973): *The Limits of Corporate Responsibility*, Basic Books, New York
- Child, J. (1972): Organisational Structure, Environment and Performance: The Role of Strategic Choice, *Sociology*, 6, str. 1-22
- Christiansen, C. M. (1997): Making Strategy: Learning by Doing, *Harvard Business Review*, 75(6), str. 141-156
- Cifrić, I. ur. (1998) *Društveni razvoj i ekološka modernizacija: prilozi sociologiji tranzicije*. Prvo izdanje. Zagreb: HSD i Zavod za sociologiju.
- Cifrić, I. (2000) *Bioetika i ekologija*. Prvo izdanje. Zaprešić: Matica Hrvatska.
- Cifrić, I. ur. (2000a) *Znanost i društvene promjene*. Prvo izdanje. Zagreb: HSD i Zavod za sociologiju.
- Cifrić, I. (2001) *Okoliš i održivi razvoj: ugroženost okoliša i estetika krajolika*. Prvo izdanje. Zagreb: HSD i Zavod za sociologiju.
- Cifrić, I. (2002) *Prilog tradicijskog iskustva paradigmi održivog razvoja*. *Socijalna ekologija*, 11 (4) str. 297-317.
- Cifrić, I. (2005) *Odgovornost za život u kontekstu bioetičkih pitanja*. *Socijalna ekologija*, 14 (4) str. 295-327.
- Cifrić, I. (2007) *Motivi čovjekovog postupanja prema živom svijetu*. *Socijalna ekologija* [on line] 16 (1) str. 79-100. Dostupno na: <http://hrcak.srce.hr/search/> [8. travnja, 2010.]

- Cifrić, I. (2009) *Kultura i okoliš*. Prvo izdanje. Zaprešić: Visoka škola za poslovanje i upravljanje s pravom javnosti „Baltazar Adam Krčelić“
- Cifrić, I. (2009) *Pojmovnik kulture i okoliša*. Prvo izdanje. Zaprešić: Visoka škola za poslovanje i upravljanje s pravom javnosti „Baltazar Adam Krčelić“
- Cifrić, I. (2011) Vrednote svjetskog ethosa u Hrvatskoj. *Socijalna ekologija*, 20 (2) str. 177-207.
- Coase, R. H. (1976): Adam Smith's View of Man, *Journal of Law and Economics*, 19, str. 529-546
- Cobild, C. (1995): *English Dictionary*, Harper Collins Publishers, London
- Cochran, P. L., Wood, R. A. (1984): Corporate social responsibility and financial performance, *Academy of Management Journal*, 27 (1), str. 42-56
- Cohen, D. (1998): *The Wealth of the World and the Poverty of Nations*, MIT Press, Cambridge (MA)
- Cohen, B., Warwick, M. (2006): *Values-Driven Business - How to Change the World, Make Money, and Have Fun*, Berrett-Koehler, San Francisco
- Collins, J. C., Porras, J. I. (1994): *Built to Last: Successful Habits of Visionary Companies*, Harper Business Essentials, New York
- Collins, R., Makowsky, M. (1998): *The Discovery of Society*, 6. izdanje, McGraw-Hill, Boston etc.
- Collins, R., Makowsky, M. (2005): *The Discovery of Society*, 7. izdanje, McGraw-Hill, Boston etc.
- Cooperrider, D. L., Dutton, J. E. (ur.) (1999): *Organizational Dimensions of Global Change – No Limits To Cooperation*, Sage Publications, Thousand Oaks etc.
- Cornwell, T. B., Drennan, J. (2004): Cross-Cultural Consumer/Consumption Research: Dealing with Issues Emerging from Globalization and Fragmentation, *Journal of Macromarketing*, 24(2), str. 108-121
- Cowe, R. (2004): Transparency Issue Can be Easily Clouded?, *Financial Times*, 29. studeni 2004.
- Ćutuk, I. ur. (2011) *Jezični priručnik Coca-Cole HBC Hrvatska*, Prvo izdanje. Zagreb: CCHBC
- D'Amato, A., Henderson, S., Florence, S. (2009): *Corporate Social Responsibility and Sustainable Business a Guide to Leadership Tasks and Functions*, Center for Creative Leadership, Greensboro (NC)
- Dalton, D. R., Cosier, R. A. (1991): An issue in corporate social responsibility: An experiential approach to establish the value of human life, *Journal of Business Ethics*, 10(4), str. 311-315
- Davis, K. (1973): The case for and against business assumption of social responsibilities, *Academy of Management Journal*, 16, str. 312-322
- Deegan, C. (2002). Introduction: The legitimatising effect of social and environmental disclosures - a theoretical foundation, *Accounting, Auditing and Accountability*, 15(3), str. 282-311
- Deegan, C., Rankin, M., Tobin, J. (2002): An examination of the corporate social and environmental disclosures of BHP from 1983-1997, *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, 15(3), str. 312-343
- de Colle, S. (ur.) (2005): *Contributing to the convergence of CSR management standards*

in Italy, Germany, France and the UK by developing and promoting common CSR framework, terminology and Management Tools, CELE – Center for Ethics, Law and Economics, LIUC University of Castellanza

