

# Posvećenost društveno odgovornom poslovanju

Definicija, konceptualni okvir, motivi. Uloge razvoja ljudskih resursa.

Filiz Keser Aschenberger, Monika Petermandl, Klausjürgen Heinrich

# Pregled izazova dva

Moći ćete da:

- objasnite kako društveno odgovorno poslovanje pokreće društvo
- identifikujte uloge zaposlenih u ljudskim resursima u ovoj oblasti
- opišete primere uspešnih aktivnosti društveno odgovornog poslovanja

# Konceptualni okvir

## Definicije

- Društveno odgovorno poslovanje (DOP) je krovni termin kojim se opisuje kako poslovne organizacije, male i velike, integrišu relevantne društvene, ekološke i etičke odgovornosti u svoje sržne poslovne strategije, strukture i procedure kroz odeljenja, funkcije i vrednosne sisteme u saradnji sa relevantnim predstavnicima zainteresovanih strana (Wickert & Risi, 2019, p. 1).
- Ne odnosi se više na to **kako se novac troši, već kako nastaje** (Wickert & Risi, 2019, p. 1).

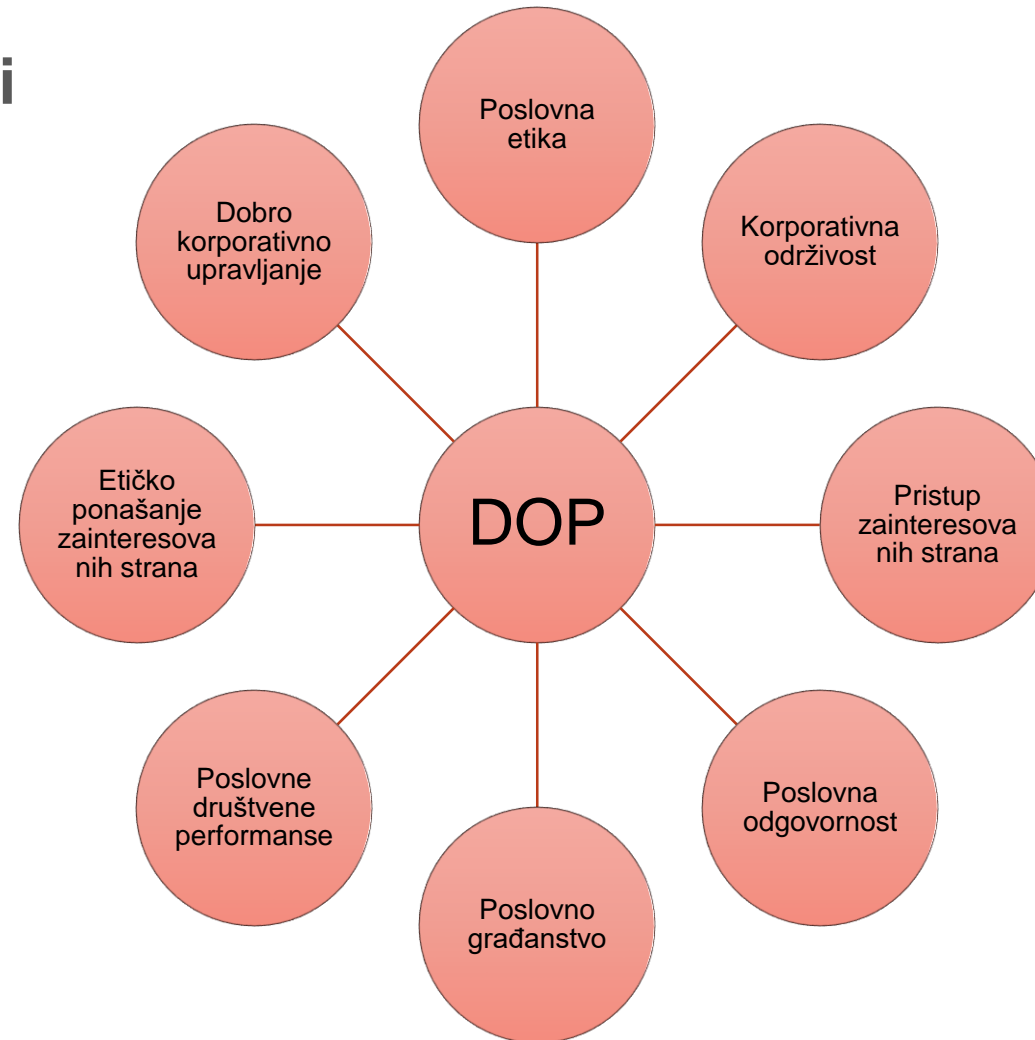
# Konceptualni okvir

- **Definicija iz Zelenog papira EU (eng. EU Green Paper)**

- DOP je koncept koji se odnosi na integrisanje društvenih i ekoloških pitanja u poslovne operacije i u interakciji sa zainteresovanim stranama, na dobrovoljnoj osnovi (Green Paper, Commission of the European Communities, 2001, p. 6).
- DOP pruža osnovu za integrisani pristup koji kombinuje ekonomske, ekološke i društvene interese uz uzajamnu korist.
- Pruža način za upravljanje promenama i usklađivanje društvenog razvoja sa većom kompetitivnošću.
- Biti društveno odgovoran ne znači samo ispunjavati pravne obaveze, već podrazumeva veće investiranje u ljudski kapital, okruženje i njihove odnose sa zainteresovanim stranama.

