

GORAN RISTIĆ¹

¹Univerzitet u Nišu
Fakultet zaštite na radu

¹goran.ristic@znrfak.ni.ac.rs

ZAŠTITA ŽIVOTNE SREDINE - SPECIFIČNI ASPEKT KORPORATIVNE DRUŠTVENE ODGOVORNOSTI

Rezime: U prvom delu rada objašnjen je pojam i analizirane su dimenzije korporativne društvene odgovornosti-CSR. Ukazano je na značaj CSR u uslovima ekonomske krize. Prikazane su karakteristike razvoja procesa CSR u Srbiji. Od četiri specifična aspekta CSR posebno je, kao najznačajnija, analizirana zaštita životne sredine. Predstavljeni su elementi povezanosti održivog razvoja i zaštite životne sredine. CSR i zaštite životne sredine povezani su sa primenom međunarodnih standarda serije ISO 14.000 i razvojem čistih tehnologija. U završnom delu rada ukazano je na mehanizme razvoja korporativne društvene odgovornosti.

Ključne reči: životna sredina, društvena odgovornost, održivi razvoj.

KORPORATIVNA DRUŠTVENA ODGOVORNOST

Korporativna društvena odgovornost potiče od engleskog izraza *corporate social responsibility* – CSR, koji se uopšteno odnosi na posvećenost organizacije etičkom ponašanju i doprinosu ekonomskom razvoju, pokazujući, pritom, poštovanje prema ljudima, zajednici, društvu i životnoj sredini. Korporativna društvena odgovornost predstavlja posvećenost organizacije da doprinese održivosti privrednog razvoja, sarađujući sa zaposlenima, njihovim porodicama, lokalnom zajednicom i društvom u cilju poboljšanja kvaliteta njihovog života. Biti društveno odgovorna organizacija, ne znači samo puko ispunjavanje zakonskih obaveza, već ići dalje i ulagati još više u ljudski kapital, okruženje i odnose sa svim zainteresovanim stranama tj. sa zaposlenima, akcionarima, kupcima, dobavljačima, konkurentima, lokalnom zajednicom, vladom i nevladinim organizacijama.

Jedan od načina da organizacije pridobiju veliki broj korisnika i kupaca je rešavanje problema zajednice i uključivanje u zajednicu. Sve uspešne svetske korporacije, već decenijama sprovode koncept korporativne društvene odgovornosti. Organizacije ulažu sredstva, kako bi pomogle da se reše problemi u društvenoj zajednici, a ta pomoć je najčešće usmerena u školstvo, zdravstvo, kulturu, sport, umetnost, zaštitu životne sredine. Povećano interesovanje organizacija za ulogu u društvu je uslovljeno povećanom osetljivosti i svesti o etičkim i ekološkim problemima. Problemi zagađenja životne sredine, neprikladnog odnosa prema zaposlenima, sve težeg položaja potrošača... su pojave za čije se suzbijanje razvijaju i državni i međunarodni propisi i norme. Uspostavljaju se i standardi i zakoni koji investitore i menadžere teraju da vode računa o korporativnoj društvenoj odgovornosti i sprovođenju korporativne politike u tom pravcu. Na drugoj strani potrošači postaju sve osetljiviji na performanse organizacija na polju društvene odgovornosti, posebno onih organizacija čije proizvode i usluge koriste. Ovi

trendovi, u oblasti zakonske regulative i ponašanja potrošača, stvaraju pritisak na organizacije i zahtevaju od njih da funkcionišu na ekonomskim, društvenim i ekološki opravdanim i prihvatljivim strategijama i principima.

U literaturi ne postoji saglasnost o povezanosti korporativne društvene odgovornosti i finansijskog učinka organizacije. Najveći broj istraživanja ukazuje na postojanje pozitivne korelacije tj. da profit i korporativna društvena odgovornost ne moraju da budu u suprotnosti. Ukoliko i investitori i finansijski analitičari uzimaju u obzir ekološki i društveni učinak organizacija, onda korporativna društvena odgovornost omogućava organizacijama bolji pristup kapitalu.



Slika 1. Pozitivna korelacija profita i CSR

Pored značajnih napora da se pruži jasna i nedvosmislena definicija društveno odgovornog poslovanja, još uvek postoji izvesna konfuzija oko toga kako bi ga trebalo definisati. Koncept „korporativna društvena odgovornost“ ili „društveno odgovorno poslovanje“ odnosi se na dobrovoljnu samoregulaciju, koju uvode organizacije, kako bi popravile određene segmente svoje organizacije, koji se mogu odnositi na zaposlene, zaštitu životne sredine ili pitanja ljudskih prava.

Korporativna društvena odgovornost je koncept upravljanja organizacijom koji održava balans između ekonomskih i socijalnih ciljeva zarad „uspostavljanja viših standarda življenja, uz održavanje profitabilnosti kompanije, za ljude u i izvan kompanije“ [7]. Korporativna društvena odgovornost jeste socijalno

odgovoran i etičan odnos kompanije prema zajednici u kojoj ostvaruje profit i prema svim društvenim akterima u zajednici i kompaniji.