- de Graaf, J., Wann, D., Naylor, T. H. (2001): *Affluenza: The All-Consuming Epidemic*, Berrett-Koehler, San Francisco
- De Soto, H. (2000): *The Mystery of Capital: Why Capitalism Triumphs in the West and Fails Everywhere Else*, Basic Books, New York
- De Wit, B., Meyer, R. (2005): *Strategy Synthesis – Resolving Strategy Paradoxes to Create Competitive Advantage*, 2nd ed., Thomson Learning, London
- Doane, N. (2005): *The Myth of CSR*, *Stanford Social Innovation Review*, 3(3)
- Doh, J. P., Guay, T. R. (2006): *Corporate Social Responsibility, Public Policy, and NGO Activism in Europe and the United States: An Institutional-Stakeholder Perspective*, *Journal of Management Studies*, 43(1), str. 47-73
- Donaldson, T., Dunfee, T. W. (1994): *Toward a unified conception of business ethics: Integrative social contracts theory*, *Academy of Management Review*, 19, str. 252-285
- Donaldson, T., Dunfee, T. W. (2000): *Precis for Ties That Bind*, *Business and Society*, 105, str. 436-444
- Donaldson, T., Preston, L. E. (1995): *The stakeholder theory of corporation: Concepts, evidence, and implications*, *Academy of Management Review*, 20, str. 65-91
- Drucker, P. F. (1999): *Management Challenges for the 21st Century*, HarperBusiness, New York
- Drucker, P. F. (2005): *Najvažnije o menadžmentu*, MEP consult, Zagreb
- Ducker, P. F. (1997): *The Future That Has Already Happened*, *Harvard Business Review*, 75(5), str. 20-24
- Drucker, P. F., Dyson, E., Handy, C., Saffo, P., Senge, P. M. (1997): *Looking Ahead: Implications of the Present*, *Harvard Business Review*, 75(5), str. 18-32
- Eells, R., Walton, C. (1961): *Conceptual Foundations of Business*, 1. izdanje, Richard D. Irwin, Homewood (IL)
- Elkington, J. (1997): *Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line of 21st Century Business*, Capstone, Oxford
- Elms, H. (2006): *Corporate (and stakeholder) responsibility in Central and Eastern Europe*, *International Journal of Emerging Markets*, 1(3), str. 203-211
- Eurich, N. P. (1990): *The Learning Industry - Education for Adult Workers: The Carnegie Foundation for the Advancement of Teaching*, Princeton University Press, Lawrenceville (NJ)
- Esty, D., Cornelius, P. K. (ur.) (2002): *Environmental Performance Measurement, The Global Report 2001-2002 (World Economic Forum)*, Oxford University Press, New York
- Fletcher, J. K. (1999): *Disappearing Acts: Gender, Power and Relational Practice at Work*, The MIT Press, Cambridge, MS and London
- Fort, T. L. (2001): *Ethics and Governance: Business as Mediating Institution*, Oxford University Press, Oxford
- Fort, T. L., Schipani, C. A. (2004): *The Role of Business in Fostering Peaceful Societies*, Cambridge University Press, Cambridge
- Frankel, C. (2004): *Out of the Labyrinth: Who We Are, How We Go Wrong and What We Can Do About It*, Monkfish Book Publishing Company, Rhinebeck (NY)

- Frederick, W. C. (1994): From CSR1 to CSR2, *Business and Society*, 33(2)
- Frederick, W. C. (1998): Moving to CSR4: What to pack for the trip, *Business and Society*, 37(1), str. 40-59.
- Freeman, R. E. (1984): *Strategic management: A Stakeholder Approach*, Pitman/Ballinger, Boston
- Freeman, R. E. (1994): The Politics of Stakeholder Theory: Some Future Directions, *Business Ethics Quarterly*, 4(4), str. 409-429
- Freeman, R. E., Evan, W. M. (1990): Corporate Governance: A Stakeholder Interpretation, *Journal of Behavioral Economics*, 19(4), str. 337-359
- Freeman, R. E., Philips, R. A. (2002): Stakeholder Theory: A Libertarian Defense, *Business Ethics Quarterly*, 12(3), str. 331-349
- Friedman, M. (1970): The social responsibility of business is to increase profits, *New York Times Magazine*, 13. rujun 1970., str. 32-33
- Friedman, T. L. (2000): *The Lexus and the Olive Tree*, Anchor Books, New York
- Friedman, T. L. (2005): *The World Is Flat: A Brief History of the Twenty-First Century*, Farrar, Straus and Giroux, New York
- Frynas, J. G. (2009): *Beyond Corporate Social Responsibility – Oli Multinationals and Social Challenges*, Cambridge University Press, New York etc.
- Fung, H.-G., Law, S. A., Yau, J. (2010): *Socially Responsible Investment in a Global Environment*, Edward Elgar, Cheltenham & Northampton (MA)
- Galbraith, J. K. (1970): *Nova industrijska država, Svijet suvremene stvarnosti*, Stvarnost, Zagreb
- Gardberg, N. A., Fombrun, C. J. (2006): Corporate Citizenship: Creating Intangible Assets Across Institutional Environment, *The Academy of Management Review*, 31(2)
- Garone, S. (1999): The link between Corporate Citizenship and Financial Performance, Research Report, Conference Board, R-1234-99-RR
- Garriga, E., Melé, D. (2004): Corporate Social Responsibility Theories: Mapping the Territory, *Journal of Business Ethics*, Kluwer Academic Publishers, 53, str. 51-71
- Gaudiani, C. (2003): *The Great Good - How Philanthropy Drives the American Economy and Can Save Capitalism*, Times Books, New York
- Gelbspan, R. (2004): *Boiling Pot - How Politicians, Big Oil and Coal, Journalists, and Activists Are Fueling the Climate Crisis – and What We Can Do to Avert Disaster*, Basic Books, New York
- Gellerman, S. W. (1986): Why 'Good' Managers Make 'Bad' Ethical Choices, *Harvard Business Review*, 64(4), str. 85-90
- Giacalone, R. A., Jurkiewicz, C. L., Dunn, C. (2005): *Positive Psychology in Business Ethics and Corporate Responsibility*, Information Age Publishing, Greenwich (CT)
- Gibson, R. (ur.) (1998): *Rethinking the future - Rethinking business, principles, competition, control & complexity, leadership, markets and the world*, Nicholas Brealey Publishing, London
- Gilpin, A. (1996): *Dictionary of environment and sustainable development*, John Wiley&SONS, Chirchester
- Gladwell, M. (2005): *Blink: The Power of Thinking Without Thinking*, Little, Brown and Company, NewYork/Boston
- Gladwin, T. N., Kennelly, J. J. (1995): *Shifting, Paradigms for Sustainable Development:*