# Konceptualni okvir

- Povezani koncepti



# Motivi za DOP-om

- Dva glavna motiva

- Etički motivi (intrinzički)

- Promovisanje društvenih inovacija, kohezije, inkluzije i održivosti

- Instrumentalni (ekstrinzički) motivi

- Privlačenje talenata, povećanje angažovanosti, motivacije i zadovoljstva zaposlenih, zadržavanje zaposlenih u organizaciji, što sve na kraju doprinosi učinku na poslu i produktivnosti.
    - Povećati poverenje i podršku produktima i brendovima od strane potrošača i investitora. Ovo dovodi do bolje reputacije, povećanje prodaje i sposobnosti za dodatno naplaćivanje društveno odgovornih i održivih produkata.
    - Smanjenje troškova. Na primer, sprovođenje energetski efikasnih mera ili recikliranja dovodi do štednje energije, smanjenja otpada i korišćenja sirovih materijala.
    - Postići efektivnije upravljanje ekološkim i socijalnim rizicima.
    - Doprineti kompetitivnosti kompanije (Wickert & Risi, 2019, pp. 25-31).

# Uticaj društveno odgovornog poslovanja

- **Učinak organizacije u vezi sa društvenom odgovornošću, može pored drugih stvari da utiče i na:**
  - Kompetitivnu prednost
  - Reputaciju
  - Sposobnost za privlačenje i zadržavanje radnika ili članova, kupaca, klijenata i korisnika
  - Održanje posvećenosti i produktivnosti zaposlenih
  - Percepcije investitora, vlasnika, donora, sponzora i finansijske zajednice
  - Povezanost sa kompanijama, vladama, medijima, dobavljačima, potrošačima i zajednicom u kojoj organizacija deluje (ISO 26000)
  
- **Nema snažnih dokaza za povezanost DOP-a i povećanja profita.**

# Odnos menadžmenta ljudskih resursa (HRM) i društveno odgovornog poslovanja

Trendovi u istraživanjima odnosa DOP-a i HRM-a Voegtlin & Greenwood (2016)

