

SADRŽAJ

POJAM KORPORATIVNE DRUŠTVENE ODGOVORNOSTI	3
ISTORIJA KORPORATIVNE DRUŠTVENE ODGOVORNOSTI	4
BIZNIS ETIKA I KORPORATIVNA DRUŠTVENA ODGOVORNOST	5
DRUŠTVENA ODGOVORNOST KOMPANIJA – NOVI POSLOVNI MODEL I NOVI NAČIN RAZMIŠLJANJA	7
Proces korporativne društvene odgovornosti - putokaz za CSR	8
MSP I KORPORATIVNA DRUŠTVENA ODGOVORNOST	9
LITERATURA	11

"Cijena uspješnosti je odgovornost"- Churchill

1. POJAM KORPORATIVNE DRUŠTVENE ODGOVORNOSTI

Ulaganjem u društvo, preduzeća stvaraju jedno zdravo okruženje koje će im pomoći u svom rastu i razvoju [1, str. 12]. Ono doprinosi dobrobiti kako društva, tako i samog preduzeća - zato je za obezbjedjenje te podrške, najbitnije da kompanije shvate i prepoznaju moguće koristi od krajnjih rezultata.

Hauard Bouen je 1953. godine definisao društvenu odgovornost na sljedeći način:

„Društvenu odgovornost čini obaveza biznismena da slijedi one propise, donosi one odluke i da preduzima one korake koji su poželjni u odnosu na ciljeve i vrijednosti zastupljene u našem društvu. Društvena odgovornost sadrži jednu važnu istinu koja ubuduće mora da bude vodilja u poslovanju“ [5].

Kit Dejvis i Robert Blomstrom (1960) smatraju da se: „Društvena odgovornost odnosi na obavezu osobe da razmotri posljedice svojih odluka i postupaka na čitav društveni sistem. Poslovni ljudi primijenjuju društvenu odgovornost kada uzmu u obzir potrebe i interese onih koji mogu da pretrpe posljedice njihovih poslovnih poteza. Tako čineći, oni imaju u vidu interese koji su znatno širi od uskih tehničkih interesa sopstvene firme“ [5].

Definicija Svjetskog poslovnog savjeta za održivi razvoj (World Business Council on Sustainable Development), u skladu sa fokusom te organizacije na ekonomski razvoj, društvenu odgovornost objašnjava kao „opredjeljenje firme da potpomažu održiv ekonomski razvoj, kao i da u cilju unaprijeđenja kvaliteta života saraduju sa zaposlenima, njihovim porodicama, lokalnim zajednicama i društvom uopšte“ [1, str. 8].

Predstavnici Evropske unije u dokumentu „Zelena knjiga“ (2001) ističu: „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“ [2, str. 9].

Korporativna društvena odgovornost je sistem poslovanja preduzeća koji doprinosi dobrobiti cijelog društva, pa tako i samog preduzeća. Strateško odgovorno poslovanje treba da obezbijedi efikasnost preduzeća, njegov ugled i da poveća motivaciju i odanost, prvenstveno zaposlenih i klijenata, ali i drugih ključnih učesnika u poslovanju.

----- OSTATAK TEKSTA NIJE PRIKAZAN. CEO RAD MOŽETE PREUZETI NA SAJTU. -----

www.maturskiradovi.net

MOŽETE NAS KONTAKTIRATI NA E-MAIL: maturskiradovi.net@gmail.com