Implications for Management Theory and Research, *Academy of Management review*, 20 (4), str. 874-907

- Glavač, V. (1999) *Uvod u globalnu ekologiju*. Prvo izdanje. Zagreb: Državna uprava za zaštitu prirode i okoliša: Hrvatske šume, javno poduzeće za gospodarenje šumama i šumskim zemljištima u Republici Hrvatskoj.
- Godemann, J., Michelsen, G. (ed.) (2011): *Sustainability Communication - Interdisciplinary Perspectives and Theoretical Foundations*, Springer, Dordrecht, Heidelberg, London and New York
- Goodstein, J. D., Wicks, A. C. (2006): *Corporate Stakeholder Responsibility: A Two-Way Conversation*, Batten Briefings, Batten Institute, Darden Graduate School of Business, spring 2006.
- Goodpaster, K. E., Mathews, J. B. Jr. (1982): Can a corporations have a conscience?, *Harvard Business Review*, 60(2), str. 132-141
- Gore, A. (2006) *An inconvenient truth: The planetary emergency of global warming and what we can do about it*. First edition. New York: Rodale.
- Gore, A. (2009): *Our Choice, How we can solve the climate crisis*, Bloomsbury, London
- Gould, G. (1995): Why it is customer loyalty that counts (and how to measure it), *Managing Service Quality*, 5(1), str. 15-19
- Gozdz, K. (ur.) (1995): *Community Building: Renewing Spirit & Learning in Business*, NewLeaderPress, San Francisco
- Graafland, J., van de Ven, B., Stoffele, N. (2003): Strategies and Instruments for Organising CSR by Small and Large Businesses in the Netherlands, *Journal of Business Ethics*, 47(1), 45-60
- Gray, H. (1993): Unscrambling the B-picture: Counselling consultancy and strategic management, *British Journal of Guidance and Counselling*, 21(2), str. 156-160
- Gray, R., Owen, D., Adams, C. (1996): *Accounting and accountability - Changes and challenges in corporate social and environmental reporting*, Prentice Hall, London
- Grayson, D., Hodges, A. (2002): *Everybody's Business: Managing Risks and Opportunities in Today's Global Society*, DK Publishing, New York
- Grayson, D., Hodges, A. (2004): *Corporate Social Opportunity! Seven Steps to Make Corporate Social Responsibility Work for Your Business*, Greenleaf Publishing, Sheffield
- Greider, W. (2003): *The Soul of Capitalism: Opening Paths to a Moral Economy*, Simon & Schuster, Riverside (NJ)
- GRI (2006) *Globalne smjernice za izvještavanje o održivosti*, Prvo izdanje. Zagreb: HR PSOR
- Grunert, S. C. (1996): Antecedents of Source Separation Behaviour: A Comparison of Two Danish Municipalities, *Marketing from an Expanding Europe*, 25th EMAC Conference, Budapest, 525-537
- Gunther, M. (2004): *Faith and Fortune: The Quiet Revolution to Perform American Business*, Crown Business, New York
- Habisch, A. (ur.) (2004): *Corporate Social Responsibility Across Europe*, Springer, New York
- Hamel, G. (2000): *Leading the Revolution*, Harvard Business School Press, Boston
- Hamel, G., Prahalad, C. K. (1994): Competing for the Future, *Harvard Business Review*, 72 (4), str. 122-128

- Hamel, G., Prahalad, C. K. (1989): Strategic Intent, Harvard Business Review, 67(3), str. 63-76
- Hancock, J. (ur.) (2005): Investing in Corporate Social Responsibility – A Guide to Best Practice, Business Planning and the UK's Leading Companies, Kogan Page, London & Sterling (VA)
- Handy, C. (1994): The Age of Paradox, Harvard Business School Press, Boston
- Handy, C. (2002): What's a Business For?, Harvard Business Review, December, str. 49-55
- Harrison, J. S., Freeman, R. E. (1999): Stakeholders, social responsibility, and performance: empirical evidence and theoretical perspectives", Academy of Management Journal, 4(5), str. 479-485
- Hart, S. (1997): Beyond Greening: Strategies for a Sustainable World, Harvard Business Review, Boston, 75(1), str. 66-77
- Hart, S. L. (2005): Capitalism at the Crossroads – The Unlimited Business Opportunities in Solving the World's most Difficult Problems, Wharton School Publishing, Upper Saddle River (NJ)
- Hawken, P. (1993): The Ecology of Commerce - A Declaration of Sustainability, Harper-Business, New York
- Hawken, P., Lovins, A., Lovins, L. H. (1999): Natural Capitalism, Little, Brown and Company, Boston
- Henderson, D. (2001): Misguided Virtue – False notions of corporate social responsibility, New Zealand Business Roundtable, Wellington
- Henderson, H. (1995): Paradigms in Progress: Life Beyond Economics, Berrett-Koehler, San Francisco
- Henriques, A. (2010): Corporate Impact – Measuring and Managing Your Social Footprint, Earthscan, London & Washington DC
- Hertz, N. (2003): The Silent Takeover – Global Capitalism and the Death of Democracy, HarperBusiness, New York
- Heskett, J. L., Sasser, W. E., Hart, C. W. L. (1990), Breakthrough Service, The Free Press, New York, NY
- Hilton, S., Gibbons, G. (2002): Good Business - Your World Needs You, Texere, New York and London
- Holcim Hrvatska d.d. (2010) Izvješće o održivom razvoju. Zagreb: Holcim
- Hollander, J., Fenichell, S. (2004): What Matters Most – Business, Social Responsibility and the End of the Era of Greed, Random House Business Books, London etc.
- Hollander, J., Breen, B. (2010): The Responsibility Revolution - How The Next Generation of Businesses Will Win, Jossey-Bass, Danvers (MA)
- Holliday, C., Schmidheiny, S., Watts, P. (2002): Walking the Talk: The Business Case for Sustainable Development, Berrett-Koehler Publishers, San Francisco
- Holzer, B. (2010): Moralizing the Corporation - Transnational Activism and Corporate Accountability, Edward Elgar, Cheltenham & Northampton (MA)
- Hooghiemstra, R. (2000): Corporate communication and impression management: New perspectives why companies engage in corporate social reporting, Journal of Business Ethics, 27(1/2), str. 55-68
- Hopkins, M. (2003): The Planetary Bargain: Corporate Social Responsibility Matters, Earthscan, London

