

## SOCIAL RESPONSIBILITIES OF THE BUSINESSMAN

### DRUŠTVENA ODGOVORNOST PODUZETNIKA

ORESKOVIC, Branislav

**Abstract:** *The rights on equal opportunities in employment, a good-mannered salary, a sustainable development, clean water and clean air, and many other rights are representing the social rights which are more and more opposite on the property rights. Today it is considered that the social rights are above the property rights and that is the reason why the enterprises - not just declarative but real in practice, by its own business and in business decisions - must pay more and more attention on social responsibilities of the enterprise. In world and in our country, the responsibilities of enterprises and entrepreneurs in making decisions are to avoid decisions that eventually may have harmful consequences on stakeholders.*

**Key words:** *social responsibilities, enterprise, entrepreneur, stakeholders*

**Sažetak:** *Prava na jednake prilike u zapošljavanju, pristojnu plaću, održivi razvoj, čistu vodu i zrak i mnoga druga prava predstavljaju društvena prava koja su sve više suprotstavljena imovinskim pravima. Danas se smatra da su društvena prava iznad imovinskih prava te upravo zato poduzeća i poduzetnici moraju sve više ne samo deklarativno nego stvarno u praksi pri svom poslovanju i poslovnom odlučivanju voditi računa o društvenoj odgovornosti poduzeća. U svijetu i kod nas poduzeća i poduzetnici su dužni pri odlučivanju izbjegavati takve odluke koje bi eventualno mogle imati štetne posljedice na dionike.*

**Ključne riječi:** *društvena odgovornost, poduzeće, poduzetnik, dionici*



**Authors' data:** Branislav Orešković, mr. sc., Veleučilište u Slavenskom Brodu, Županija, branislav.oreskovic@skole.hr

## **1. Uvod**

Početak prošlog stoljeća misija poduzetnika i poduzeća bila je isključivo ekonomska, no danas su oni uključeni u društvo. Howard R. Bowen se u svojoj knjizi *Social Responsibilities of the Businessman* zalaže da poduzeća pri donošenju svojih odluka uzmu u obzir i društvene posljedice istih. U kontekstu društvene odgovornosti nije važno samo da poduzeća ispunjavaju svoje misije, nego je važno i kako to čine. Društvena odgovornost je etična, korisna je za zajednicu, utječe na porast profita, stvara dobru sliku u javnosti te smanjuje vladinu regulaciju. Sve su to razlozi koji idu u prilog društvenoj odgovornosti.

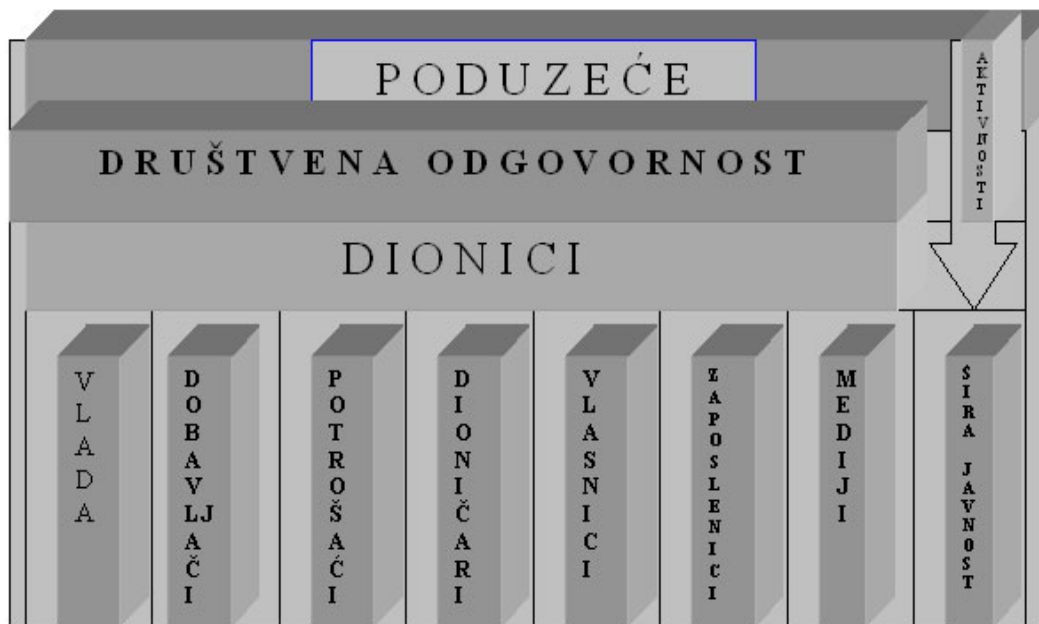
Danas se imovinska prava smatraju suprotstavljenima društvenim pravima, poput prava na čist zrak, ravnopravnost spolova, doličan dohodak, prava invalida i manjinskih skupina i mnoga druga.

