

Uglješa Atanacković\*

## DRUŠTVENO ODGOVORNO POSLOVANJE KAO SAVREMENI KONCEPT BIZNISA

***Sažetak:** Društveno odgovorno poslovanje je od izuzetne važnosti za sva preduzeća kojima je poverenje jedan od ključnih faktora poslovanja, jer će većina partnera već u samom početku poslovati sa preduzećima koja primenjuju koncept društveno odgovornog poslovanja i koja se odnose odgovorno prema zajednici u kojoj kompanija posluje, životnoj sredini i, pre svega, svojim zaposlenima kao osnovnom stubu društveno odgovornog poslovanja. Društveno odgovorno poslovanje je jedan od najsigurnijih načina poslovanja u savremenom poslovnom svetu i stvaranja pozitivnog imidža, koji neretko predstavlja granicu između uspešnog i neuspešnog poslovanja i širenja na željena tržišta.*

***Ključne reči:** društveno odgovorno poslovanje, upravljanje ljudskim resursima, globalni dogovor*

## CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY AS A MODERN CONCEPT OF BUSINESS

***Abstract:** Corporate social responsibility is essential for all companies in which trust is one of the key factors of business. From the very start, the majority of partners will do business with companies that apply the concept of corporate social responsibility and behave responsibly toward the community in which they operate, toward the environment, and before all toward its employees who are the basic pillar of corporate social responsibility. Corporate social responsibility is one of the safest ways of doing business in today's business world and creating a positive image, which often represents the border between successful and unsuccessful operations and expansion to the desired markets.*

***Key words:** corporate social responsibility, human resource management, the global contract*

### 1. UVOD

Društveno odgovorno poslovanje (CSR – *Corporate Social Responsibility*) je koncept u okviru koga kompanije integrišu u svoje poslovanje i interakciju sa svim akterima (stakeholders) društvene i izazove vezane za prirodnu okolinu, na dobrovoljnoj osnovi. Društveno odgovorno poslovanje (DOP) predstavlja koncept po kome privredni

---

\* Uglješa Atanacković, mentor, DOBA Fakultet za primenjene poslovne i društvene studije Maribor, ugljesaa@gmail.com

subjekti, koji ga usvajaju svesno i dobrovoljno, nadilaze svoju primarnu funkciju sticanja i raspodele profita i ostvaruju pozitivan uticaj na svoje radno, društveno i prirodno okruženje. DOP, u suštini, predstavlja svest o novom položaju i značaju koje kompanije imaju u savremenom, globalnom društvu i odgovornosti koja iz nje proizilazi. To je, zapravo, proces u kome kompanije usklađuju svoje odnose sa najraznovrsnijim društvenim akterima koji mogu, mada i ne moraju, imati uticaja na njihovo poslovanje. Praksa DOP-a se odnosi na celokupnu sferu uticaja i raspon delovanja jednog preduzeća, kao i na odnose koje ono pri tome uspostavlja: šta proizvodi, kako kupuje i prodaje, da li se pridržava zakona, na koji način zapošljava, osposobljava i utiče na razvoj ljudskih resursa, koliko ulaže u lokalnu zajednicu i poštovanje ljudskih i radnih prava, na koji način doprinosi očuvanju životne sredine. Drugim rečima, društveno odgovorno poslovanje bi se moglo definisati kao koncept u okviru koga se kompanije prema svim svojim stejkholderima (svi oni na koje poslovanje jedne kompanije može imati uticaja, „interesne grupe”) odnose etički i odgovorno, odnosno na društveno prihvatljiv način. Društveno odgovorno poslovanje je koncept u kojem poslovni subjekat odlučuje i na dobrovoljnoj osnovi doprinositi boljem društvu i čistijoj životnoj okolini, u saradnji sa ostalim stejkholderima. DOP se treba tolerisati kao investicija, a ne kao trošak. Nijedan biznis, veliki ili mali, nije odvojen od društva u kome posluje. Uspeh ili neuspeh jednog, umnogome je određen uspehom ili neuspehom onog drugog. Ljudi su istinski zainteresovani za to na koji se način preduzeće ophodi prema njima, životnoj sredini i društvu uopšte. Ipak, nije dovoljno samo formalno objaviti svoju posvećenost, jer prazne reči bude sumnjičavost. Potrebno je demonstrirati svoju predanost i pokazati da je ona stvarna i da donosi stvarne rezultate. To znači identifikovanje onih postupaka i akcija koje mogu doneti dobrobit osnovnoj delatnosti preduzeća i društvu u celini – i komuniciranje o njima.