- HR PSOR/HGK (2006) Upitnik Indeks DOP-a. (<https://dop.hgk.hr/>)
- Husted, B. W., de Jesus Salazar, J. (2006): Taking Friedman Seriously: Maximizing Profits and Social Performance, *Journal of Management Studies*, 43(1), str. 75-91
- Iltis, A. S. (2005): Values Based Decision Making: Organizational Mission and Integrity, *Humanities, Social Sciences and Law*, 17(1), str. 6-17
- Ireland, R. D., Hitt, M. A. (2005): Achieving and maintaining strategic competitiveness in the 21st century: The role of strategic leadership, *Academy of Management Executive*, 19(4), str. 63-77
- Isaacs, W. (1999): *Dialogue and the art of thinking together*, Currency/Doubleday, New York etc.
- Jackson, I. A., Nelson, J. (2004): *Profits with Principles – Seven Strategies for Delivering Value with Values*, Currency/Doubleday, New York etc.
- Jones, G. R. (2004): *Organizational Theory, Design and Change*, 4. izdanje, Pearson Education International, Upper Saddle River (NJ)
- Jordan, G. (2001): *Shell, Greenpeace and Brent Spar*, Palgrave Macmillan, Basingstoke
- Kahane, A. (2004): *Solving Tough Problems, An Open Way of Talking, Listening and Creating New Realities*, Berrett-Koehler Publishers, San Francisco
- Kaku, R. (1997): The Path of Kyosei, *Harvard Business Review*, 75(4), str. 55-62
- Kelly, M. (2001): *The Devine Right of Capital: Dethorning the Corporate Aristocracy*, Berrett-Koehler Publishing, San Francisco
- Kempshell, M. S. (1999): *The Common Good in Late Medieval Political Thought*, Oxford University Press, Oxford
- Kessler, E. H., Charkrabarti, A. K. (1996): Innovation Speed: A Conceptual Model of Context, Antecedents, and Outcomes, *Academy of Management Review*, 21, str. 1143-1191
- Kirchgeorg, M. (1995): Kreis lauwirtschaft – neue herausforderungen für das marketing, *Marketing ZFP*, 4(4), str. 232-248
- Kiuchi, T., Shireman, B. (2002): *What we learned in the rainforest: Business lessons from nature - Innovation, Growth, Profit, and Sustainability at 20 of the World's Top Companies*, Berrett-Koehler Publisher, San Francisco
- Kordej de Villa, Ž., Stubbs, P. i Sumpor, M. ur. (2009) *Participativno upravljanje za održivi razvoj*. Prvo izdanje. Zagreb: Ekonomski institut
- Kortzen, D. C. (2001): *When Corporations Rule the World*, 2nd ed., Kumarian Press, Bloomfield, CN, Berrett-Koehler Publishers, San Francisco
- Kotler, P., Lee, N. (2005): *Corporate Social Responsibility – Doing the Most Good for Your Company and Your Cause*, John Wiley & Sons, Hoboken (NJ)
- Kuhn, T. S. (2002): *Struktura znanstvenih revolucija*, drugo izdanje, Naklada Jesenski i Turk, Zagreb
- Kuper, A. (ur.) (2005): *Global Responsibilities - Who Must Deliver on Human Rights?*, Routledge Taylor & Francis Group, New York and London
- Kyle, D. T. (1993): *Human Robots and Holy Mechanics: Reclaiming Our Souls in a Machine World*, Swan/Raven & Company, Portland (OR)
- Laszlo, C. (2003): *The Sustainable Company - How to Create Lasting Value Through Social and Environmental Performance*, Island Press, Washington etc.
- Laszlo, C., Zhexembayeva, N. (2011): *Embedded Sustainability: The Next Big Competiti-*

