

Nataša Dimitrijević
Alfa BK Univerzitet

NOVI IZAZOVI SAVREMENIH DRUŠTVENO ODGOVORNIH PREDUZEĆA

Apstrakt: Dinamične promene u svetu, sve brži naučno-tehološki razvoj, liberazlizacija tržišnih odnosa kao i sve jači pritisak javnosti uticali su na to da se na društveno odgovorno preduzeće posmatra iz drugačije perspektive. Pod uticajem savremenih trendova koji oblikuju ekonomsku stvarnost, društveno odgovorno poslovanje kao humani način delovanja i razmišljanja poslovnog entiteta, sve više postaje pokretač i nosilac ekonomskih i društvenih promena. Iako društvena odgovornost nije nov koncept u ekonomskoj i društvenoj sferi poslovanje, prilagođavanje novonastalim trendovima još uvek je nepoznanica. Stoga je neophodno ukazati na nove izazove ukoliko se želi iskoristiti širi dijapazon aktovnosti i mogućnosti koje oni nude. Preduslov je razvijena svest o aktuelnim trendovima, usmeravajući svoje ideje i kreativnost ka rešavanju društveno ekonomskih problema današnjice. Na taj način, društveno odgovorne aktivnosti savremenih preduzeća mogu predstavljati značajnu pokretačku energiju i snagu celokupnog razvoja.

Ključne reči: globalizacija, tehnologija, društveno odgovorno poslovanje, socijalno preduzetništvo, inovacije.

UVOD

Transformacija svetskog tržišta poslednjih decenija donosi promene u političkim i ekonomskim odnosima zemalja sveta. Naučno-tehnološka i informatička revolucija omogućili su planetarno povezivanje i tržišno usmeravanje poslovnih subjekata ka jedinstvenom tržištu. Globalizacija kao neumoljivi proces intezivirao je čvršće povezivanje sa preduzećima van nacionalnih granica. Time su zemlje u razvoju na osnovu svojih komparativnih prednosti dobile šansu da postanu ravnopravni igrači na tržišnoj utakmici. One ulažu ogroman napor kako bi se uključile u globalne tokove privrednog razvoja i pošto-poto opstale na tom putu. Namera je da se usvajanjem novih znanja i veština ostvari porast produktivnosti.

Na drugom polu, sve veća nezaposlenost, izrazita moć multinacionalnih preduzeća ili proizvodnja dovoljne količine hrane za sve veći broj stanovnika kao i sve veća cena iste, ukazuju na to da problemi globalne ekonomije postaju alarmantni. Danas se preduzeću postavljaju sve strožiji zahtevi u pogledu poštovanja etičkih, ekoloških i ekonomskih principa poslovanja. Ispunjenjem ovih zahteva doprinosi se poboljšanju imidža i reputacije preduzeća što može dovesti do ostvarivanja dobrih poslovnih rezultata.

Tehnološke promene i razvoj informaciono-komunikacione tehnologije inteziviraju proces stvaranja vrednosti u 21. veku. Međutim, postojanje tehnologije same po sebi ne daje visoku stopu profitabilnosti. Uslov za uspešno poslovanje zavisi od primene strategije poslovanja koja se prilagođava zahtevima dinamičnog tržišta. Nagli razvoj tehnologije obezbeđuje inovativna rešenja koja poboljšavaju proizvodni proces uz optimalno korišćenje tradicionalnih resursa. Održive tehnologije i inovacije izazivaju pozitivne efekte u ekonomiji i društvu i dokazuju se kao ključni faktor u upravljanju postojećim i iznalaženju novih resursa.

U vreme kada se ekonomska previranja produbljuju, neophodno je sagledati nove ekonomske modele i strategije poslovanja kojim će se ublažiti turbulentnost tržišta. Upotreba novih inovativnih poslovnih modela ima za cilj zadovoljenje ekonomskih i društvenih potreba. Tako socijalno preduzetništvo u sve većoj meri preuzima ulogu inovatora i

nosioca promena. Istraživanja pokazuju kako ovaj oblik inovativnog preduzetničkog poslovanja može zadovoljiti potrebe koje do sada nisu podmirene (Raičević, Glomazić 2012: 61). Opstanak i razvoj ovih agenata promena zavisi pre svega od znanja, veština i kreativnosti socijalnih preduzetnika, čiji je rad često inspirativan.

