

## SADRŽAJ

<b>1</b>	<b>UVOD</b> .....	<b>2</b>
<b>2</b>	<b>GLAVNI DEO</b> .....	<i>Error! Bookmark not defined.</i>
<b>2.1</b>	<b>Osnove funkcionisanja Telekoma i primena koncepta korporativne društvene odgovornosti</b> Error! Bookmark not defined.	
2.1.1	Osnove funkcionisanja Telekoma Srbija a.d. ....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.2	Primena koncepta korporativne društvene odgovornosti u Telekomu ..	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>2.2</b>	<b>Akcije promovisane od strane Telekoma</b> .....	<i>Error! Bookmark not defined.</i>
2.2.1	E-dukacij@.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.2.2	Akcija „1000 davalaca krvi u jednom danu“ pod pokroviteljstvom Telekoma	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.2.3	Telekom Srbija podržava akciju „Sat za našu planetu“.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.2.4	Prvi Festival porodice (Family fest) Beograd 2009 podržan od Telekoma	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.2.5	Telekom promoviše multimediju .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.2.6	Prvi Telekom Srbija Medija Open .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.2.7	Ostale sportske akcije podržane od strane Telekoma.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.2.8	„Velikani muzičke scene“ pod pokroviteljstvom Telekoma .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.2.9	"Telekom Srbija" a.d. - sponzor baletskog gala koncerta „Super zvezde ruskog naleta“ .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.2.10	"Telekom Srbija" a.d. - generalni pokrovitelj Pozorišta «Atelje 212».	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.2.11	Lokalne akcije podržane od strane Telekoma .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>3</b>	<b>ZAKLJUČAK</b> .....	<i>Error! Bookmark not defined.</i>
<b>4</b>	<b>LITERATURA</b> .....	<i>Error! Bookmark not defined.</i>

# 1 UVOD

Korporativna društvena odgovornost predstavlja posvećenost preduzeća da doprinese održivosti privrednog razvoja saradujući sa zaposlenima, njihovim porodicama, lokalnom zajednicom i društvom uopšte u cilju poboljšanja kvaliteta njihovog života.

Biti društveno odgovoran ne znači samo ispunjavati zakonske obaveze, već ići dalje od pukog pridržavanja zakona i ulagati još više u ljudski kapital, okruženje i odnose sa stejkholderima.

Šta podrazumevaju stejkholderi:

- **Zaposleni**-poštene zarade, dobri uslovi za rad, odsustvo uznemiravanja, prilike za napredovanje i usavršavanje, doprinos osećanju zadovoljstva pri obavljanju posla, doprinos ravnoteži između posla i porodičnog život bez prekomernog stresa.
- **Akcionari**-dugoročna stabilnost, transparentno izveštavanje, pristup upravi kompanije.
- **Lokalna zajednica**-uključivanje, dugoročna posvećenost, formiranje i održavanje društvenog kapitala.
- **Dobavljači**-kvalitet, transparentnost.
- **Potrošači**-kvalitet, transparentnost, obezbeđivanje pridržavanja standarda korporativne društvene odgovornosti.
- **Konkurenti**-pravičnost, poštovanje prava svojine.
- **Vlada** -pridržavanje, transparentnost, Interes životne okoline održivost upotrebe resursa.
- **NVO** -dijalog, saradnja

*„U istraživanju koje su sproveli agencija „Medijum Galup” i dnevni list „Blic” pod nazivom „Broj 1 kompanija u Srbiji”, „Telekom Srbija” je po mišljenju građana najbolja kompanija. Istraživanje je obuhvatilo šest kategorija, a „Telekom” je na prvom mestu u dve, a među prvih pet plasiranih u čak pet kategorija.*