ve Advantage, Greenleaf Publishing, Stanford

- Laverty, K. J. (2001): Market share, profits and business strategy, *Management Decision*, 39(8), str. 601-617
- Law, A. (2003): *Experiment at Work – Explosions and Experiences at the Most Frightening Company on Erath*, Profile Books, London
- Lay, V. (1993) *Koncept održivog razvoja – neke pretpostavke ostvarivanja*. *Socijalna ekologija* 2 (3) str. 377-388.
- Lay, V. (2003) *Proizvodnja budućnosti hrvatske: integralna održivost kao koncept i kriterij*. *Društvena istraživanja* [on line] 12 (3-4) str. 311-334. Dostupno na: <http://hrcak.srce.hr/search>
- Lay, V. (2005) *Integralna održivost i učenje*. *Društvena istraživanja* [on line] 3 (77) str. 353-377. Dostupno na: <http://hrcak.srce.hr/search/> [8. travnja, 2010.]
- Lay, V. ur. (2007) *Razvoj sposoban za budućnost: Prinosi promišljanju održivog razvoja Hrvatske*, Zagreb: Institut društvenih znanosti Ivo Pilar
- Lerner, M. (1996): *The Politics of Meaning - Restoring Hope and Possibility in and Age of Cynicism*, Perseus Books, Reading (MS)
- Levine, J. (2005): *Sharing*, *Stanford Social Innovation Review*, Fall, 3(3)
- Lewin, R., Regine, B. (2000): *The Soul at Work: Listen...Respond...let go - Embracing Complexity Science for Business Success*, Simon & Schuster, New York
- Lewis, M. (2004): *The Irresponsible Investor*, *The New York Times Magazine*, 06. lipnj 2004.
- Lewis, P. S., Goodman, S. H., Fandt, P. M., Michlitsch, J. F. (2007): *Management – Challenges for Tomorrow's Leaders*, 5th ed., Thomson South- Western, Belmont (CA)
- Litvin, D. (2004): *Empires of Profit: Commerce, Conquest & Corporate Responsibility*, Thomson, Mason (OH)
- Litvinoff, M. (2001): *Atlas zaštite okoliša*. ABC naklada, Zagreb
- Lozano, J. M. (1996): *Ethics and Management: A controversial Issue*, *Journal of Business Ethics*, 15, str. 227-236
- Myers, N. (1994): *The Gaia atlas of Planet Managemet*, Gaia Books Limited, London
- Macnagthen, P., Urry, J. (1998): *Contested Natures*, Sage Publications, Thousand Oaks (CA)
- Mallin, C. A. (2009): *Corporate Social Responsibility – A Case Study Approach*, Edward Elgar, Cheltenham & Northampton (MA)
- Maloney, J., Moorefield, R. (2004): *Driven by wellth: the 7 essentials for healthy, sustainable results in 21st century business and leadership*, Wellth Productions, Boulder (CO)
- Margolis, J. D., Walsh, J. P. (2001): *People and Profits? – The Search for a Link between a Company Social and Financial Performance*, Lawrence Erlbaum, Mahwah (NJ)
- Margolis, J. D. Walsh, J. P. (2003): *Misery loves companies: Rethinking social initiatives by business*, *Administrative Science Quarterly*, 48, str. 268-305
- Maritain, J. (1966): *The Person and the Common Good*, Notre Dame University Press, Notre Dame (IN)
- Marx Hubbard, B. (1998): *Conscious Evolution; Awakening the Power of Our Social Potential*, New World Library, Novato (CA)
- Matešić, M. (2012), *Društvene pretpostavke održivog razvoja Republike Hrvatske*. Dok-

torska disertacija. Zagreb. Filozofski fakultet

- Matten, D. A., Crane, A., Chapple, W. (2003): Behind the Mask: Revealing the True Face of Corporate Citizenship, *Journal of Business Ethics*, 45(1), str. 109-120
- McLaren, D. (2001): Corporate engagement by socially responsible investors: a practical paradigm for stakeholder governance, *Business School: Judge Institute of Management, Cambridge*
- McWilliams, A., Siegel, D. (2001): Corporate social responsibility: a theory of the firm perspective, *Academy of Management Review*, 26(1), str. 117–127
- McWilliams, A., Siegel, D. S., Wright, P. M. (2006): Corporate Social Responsibility: Strategic Implications, *Journal of Management Studies*, 43 (1), str. 1-18
- Meadows, D. i Meadows, D. (1973) *Granice rasta*. Prvo izdanje. Zagreb: Stvarnost.
- Melé, D. (2002): Not only Stakeholder Interests – The Firm Oriented toward the Common Good, *Notre Dame University Press, Notre Dame (IN)*
- Meznar, M. B., Nigh, D., Kwok, C. C. Y. (1994): Effect of Announcements of Withdrawal from South Africa on Stockholder Wealth, *Academy of Management Journal*, 37(6), str. 1622-1648
- Micklethwait, J., Woolridge, A. (2003): *The Company: A Short History of a Revolutionary Idea*, Weidenfeld & Nicolson, London
- Middleton, J. (2003): *The Ultimate Strategy Library – The 50 Most Influential Strategic Ideas of all Time*, Capstone, Oxford
- Mintzberg, H., Ahlstrand, B., Lampel, J. (2005): *Strategy bites back – It is far more and less, than you ever imagined...*, FT – Prentice Hall, Harlow etc.
- Odum, H. T. (1983) *Sistemska ekologija: Uvod*. Prvo Izdanje. New York: Wiley
- O’Dwyer, B. G. (2003): Conceptions of Corporate Responsibility: The Nature of Managerial Capture, *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 16(4), str. 523-557
- O’Dwyer, B. G. (2002): Managerial perceptions of corporate social disclosure: An Irish story, *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, 15(3), str. 406-436
- O’Rourke, A. (2002): *A New Politics of Engagement: Shareholder Activism for Corporate Social Responsibility*, INSEAD Faculty and Research Working Paper Series, 2002/129/CMER
- O’Rourke, D. (2004): Opportunities and Obstacles for Corporate Social Responsibility Reporting in Developing Countries, *Corporate Social Responsibility Practice*, World Bank/International Finance Corporation, Washington DC
- O’Rourke, D. (2005): Market Movements - Nongovernmental Organization Strategies to Influence Global Production and Consumption, *Journal of Industrial Ecology*, Massachusetts Institute of Technology and Yale University
- Oliner, P. M., Oliner, S. P. (1995): *Toward a Caring Society - Ideas into Action*, Westport (CT)
- Olson, M. (1982): *The Rise and Decline of Nations - Economic Growth, Stagflation and Social Rigidities*, Yale University Press, New Haven and London
- Orlitzky, M., Schmidt, F. L., Rynes, S. L. (2003): Corporate social and financial performance: A meta-analysis, *Organization Studies*, 24(3), str. 403-441
- Oslić, I. (2008), *Kvaliteta i poslovna izvrsnost*, M.E.P.consult, Zagreb
- Paet, F. D. (1987): *Synchronicity - The Bridge Between Matter and Mind*, Bantam Books, New York etc.

