

## Korporativna društvena odgovornost

Pojam korporativne društvene odgovornosti ( **eng. corporative social responsibility- CSR** ), uopšteno rečeno, odnosi se na posvećenost kompanija prema etičnom ponašanju i doprinosu ekonomskog razvoja , demonstrirajući pritom poštovanje prema ljudima , zajednicama, društvima i okolini.

Danas povećano interesovanje za ulogu biznisa u društvu je promovisano od strane povećane senzitivnosti i svesnosti o etičkim problemima i ekološkim problemima sredine. Problemi kao što su zagađenje spoljašnje sredine, neprikladan tretman radnika, loša proizvodnja koja smešta potrošače u neugodan i ugrožen položaj su svakodnevna pojava u medijima. U nekim zemljama sve više se razvijaju državne regulative koje se tiču svih ovih pitanja. Takođe standardi i zakoni su tako postavljeni da važe na međunarodnom nivou ( od strane evropske unije, npr.) Mnogi investitori i menadžeri su počeli da vode računa o korporativnoj društvenoj odgovornosti i sprovođenju politike preduzeća u tom smislu. Sa druge strane potrošači takođe postaju sve više osetljivi na performanse kompanije na polju društvene odgovornosti , naročito vezano za onu kompaniju od koje kupuju potrebna dobra ili traže usluge. Ovi trendovi su doprineli stvaranju pritiska na kompanije i nalažu im da funkcionišu na ekonomskim, društvenim i ekološki opravdanim strategijama.

Pojam društvene odgovornosti često se povezuje i sa pojmom održivog ili opravdanog razvoja, koji se može definisati kao razvoj koji izlazi u susret i zadovoljava potrebe sadašnjice bez ugrožavanja iste te mogućnosti budućim generacijama.

Posvećenost društvenoj odgovornosti i aktivnosti jedne firme na tom polju odnose se na one aspekte organizacionog ponašanja firme koji se tiču : zdravlja i sigurnosti, brige za životnu sredinu, ljudskih prava, zatim prakse menadžmenta ljudskih resursa, razvoja zajednice, zaštite potrošača, zaštite radnika, odnosa sa snabdevačima, poštenosti u poslovanju...

### Istorijski kontekst

Stav da biznis može ili treba imati obaveze koje dosežu dalje od ekonomske uloge pojavio se davno, mada je postao naročito aktuelan šezdesetih i sedamdesetih godina minulog veka. Tokom istorije uloge organizacija koje proizvode dobra ili pružaju usluge za tržište često su bile povezane sa političkim, socijalnim ili čak vojnim dešavanjima. Tako je , na primer , u ranim fazama razvoja kompanija u Engleskoj postojalo javni dogovor, na neki način , koji je podrazumevao da korporacije treba da pomognu postizanje ciljeva društva koji su tada bili istraživanje teritorija kolonija, postavljanje naseobina, zatim da pomognu obezbeđivanje usluga transporta, razvijanje bankarskih i finansijskih usluga...itd. Tokom devetnaestog veka korporacija kao forma biznisa organizacije rapidno se razvija u Sjedinjenim Američkim Državama. To je dovelo do toga da se tačno utvrde društvene obaveze i odgovornosti borda direktora. To je dovelo i do donošenja brojnih zakona i propisa tako da korporacije odgovaraju pred sudom za povredu zakona koji se odnose na zaštitu životne sredine, zatim , zaštitu potrošača, radnika... Konkurencija je nalažala da se ide i dalje od nekršenja zakona, jer na tržište se reflektuju moralni i etički osećaji potrošača.

Sredinom dvadesetog veka o društvenoj odgovornosti poslovanja već raspravljaju eksperti iz oblasti menadžmenta.

Poslednjih decenija koncept društvene odgovornosti i uopšte poslovne etike postao je jedan od najvažnijih aspekata poslovanja.