Želeći da kraj godine obeleži izborom najboljih i najuspešnijih, a da izbor bude zasnovan na sudu najšire javnosti, agencija „TNS Medijum Galup” je u saradnji sa dnevnim listom „Blic” obavila opsežno ispitivanje javnog mnjenja Srbije. S obzirom na to da su ugled i javni imidž važan, ali neopipljiv deo vrednosti kompanije, ovo istraživanje je sačinjeno da pokaže kakvu poziciju imaju kompanije koje posluju u Srbiji, posmatrano očima građana. Istraživanje pod nazivom „Broj 1 kompanija u Srbiji” je pokazalo koje kompanije građani Srbije smatraju za najbolje i to u sledećim aspektima - ugled, kvalitet proizvoda, društvena odgovornost, briga o zaposlenima, privlačnost zaposlenja, oglašavanje. Za svaku kompaniju je formiran jedinstven skor, kao prosek učestalosti izbora, na svakom od šest aspekata. Prema tom skoru prvo mesto zauzela je kompanija „Telekom”.<sup>1</sup>

Bitno je napomenuti da je Telekom osvojio prvo mesto u oblasti društvene odgovornosti i brige o zaposlenima. Rezultati ovog istraživanja mogu da posluže kao dobar temelj za narednu priču, a priča se odnosi na primenu koncepta korporativne društvene odgovornosti u preduzeću Telekom.

---

<sup>1</sup> Blic novine – izdanje 24.09.2009.

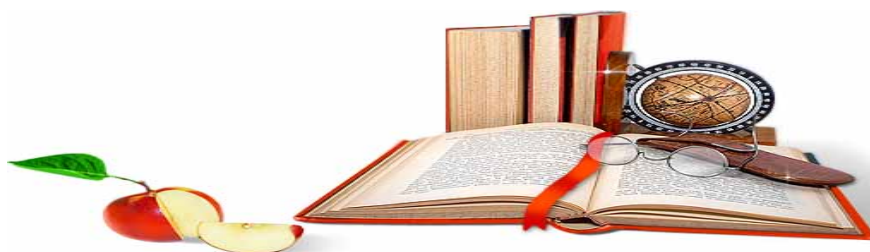
Pa hajde da krenemo sa tom pričom.

•

**---- OSTATAK TEKSTA NIJE PRIKAZAN. CEO RAD MOŽETE  
PREUZETI NA SAJTU [WWW.MATURSKI.NET](http://WWW.MATURSKI.NET) ----**

**[BESPLATNI GOTOVI SEMINARSKI, DIPLOMSKI I MATURSKI TEKST](http://WWW.SEMINARSKIRAD.ORG)  
RAZMENA LINKOVA - RAZMENA RADOVA  
RADOVI IZ SVIH OBLASTI, POWERPOINT PREZENTACIJE I DRUGI EDUKATIVNI MATERIJALI.**

**[WWW.SEMINARSKIRAD.ORG](http://WWW.SEMINARSKIRAD.ORG)  
[WWW.MAGISTARSKI.COM](http://WWW.MAGISTARSKI.COM)  
[WWW.MATURSKIRADOVI.NET](http://WWW.MATURSKIRADOVI.NET)**



NA NAŠIM SAJTOVIMA MOŽETE PRONAĆI SVE, BILO DA JE TO **[SEMINARSKI](#)**, **[DIPLOMSKI](#)** ILI **[MATURSKI](#)** RAD, POWERPOINT PREZENTACIJA I DRUGI EDUKATIVNI MATERIJAL. ZA RAZLIKU OD OSTALIH MI VAM PRUŽAMO DA POGLEDATE SVAKI RAD, NJEGOV SADRŽAJ I PRVE TRI STRANE TAKO DA MOŽETE TAČNO DA ODABERETE ONO ŠTO VAM U POTPUNOSTI ODGOVARA. U BAZI SE NALAZE **[GOTOVI SEMINARSKI](#)**, **[DIPLOMSKI I MATURSKI RADOVI](#)** KOJE MOŽETE SKINUTI I UZ NJIHOVU POMOĆ NAPRAVITI JEDINSTVEN I UNIKATAN RAD. AKO U **[BAZI](#)** NE NAĐETE RAD KOJI VAM JE POTREBAN, U SVAKOM MOMENTU MOŽETE NARUČITI DA VAM SE IZRADI NOVI, UNIKATAN SEMINARSKI ILI NEKI DRUGI RAD RAD NA LINKU **[IZRADA RADOVA](#)**. PITANJA I ODGOVORE MOŽETE DOBITI NA NAŠEM **[FORUMU](#)** ILI NA

**[maturskiradovi.net@gmail.com](mailto:maturskiradovi.net@gmail.com)**

•

•