- Paine, L. S. (2003): *Value Shift - Why Companies Must Merge Social and Financial Imperatives to Achieve Superior Performance*, McGraw-Hill, New York etc.
- Palast, G. (2002): *The Best Democracy Money Can Buy - An Investigative Reporter Exposes the Truth about Globalization, Corporate Cons and High Finance Fraudsters*, Pluto Press, London etc.
- Papert, S. (1994): *The Children's Machine: Rethinking School in the Age of the Computer*, BasicBooks, New York
- Parr, A. (2009): *Hijacking Sustainability*, MIT Press, Boston
- Peters, T. (2003): *Re-imagine! – Business Excellence in a Disruptive Age*, Dorling Kindersley Ltd
- Pavičić, J., Alfirević, N. i Aleksić, LJ. (2006): *Marketing i menadžment u kulturi i umjetnosti*, Masmedia: Zagreb
- Petschow, U., Rosenau, J., von Weizsäcker, E. U. (2005): *Governance and Stability: New Challenges for States, Companies and Civil Society*, Greenleaf Publishing, Sheffield
- Pettigrew, A., Thomas, H., Whittington, R. (ur.) (2001): *Handbook of Strategy and Management*, Sage Publications, London etc.
- Phillips, R. A. (1997): *A Stakeholder Theory and a Principle of Fairness*, *Business Ethics Quarterly*, 7 (1), str. 51-66
- Porter, M. E. (1991): *Towards a dynamic theory of strategy*, *Strategic Management Journal*, Special issue Winter, str. 95-117
- Porter, M. E., Kramer, M. R. (2002): *The Competitive Advantage of Corporate Philanthropy*, *Harvard Business Review*, Boston, 80(12), str. 56-68
- Porter, M. E., Kramer, M. R. (2006): *Strategy and Society – The Link Between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility*, *Harvard Business Review*, Boston, 84(12), str. 78-92
- Powell, T. C. (2001): *Competitive advantage: Logical and philosophical considerations*, *Strategic Management Journal*, 22
- Prahalad, C. K., Hammond, A. (2002): *Serving the World's Poor, Profitably*, *Harvard Business Review*, Boston, 80(9), str. 48-58
- Rhoads, S. E. (1985): *The Economist's View of the World*, University Press Cambridge, Cambridge
- Rust, R. T., Oliver, R. L. (ur.) (1994): *Service Quality: New Directions in Theory and Practice*, Sage Publications, Thousand Oaks (CA)
- Sacconi, L., Blair, M., Freeman, R. E., Vercelli, A. (ed.) (2011): *Corporate Social Responsibility and Corporate Governance - The Contribution of Economic Theory and Related Disciplines*, Palgrave Macmillan, New York
- Sacconi, L., Degli Antoni, G. (ed.) (2011): *Social Capital, Corporate Social Responsibility, Economic Behaviour and Performance*, Palgrave Macmillan, London
- Schmidheiny, S. (1995): *Novim smjerom, Globalni poslovni pristup razvoju i okolišu, Društvo za unapređenje kvalitete življenja*, Zagreb
- Semler, R. (2004): *The Seven-day Weekend - Changing the Way Work Works*, Portfolio, New York etc.
- Sen, A. (1999): *Development as Freedom*, Anchor Books, New York
- Shiva, V. (1997): *Biopiracy - The Plunder of Nature and Knowledge*, South End Press, Cambridge

- Sikavica, P., Bahtijarević-Šiber, F. (ur.) (2001): Leksikon menadžmenta, Masmedia, Zagreb,
- Sims, R. R. (2003): Ethics and Corporate Social Responsibility: Why Giants Fall, Praeger Publishers, Westport (CT)
- Smith, C. (1994): The New Corporate Philanthropy, Harvard Business Review, Boston
- Solomon, M., Bamossy, G., Askegaard, S., Hogg, M. K. (2006): Consumer Behaviour – A European Perspective, 3rd ed., FT-Prentice Hall, Harlow etc.
- Spence, L. J. (1999): Does Size Matter? The State of the Art in Small Business Ethics, Business Ethics: A European Review, 8(3), str. 163-174
- Stewart, T. A. (1997): Intellectual Capital, Doubleday/Currency, New York
- Stiglitz, J. E. (2003): Globalization and Its Discontents, W. W. Norton Company, New York and London
- Suzuki, D. (2002): The sacred balance: rediscovering our place in nature, Greystone Book, Vancouver/Toronto
- Sveiby, K. E. (1997): The New Organizational Wealth - Managing and Measuring Knowledge-Based Assets, Berrett- Koehler, San Francisco
- Šonje, J. (2000) Riječnik hrvatskog jezika. Zagreb: Leksikografski zavod Miroslav Krleža i Školska knjiga
- Thorne McAlister, D., Ferrell, O. C., Ferrell, L. (2003): Business and Society – A Strategic Approach to Corporate Citizenship, Houghton Mifflin Company, Boston & New York
- Tichy, N. M., McGill, A. R., St. Clair, L. (ur.) (1997): Corporate Global Citizenship: Doing Business in the Public Eye, The New Lexington Press, San Francisco
- Tipurić, D. (ur.) (1999): Konkurentska sposobnost poduzeća, Sinergija, Zagreb
- Tudor, G. i tim, (2010): Vođenje i motiviranje ljudi, M.E.P. Consult, Zagreb
- Utting, P., Marques, J. C. (ed.) (2010): Corporate Social Responsibility and Regulatory Governance - Towards Inclusive Development?, Palgrave Macmillan, Basingstoke
- van Tulder, R., van der Zwart, A. (2006): International Business-Society Management: Linking Corporate Responsibility and Globalization, Taylor & Francis, Abingdon
- Velasquez, M., Cavanagh, G. F., Moberg, D. (1983): Organizational Statesmanship and Dirty Politics, Organizational Dynamics, Autumn
- Visser, W., Matten, D., Pohl, M., Tolhurst, N. (2007): The A to Z of Corporate Social Responsibility, John Wiley and Sons, Chichester, VB
- Visser, W., Matten, D., Pohl, M., Tolhurst, N. (ed.) (2010): The A to Z of Corporate Social Responsibility, John Wiley & Sons, Chichester,
- Vogel, D. (2005): The Market for Virtue – The Potential and Limits of Corporate Social Responsibility, Brookings Institution Press, Washington DC
- Waage, S. (ur.) (2003): Ants, Galileo & Gandhi - Designing the Future of Business through Nature, Genius and Compassion, Greenleaf Publishing, Sheffield
- Waddock, S., Bodwell, C., Graves, S. B. (2002): Responsibility: The New Business Imperative, Academy of Management Executive, 16(2), str. 132-148
- Waddock, S., Smith, N. (2000): Relationships: The real challenge of corporate global citizenship, Business & Society Review, 105, 47-63
- Waddock, S., Smith, N. (2000): Corporate Responsibility Audits: Doing Well by Doing Good, Sloan Management Review, 41(2), str. 75-83