Dalsrud [4] predlaže sledeću definiciju: „Društveno odgovorno poslovanje tiče se odgovornosti koje ima organizacija i preduzimanja mera u okviru organizacije, koja prevazilaze njegove pravne obaveze i ekonomske/poslovne ciljeve. Te šire odgovornosti obuhvataju niz pitanja, ali se obično rezimiraju kao društvena i ona koja se tiču zaštite okoline – društveno se odnosi šire na društvo u celini, a ne samo na socijalna pitanja. Ovo možemo nazvati pristupom tri glavne linije: tj. ekonomske, društvene i ekološke.“

Shodno analizi sadržaja aktuelnih definicija društveno odgovornog poslovanja [4] za ovaj pojam vezuje se pet, najčešće pominjanih aspekata:

- **Ekološki aspekt:** Organizacije razvijaju svoje poslovanje na održiv način,
- **Društveni aspekt:** Organizacije doprinose boljem društvu, time što će biti svesne efekata koje njihovo poslovanje ima na zajednice,
- **Ekonomski aspekt:** CSR ima za cilj da unapredi profitabilnost organizacije, uvažavajući načelo da organizacije treba da doprinesu društveno-ekonomskom razvoju,
- **Aspekt zainteresovanih strana:** Organizacija treba da unapređuje svoju interakciju sa svim zainteresovanim stranama (eng. *Stakeholders*), posebno sa zaposlenima, dobavljačima, klijentima i zajednicama u kojima posluje,
- **Dobrovoljni aspekt:** Potezi koji svedoče o društveno odgovornom poslovanju nisu definisani zakonom, već baziraju na dobrovoljnim potezima organizacije.

Društveno odgovorno poslovanje se tiče integrisanja društvenih, ekoloških i ekonomskih pitanja u poslovne procese i strukture donošenja odluka. Ono se odnosi na angažovanje deonika i drugih zainteresovanih strana i saradnju sa njima u cilju efektivnog i efikasnog upravljanja potencijalnim rizicima i izgradnju kredibiliteta i poverenja u društvu. Važno je znati koji razlozi podstiču korporacije da angažuju svoje resurse u aktivnosti društveno odgovornog poslovanja. Ti razlozi su:

- **Finansijski rezultati.** Organizacije mogu pribeći društveno odgovornom poslovanju i korporativnoj održivosti, da bi imale direktne pogodnosti za svoje finansijske rezultate. Na primer, može se smanjiti količina otpada i papir se može reciklirati. Ekološki efikasni potezi mogu istovremeno proizvesti i ekološke i ekonomske pogodnosti za organizaciju, doprinoseći snažnijim finansijskim rezultatima i većoj profitabilnosti;
- **Odnosi sa investitorima.** Investitori, često, proučavaju povezanost društvene odgovornosti organizacije i njenih finansijskih rezultata. Postoji sve više dokaza da organizacije koje prihvate osnovne karakteristike društveno odgovornog

poslovanja, uglavnom, prestižu ostale koji to ne čine;

- **Produktivnost i inovativnost.** Glavna potencijalna pogodnost koju donose inicijative društveno odgovornog poslovanja tiče se uspostavljanja uslova kojima se povećava lojalnost, zalaganje i motivacija zaposlenih, čime se stvara inovativnija i produktivnija radna snaga. Ovo može pomoći da se zaposle i zadrže zaposleni; da se motivišu da steknu nove veštine; da se ohrabre u pronalaženju inovativnih načina, ne samo za smanjenje troškova već i za uočavanje i iskorišćavanje novih mogućnosti maksimalizacije profita.
- **Odnosi sa zainteresovanim stranama.** Spremnost za stvaranje efektivnih partnerstava znači više kredibiliteta i poverenja u odnosima između organizacije i zajednice. Ovo je važna pogodnost za organizacije, zato što povećava njihove izgleda da ih zajednica dugoročno podržava.



Slika 2. Korporativna društvena odgovornost

Korula i Halme [8] definišu tri načina primene društveno odgovornog poslovanja:

1. Prvi i osnovni vid društveno odgovornog poslovanja mnogih organizacija je filantropija, dobrotvorne akcije i korišćenje korporativnih resursa da bi se „činilo dobro“ (najčešće, donacije),
2. Drugi pristup odlikuje se integracijom aspekata društveno odgovornog poslovanja u celokupno poslovanje, pri čemu organizacije pokušavaju da kombinuju odgovornost sa osnovnim poslovnim delatnostima. Najznačajnije aktivnosti su: obezbeđivanje najvišeg kvaliteta proizvoda, investiranje u istraživanje i razvoj, primena dobre prakse i mera zaštite životne sredine...
3. Inovativnost u društveno odgovornom poslovanju bazira na novijoj tendenciji da se društveno odgovorno poslovanje sagledava kao izvor poslovnih inovacija. Ključni aspekt te tendencije je pristup kojim se pokušava da se reše problemi socijalno ranjivih grupa u društvu, stvaranjem novih preduzeća ili povoljnih poslovnih mogućnosti za kompanije (Prahalad 2005). Drugi rezultat ove tendencije su novi modeli poslovnih usluga, koji su bazirani na energetske ili materijalne efikasnosti kao i tehnologijama koje koriste održive izvore energije. Organizacija shvata neki ekološki ili društveni problem kao izvor poslovne inovacije i traga za načinima da razvije nove proizvode ili usluge. Dok pokušava da razvije nove poslovne poduhvate kako bi ublažila ekološki

ili društveni problem, organizacija istovremeno ima za cilj da poveća prihode [8].

Društveno odgovorno poslovanje je koncept po kome organizacije, koje ga usvajaju, svesno i dobrovoljno nadilaze svoju primarnu funkciju sticanja i raspodele profita i nastoje da pozitivno utiču na svoje radno, društveno i prirodno okruženje. Društveno odgovorno poslovanje predstavlja svest o novom položaju i značenju koje organizacije imaju u globalnom društvu i odgovornosti koje iz njih proizilaze.