1. Globalizacija – šansa ili opasnost?

Ekonomska kriza, ograničeni prirodni resursi, nedostatak sirovina i energije, sve veća ugroženost ekosistema, povećani troškovi proizvodnje kao i nedostatak finansijskih sredstava, sve su to dugoročni problemi koji dodatno povećavaju glad za profitom. Od preduzeća se očekuje da prati globalne tokove poslovanja, promeni postojeću paradigmu menadžmenta, poslovne strategije i organizacionu kulturu preduzeća. Naime, nova ekonomska realnost zahteva od preduzeća da budu fleksibilna i inovativna. Međutim, osvajanje novih tržišnih segmenata postaje sve teže.

Nastupilo je novo razdoblje tržišne dominacije „velikih igrača”. Neki autori veruju kako pojedina multinacionalna preduzeća preuzimaju vodeću ulogu na političkoj sceni (Scherer, Palazzo 2011: 903), ostvarujući tako dugogodišnje napore da vladaju svetom. Usled slobodnog kretanja robe i kapitala, poboljšava se položaj već bogatih a ugrožava pozicija zemalja u razvoju, tj. dolazi do pogoršavanja položaja siromašnih (Milašinović, Bajagić 2005: 43).

Globalizacija tržišta postaje najznačajniji trend današnjice. Proces globalizacije podrazumeva porast međuzavisnosti nacionalnih ekonomija i uklanjanje ekonomskih, ideoloških ili kulturoloških okvira. Nacionalne granice i geografska udaljenost gube na značaju (Scholte 2005; prema: Scherer, Palazzo, 2009: 2). Ulazi se u jaku tržišnu konkurenciju uspešnih, izvezno orjentisanih preduzeća čiji profit ne poznaje jezičke i nacionalne barijere. Ta preduzeća primenjuju najsavremeniju tehniku i tehnologiju poslovanja i menadžment veština, moderno dizajniranu organizacionu kulturu, i možda ono najznačajnije – talentovane i kreativne zaposlene.

Mnoge inovativne inicijative rezultat su saradnje sa inostranim preduzećima. Uspešnost na takvom tržištu zahteva dobru stratešku operacionalizaciju, veću fleksibilnost u poslovanju, otvorenost i agilnost ka novim idejnim rešenjima kao i kompetentnu menadžment i kadrovsku strukturu. Stvaraju se ogromne mogućnosti eksploatacije prirodnih ali i ostalih razvojnih resursa gde se uspeh može ostvariti ne samo novcem već i idejama. Jezička i kulturološka raznolikost više nisu barijera. Nema mesta tradiciji, zastarelim tehnikama i veštinama poslovanja kao ni neefikasnim rešenjima.

Savremeno društvo se razvija u pravcu masovne proizvodnje, masovne potrošnje, modernizacije organizacije poslovanja i primene novih naučno-tehnoloških rešenja. Perspektiva rasta vidi se samo u svetskim okvirima. Standardizuju se proizvodi i usluge. Konkurentsku prednost postižu brža, bolja, jeftinija i inovativnija preduzeća. Usled liberalizacije trgovinskih odnosa dolazi do izražaja mobilnost kapitala koji pokazuje svu svoju snagu i sposobnost adaptacije novonastalim uslovima koje diktira trenutna tržišna struja. Na drugom polu, raste moć društveno-interesnih grupa koja sve više zahtevaju od preduzeća odgovornost. Navedeni procesi neposredno utiču na to da multinacionalna preduzeća, kao dobri „korporativni građani” ulažu u infrastrukturu, obrazovanje, zdravlje, podizanju nivoa svesti o demokratizaciji društva, promovišu i obezbeđuju zaštitu životne sredine u zemljama u kojima obavljaju svoje poslovne aktivnosti.

Neumoljivi proces globalizacije, zahvaljujući naučno-tehnološkim dostignućima i informatičkoj tehnologiji savremenog doba, stvorio je brojne mogućnosti za razvoj. Danas se kao prednosti globalnih tokova obično navode zapošljavanje radne snage i porast konkurencije, kvalitet proizvoda i usluga, primena savremene tehnologije, iskorišćavanje tržišnih šansi i stranih direktnih investicija (SDI), uvoz znanja, veština i uopšte unapređenje kvaliteta života na lokalnom nivou. Imperativ globalnog razvoja pospešuje jačanje lokalne ekonomije i društvenog blagostanja. Oni koji su vešti, iskoristiće prednosti otvorenosti tržišta.