- Wankel, C., Stoner, J. A. F. (2008): Innovative Approaches to Global Sustainability, Palgrave Macmillan, Basingstoke
- Webber, M. (1964): The Theory of Social and Economic Organization, The Free Press, New York
- Wernerfelt, B. (1984): A resource-based view of the firm, Strategic Management Journal, 5(2), str. 171-180
- Werther, W. B., Chandler, D. (2006): Strategic Corporate Social Responsibility – Stakeholders in a Global Environment, Sage Publications, Thousand Oaks, London and New Delhi
- Willard, B. (2005): The Next Sustainability Wave: Building Boardroom Buy-In, New Society Publishers, Gabriola Islands,
- Willard, B. (2002): The Sustainability Advantage - Seven Business Case Benefits of a Triple Bottom Line, New Society Publishers, Gabriola Islands
- Wolf, M. (2004): Why Globalization Works, Yale University Press, London
- Zarbafi, E. M. (2011): Responsible Investment and the Claim of Corporate Change - A Sensemaking Perspective on How Institutional Investors May Drive Corporate Social Responsibility, Gabler, Wiesbaden
- World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) (2010) Vision 2050: The New Agenda for Business. Prvo izdanje. Geneva: WBCSD
- World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) (2002) Poslovni svijet u održivom razvoju. Prvo izdanje. Zagreb: HR PSOR
- World Commission on Environment and Development (WCED) (1987) Our Common Future (The Brundtland report) New York: Oxford University Press Inc.
- xxx (1994) The Role of Engineering in Sustainable Development, A publication of the American Association of Engineering Societies and the World Engineering Partnership for Sustainable Development
- xxx (2003): Corporate Social Responsibility – Green Paper, European Commission, Brussels
- xxx (2003): Harvard Business Review on Corporate Social Responsibility, Harvard Business School Press, Boston
- xxx (2007) Making the connection: The GRI Guidelines and UNGC Communication on Progress.
- PROPISI (deklaracije, strategije, zakoni, pravilnici, uredbe itd.)
- Opća deklaracija o ljudskim pravima
- Strategija gospodarenja otpadom Republike Hrvatske, NN 130/05
- Strategija održivog razvitka Republike Hrvatske, NN 30/09
- Kazneni zakon, NN 125/11
- Zakona o ekološkoj proizvodnji poljoprivrednih i prehrambenih proizvoda, NN 12/01
- Zakon o javnoj nabavi, NN 90/11
- Zakon o otpadu, NN 178/04, NN 111/06, NN 60/08, 87/09
- Zakon o porezu na dobit, NN 177/04
- Zakon o potvrđivanju konvencije o nadzoru prekograničnog prometa opasnog otpada i njegova odlaganju, NN 3/94
- Zakon o pravu na pristup informacijama, NN 172/03, NN 144/10

- Zakon o procjeni učinaka propisa, NN 90/11
- Zakon o radu, NN 38/95, NN 54/95, NN 64/95, 17/01, NN 82/01, NN 114/03, NN 30/04, 142/03,
- Zakon o tehničkim zahtjevima za proizvode i ocjeni sukladnosti, NN 20/10
- Zakon o vodama, NN 153/09
- Zakonu o zaštiti na radu, NN 59/96, NN 94/96, NN 114/03
- Zakon o zaštiti okoliša, NN 110/07
- Zakon o zaštiti potrošača, NN 79/07, NN 125/07
- Zakonu o zaštiti prirode, NN 70/05, NN 139/08, NN 57/11
- Zakon o zaštiti zraka, NN 130/11
- Zakon o zaštiti životinja, NN 135/06
- Pravilnik o ambalaži i ambalažnom otpadu, NN 97/05, 115/05, 81/08, 31/09, 156/09, 38/10, 10/11, 81/11, 126/11
- Pravilnik o energetskom certificiranju zgrada, NN 36/10, NN 135/11
- Pravilnik o znaku zaštite okoliša, NN 70/08, NN 81/11
- Uredba o postupku utvrđivanja objedinjenih uvjeta zaštite okoliša, NN114/08
- Etički kodeks volontera, NN 55/2008
- NORME
- HRN EN ISO 9000:2008 Sustavi upravljanja kvalitetom – Temeljna načela i terminološki rječnik
- HRN EN ISO 9001:2009 Sustavi upravljanja kvalitetom - Zahtjevi
- HRN EN ISO 14001:2009 Sustvi upravljanja okolišem – Zahtjevi s uputama za primjenu
- ISO/FDIS 14050:2008 Environmental Vocabulary
- BS EN 16001:2009 Energy management systems – Requirements with guidance for use
- OHSAS 18001:2007 Occupational health and safety management systems - Requirements
- HRN EN ISO 19011:2011 Upute za neovisnu ocjenu/audit sustava upravljanja kvalitetom i/ili okolišem
- ISO 26000:2010 Guidance on social responsibility
- ISO 31000:2009 Risk management -- Principles and guidelines
- HRN EN 45020:2007 Normizacija i srodne djelatnosti -- Rječnik općih naziva
- EUROPSKI DOKUMENTI
- DIRECTIVE 2002/95/EC OF THE EUROPEAN PARLIAMENT AND OF THE COUNCIL
- of 27 January 2003 on the restriction of the use of certain hazardous substances in electrical and electronic equipment
- Directive 2004/35/CE of the European Parliament and of the Council of 21 April 2004 on environmental liability with regard to the prevention and remedying of environmental damage
- Directive 2005/32/EC of the European Parliament and of the Council of 6 July 2005 establishing a framework for the setting of ecodesign requirements for energy-using products and amending Council Directive 92/42/EEC and Directives 96/57/EC and 2000/55/EC of the European Parliament and of the Council