Slika 3. „3P” koncept korporativne društvene odgovornosti (Planeta, društvo, profit)

CSR predstavlja posvećenost preduzeća da sopstvenim etičkim ponašanjem, prema internoj i eksternoj javnosti, doprinese povećanju kvaliteta života zaposlenih i njihovih porodica, privrednom razvoju lokalne zajednice i nacionalne ekonomije i društva u celini [5]. Biti društveno odgovorna kompanija ne znači samo ispunjavati zakonske obaveze, već uključuje i ulaganje u ljudski kapital, okruženje i u odnose sa zainteresovanim stranama. Drugim rečima, korporativna društvena odgovornost podrazumeva da za profit koji ostvaruju, organizacije nisu odgovorne samo akcionarima, nego i pojedincima i grupama na koje se profit, na bilo koji način, odražava.

Korporativni sektor i transnacionalne korporacije se sve snažnije nameću kao ključni akteri svetske ekonomske krize. Postojanje jeftinog rada, sredstava i povoljnih proizvodnih uslova u nerazvijenim zemljama su pojačali pokretljivost i profitabilnost kapitala. Transnacionalne proizvodne mreže povećavaju snagu globalnog kapitalizma, tako što olakšavaju transnacionalnim kompanijama da zaobiđu nacionalne radničke sindikate koji bi štitili interese radnika u pogledu visine zarada i uslova rada.

Ekonomska kriza nametnula je neke druge uslove poslovanja. U situaciji kada tržišna utakmica ne ostavlja prostora za dalji rast i razvoj organizacije, samo na osnovu cene i kvaliteta, do izražaja dolazi odgovorno ponašanje kompanije prema zaposlenima, klijentima, široj zajednici, dobavljačima i životnoj sredini. Odgovorne organizacije dobijaju i zadržavaju najbolje kadrove, potrošači su im lojalniji, imaju lakši pristup kreditima i finansijama i na taj način postaju konkurentniji [9]. Organizovana javnost sve češće i sve uspešnije primorava organizacije da odgovornije posluju u odnosima sa lokalnom zajednicom i društvom u celini, da se održivije ponašaju prema prirodi, kao i da se humanije odnose prema zaposlenima.

Korporativna društvena odgovornost ima za cilj razvijanje mehanizama koji podstiču pozitivne, odnosno smanjuju negativne efekte delovanja svetske ekonomske krize na razvoj. U tom kontekstu, korporativna društvena odgovornost se može smatrati i društvenim sredstvom koje treba da doprinese razvoju društvenog blagostanja kroz:

- poštovanje uslova koji obezbeđuju pristojan rad, poštene zarade, razumno radno vreme i dobre uslove za rad...;
- održivi razvoj i zaštitu životne sredine na lokalnom, regionalnom i globalnom nivou...;
- veću odgovornost u pogledu: kvaliteta proizvoda i usluga, transparentnosti, uvođenja i poštovanja standarda, razumnih cena, pravičnosti i poštovanja prava svojine...;
- doprinos efikasnosti države (poštujući zahteve u pogledu propisa koji se tiču transparentnog poslovanja, zaštite životne sredine, održivosti upotrebe resursa...);
- produbljivanje partnerstva i dijaloga između subjekata koji su angažovani u ostvarivanju opštih društvenih i ekonomskih ciljeva...

Dinamičko okruženje u uslovima svetske ekonomske krize i novog poimanja unutrašnjeg tržišta, nametnulo je organizacijama i nacionalnim ekonomijama dva ozbiljna izazova – novo značenje nacionalne konkurentnosti i koncept korporativne društvene odgovornosti.

KORPORATIVNA DRUŠTVENA ODGOVORNOST U SRBIJI

Većina zemalja u tranziciji nalazi se u ranijim fazama razvoja društveno odgovornog poslovanja u odnosu na ekonomski razvijenije zemlje. Filantropija i društvena odgovornost preduzeća, u Srbiji, nisu dovoljno razvijene zbog skorijeg uvođenja tržišne ekonomije i jakih tradicionalnih struktura porodične podrške, koje su zvaničnu filantropiju ranije činile nepotrebnom [1].

Prve korake u razvijanju društveno odgovornih praksi u zemljama u razvoju načinili su veliki multinacionalni investitori koji su, kao odgovor na pritiske u vlastitim zemljama, razvili novu kulturu menadžmenta, koja podrazumeva održivost, kada je reč o radnoj snazi u zemljama u razvoju. U nekim slučajevima, ovo je nateralo lokalna preduzeća da takođe usvoje neke od ovih praksi.

Kako je u Srbiji, kasnije nego u mnogim drugim zemljama došlo do političke i socioekonomske tranzicije, mnoga preduzeća još uvek nemaju razvijenu svest o pogodnostima društveno odgovornih praksi i smatraju ih nekorisnim i nepraktičnim.

Godine 2005. Smart Kolektiv, je sproveo prvo istraživanje društveno odgovornog poslovanja u Srbiji. Anketa je obuhvatila više od 2.000 ispitanika iz svih segmenata društva. Po rezultatima ove ankete, poslovni

ljudi razumeju društveno odgovorno poslovanje kao poklanjanje pažnje pitanjima zaštite životne sredine, kao filantropiju, podršku zajednici i kao poštovanje zakona. Filantropija i učestvovanje u različitim projektima podržavanja zajednice su jedine aktivnosti u okviru društveno odgovornog poslovanja na koje se odlučuju kompanije u Srbiji. Samo 31 % organizacija sprovodi aktivnosti vezane za zaštitu životne sredine. Očigledno je da postoji svest o društveno odgovornom poslovanju u Srbiji, ali mnoge kompanije još uvek ne shvataju dugoročne prednosti društveno odgovornog ponašanja, dok različiti poslovni ljudi i preduzetnici veruju da nemaju dovoljno resursa ili znanja potrebnih da bi se angažovali u primeni drugačijih strategija. Javnost nije dovoljno informisana o vrednostima društveno odgovornog poslovanja, a svest potrošača je još uvek nedovoljno razvijena.