Društvena prava ne isključuju imovinska prava, no umanjuju im značenje, te ona postaju manje važna. Danas u poslovnom svijetu prevladava mišljenje kako se etično poslovno ponašanje treba odvijati na znatno višoj razini nego li je to propisano zakonom. U Europskoj uniji je 2005. godina bila proglašena godinom društveno odgovornog poduzetništva. Iste te godine je United Nations Development Program predstavio hrvatskoj javnosti Priručnik za društveno odgovorno poslovanje. U Europi i širom svijeta u porastu je broj kompanija koje promoviraju svoje strategije društvene odgovornosti. Te kompanije u svojim strategijama promoviraju opredijeljenost i dobrovoljnost za socijalnu odgovornost koja prelazi propisane zakonske zahtjeve. Takvo se poslovanje naziva društveno odgovorno poslovanje i ono nastoji podići standarde društvenog razvoja, poštivanja ljudskih prava i zaštite okoliša. Ono također teži transparentnom upravljanju, kvaliteti i održivosti, promovirajući interese različitih dionika.

Mnogi autori predlažu da poduzeća izrade etičke kodekse poslovanja. Društveno odgovorna poduzeća i poduzetnici u svojim poslovnim politikama promoviraju načelo trostruke donje crte. To je takva poslovna politika koja vodi brigu o ekonomskom prosperitetu, socijalnoj pravdi i kvaliteti zaštite okoliša. Suvremena poduzeća u svojim vizijama i misijama i porukama prema dionicima ističu svoje društveno odgovorno poslovanje, te kako su društveno odgovoran poduzetnik. Socijalno odgovoran poduzetnik se dobrovoljno odriče dijela profita u korist društvene zajednice. Isti trendovi u poslovanju se odvijaju i u Hrvatskoj, iako samo dvije tvrtke posjeduju certifikat o društvenoj odgovornosti SA 8000 (Hartman i Hauska&Partner).

## **2. Društvena odgovornost poduzeća**

Europska komisija u svojim Smjernicama za politiku društvene odgovornosti poduzeća društvenu odgovornost definira kao koncept prema kojem poduzeće dobrovoljno integrira brigu o društvenim pitanjima u svoje poslovne aktivnosti i odnose s dionicima.



Slika 1. Dionici (Stakeholders) i društvena odgovornost poduzeća

Dosta čest motiv za društveno odgovorno poslovanje tvrtki je pritisak javnosti. Razne civilne udruge koje se bave zaštitom potrošača, zaštitom okoliša, praćenjem kršenja ljudskih prava i sl. mogu stvoriti pritisak javnosti na poduzeće za društveno odgovornim poslovanjem. Poduzeće će prilagoditi svoje poslovanje standardima društveno odgovornog poslovanja zato što mora voditi računa o svom ugledu, jer upravo ugled poduzeća utječe na vrijednost njegovih dionica, vjernost dioničara i lojalnost kupaca. Potencijalni poslovni partneri će radije poslovati s poduzećem koje u svom poslovanju promiče društvenu odgovornost. Ako želimo poslovati društveno odgovorno, trebamo voditi računa o sljedećim elementima: uključenosti zajednice vezano za naše poslovanje, dobrim odnosima na radnom mjestu, postojanju etičkog (poslovnog) kodeksa, doprinosu razvoju lokalne ekonomije, uključenosti komponente zaštite okoliša, poštivanju prava na različitost i izbjegavanju štetnog utjecaja našeg poslovanja na zdravlje i sigurnost. Poduzeća koja posluju društveno odgovorno uglavnom se mogu svrstati u tri skupine. Prva su skupina ona poduzeća kod kojih je koncept društveno odgovornog poslovanja sustavno prihvaćen u radnoj sredini i primijenjen u praksi istih, drugu skupinu čine poduzeća koja su nedavno, i to iznenada, prihvatila koncept društvene odgovornosti uslijed pritiska na poduzeće izvana. Treću skupinu čine poduzeća koja su preispitujući svoje strategije donijele odluku za seljenje svojih temeljnih aktivnosti u područje javno-privatnog partnerstva, pa je time i društvena odgovornost postala dio poslovnog koncepta istih.

