

SADRŽAJ

UVOD	2
1. POJAM I EVOLUCIJA DRUŠTVENE ODGOVORNOSTI ...	Error! Bookmark not defined.
1.1. Interna i eksterna dimenzija društveno odgovornog poslovanja	Error! Bookmark not defined.
2. ZAŠTO ČINITI DOBRO?	Error! Bookmark not defined.
2.1. Povećanje prodaje i udjela na tržištu.....	Error! Bookmark not defined.
2.2. Jačanje pozicije brenda	Error! Bookmark not defined.
2.3. Jačanje korporativnog imidža i uticaja	Error! Bookmark not defined.
2.4. Jačanje sposobnosti za privlačenje, motivisanje i zadržavanje zaposlenih	Error! Bookmark not defined.
2.5. Smanjenje troškova poslovanja.....	Error! Bookmark not defined.
2.6. Povećanje privlačnosti za investitore i finansijske analitičare	Error! Bookmark not defined.
3. NAJVEĆI IZAZOVI DRUŠTVENO ODGOVORNOG POSLOVANJA ..	Error! Bookmark not defined.
3.1. Izbor društveno odgovornog cilja	Error! Bookmark not defined.
3.2. Izbor inicijative koja se odnosi na cilj.....	Error! Bookmark not defined.
3.3. Razvoj i provođenje programskih planova	Error! Bookmark not defined.
3.4. Procjena	Error! Bookmark not defined.
4. ANALIZA STUDIJA SLUČAJA	Error! Bookmark not defined.
4.1. Korporativne društvene inicijative	Error! Bookmark not defined.
4.2. Društveno odgovorno poslovanje u BiH	Error! Bookmark not defined.
4.3. Primjer: London City Airport.....	Error! Bookmark not defined.
5. REKLI SU O DRUŠTVENO ODGOVORNOM POSLOVANJU (CSR-U)	Error! Bookmark not defined.
ZAKLJUČAK	Error! Bookmark not defined.
LITERATURA	Error! Bookmark not defined.

POPIS TABELA:

Tabela br. 1: Evolucija koncepta društvene odgovornosti, strana 5

Tabela br. 2: Ekonomski i socioekonomski model, strana 6

POPIS SLIKA:

1. Slika br 1.:Promotivni letak skupa održanog u Gradskoj vijećnici sponzoriran od strane Washington Mutual-a, strana 19

2. Slika br. 2.: Budućnost DOP-a u BiH, strana 24

3. Slika br. 3: London City Airport, strana 27

UVOD

Corporate Social Responsibility (CSR) odnosno društvena odgovornost kompanija predstavlja relativno novu kategoriju poslovne prakse savremenih kompanija. Ona podrazumijeva vrednovanje odnosa kompanije prema društvenoj zajednici i sam koncept poslovanja kompanije. Korporaciju u kontekstu ovoga rada posmatramo kao fenomen koji ima značenje bilo koje “pro-profit“ organizacije (kompanije, biznisa, firme i sl.). Korporacija se primarno osniva radi obavljanja određenog biznisa i stvaranja profita. Danas postoji i relevantno okruženje kompanije, te se osim ispunjavanja poslovnih ciljeva i obaveza prema vlasnicima, očekuje ispunjavanje nekih drugih ciljeva. Neminovno, da bi efikasno djelovala, kompanija mora uvažavati svaku od dimenzija svoga poslovanja.

Društvo ili zajednica predstavljaju interes grupe ili kolektiva koji je dominantan u odnosu na individualni interes. Članovi društva ili takve interesno povezane zajednice imaju zajedničke ciljeve, norme, običaje, vrijednosti, tradiciju, kulturu, bez obzira na kojem nivou je to društvo ili zajednica organizirano. Pozicije kompanije u odnosu na “društvo”, odnosno interesne grupe koje postoje “u” i “oko” kompanije, kao i odnos društva prema kompaniji, posebno su značajne i interesantne za razumijevanje društvene odgovornosti kompanije.

U prvom dijelu ovog rada prikazan je sam pojam društveno odgovornog poslovanja, nastanak ove discipline i dimenzije koje ona obuhvata. U drugom dijelu rada daje se odgovor na pitanje: “Zašto je dobro činiti dobro”, i kakve koristi kompanija može imati od društveno odgovornog poslovanja. Kroz naredno poglavlje prikazano je koji su to najveći izazovi s kojima se kompanija susreće u ovoj sferi poslovanja, od izbora društvenog problema u čijem će se rješavanju učestvovati i inovativnog načina na koji će se to činiti, do razvoja i sprovođenja programa i procjene ishoda.

Praktični dio nazvan Analiza studija slučaja prikazuje (na specifičnim primjerima) društveno odgovorno poslovanje u svijetu i BiH. Kroz korporativne društvene inicijative prikazan je primjer američke banke Washington Mutual. Nakon toga obrađeno je stanje u Bosni i Hercegovini te prikazani neki od pozitivnih primjera primjene koncepta društveno odgovornog poslovanja. Na poslijetku primjer Londonskog gradskog aerodroma uzet je kao specifičan slučaj odnosa poslovnog subjekta i društvene zajednice. Na kraju je naveden kratki rezime, odnosno povučene paralela, između primjene ovog koncepta u svijetu i BiH. Za kraj su navedene neke od izjava poslovnih ljudi koji rade ili imaju dodira sa društveno odgovornim poslovanjem.

----- CEO RAD MOŽETE PREUZETI NA SAJTU -----

<http://www.maturskiradovi.net/eshop/>

**POGLEDAJTE VIDEO UPUTSTVO SA TE STRANICE I PORUČITE RAD
PUTEM ESHOPA , REGISTRACIJA JE OBAVEZNA.**

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