Zbog ratova devedesetih godina i potrebe da region razvije osnove za ekonomski razvoj, velika finansijska sredstva i donacije međunarodnih organizacija stigle su u ovaj region. To je za posledicu imalo podsticanje zavisnosti od donacija. Nakon što je otpočeo proces ekonomskog razvoja na Balkanu, sredstva međunarodnih fondacija su počela da se povlače sa Balkana. Razvijanje društveno odgovornog poslovanja znači razvijanje novih oblika partnerstva sa organizacijama, što potencijalno može da dovede do toga da obe strane budu na dobitku i da dovedu do pozitivnih posledica, po životnu sredinu i po društvo.

Potreba za razvijenijim kontekstom u kome bi moglo da se razvija društveno odgovorno poslovanje je prepoznata, pa je u Srbiji pokrenuto nekoliko međunarodnih inicijativa koje imaju za cilj da unaprede društveno odgovorno poslovanje na nacionalnom nivou. Te inicijative su UN Global Compact, UNIDO's Development of CSR i IFC inicijative koje imaju za cilj prihvatanje međunarodnih standarda i tehničku regulaciju u jugoistočnoj Evropi. Neka srpska i međunarodna preduzeća i državne institucije (Narodna banka Srbije, Soko Štark, Hemofarm) bile su među prvim koje su uvele principe društveno odgovornog poslovanja. Da bi bile uspešne i da bi podstakle održivi razvoj privrede, te inicijative moraju biti deo povoljnog okruženja, inače bi bile izuzeci, dok bi njihov uticaj na društvo i okruženje ostao prilično ograničen.

Strategije društveno odgovornog poslovanja su čvrsto motivisane vlastitim interesom, ali postoji i istinska želja da se poboljša život zajednice i unapredi životna sredina. Podsticanje razvoja društveno odgovornog poslovanja može da doprinese ekonomskom i socijalnom razvoju Srbije.

Dolazeći na naše tržište, velike strane kompanije sa sobom donose svoj kapital i svoju poslovnu politiku i trude se da uspostave određenu kulturu poslovanja, a to podrazumeva i primenu CSR koncepta. CSR u Srbiji postaje predmet interesovanja različitih organizacija, udruženja i kompanija. Tranzicioni procesi i sve snažnije prisustvo stranih kompanija na srpskom tržištu jesu stimulativni faktori u ovom procesu.

Poslovni uspeh kompanije na tržištu ne mora i nije suprotstavljen njenoj odgovornosti i etičnosti u poslovanju. Jasno je, kompanije nisu i ne mogu biti izolovane od društva u kojim posluju, tako da razvoj određenog društva, kvalitet obrazovanja, infrastrukture, razvijenost lokalnog biznisa, kvalitet rada javnog sektora, predstavljaju faktore koji umnogome utiču na poslovanje jedne kompanije. Među multinacionalnim kompanijama koje posluju u Srbiji, promotori društveno odgovornog ponašanja su: „Lafarž“, „Holcim“, „Cisco systems“, „EFG Eurobank“, „Societe General Bank“, „Purezs banka“, „Credit agricole meridian bank“, „Carlsberg“, „Banca Intesa“, „Erste Bank“, „Efes“, Filip Morris, Titan, US Steel, British American Tobacco, Microsoft, Michelin, Merkator, Gorenje, Krka, Japan Tobacco International i drugi.

Inicirano je formiranje baze podataka koja bi obuhvatila sve studije slučaja vezane za društveno odgovorne aktivnosti kompanija u Srbiji. Osnovna ideja kreiranja ovakve baze podataka jeste pouzdano i objektivno identifikovanje primera najbolje prakse koji istovremeno maksimiziraju kompetitivne i društvene dobrobiti. Cilj ove inicijative je da se organizacije u Srbiji podstaknu na intenzivnije merenje uticaja koje imaju na svoje radno, društveno i prirodno okruženje i da izveštavaju o svojim delatnostima u ovoj oblasti. Pomenute kompanije, koje su uspostavile uspešan biznis u Srbiji, su pokazale i jaku volju i uložile napore da uspostave partnerski odnos sa sredinom, koja im je omogućila uspešno poslovanje, ulažući u lokalnu zajednicu i na taj način postale njen „korporativni građanin“.

„Bezbednost i zdravlje na radu na gradilištima“ je program kompanije „Holcim“ u Srbiji, koji je započeo 2008. godine, sa ciljem podizanja svesti zaposlenih na gradilištima i njihovih poslodavaca o okolnostima koje mogu dovesti do ugrožavanja njihovog zdravlja i bezbednosti na radu.

Projekat „Eurobank EFG školarine“ deo je sveobuhvatnog programa korporativne društvene odgovornosti Banke pod nazivom „Investiramo u evropske vrednosti“, koji je usmeren na podršku edukaciji, zdravstvu, inkluzivnom društvu i zaštiti životne sredine.

„Carlsberg Srbija“ upravlja svojim procesnim rizicima korišćenjem Integrisanog sistema menadžmenta (QMS; OHSAS i EMS). Kroz EMS segment se upravlja rizicima po životnu sredinu.

Banca Intesa je pokrenula donatorski program koji predstavlja originalni vid alternativnog finansiranja humanitarnih potreba specifične ciljne grupe i koji je prepoznat i podržan od strane najviših zvaničnika Međunarodnog Paraolimpijskog Komiteta [9].

