

**KORPORATIVNA DRUŠTVENA ODGOVORNOST U KOMPANIJI NIS Novi Sad****CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY IN THE COMPANY NIS Novi Sad**Nataša Simikić, Ljubica Duđak, *Fakultet tehničkih nauka, Novi Sad***Oblast – INDUSTRIJSKO INŽENJERSTVO I INŽENJERSKI MENADŽMENT**

**Kratak sadržaj** – U radu se govori o značaju društveno odgovornog poslovanja. Kroz istraživanje, koje je sprovedeno u kompaniji NIS, utvrđeno je da je kompanija društveno odgovorna prema zaposlenima, društvu u kome posluje i životnoj sredini.

**Ključne reči:** *Korporativna odgovornost, odgovornost prema životnoj sredini, odgovornost prema zaposlenima*

**Abstract** – *The paper discusses the importance of socially responsible business. Through the research, which was conducted in the company NIS, it was determined that the company is socially responsible towards the employees, the company in which it operates and the environment.*

**Keywords:** *Corporate responsibility, environmental responsibility, company responsibility*

**1. UVOD**

Uloga društvene odgovornosti sve više raste, a navike koje se manifestuju tokom kupovine postaju saglase načelima za koje se zalaže međunarodna dobra praksa, u oblasti društvenog djelovanja. Stanovnici, ali i zakonodavac, sve više počinju da se interesuju za pitanja koja se tiču ekoloških problema, globalnog zagrijavanja, nastanka otpada, klimatskih promjena. Ideja o DOP postoji koliko i samo poslovanje.

Predmet istraživanja je da se na primjeru konkretnog preduzeća istraži primjenjuje li se, i u kojoj mjeri, koncept društveno odgovornog poslovanja, uvažavajući činjenicu da je riječ o novijoj poslovnoj praksi u Srbiji.

Prilikom izrade rada biće korišćena aktuelna domaća i strana literatura, kao i dostupni akademski članci a praktični dio rada predstavljaće istraživanje sprovedeno u preduzeću NIS putem anketiranja zaposlenih.

**2. KORPORATIVNA DRUŠTVENA ODGOVORNOST****2.1. Pojam korporativne odgovornosti**

Korporativna odgovornost je pojam koji je još uvijek u nastajanju i za koji još uvijek ne postoji tačno utvrđen i opšteprihvaćen set specifičnih kriterijuma u pogledu toga što on sve obuhvata.

**NAPOMENA:**

**Ovaj rad proistekao je iz master rada čiji mentor je bila vanr. prof. dr Ljubica Duđak.**

Potrebno je raščlaniti termin CSR, Corporate Social Responsibility ili u prevodu na maternji jezik, korporativna društvena odgovornost se tumači ovako:

- **Corporate (korporacija)** – u ovom kontekstu se posmatra kao firma, kompanija profitna interesna zajednica čiji je osnovni cilj ostvarivanje što boljih rezultata na tržištu, njegovog tržišnog udjela i na kraju profita.
- **Social od Society (društvo ili zajednica)** - u izvornom značenju predstavlja interesnu grupu ili zajednicu koja poštuje određene norme ili zakone, a vezani su zajedničkim interesima ili interesovanjima.
- **Responsibility (odgovornost)** – govori o ekonomskoj, moralnoj i etičkoj odgovornosti korporacija ili kompanija u odnosu na društvo, na društvene ili interesne zajednice ili prirodni okoliš u kome kompanija djeluje i ostvaruje svoje ciljeve.

Poslovati na društveno odgovoran način postavlja se kao prioritarna tema za raspravu od strane vlada, lokalne zajednice, potrošača i cjelokupnoga društva, kao i unutar preduzeća usmjerenih na tržište i poslovanje. To podrazumjeva uspostavljanje ravnoteže organizacije sa svim obavezama koje imaju prema sve široj grupi legitimnih dioničara, prema ekološkim standardima, zakonskim obavezama, zaposlenima, potrošačima i etičkim principima.

Svako preduzeće koje nastoji da bude društveno odgovorno mora odlučiti koja su područja DOP-a za njega najvažnija. Neka će preduzeća, na primjer, morati dati prioritet zaštiti okoline dok će neka druga više vremena posvetiti društvenoj zajednici ili pitanjima ljudskih prava.