Veza	Pojašnjenje
<b>HRM kao komponenta DOP-a</b> HRM kao element DOP-a DOP kao fokus istraživanja	<b>HRM kao prethodnik DOP-u</b> „Ljudski resursi“ (i.e. radnici) i menadžment ljudskih resursa omogućavaju DOP u organizaciji <b>HRM kao podkategorija DOP-a</b> HRM je jedan od nekoliko faktora koji čine DOP
<b>DOP kao komponenta HRM-a</b> DOP kao element HRM. HRM kao fokus istraživanja	<b>DOP koji omogućava „efektivan“ HRM</b> DOP se koristi da bi se postigli ciljevi HRM-a (npr. unapređenje zapošljavanja). <b>DOP koji omogućava „odgovoran“ HRM</b> DOP se smatra sredstvom za osiguranje odgovornog upravljanja radnicima.
<b>DOP i HRM kao uzajamno zavisni</b> I DOP i HRM su fokus istraživanja	<b>DOP i HRM su oboje prisutni, ali se ne preklapaju</b> Postoje paralelno (npr. na oboje utiče neki zajednički faktor). <b>DOP i HRM u interakciji</b> DOP–HRM kao kompleksni fenomen. Radnici, predstavnici radnika, menadžeri radnika su svi akteri u mreži koja uključuje mnoge zainteresovane strane i institucije.



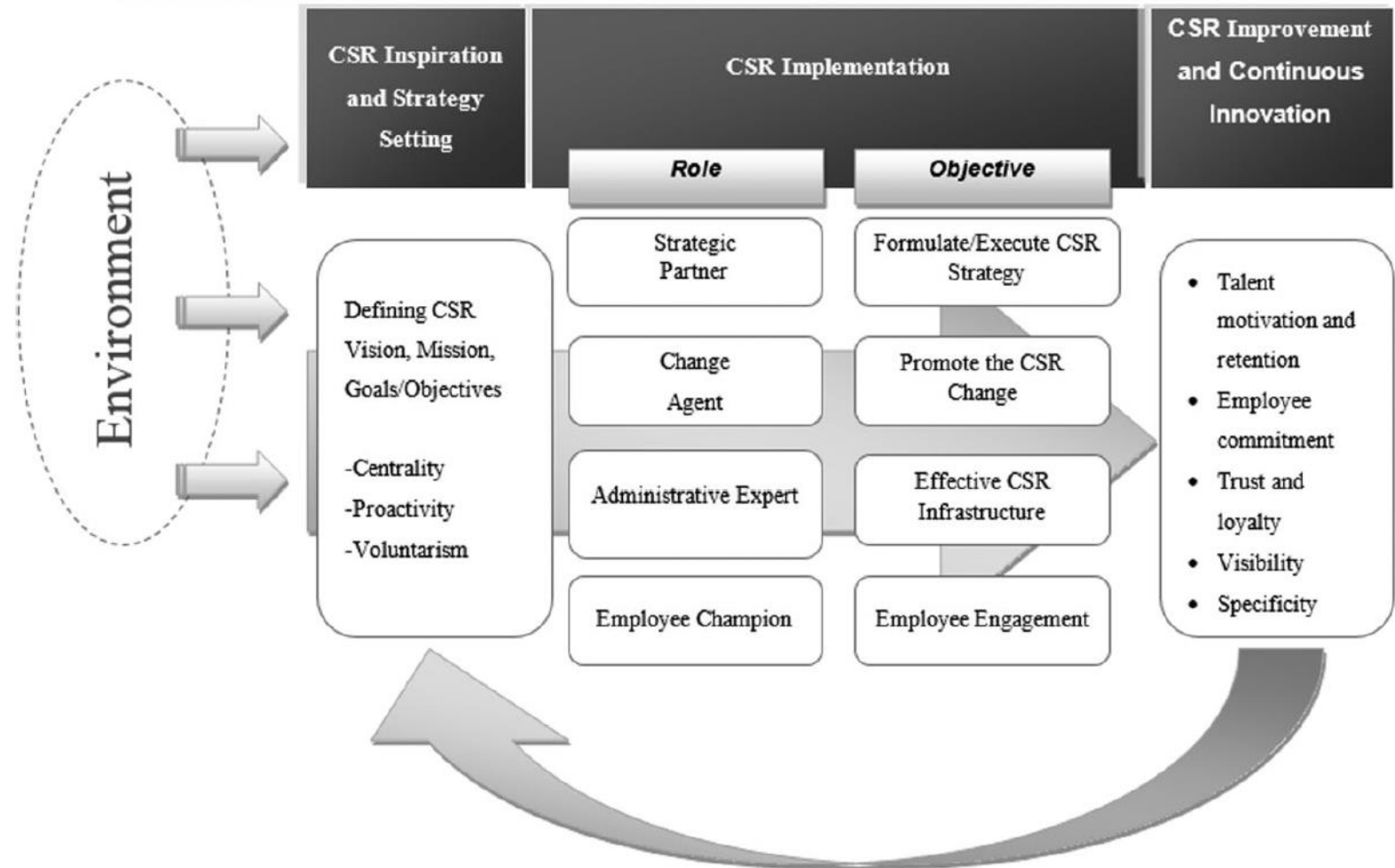
# Uloge ljudskih resursa u društveno odgovornom poslovanju