Organizacije u Srbiji su prepoznale interne i eksterne koristi primene koncepta korporativne društvene odgovornosti. Pomenute organizacije su prepoznale da primena koncepta društveno odgovornog ponašanja u praksi doprinosi dugoročnoj stabilnosti poslovanja, povećanju prodaje i većoj lojalnosti i motivaciji

zaposlenih. Organizacije su uočile i da im primena koncepta korporativne društvene odgovornosti donosi i eksterne koristi u smislu poboljšanja društvenog i poslovnog ugleda organizacije. Istraživanje je pokazalo da je najveća prepreka primeni društveno odgovornog poslovanja nepostojanje zakonske regulative u ovoj oblasti.

Sadržina koncepta društveno odgovornog poslovanja analizirana je preko aktera, transparentnosti poslovanja, pravila ponašanja, socijalnih projekata i zaštite životne sredine. Kao akteri društveno odgovornog poslovanja u Srbiji su prepoznati: zaposleni, deoničari, vlada, lokalna zajednica, civilni sektor, kao i vlasnici, udruženja i preduzeća koja se bave aktivnostima u interesu zajednice. Kao društveno odgovorne aktivnosti u Srbiji su prepoznate: transparentnost poslovanja, očuvanje zdravlja zaposlenih, izbegavanje korišćenja dece kao radne snage i zaštita životne sredine. U tom kontekstu, organizacije u Srbiji prepoznaju kao društveno odgovorne aktivnosti i plaćanje poreza, stvaranje novih radnih mesta, obezbeđivanje sigurnosti radnih mesta, osluškivanje aktera i davanje donacija.

Korporativna društvena odgovornost sve više postaje pitanje sa kojima se suočavaju i mala preduzeća i to u svim sektorima poslovanja. Ulaganje u zajednicu može pomoći razvoju podsticajnog okruženja za preduzetništvo, obezbeđenjem specifične podrške poslovnom razvoju i stvaranjem povoljnijih uslova za rast i razvoj malog biznisa. Primena CSR koncepta omogućava prednosti, kao što su: povećanje produktivnosti, kvaliteta i prodaje, dugovečnosti kompanije, lakše poštovanje zakonskih propisa, veća lojalnosti radnika, prednost u odnosu na konkurenciju, privlačenje i zadržavanje kvalifikovane radne snage, smanjenje troškova, finansijsko poboljšanje i pristup tržištu. Koncept korporativne društvene odgovornosti omogućava i eksterne prednosti: bolji imidž i reputaciju, doprinos održivom razvoju Srbije, lojalnost klijenata, očuvanje životne sredine... Prepreke i rizici, svrstani po veličini doživljenog rizika, pri implementaciji koncepta CSR, u kompanijama u Srbiji su: povećanje operativnih troškova, povećani zahtevi zainteresovanih aktera, povećano učešće regulatornih organa, zaostajanje u odnosu na konkurenciju, smanjena produktivnost, negativni uticaj na profitabilnost, negativan uticaj na kvalitet roba i usluga.

SPECIFIČNI ASPEKTI KORPORATIVNE DRUŠTVENE ODGOVORNOSTI

Najveći broj autora kao najznačajniji specifični aspekt korporativne društvene odgovornosti navodi *zaštitu životne sredine*.

Pored ove navode se:

- Zaštita interesa potrošača,

- Zaštita interesa konkurenata i poslovnih partnera,
- Zaštita prava radnika i
- Korporativna filantropija.

Zaštita životne sredine - specifični aspekt CSR

Zaštita i unapređenje životne sredine je svakako jedna od najznačajnijih oblasti primene korporativne društvene odgovornosti. Razlog za ovo su narastajući problemi u oblasti životne sredine, koji traju duži niz godina. Industrijski, ekonomski i društveni razvoj u poslednja dva veka imali su ogroman uticaj na životnu sredinu, kroz potrošnje energije, preterano iskorišćavanje resursa i zagađenja koja su proizvela. U svetu se od 1750. godine industrijska proizvodnja povećala više od stotinu puta, najvećim delom u XX veku, uglavnom u poslednjih pedeset godina.

Odlika savremenog ljudskog društva tokom većeg dela istorije bila je, u većoj ili manjoj meri, zagađivanje životne sredine tako da je obezbeđivanje čiste pijaće vode zahtevalo velike napore. U početku je zagađivanje bilo lokalizovano na grad, reku, rudnik ili đubrište. Industrijalizacija je proširila područja koja su se našla na udaru. Jedno od osnovnih pravila ekologije - da je Zemlja zatvoreni sistem i da sve nekud odlazi - znači da je odlaganje otpada tek puko premeštanje s jednog na drugo mesto na planeti, kako ističe Klajv (P. Klajv, 2009).

Rezultat industrijske revolucije bio je i neracionalno trošenje prirodnih resursa i zagađenje životne sredine. Masovna proizvodnja rezultovala je i masovnom potrošnjom i to ne samo potrošnih dobara, već i proizvoda namenjenih industrijskoj potrošnji, što u krajnjoj liniji podrazumeva prekomerno trošenje prirodnih resursa, posebno onih neobnovljivih. Ljudska zajednica mora se okrenuti razmišljanju koje je orijentisano na budućnost - razvoj društva mora biti usklađen i sa potrebama budućih generacija.

Od sedamdesetih godina dvadesetog veka pitanje zaštite životne sredine postaje sve značajnije.

Džejms Lavlok je 1972. godine razvio hipotezu o tome kako ova planeta funkcioniše. On je to nazvao "Geja teorija". Sa velikom jasnoćom je izložio viđenje da je Zemlja jedan ogromni živi organizam i da je svaki pojedinac deo ekosistema u sprezi sa svim ostalim delovima, čak i ako među njima ne postoji očigledna veza.