**2.2. Definicija korporativne društvene odgovornosti**

Društveno odgovorno poslovanje – DOP (eng. Corporate Social Responsibility - CSR) oslikava koncept prema kojem preduzeća vode brigu, ne samo o vlastitom profitu, već i o pojedincima koje njihovo poslovanje ima na lokalnu zajednicu i društvo u cjelini. Ovakva poslovna praksa može se odnositi, te može obuhvatiti razne učesnike preduzeća, od zaposlenih, preko poslovnih partnera i potrošača, do investitora.

Najkraća formulacija pojma korporativne odgovornosti jeste da je to opredjeljenje organizacije da čini dobra djela i da se odgovorno odnosi prema zajednici u kojoj posluje. Treba naglasiti da je opredjeljenje organizacije da unaprijedi život društva i zajednice dobrovoljno i trajno.

U Pojmovniku društveno odgovornog poslovanja se navodi nekoliko validnih definicija, a jedna od njih glasi: „Društveno odgovorno poslovanje (CSR – Corporate Social Responsibility) je koncept u okviru koga

organizacije integrišu društvene izazove vezane za prirodnu okolinu u svoje poslovanje i interakciju sa svim akterima (stakeholders), na dobrovoljnoj osnovi“.

Stav Evropske komisije EU je da korporativna društvena odgovornost može dati značajan doprinos i održivosti i konkurentnosti, kako u Evropi tako i na globalnom nivou. Evropska komisija EU ima svoju definiciju po kojoj je „korporativna društvena odgovornost koncept kojim organizacije ignorišu društvene i ekološke probleme u svom poslovanju i podržava njihove interakcije sa zainteresovanim stranama na dobrovoljnoj osnovi“. Stav Evropske komisije je da biti društveno odgovoran ne znači samo ispunjavati zakonske obaveze, već treba ići dalje od pukog pridržavanja zakona i ulagati još više u ljudski kapital, okruženje i odnose sa stejkholderima.

### 3. MODELI KORPORATIVNE ODGOVORNOSTI

Korporativna odgovornost proizilazi iz pristupa preduzeća da u svom poslovanju polazi od društvenih potreba i društvene koristi, uglavnom kroz ekonomsku, regulativnu, etičku i filantropsku dimenziju. Postoji više modela u tumačenju etičkog razvoja organizacije i procjene dostignutog nivoa njenog etičkog djelovanja. Piramidalni modeli korporativne društvene odgovornosti A. Kerola i E.R. Rajdenbaha i D.P. Robina daju okvire za djelovanje organizacije u pravcu razvijanja i usklađivanja njenih ekonomskih, pravnih, etičkih i filantropskih performansi.

#### 3.1. Model korporativne odgovornosti A. Kerola

Kerol predlaže model društveno odgovornog poslovanja zasnovan na istovremenom ispunjavanju ekonomskih, pravnih, etičkih i filantropskih odgovornosti organizacije (slika 1.).



Slika 1. Model korporativne društvene odgovornosti A. Kerola

Postoje četiri grupe očekivanja koje društvo može imati u odnosu na poslovni sektor:

**Ekonomska odgovornost** se sastoji u očekivanju društva da će organizacije proizvoditi dobra i usluge koje potrošačima trebaju i koje žele, i da će prodavati tu robu i usluge po razumnim cijenama. Od njih se očekuje da budu efikasne, profitabilne i da imaju na umu interes svojih dioničara.

**Pravna odgovornost** odnosi se na očekivanja da će organizacije poštovati zakone u pogledu ponašanja na tržištu. Organizacije imaju mnoštvo pravnih obaveza, koje regulišu svaki aspekt njihove djelatnosti, uključujući zakone o zaštiti životne sredine i one koji regulišu pitanje zaštite prava zaposlenih.

**Etička odgovornost** tiče se očekivanja koja nadilaze same zakone, kao što je očekivanje da će organizacije voditi svoje poslove na etički i korektan način. To znači da se od njih očekuje da idu korak dalje od isključivog poštovanja zakona i učine aktivan napor u pravcu ispunjavanja društvenih normi, iako te norme možda nisu, u tom trenutku, formalizovane u vidu zakona.