Po osnovi rezultata anketa koje su provele tvrtke za ispitivanje javnog mijenja u svijetu koji pokazuju da javnost vjeruje stajalištima organizacija građanskog društva daleko više nego gledištima korporacija, organizacije građanskog društva igraju sve važniju ulogu i sve se glasnije čuju u raspravi o društvenoj ulozi i odgovornosti poduzeća. Ujedinjeni narodi su na svjetskoj razini preuzeli vodeću ulogu u zagovaranju paketa neobvezujućih kodeksa ponašanja poduzeća na području radnih odnosa, ljudskih prava i zaštite okoliša, borbe protiv korupcije, poznatih pod nazivom Global Compact.

|   |
|---|
| 1. načelo: Potpora i poštivanje zaštite međunarodnih ljudskih prava unutar pripadajućih područja utjecaja;              |
| 2. načelo: Poduzimanje mjera radi sprečavanja poduzeća u sudjelovanju u zlouporabi ljudskih prava;                      |
| 3. načelo: Sloboda udruživanja i stvarno priznavanje prava kolektivnog pregovaranja;                                    |
| 4. načelo: Uklanjanje svih oblika prisilnog i obveznog rada;  |
| 5. načelo: Stvarno ukidanje dječjeg rada;   |
| 6. načelo: Uklanjanje diskriminacije u zapošljavanju i izboru zvanja;   |
| 7. načelo: Potpora mjerama predostrožnosti u prevladavanju ekoloških izazova;   |
| 8. načelo: Poduzimanje mjera radi promicanja veće ekološke odgovornosti;  |
| 9. načelo: Poticanje razvoja i širenja ekološki prihvatljivih tehnologija;  |
| 10. načelo: Tvrtke bi trebale raditi na suzbijanju korupcije u svim njenim oblicima, uključujući iznudu i podmićivanje. |

Tablica 1., Ujedinjeni narodi: Global Compact

U svom nastojanju da odgovore na različite zahtjeve i kretanja na području društvene osviještenosti i odgovornosti gospodarstva, poduzeća se obraćaju savjetodavnim tvrtkama i traže pomoć. Na ovom području, stručni savjetnici pomažu tvrtkama u razvoju njihovih vizija i strategija vezanih uz društvenu odgovornost. Ova savjetnička djelatnost po pitanju društvene odgovornosti poduzeća je relativno nova i relativno nerazvijena.

### 3. Društvena odgovornost poduzeća u Hrvatskoj

Republika Hrvatska prolazeći kroz tranzicijsko razdoblje postupno usvaja standarde društveno odgovornog poslovanja. U samom početku tranzicijskog razdoblja stvari su po tome pitanju stajale prilično loše, no danas postoje standardi ispod kojih je jednostavno „sramotno” poslovati. Razumljivo da ti standardi zaostaju za standardima visokorazvijenih zemalja te da su oni usko povezani sa stupnjem demokratizacije društva, razvojem civilnog društva, zaštite ljudskih prava, ekološke osviještenosti i mnogih drugih faktora. U Hrvatskoj postoje poduzeća koja posluju društveno odgovorno, koja su uspješna, profitabilna, imaju dobar menadžment. Njihova društvena odgovornost nije samo deklarativna nego proizlazi iz poslovne prakse, a njihovi menadžeri se ponašaju u poslovanju prema prihvaćenim etičkim kodeksima. Civilne udruge, nevladine organizacije i sindikati sve više vrše pritisak i na ostala poduzeća koja još uvijek nisu prihvatila pravila društveno odgovornog poslovanja. Ta uspješna društveno odgovorna poduzeća možemo prepoznati i po tome što se iz njihovih vizija i misija jasno može iščitati opredijeljenost ka društveno odgovornom poslovanju. Osim toga to su uglavnom uspješna dionička društva koja i na taj način žele zadržati svoje dioničare, svoje partnere, kupce, dobavljače i podići vrijednost svojih dionica na burzi. U drugoj kategoriji društveno odgovornih tvrtki su one kojima je vlasnik država. Problem se može javiti u manjim sredinama, i manje gospodarski razvijenim sredinama, kada država privatizira uspješna poduzeća, da taj