Godine 1972. održana je Prva konferencija UN o životnoj sredini, na kojoj je doneta i Deklaracija UN o životnoj sredini. Jedan od značajnih koraka u razvoju globalnog delovanja u domenu zaštite i unapređenja životne sredine je i donošenje Bazelske konvencije o kontroli međunarodnog kretanja opasnog otpada i odlaganja, usvojene na diplomatskoj konferenciji u Bazelu 1989. godine, koja je razvijena pod pokroviteljstvom Programa za zaštitu životne sredine UNEP, a koja je stupila na snagu u maju 1992. godine.

Druga konferencija UN o životnoj sredini i razvoju je održana u Rio de Ženeiru 1992. godine. Jedan od glavnih pravaca razmišljanja bio je koncept održivog razvoja, koji je razmatran krajem osamdesetih godina. Održivi razvoj podrazumeva razvoj koji zadovoljava potrebe sadašnjosti, a da pritom ne kompromituje sposobnost budućih generacija da zadovolje svoje potrebe. To je pristup koji ima za cilj da izbalansira društvene, ekonomske i ekološke posledice našeg delovanja sada i u budućnosti. Dakle, u potpunosti je saglasan sa konceptom korporativne društvene odgovornosti.

Na Konferenciji je prihvaćen koncept održivog razvoja koji se zasniva na principima:

- usklađeni privredni rast,
- socijalna pravda,
- zdrava životna sredina,
- održiva ekonomija,
- održivo korišćenje energije i
- održive industrijske aktivnosti.

Na konferenciji su usvojena i sledeća dokumenta:

1. Deklaracija UN o životnoj sredini i razvoju, sa usvojenim konceptom održivog razvoja. Ovim dokumentom su utvrđene i prihvaćene obaveze razvijenih zemalja sveta da finansijski i tehnološki pomognu zemlje u razvoju,
2. Konvencija o biodiverzitetu, odnosno obaveza svih zemalja da čuvaju i racionalno troše raznovrsnost i rasprostranjenost biljnog i životinjskog sveta,
3. Konvencija o promeni klime, sa obavezom da se smanji emisija gasova koji dovode do efekta staklene bašte,
4. Agenda 21, koja predstavlja uputstvo za primenu i sprovođenje koncepta održivog razvoja u svim sektorima razvoja i zaštite životne sredine u 21. veku, a sve zemlje potpisnice su obavezne da je primenjuju i da formiraju komisije za održivi razvoj. Agenda sadrži četiri osnovna poglavlja: socijalna i ekonomska pitanja, zaštita i upravljanje resursima za razvoj, jačanje uloge i značaja društvenih grupa i sredstva za ostvarivanje agende.

Na osnovu postavljenih smernica održana je 1997. godine u Njujorku Konferencija UN pod nazivom Samit Planete + 5, sa ciljem da se sagleda koliko se postiglo na sprovođenju prihvaćenih dokumenata sa samita održanog 1992., a posebno kako se sprovodi Agenda 21. Nakon dugog niza teških pregovora konačno je decembra 1997. godine u Kjotu u Japanu, potpisan sporazum. Sporazum iz Kjota obavezao je potpisnice da do 2012. smanje emisiju ugljen dioksida za 5,2% (u odnosu na 1990.). Većina stručnjaka u oblasti zaštite životne sredine smatra da su postavljeni ciljevi preniski i nedovoljni da se izbore sa obimnošću problema. Sporazum iz Kjota je stupio na snagu i postao obavezujući nakon ratifikacije u Rusiji, februara 2005. Februara 2002., novoizabrani predsednik Buš najavio je da SAD neće učestvovati u Sporazumu iz Kjota i odbacio sve obavezujuće redukcijske ciljeve

koji, tvrdio je, mogu štetiti američkoj ekonomiji, posebno ako zemlje u razvoju, poput Kine, ne moraju da smanje emisiju gasova.



Slika 4. Zastita životne sredine i profit-održivi razvoj

Komparativni prikaz osnovnih karakteristika industrijskog društva i modela društva baziranog na principu održivog razvoja dat je u tabeli 1.

Tabela 1: Neodrživi i održivi razvoj

NEODRŽIVI RAZVOJ
1. Dominacija industrijske paradigme
2. Prilagođavanje prirode čoveku
3. Zadovoljavanje potreba sadašnjih generacija
4. Fragmentarni pristup razvoju i životu
5. Ekonomska korisnost i parcijalna racionalnost
6. Kvantitativni indikatori rasta
7. Tržište kapitala, roba i rada
8. Ekonomska cena
9. Autoritarna organizacija društva
10. Demokracija većine

ODRŽIVI RAZVOJ
1. Dominacija ekološke paradigme
2. Prilagođavanje čoveka prirodi
3. Zadovoljavanje potreba sadašnjih i budućih generacija
4. Holistički pristup razvoju i životu
5. Trajnost, opstanak, globalna i dugoročna racionalnost
6. Kvalitativni, ekološki indikatori razvoja
7. Eko-tržište
8. Eko-cena
9. Autonomna pozicija društvenih subjekata
10. Participativna demokratija

Izvor: Malešević, K., Sociološki i etički smisao održivog razvoja, Ecologica, broj 2-3/99,

Sledeća velika konferencija zemalja okupljenih oko Sporazuma iz Kjota održana je 2005. godine u Montrealu. Nakon dugotrajnih i kompleksnih pregovora formulisana je dogovor o potrebi daljih redukcija i posle 2012. godine.

Polazeći od ovakvog načina razmišljanja potrebno je da se privredne aktivnosti zasnivaju na principu: planirati globalno, delovati lokalno. Danas 78% američkih tinejdžera smatra da će imati vremena da izvrši promene, 80% njih smatra da bi organizacije trebalo da se drže obaveze etičkog kodeksa o svom uticaju na životnu sredinu, 83% njih bi preduzelo mere za pomoć životnoj sredini, ukoliko bi im neko pokazao kako (Goleman 2010).