**Diskreciona ili filantropska odgovornost** tiče se očekivanja društva da organizacije budu dobri građani i da aktivno doprinose rješavanju društvenih problema (siromaštvo, nezaposlenost, zaštita životne sredine, zaštita ljudskih prava i sl.) u skladu sa svojim mogućnostima

#### 3.2. Model korporativne odgovornosti Rajdenbaha i Robina

Kao što je na slici 2. prikazano, u Rajdenbah-Robinovom modelu postoji pet nivoa. Prvi je Amoralni nivo koji objašnjava djelovanje organizacije zasnovano na uvjerenju da poslovanje ne podliježe istim pravilima kao ponašanje pojedinca. Pri tome se promovira poslovna filozofija po svaku cijenu, dok je etičnost svedena na nagrađenu poslušnost. Briga za zaposlenog ne ide dalje od njegovog vrednovanja kao jedinice proizvodnje.



Slika 2. Rajdenbah – Robinov model korporativne društvene odgovornosti – Etički balans u poslovnim operacijama

Nivo legalizma ukazuje na poštovanje zakona, ali se briga za etičnost ocjenjuje na osnovu pritiska slova zakona, a ne na osnovu duha organizacije. Na ovom razvojnom nivou nema povrede prava, što se često tumači i kao nekršenje etičnosti. U njemu dominira briga za profit.

U stadijumu Odgovornosti raste osjećaj za ravnotežu između brige za profit i brige za etičnost. Menadžeri razumiju značaj etičkog poslovanja i djeluju legalistički, ali im je i dalje dobra zarada prioritet. Etička pitanja ostaju po strani sve dok ne postanu problemi, da bi se tek tada razmatrale mogućnosti i načini kolektivnih mjera.

Četvrti nivo obilježen je povećanom Brigom za etičko ponašanje organizacije i aktivnom ulogom menadžera u praćenju etičkih ishoda. Etičke vrijednosti postaju dio organizacione kulture, a etički kodeks je polazište i instrument etičkog djelovanja. Ipak na ovom nivou se još uvijek traga za ishodištima, normama i obrascima etičkog ponašanja, bez ustanovljene dugoročne orijentacije i planskog upravljanja etikom.

U petoj fazi razvoja korporativne društvene odgovornosti već se može govoriti o etičkom profilu organizacije, sa

osmišljenim integrativnim okvirom etičke strategije i pažljivo odabranim osnovnim korporativnim vrijednostima (od pristupa regrutovanju i selekciji, razvoju i obuci, nagrađivanju itd.).

### 3.3. Ostali modeli korporativne odgovornosti

Osim navedenih, aktuelni su i drugi modeli etičkog odlučivanja i upravljanja etikom u organizaciji. Za razliku od modela koji naglašavaju ili pojedinca ili organizacione varijable, interakciono – situacioni *Trevino model* prepoznaje važnost kognitivnih procesa u objašnjavanju etičkog djelovanja, jer osim organizacionih, uključuje i individualne faktore.

*Model Klarkson* predstavlja još jedan pokušaj da se razvije teorijski okvir za razumjevanje etičkog ponašanja u organizaciji. Ovaj koncept prikazuje etičko ponašanje kao funkciju individualnih karakteristika i uticaja okoline, ali posredovanje kroz pojedinca u procesu donošenja odluka. Ova teorija proširuje varijable i faktore radnog okruženja koji su uključeni u model etičkog ponašanja i odlučivanja, na pravo okruženje, socijalno okruženje te profesionalno i lično okruženje.

*Sintetički model* koji su razvili Ferel i Grešam sadrži kontingentni okvir za istraživanje etičke dimenzije u poslovnom odlučivanju, posebno u marketingu, kao i implikacije tih odluka. Uvažavajući relevantne spoljne činioce i razne kulturne determinante pod čijim uticajima se odvijaju procesi svakog, pa i moralnog djelovanja, autori uvode i faktor „individualnog odlučivanja“.

## 4. ISTRAŽIVANJE

### 4.1. Problem istraživanja

Velika preduzeća imaju pravnu ličnost, ali veza sa ljudima, dakle zajednicama koje ih okružuju vrlo je snažna. Do problema dolazi kada se ta činjenica zaboravi, ignoriše, kada se smišljaju zaobilazna rješenja, a jedno od njih je zamjena društveno odgovornog poslovanja sa odjeljenjem za filantropske aktivnosti kojem je zadaća poduprijeti odnose sa javnošću.

Zanemarivanje društvene odgovornosti dovodi do loše slike o preduzeću i poslovanju sa javnošću, a to dovodi do loših poslovnih performansi.