- **Model strateškog partnerstva** (Jamali et al. 2015, p. 130)



# Oblasti doprinosa

- **Model ko-kreacije HRM-DOP**
- Model mapira ulogu menadžmenta ljudskih resursa u odnosu na tri cilja tipičnog strateškog DOP-a,
  - (1) uvodna faza i faza postavljanja strategije;
  - (2) sprovođenje;
  - (3) učenje i razvoj kroz kontinuiranu procenu ishoda
- Jamali et al., 2015, p. 133



# DOP u malim i srednjim preduzećima

## Različiti primeri

- Na pitanja ko, zašto, kako i šta u vezi sa DOP-om odgovor malih i srednjih preduzeća se može razlikovati zbog kulturalnih razlika koje su nastale zbog različitih vlasničkih struktura, strateškog usmerenja, karakteristika vlasnika-menadžera i geografske lokacije.
- Velike kompanije su najčešće u velikoj meri svesne DOP-a, dok je moguće da male kompanije sprovode DOP a da to ne prepoznaju.
- Postoje brojne prilike da menadžeri u malim i srednjim preduzećima prihvate agendu DOP-a s obzirom na to da su oni fleksibilniji, respozivniji i bolji u internoj komunikaciji. (Jenkins, 2004, p. 51)



Corporate CSR	Small Business CSR
<i>Who</i>	<i>Who</i>
Responsible to wide range of stakeholders	Responsible to fewer and/or different stakeholders
Perceived responsibility to society at large	Perceived responsibility to the local community
Importance of shareholders	SMEs often don't have shareholders
<i>Why</i>	<i>Why</i>
Protection of brand image and reputation	Protection of customer business
Pressure from consumers	Pressure from business customers down the supply chain
Shareholder pressure, the SRI movement	Pressure from money lenders? Unaffected by SRI movement
The business case	Proven business case lacking
<i>How</i>	<i>How</i>
Based on 'corporate values'	Based on principles of 'owner-manager'
Formal strategic planning for CSR	Informally planned CSR strategies
Emphasis on standards and indices	Emphasis on intuition and ad hoc processes
Key involvement for CSR professionals	No dedicated personnel for CSR programmes
Mitigation of risk	Avoidance of risk
<i>What</i>	<i>What</i>
Prominent campaigns e.g. Cause Related Marketing	Small scale activities such as sponsorship of local football team
Publicity linked to CSR activities	Activities often unrecognised as CSR related

# Globalni i EU principi & smernice

- **Neke od poznatih smernica**
  - EU Green Paper
  - UN Global Compact Principles
  - ISO 26000- Guidance on Social Responsibility
  - OECD- Guidelines for Responsible Business

Hvala na pažnji.

Radujemo se vašim komentarima i  
pitanjima.