## 2. INTERNA DIMENZIJA DRUŠTVENO ODGOVORNOG POSLOVANJA

Unutar preduzeća, socijalno (društveno) odgovorna praksa uključuje zaposlene i odnosi se na područja kao što su investiranje u ljudski kapital, zdravlje i sigurnost te upravljanje promenama. Odgovorna praksa u sferi zaštite životne sredine odnosi se, uglavnom, na upravljanje prirodnim resursima koji se upotrebljavaju u proizvodnji.

### 2.1. UPRAVLJANJE LJUDSKIM RESURSIMA

Jedan od velikih izazova pred današnjim preduzećima je – kako privući i zadržati zaposlene koji poseduju odgovarajuće znanje i veštine za rad. U tom kontekstu, odgovarajuće mere mogu uključivati: *Long Life Learning concept*, odnosno koncept doživotnog učenja i osnaživanja zaposlenih; bolji protok informacija unutar kompanije; bolju uravnoteženost između rada, porodice i slobodnog vremena; jednake plate i

uslove za napredovanje žena; sigurnost na poslu itd. Aktivno praćenje zaposlenih koji ne mogu da rade zbog invaliditeta ili povrede na radu, takođe je deo društveno odgovornog poslovanja, koje ujedno doprinosi smanjenju troškova. Odgovorno ponašanje pri zapošljavanju, uključujući nediskriminirajuću praksu koja doprinosi zapošljavanju pripadnika manjina, starijih radnika, žena, duže vremena nezaposlenih, te osoba sa invaliditetom, doprinosi postizanju ciljeva Evropske strategije zapošljavanja, te smanjenju nezaposlenosti i borbi protiv socijalne isključenosti.

U odnosu na koncept doživotnog učenja, preduzeća imaju važnu ulogu na nekoliko nivoa: prepoznavanje potreba za edukacijom svojih radnika kroz partnerstva s lokalnim trening organizacijama, kako bi prilagodili edukacijske programe; podupiranje prelaza mladim ljudima iz škole na posao, kroz osiguravanje pripravničkih mesta; osiguravanje povoljnog radnog okruženja i ohrabrivanje celoživotnog učenja zaposlenih, naročito onih manje obrazovnih, onih s manje veština, kao i starijih.

## 2.2. ZDRAVLJE I SIGURNOST NA POSLU

Zdravlje i sigurnost na poslu tradicionalno se rešava propisima i obaveznim merama. Preduzeća, vlade, poslovne organizacije i udruženja sve više pokušavaju da pronađu dodatne načine promocije zdravlja i sigurnosti, bilo kao element u marketingu ili vodeći računa o tome pri kupovini drugih kompanija. Na taj način se promoviše i kultura prevencije. S druge strane, povećava se potražnja za merenjem, dokumentovanjem i komuniciranjem tih kvaliteta u marketinškim materijalima, a ti su elementi uključeni u sertifikaciju i označavanje. Primer iz prakse vidljiv je u politici poslovanja kompanije „Tarkett” iz Bačke Palanke koja svojim radnicima kompanije omogućava:

- Pomoć za lečenje – Od strane kompanije pomoć je obezbeđena za zaposlene i članove njihovih porodica za pokrivanje većih troškova lečenja. Zaposleni i članovi njihovih porodica, koji ostvaruju pravo na ovu pomoć, mogu da posete ili kontaktiraju medicinski tim kompanije koji im stoji na raspolaganju za informacije vezane za pokrivanje troškova lečenja dvanaest sati na dan, pet dana nedeljno.
- Životno osiguranje – Uplaćuje se osnovno životno osiguranje svim zaposlenima u kompaniji.
- Osiguranje od nesreće na poslovnom putovanju – Kompanija plaća osiguranje od nesreće na putu zaposlenima koji poslovno putuju.
- Program u slučaju privremene sprečenosti za rad – Ovim programom se predviđa isplata nadoknade zaposlenima koji su privremeno sprečeni da obavljaju svoje poslove zbog kraće bolesti ili povrede.

### 3. EKSTERNA DIMENZIJA DRUŠTVENO ODGOVORNOG POSLOVANJA

Društveno odgovorno poslovanje proteže se i izvan samog preduzeća – na lokalnu zajednicu i različite aktere (pored zaposlenih i akcionara), poslovne partnere i dobavljače, potrošače, javnu upravu, lokalne NVO. Ovaj aspekt društveno odgovornog poslovanja dolazi najviše do izražaja u javnosti i čini samo preduzeće prepoznatljivim.

#### 3.1. LOKALNA ZAJEDNICA

Pojam društveno odgovornog poslovanja obuhvata i proteže se na integrisanje preduzeća u okruženje u kojem posluje. Preduzeća doprinose lokalnim zajednicama kroz osiguranje radnih mesta i plaćanje poreza. S druge strane, preduzeća zavise od zdravstvenog stanja radne snage, stabilnosti i prosperitetu zajednice u kojoj rade, zainteresovana su za znanje i veštine lokalne radne snage, a često su im i klijenti iz okruženja. Stoga, vrlo je važan ugled preduzeća kao proizvođača i poslodavca, ali i aktera na lokalnoj sceni. Mnoga preduzeća su, stoga, uključena u život lokalne zajednice: osiguravajući prekvalifikaciju ili dokvalifikaciju, pomažući u očuvanju zaštite životne sredine, zapošljavanjem ljudi sa invaliditetom, partnerstvom sa zajednicom, sponzorisanjem lokalnih sportskih klubova, kulturnih manifestacija i sl.

#### 3.2. ODNOSI S PARTNERIMA, DOBAVLJAČIMA I POTROŠAČIMA

Odnosi se grade kroz sticanje poverenja, fer odnose i poštovanje želja i potreba partnera, dobavljača i potrošača, te dobrim kvalitetom proizvoda. Stvaranje partnerstava može imati za rezultat fer cene, poštovanje rokova izrade i nabavke kvalitetnih proizvoda i usluga, te se na taj način može postići društveno odgovorno poslovanje u celom dobavljačkom lancu.

#### 3.3. POŠTOVANJE LJUDSKIH PRAVA

Područje ljudskih prava je kompleksno, ono obuhvata političke, pravne i moralne dimenzije. Pored poštovanja ljudskih prava, tu spada poštovanje radnih standarda i radnog prava, a obuhvata i elemente zaštite životne sredine. Svakako, tu spada i borba protiv korupcije, kao bitnog problema razvoja, što zahteva transparentno poslovanje. Pod pritiskom NVO-a i udruženja za zaštitu potrošača, preduzeća sve više usvajaju uslove rada, ljudska prava, zaštitu životne sredine, uzimajući u obzir podgovarače i dobavljače.

#### 4. GLOBALNI DOGOVOR (*THE GLOBAL COMPACT*)

Globalni dogovor Ujedinjenih nacija predstavlja dobrovoljnu inicijativu koja uključuje predstavnike kompanija, akademskih institucija, civilnog društva, gradova i sindikata, koji su svoje delovanje posvetili poštovanju deset univerzalnih principa iz oblasti ljudskih prava, radnih prava, zaštite životne sredine i borbe protiv korupcije. Globalni dogovor Ujedinjenih nacija je najmasovnije dobrovoljno udruženje kompanija posvećenih usaglašavanju svojih poslovnih aktivnosti sa deset univerzalnih principa društveno odgovornog poslovanja iz oblasti ljudskih prava, radnih prava, zaštite životne okoline i borbe protiv korupcije. Sa preko 5.200 kompanija učesnica iz više od 130 zemalja širom sveta, Globalni dogovor predstavlja inicijativu Ujedinjenih nacija prevashodno posvećenu:

- integrisanju deset univerzalnih principa društveno odgovornog poslovanja u delatnosti kompanija širom sveta;
- sprovođenju zajedničkih akcija kojima se podržavaju ciljevi Ujedinjenih nacija, a pre svega Milenijumski ciljevi razvoja.

Globalni dogovor nije regulatorni instrument ili obavezujući standard za društveno odgovorno poslovanje, jer ne obavezuje preduzeća koja učestvuju u ovoj inicijativi. Umesto toga, Globalni dogovor se oslanja na javnu odgovornost, transparentnost i prosvetlene interese kompanija, sindikata i civilnog društva da iniciraju i međusobno razmenjuju primere dobre prakse i iskustva u promovisanju deset univerzalnih principa društveno odgovorne poslovne prakse. Globalni dogovor uključuje sve relevantne društvene činioce: vlade, kompanije, na čije poslovanje želi da utiče pozitivnom akcijom; sindikate, organizacije civilnog društva koje predstavljaju širu društvenu zajednicu i Ujedinjene nacije. Osnovna načela Globalnog dogovora su:

1. načelo: Podrška i poštovanje zaštite međunarodnih ljudskih prava unutar pripadajućih područja uticaja;
2. načelo: Preduzimanje mera radi sprečavanja preduzeća u učestvovanju u zloupotrebi ljudskih prava;
3. načelo: Sloboda udruživanja i stvarno priznavanje prava kolektivnog pregovaranja;
4. načelo: Uklanjanje svih oblika prisilnog i obaveznog rada;
5. načelo: Stvarno ukidanje dečjeg rada;
6. načelo: Uklanjanje diskriminacije u zapošljavanju i izboru zvanja;
7. načelo: Podrška merama predostrožnosti u prevladavanju ekoloških izazova;

8. načelo: Poduzimanje mera radi promocije veće ekološke odgovornosti;
9. načelo: Podsticanje razvoja i širenja ekološki prihvatljivih tehnologija;
10. načelo: Kompanije bi trebale da rade na suzbijanju korupcije u svim njenim oblicima, uključujući iznudu i podmićivanje.

## 5. ZAKLJUČAK

U savremenom društvu i poslovanju koncept društveno odgovornog poslovanja postaje sveopšte prihvaćen. Usled velikog pritiska međunarodnih institucija, vlada, nevladinih organizacija i potrošača pojačava se pritisak prema preduzećima i preduzetnicima za primenu koncepta društveno odgovornog poslovanja i doprinosa društvu i zajednici u kojoj posluju. Uz mnoge probleme sa kojima se susreću zemlje u tranziciji i kompanije koje su u procesu redefinisanja odnosa vlasnika i menadžera, primena koncepta društveno odgovornog poslovanja je način na koji kompanije mogu pristupiti odgovornom restruktuiranju. Inicijativa, kao što je Globalni dogovor Ujedinjenih nacija, pomoći će usaglašavanju poslovnih aktivnosti svih kompanija potpisnica Globalnog dogovora iz oblasti ljudskih prava, radnih prava, zaštite životne okoline i borbe protiv korupcije.

## LITERATURA

- [1] Eterović H., Kurešević E., Kocijan A., (2005) *Priručnik za društveno odgovorno poslovanje*, Zagreb, UNDP.
- [2] *Pojmovnik društveno odgovornog poslovanja*, Beograd, Smart Kolektiv.
- [3] Tenison R., (2007) *Priručnik za partnerstva*, Beograd, Smart Kolektiv.
- [4] Ratković-Njegovan, B., (2009) *Poslovna etika*, Novi Sad, Fakultet tehničkih nauka.