### 4.2. Predmet istraživanja

Na primjeru konkretnog preduzeća istražiti primjenjuje li se, i u kojoj mjeri, koncept društveno odgovornog poslovanja, uvažavajući činjenicu da je riječ o novijoj poslovnoj praksi u Srbiji.

U širem smislu, predmet istraživanja jesu efekti koje implementacija koncepta DOP-a u strategiju poslovanja preduzeća može da ima i na samu kompaniju i na širu društvenu zajednicu.

### 4.3. Ciljevi istraživanja

Definisti društveno odgovorno poslovanje, te ukazati na brojne prednosti koje proizilaze iz primjene društveno odgovorne prakse.

Na primjeru konkretnog preduzeća istražiti je li preduzeće i u kojoj mjeri usvojilo koncept DOP-a kao standardni način poslovanja.

Konstatovanje višestrukih koristi koje zajednica ima od društveno odgovornih praksi preduzeća NIS, od ulaganja u lokalne zajednice, preko brojnih projekata i podizanja kvaliteta društvenih usluga, do pružanja pomoći ugroženim kategorijama stanovništva i zaštite životne sredine je još jedan cilj ovog rada.

### 4.4. Instrument istraživanja

U radu je vršeno istraživanje koliko je kompanija NIS društveno odgovorna, kako se odnosi prema svojim zaposlenima, sa akcentom na zaštitu životne sredine. Istraživanje je vršeno na uzorku od 35 ispitanika (15 žena i 20 muškaraca). Za potrebe istraživanja dobijen je upitnik (46 pitanja) od mentora ovog rada.

### 4.5. Hipoteze istraživanja

#### *Osnovna hipoteza 1*

OH1: NIS aktivno brine o svojim zaposlenima i njihovoj individualnosti, tako što razvija programe i inicijative, s ciljem da osnaži zaposlene i pruži im mogućnost za razvoj.

#### *Pomoćne hipoteze*

PH1.1: Kompanija je razvila sistem nagrađivanja koji obezbjeđuje pravičnu nagradu za uložene napore i ostvarene rezultate.

PH1.2: Treninzi, usavršavanje, edukacija je omogućeno zaposlenima NIS-a u skladu sa ciljevima organizacije i njihovim zaposlenih. Starosna granica za razvoj ne postoji, niti kompanija na ulaganje u svoje zaposlene gleda kao na nepotreban trošak.

NIS teži stalnom smanjenju povreda na radu i smanjenju profesionalnih oboljenja, tako da je jedan od strateških ciljeva kompanije da se obezbjede bezbjedni uslovi rada za zaposlene i poslovne partnere. Svakodnevno se primjenjuju principi prevencije kako bi se smanjio broj negativnih HSE događaja i kako bi se svi uslovi rada unaprijedili. Sprečavanje povreda na radu, promovisanje zdravog načina života i zaštita fizičkog i mentalnog zdravlja, predstavljaju brigu o dobrobiti zaposlenih. Kompanija je izvršila procjenu rizika i izradila je izvještaje o bezbjednosti na radu, planove zaštite od udesa i politiku prevencije od udesa, kako bi se izvodile vježbe i provjeravalo znanje operatera. Radnici kompanije svakodnevno pređu mnogo kilometara u saobraćaju, usljed čega su izloženi riziku od saobraćaja. Zbog toga se preduzimaju mjere unapređenja bezbjednosti saobraćajne kulture zaposlenih, kako bi se smanjio rizik od neželjenih događaja u toku i van radnog vremena.

Na osnovu analiza i dobijenih rezultata istraživanja, obe pomoćne hipoteze su potvrđene, što znači i da je *prva osnovna hipoteza potvrđena - preduzeće po mišljenju ispitanika, aktivno brine o svojim zaposlenima i njihovoj individualnosti, što ukazuje na dobru poslovnu praksu.*

#### *Osnovna hipoteza 2*

OH2: Zaštita životne sredine u NIS-u podrazumjeva održivo korišćenje prirodnih resursa, praćenje aktivnosti koje mogu imati negativan uticaj na životnu sredinu, identifikaciju i vrednovanje ekoloških rizika i sprovođenje

mjera u cilju što manjeg negativnog uticaja na životnu sredinu.