vlasnik i poduzetnik nema „sluha” i ne ponaša se društveno odgovorno prema lokalnoj zajednici. Takvih primjera u poslovnoj praksi ima, a problem bi bio ublažen kada bi država kao vlasnik i poduzetnik omogućila u većoj mjeri privatizacija tipa u kojem lokalna samouprava ima paket dionica kroz koji bi mogla utjecati na poslovnu politiku tih novih privatnih poduzetnika. Takvih pozitivnih primjera privatizacije u praksi imamo, ali za sada jako malo. Također drugi problem mogu biti regije čije gospodarstvo je nedovoljno razvijeno. U izvješću Županijske gospodarske komore Vukovar za 2007. istaknuta su tri nagrađena poduzeća za njihovu uspješnost u kategorijama veliko poduzeće, srednje poduzeće i malo poduzeće. Približnu sliku o važnosti društvene odgovornosti za ova tri poduzeća može ilustrirati podatak kako malo poduzeće nema ni svoju web stranicu, a srednje i veliko poduzeće imaju svoju web stranicu, ali na njoj se ne spominje ni vizija ni misija poduzeća, a kamoli opredijeljenost svog poslovanja društveno odgovornom poslovanju. To nikako ne znači da ove tri tvrtke posluju društveno neodgovorno, no u svakom slučaju, ukazuje na to da postoji nizak stupanj osviještenosti tih poduzeća o važnosti da su šira javnost i ostali dionici upoznati kako su oni društveno odgovorni poduzetnici. Jedno od rješenja ovoga problema su moguće kontinuirane aktivnosti Hrvatske gospodarske komore i Ministarstva gospodarstva, rada i poduzetništva u promoviranju načela društveno odgovornog poslovanja i društvene odgovornosti poduzetnika.

#### 4. Zaključak

U suvremenom društvu i poslovanju imovinska i društvena prava su sve više suprotstavljena. Vlada zakonskim propisima, nevladine udruge, civilno društvo pojačavaju pritisak prema poduzetnicima i poduzećima za primjenom načela društvene odgovornosti u poslovanju. Republika Hrvatska, iako još uvijek u tranziciji, značajno je izložena tim zahtjevima, a pojedini gospodarski subjekti sve se više priključuju društvu poduzeća i poduzetnika koji društveno odgovorno posluju.

#### 5. Literatura

- Buble, M. (2006). *Osnove menadžmenta*, Sinergija nakladništvo d.o.o., Zagreb, ISBN: 953-6895-35-8
- Krkač, K. (2007). *Uvod u poslovnu etiku i korporacijsku društvenu odgovornost*, Zagreb, Mate naklada, ISBN: 978-953-246-036-0
- Siropolis, C. N. (1995). *Menadžment malog poduzeća*, Mate, Zagreb, ISBN: 953-6070-14-6
- Vuković, V. (2003). *Vodič kroz međusektorsku suradnju*, Udruga Slap, Osijek ISBN: 953-99364-0-3
- Wehrich, H.; Koontz, H. (1994). *Menadžment*, Mate, Zagreb, ISBN: 953-6070-08-1
- HGK (2008). *Dostupno na: www.hgk.hr, Pristup: 20-05-2008*
- UNDP (2008). *Dostupno na: www.undp.org, Pristup: 20-05-2008*
- UnglobalCompact (2008). *Dostupno na: www.unglobalcompact.org/AboutTheGC/TheTenPrinciples/index.html, Pristup: 20-05-2008*