## *Stakeholders*

Pojava brojnih društvenih pokreta šezdesetih i sedamdesetih godina prošlog veka, pokreta organizovanih radi negodovanja zbog tadašnjeg tradicionalnog korporacijskog menadžmenta koji je bio zasnovan isključivo na ostvarivanju profita, dovelo je osamdesetih godina do razvijanja novog koncepta korporacijske društvene odgovornosti.

Možda najizrazitiji predstavnik i entuzijasta tradicionalnog slobodnog tržišta je **Milton Fridman**. Naslov njegovog članka objavljenog 1970. godine u The New York Times- u glasi " Društvena odgovornost biznisa je da poveća svoj profit". Po Fridmanu menadžeri korporacije su samo nameštenici akcionara i oni imaju povereničku odgovornost da maksimiziraju profit svojih akcionara. Kada bi davali novac u dobrotvorne svrhe to bi značilo da oni tuđ novac poklanjaju. Takođe, da bi pomagali razvijanje zajednice, oni bi morali da se uključe u političke tokove, a menadžeri za tako nešto nisu osposobljeni. Kako jedan biznismen da razume čitavu državnu socijalu politiku i potrebe, pita Fridman. On je optužio pristalice ideje društvene odgovornosti da propovedaju čisti i nepatvoreni socijalizam. On kaže i to da samo ljudi mogu imati odgovornosti ove vrste , a ne kompanije, odnosno biznis. Milton naglašava na kraju i poziva na svoju knjigu Kapitalizam i sloboda, da je jedina odgovornost biznisa da obavlja i da se uključi u one aktivnosti koje doprinose uvećanju profita, i pritom da te aktivnosti ne izlaze iz "pravila igre".

Odgovor u vidu argumenta ZA korporativnu društvenu odgovornost je da korisnici te odgovornosti nisu samo akcionari , već i zaposleni, potrošači, snabdevači, kao i okolna zajednica i na kraju šire društvo i svi oni se jednim imenom nazivaju udeoničari ili *stakeholders*. Ovako su akcionari zapravo samo podklasa svih onih koji na neki način zavise od rada kompanija. Tako glavna briga menadžera i rukovodioca i uopšte organizacija nisu više samo *stockholders*, sada su to svi ljudi koji imaju zajednički interes u grupi aktivnosti.

Dakle, tokom osamdesetih godina dolazi do povećane pažnje korporacija usmerene ka etičkom ponašanju, socijalnim ulogama i nivou društvene odgovornosti koje treba zastupati i sprovoditi.

## Teorije korporacijske društvene odgovornosti

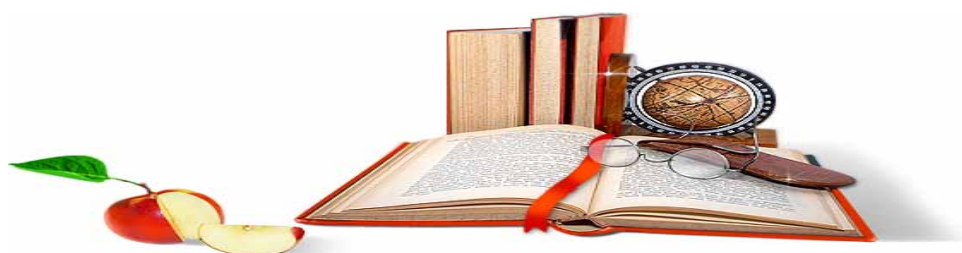
Moderna teorija društvene odgovornosti je pragmatična i akciono orijentisana.

To je uslovljeno i novim shvatanjima stručnjaka uopšte organizacionog ponašanja i dizajna koje je doživelo prelaz od **statičkog** ka **dinamičkom** shvatanju. Umesto insistiranja na regulatornoj funkciji strukture , kao relativno stabilnom okviru koji predodređuje koja su

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

**BESPLATNI GOTOVI SEMINARSKI, DIPLOMSKI I MATURSKI TEKST  
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)**