#### *Pomoćne hipoteze*

PH2.1: NIS je sanirao skoro u potpunosti istorijsko zagađenje i vratio je preko 15 ha zemljišta prvobitnoj namjeni – poljoprivrednoj proizvodnji i posvećen je smanjenju uticaja na klimatske promjene i vrši proračun emisije CO<sub>2</sub>.

PH2.2: NIS učestvuje u akcijama sakupljanja otpada i uređenja prirode, razvrstava otpad koji predstavlja sekundarne sirovine i na taj način promoviše opredjeljenje ka zaštiti životne sredine.

PH2.3: NIS posjeduje sertifikat o ispunjavanju standarda iz oblasti zaštite životne sredine.

PH2.4: NIS razvija programe uštede energije i vode, povećava energetske efikasnost u okviru organizacije.

Na osnovu sprovedenog istraživanja, jasno se može zaključiti da se kompanija NIS prema zajednici odnosi na društveno odgovoran način, tako što se kroz brojne programe trudi da prepozna potrebe društva svojih zaposlenih, podrži društveno važne projekte, podstakne solidarnost i zaštitu životne sredine. Takođe, kompanija je jedna od najuspješnijih kompanija i najveći materijalni davalac u Srbiji, ona pored obavljanja osnovne djelatnosti pokazuje društvenu odgovornost nastojeći da se poveže sa društvom.

Analizom pitanja iz upitnika došlo se do zaključka da su pomoćne hipoteze PH2.1, PH2.2, PH2.3 i PH2.4 potvrđene.

## **5. PRIJEDLOZI ZA UNAPREĐENJE**

Dobijeni rezultati istraživanja su izuzetno afirmativni za kompaniju NIS Novi Sad. Kompanija treba da nastavi da sprovodi postojeće i razvija nove mjere korporativno odgovornog upravljanja organizacijom, motiviše zaposlene da prenose svoja znanja na nove zaposlene, treba da motiviše zaposlene da rade na sebi kako bi stekli nova znanja i vještine, da nagrađuje zaposlene za dobro obavljen posao, vodi brigu o diskriminaciji, pokreće projekte za očuvanje životne sredine i slično.

Treba da radi na projektima koji se tiču električne i toplotne energije dobijene iz obnovljivih izvora i da nastavi da sprovodi koncept društvene odgovornosti kao što je do sada radila.

## **6. ZAKLJUČAK**

Kompanije koje posluju društveno odgovorno, uvijek budu nagrađene od strane potrošača. Potrošači sve češće kompanije biraju u skladu sa tim kako se ponašaju prema radnicima, lokalnoj zajednici, životnoj sredini. Kompanija mora stalno da unapređuje svoj pristup ovoj oblasti, kako bi učinak bio maksimalan.

Na osnovu sprovedenog istraživanja može se zaključiti da kompanija posebnu pažnju posvećuje zaštiti životne sredine i zaposlenima. NIS investira u ekološke projekte u kojima nema nikakve finansijske dobiti, ulaže u proizvodne projekte koji pored finansijskog imaju uticaj na poboljšanje ekoloških pokazatelja. U ekološke projekte od 2009. godine kompanija je uložila 120 miliona evra. NIS ima za cilj da biznis projekti koje realizuje donose pozitivne efekte na zaštitu životne sredine.

## **4. LITERATURA**

[1] Duđak, Lj., Korporativna društvena odgovornost (skripta), 2020., Fakultet tehničkih nauka, Novi Sad

### **Kratka biografija:**

**Nataša Simikić** rođena je u Bijeljini 1996. god. Osnovne studije završila na Fakultetu tehničkih nauka u Novom Sadu 2019. godine, odbranivši diplomski rad na temu Rekrutovanje i selekcija zaposlenih na primjeru RiTe Ugljevik. Iste godine upisala master studije na Fakultetu tehničkih nauka u Novom Sadu, smjer Menadžment ljudskih resursa.

**Dr Ljubica Duđak** je vanredni profesor Fakulteta tehničkih nauka u Novom Sadu i bavi se tehnologijom organizacije preduzeća, menadžmentom i menadžmentom ljudskih resursa, odnosno problemima vezanim za zaposlene u organizacijama. Predaje predmete Planiranje ljudskih resursa, Ljudski resursi u procesu rada, Ljudski resursi u ekonomiji znanja i Korporativna društvena odgovornost.