- Directive 2008/1/EC of the European Parliament and of the Council of 15 January 2008 concerning integrated pollution prevention and control (IPPC)
- Regulation (EC) No 1221/2009 of the European Parliament and of the Council of 25 November 2009 on the voluntary participation by organisations in a Community eco-management and audit scheme (EMAS), repealing Regulation (EC) No 761/2001 and Commission Decisions 2001/681/EC and 2006/193/EC Eco-Management and Audit Scheme (EMAS).

Životopisi autora >>>

ŽIVOTOPISI AUTORA

Dubravka Bačun (1945) inženjerka strojarstva i brodogradnje, radni vijek je provela u tvornici Ericsson Nikola Tesla (prije Tvornica Nikola Tesla). Od 2010. godine u aktivnoj je mirovini i surađuje na projektima iz područja upravljanja okolišem, održivog razvoja i društvene odgovornosti, kao i izradi dokumentacije za objedinjene uvjeta zaštite okoliša i procjene utjecaja na okoliš. U radnom vijeku radila je na ispitivanju utjecaja okoliša na proizvode, projektima dubinske analize okoliša i procjeni utjecaja na okoliš. Od 1995. godine kao menadžer za okoliš radi na uvođenju i certificiranju sustava upravljanja okolišem, te surađuje na uvođenju sustava upravljanja kvalitetom, zaštitom na radu i zaštitom zdravlja. Predstavlja Ericsson Nikolu Teslu u Hrvatskom poslovnom savjetu za održivi razvoj i Hrvatskom zavodu za norme. Od publikacija treba spomenuti priručnik Smanjimo i reciklirajmo, Priručnik o znakovima i označavanju proizvoda i ambalaže, brojne članke, prezentacije, prevođenje Poslovne povelje za održivi razvoj i Sveučilišne povelje za održivi razvoj. Svoju društvenu odgovornost iskazuje i volonterskim radom u Zelenoj akciji, posebno na projektu Zeleni telefon i u REC-u Hrvatska. Godine 1995. Dobila je Državno priznanje za poseban doprinos u zaštiti okoliša.

Mirjana Matešić (1970), ravnateljica je Hrvatskog poslovnog savjeta za održivi razvoj (HR PSOR) od 2004. Bavi se pitanjima održivog razvoja te njegove implementacije u gospodarstvu i na razini politika i strategija. Pokrenula je glasilo HR PSOR-a, Gospodarstvo i održivost, koautorica je modula seminara o održivom razvoju i DOP-u i metodologije Indeks DOP-a za rangiranje poduzeća prema društvenoj odgovornosti. Objavila je pet radova iz područja održivog razvoja te je sudjelovala na niz domaćih i stranih konferencija. Članica je Savjeta za gospodarstvo predsjednika RH, predsjednica Tehničkog odbora za društvenu odgovornost pri Hrvatskom zavodu za norme te je od 2004. do 2006. članica Državnog savjeta za zaštitu okoliša. Radila je kao predstavnik tehnologija zaštite okoliša u Američkom veleposlanstvu i kao stručnjak za zaštitu okoliša u Kraš d.d. Doktorirala je na temi održivog razvoja na Filozofskom fakultetu u ožujku 2012., magistrirala na specijalističkom studiju na Ekonomskom fakultetu u srpnju 2008., a diplomirala na Prirodoslovno-matematičkom fakultetu biologiju, smjer ekologija, 1995.

Mislav Ante Omazić je rođen 1971. godine u Zagrebu. 1998. godine je započeo raditi kao asistent na Ekonomskom fakultetu Sveučilišta u Zagrebu na Katedri za organizaciju i menadžment gdje je danas docent i budući pročelnik te predaje različite kolegije poput: Društvene odgovornosti poduzeća, Poslovne etike, Menadžmenta, Projektnog menadžmenta i Menadžmenta promjena. Unutar kolegija potiče studente na inovativnost i odgovornost prema njihovoj budućoj ulozi u društvu. Jedan je od osnivača i mentor najveće studentske udruge eSTUDENT te radi na širenju mreže Svjetskog ekonomskog foruma u Davosu. Autor je i koautor knjiga i članaka koji su izdani u Hrvatskoj i inozemstvu te je učesnik mnogih konferencija. Radio je na različitim projektima za UNDP, Svjetsku banku, IFC, COOP, Raiffeisen International, Toyota, Novartis, IBM, ARGO, Privrednu banku Zagreb, Hrvatski Telekom i mnoge druge. Trenutačno radi na Indeksu društveno odgovornog poslovanja u Hrvatskoj i potiče inovativnost kroz projekt "Kreativne dimenzije – inspirirano Toyotom". Iznad svega ponosni je otac dva dječaka i muž.