U idealnom smislu, želja je da razumemo štetne posledice jednog predmeta u tri povezane sfere:

- Geosferi

- Biosferi
- Sociosferi

I industrija se može posmatrati kao jedan tip ekosistema, onog koji ima dalekosežne uticaje na sve druge ekološke sistema.

Kao jedan od proizvoda razvoja ekološke svesti na globalnom nivou nastali su standardi upravljanja zaštitom životne sredine, opredmećeni u seriji međunarodnih standarda ISO 14000. Krajem osamdesetih godina Međunarodna organizacija za standardizaciju (ISO - *International Standards Organisation*) publikovala je međunarodne standarde kvaliteta iz kojih su se razvili i standardi ISO 14001. Društveni aspekt kvaliteta, kao jedan od tri aspekta kvaliteta (poslovni, tržišni i društveni aspekt kvaliteta) se odnosi na kvalitet življenja - društveni aspekt kvaliteta koji pretpostavlja da proizvodi i procesi organizacija budu takvi da u potpunosti obezbeđuju:

- zaštitu zdravlja ljudi,
- zaštitu životne sredine,
- zaštitu kupaca putem odgovornosti za proizvod,
- štednju prirodnih resursa,
- zadovoljenje građana u celini, uz poštovanje moralnih i etičkih društvenih i
- profesionalnih normi

Model sistema upravljanja zaštitom životne sredine (EMS) prema međunarodnom standardu ISO 14001 obuhvata:

- politiku zaštite životne sredine,
- planiranje,
- uvođenje i sprovođenje standarda,
- proveravanje i korektivne mere,
- preispitivanje od strane rukovodstva,
- kontinuirano poboljšanje kvaliteta životne sredine.

Ono što je posebno bitno za pristup međunarodnim standardima zaštite životne sredine jeste da su dobrovoljni. Standardi ISO 14001 su samoobavezujući, tako da nijedna ozbiljna kompanija u svetu koja drži do sebe neće izbeći da ga implementira, jer „ISO 14001 „traži samo ono što se Vas tiče“. Standard se primenjuje za one aspekte životne sredine koje organizacija može da kontroliše i na koje može da utiče (samim standardom se ne uvtrđuju posebni kriterijumi učinka zaštite životne sredine).



Slika 5. Međunarodni standardi

menadžmenta zaštitom životne sredine (EMS-ISO 14.001)

Primena standarda ISO 14001 omogućava bilo kojoj organizaciji da usaglasí svoju poslovnu politiku sa međunarodnim standardima upravljanja zaštitom životne sredine, da standarde ugradi u svoju poslovnu praksu i da primenjujući iste utiče na zaštitu i

unapređivanje kvaliteta životne sredine i razvoj sopstvene organizacije.

Jedna od značajnih oblasti društveno odgovornog poslovanja sa aspekta zaštite i unapređenja životne sredine jeste i razvoj i primena čistih tehnologija. Pojam čiste tehnologije obuhvata svaki proizvod, uslugu ili proces, koji donosi upotrebljivu vrednost uz minimalno trošenje resursa koji se ne mogu reciklirati i/ili istovremeno daje znatno manje otpadnih produkta u odnosu na klasična rešenja.



Slika 6. Čiste tehnologije

Čista tehnologija obuhvata širok spektar proizvoda i usluga, od solarnih sistema napajanja do hibridnih vozila. Ti proizvodi:

- Koriste reciklirajuće materijale i energetske izvore, ili smanjuju upotrebu prirodnih resursa tako što ih koriste efikasnije i produktivnije,
- Umanjuju ili eliminišu zagađenje i toksični otpad,
- Nude identične ili bolje performanse u odnosu na klasične proizvode,
- Investitorima, kompanijama i potrošačima obezbeđuju brzi obrt, smanjene troškove i niže cene,
- Otvaraju nove poslove u oblasti upravljanja, proizvodnje i razvoja.

Čiste tehnologije pokrivaju četiri oblasti: energetiku, transport, vodosnabdevanje i materijale.

ZAKLJUČAK

Korporativna društvena odgovornost predstavlja specifičan odgovor organizacija na pritiske potrošača i društva. Moderno shvatanje korporativne odgovornosti podrazumeva odnos kompanije prema širokom spektru interesnih grupa.

Prednosti malih i srednjih preduzeća prilikom uvođenja korporativne društvene odgovornosti su te što ona generalno bolje razumeju lokalni kulturni i politički kontekst, imaju više veza sa lokalnim civilnim društvom i mnogo veću posvećenost poslovanju u određenom regionu. Na osnovu istraživanja situacije u pogledu društvene odgovornosti poslovanja preduzeća u Srbiji je zapaženo da se, kao najčešće prepreke za primenu koncepta korporativne društvene odgovornosti navode: strah od (birokratije, ugrožavanja konkurentske pozicije, dodatnih troškova, izlaganja kritici), nedostatak (vremena, motivacije, znanja, prilika za angažovanje, sredstava ili sposobnosti), uverenja da je korporativna društvena odgovornost „stvar dobre volje“, a ne deo odgovornog poslovanja i

nerazumevanja pozitivnog uticaja koje odgovorno poslovanje može da ima.

U cilju stimulanja korporativne odgovornosti u zaštiti i upravljanju životnom sredinom, veoma je važno da se celo društvo uključi u realizaciju ovakvih projekata i da država sa svoje strane vodi računa o organizacijama koje ulažu u društveno odgovorne ekološke projekte. Implementaciji društveno odgovornog poslovanja preduzeća u Srbiji je neophodna široka finansijska i nefinansijska podrška.

Nije dovoljno da samo postoji svest o tome, već da se izvrši i praktična implementacija principa CSR u zakonska rešenja. Poželjno je slediti politiku razvijenih zemalja, koje poreskim olakšicama pospešuju vođenje računa o ovom važnom aspektu održivog razvoja. Ulaganja u zaštitu životne sredine treba da obezbede značajne poreske olakšice organizacijama. Poželjni oblik stimulanja su i konkursi za različite projekte zaštite životne sredine, koji se realizuju iz budžetskih sredstava.

LITERATURA

- [1] Addarii, F., Rattenbury, B. Understanding and Empowering Civil Society in the Western Balkans, 2009.
- [2] Baldwin, R., Globalisation: the great unbundling's, Economic Council of Finland, 2006.
- [3] Club de Excelencia en Sostenibilidad, Best Practices Catalogue in Corporate Responsibility, 2009.
- [4] Dahlsrud, A., „How Corporate Social Responsibility is Defined: an Analysis of 37 Definitions”, *Corporate Social Responsibility and Environmental Management, Corp. Soc. Responsib. Environ. Mgmt.*, Wiley InterScience, 2006.
- [5] Hajiyeu, E., Baseline Study on Corporate Social Responsibility Practices in the Western Balkans, UNDP 2008.
- [6] Holme, R i Watts, P., Corporate social responsibility: Making good business sense. World Business Council for Sustainable Development, 2000.
- [7] Hopkins Michael, *A Planetary Bargain: Corporate Social Responsibility Comes of Age Revisited*, Macmillan, UK, 2005,
- [8] Kourula, A. and Halme M. Corporate Responsibility Type and Engagement with Nongovernmental Organizations: An Exploration of Business and Societal Outcomes, *Corporate Governance* 8(4): 557-570. 2008.
- [9] Poslovne perspektive o društvenoj odgovornosti preduzeća, Smart kolektiv, Beograd 2007.
- [10] Ristić, G., „Antropogeni rizik i upravljanje kvalitetom životne sredine prirodnih dobara», doktorska disertacija, Fakultet zaštite na radu Univerziteta u Nišu, 2004.
- [11] Ristić, G., Integrisani sistemi menadžmenta zasnovani na analizi rizika, plenarno predavanje-štampan izvod, III nacionalna konferencija sa međunarodnim učešćem „Ocena profesionalnog rizika- teorija i praksa“, Fakultet zaštite na radu, 2008., str. 16-17.
- [12] Ristić, G., Program menadžmenta vanrednim situacijama, plenarno predavanje-štampan izvod, XV naučni skup sa međunarodnim učešćem „Čovek i radna sredina – Upravljanje vanrednim situacijama“, Fakultet zaštite na radu, Niš 2007.
- [13] Ristić, G., Na evropskom putu-obrazovanje menadžera sistema zaštite životne sredine, XIII naučni skup sa međunarodnim učešćem „Čovek i radna sredina-Zaštita radne i životne sredine u sistemu nacionalnog i evropskog obrazovanja“, Fakultet zaštite na radu, Niš, 2005., str. 165-174.
- [14] Ristić, G., Vasović D., Dematerijalizacija kao aspekt održivog razvoja“, X međunarodna konferencija „Upravljanje kvalitetom i pouzdanošću-ICDQM 2008“
- [15] Ristić, G. Bazic indicators of integrated solid waste management, *Facta Univerzitatatis, Series Working and Living Environmental Protection*, 2005., Vol.2. No 5., pp. 383-392.
- [16] Ristić, G., „Menadžment kvalitetom životne sredine“, Monografija nacionalnog značaja, Fakultet zaštite na radu u Nišu, Niš, 2009., str.284.
- [17] Ristić, G., „Grad na deponiji - integralni menadžment čvrstim otpadom“, Monografija, Zadužbina Andrejević, Beograd, 2001, str.108.
- [18] Ristić, G., Ekološko osiguranje kao metod upravljanja kvalitetom životne sredine prirodnih dobara, Preventivno inženjerstvo, god. IX, broj 2, Dunav-preving, Beograd, 2001, str.61-70.
- [19] Ristić, G., Glišović S., Minimizacija rizika i indikatori integralnog menadžmenta čvrstim otpadom, Nacionalna konferencija sa međunarodnim učešćem. „Ocena profesionalnog rizika-teorija i praksa“, Fakultet zaštite na radu Niš, 2005., str. 104-109.

BIOGRAFIJA

Goran Ristić rođen je 1964. u Vranju. Doktorirao je 2004. na Fakultetu zaštite na radu Univerziteta u Nišu, na temu: „Antropogeni rizik i upravljanje kvalitetom životne sredine prirodnih dobara“.



Najznačajnije oblasti istraživanja, kojima se bavi, su: sistemi menadžmenta životnom sredinom, integrisani sistemi menadžmenta, upravljanje otpadom, upravljanje kvalitetom životne sredine i komunalnim sistemom.

ENVIRONMENT PROTECTION - SPECIFIC ASPECT OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

Goran Ristić

Summary: *The first part of the paper explains the concept and analyzes the dimensions of corporate social responsibility – CSR. It also highlights the importance of CSR during the economic crisis. The characteristics of the process of development of CSR in Serbia are presented. Of the four specific aspects of CSR, environmental protection in particular is analyzed as the most significant. The paper also presents the connection between the elements of sustainable development and environmental protection. CSR and environmental protection are connected with the implementation of international standard series ISO 14000 and the development of clean technologies. The final section describes the mechanisms of development of corporate social responsibility.*

Key words: environment, social responsibility, sustainable development