Optimisti veruju da je globalizacija odgovor stagnantnom razvoju, dok pesimisti u ovom dinamičnom procesu vide nove oblike

kolonijalizacije siromašnih nacija sveta. Antiglobalisti zameraju procesu globalizacije u kome još više raste moć multinacionalnih preduzeća. Ova tendencija ima za rezultat veće zadiranje velikih preduzeća razvijenih zemalja zapada na lokalnim tržištima, čime se dodatno urušava preduzetništvo malih lokalnih preduzeća. Nameće se globalna monokultura zapada i njihov stil života, način odevanja i razmišljanja. Trka za profitom nameće agresivna pravila igre, gde je konkurencija jaka a rizik veliki. Dolazi do prelivanja kreativne radne snage iz nerazvijenih u industrijski razvijene zemlje. Mali broj se bogati na račun većine a zemlje u razvoju sve više zaostaju usled nedostatka resursa i ideja.

Postoje brojni podaci koji pokazuju da još uvek mnoga preduzeća ostvaruju ekonomske koristi od globalizacije, ali da malo koje od njih deo ostvarenog profita ulaže u zaštitu životne sredine ili druge sfere društveno odgovornog poslovanja. Umesto toga ona vrše dalju eksploataciju ili jednostavno uzimaju novac i napuštaju zemlju. Pored toga, anti-globalizacioni aktivisti ukazuju i na gubitak posla i porast nezaposlenosti zemalja u razvoju usled of-šoringa¹ (*off-shoring*), kao i katastrofalne posledice promocije nezdrave dijeta, upotrebe nesigurne tehnologije u proizvodnji hrane i promocije neodrživog konzumerizma (Milovanović, Barac, Andelković 2009: 93). Globalizacija je pokazala da se još uvek žmuri pred nepravdom, korupcijom i robovskim radom. Stoga, sve češće se postavlja pitanje: „Da li globalizacija, koja ima za cilj ekonomsku integraciju i društvenu koheziju, dodatno polarizuje svet?”

Ubrzan razvoj nauke i tehnologije nosi, kao i sama globalizacija, brojne opasnosti – od kojih je najveća samouništenje čovečanstva (Prnjat, 2012). Ove opasnosti treba razumeti kako bi se one otklonile. Istovremeno, fleksibilan i dinamičan, proces globalizacije otvara nove mogućnosti koje treba iskoristiti za rast preduzeća i demokratizaciju društva. Rešenja ne treba tražiti u ostvarivanju trenutnih rezultata, tj. potpunoj potčinjenosti globalnim tokovima ili potpunoj zatvorenosti nacionalnih tržišta. Ishodi zemalja u razvoju mogu se pokazati pozitivnim ukoliko su mere preduzete u smeru pomirenja ove

¹ Off-shore preduzeća su registrovana u inostranim zemljama gde postoje poreske olakšice i niski registracioni troškovi. Ova preduzeća imaju pravo da profit iznesu iz zemlje, tj. ne doprinose razvoju zemlje domaćina.

dve krajnosti. Ovo svakako podrazumeva adekvatne reforme u definisanju uloge i značaja države u regulisanju ekonomske politike. Potrebno je formirati institucije i doneti zakonsku regulativu kojom će se umanjiti, ako ne u potpunosti eliminisati, negativne implikacije rastuće integracije globalne ekonomije.

2. Tehnologija kao podrška daljem razvoju društveno odgovornog poslovanja

Savremeni koncept poslovanja pokazuje da su profit, tehnološki razvoj i društvena odgovornost preduzeća komplementarni ciljevi. Usklađivanjem tehnoloških resursa sa ciljevima preduzeća zahteva kulturu poslovanja u kojoj su zaposleni potpuno posvećeni cilju i misiji preduzeća. Nova i inovativna rešenja u oblasti tehnologije postaju sastavni element poslovnog razmišljanja. Danas su glavni razvojni faktori upravo znanje i informaciona tehnologija na kojima se temelje pretpostavke Nove ekonomije². Nova ekonomija temelji se na uključivanje informacionih i komunikacionih tehnologija u svim segmentima poslovanja, a posebno interneta. Ovakav ekonomski sistem nastao je u ekonomki najrazvijenim zemljama u svetu. Internet je uticao ne samo na poslovno okruženje već na sve sociološke, kulturološke i ekonomske aspekte života. Dinamične promene u novoj ekonomiji uslovile su da informaciona i komunikaciona tehnologija postanu instrument kojim se rešavaju problemi ukoliko njima rukovode sposobni i obučeni ljudi. Ipak, treba napomenuti kako budućnost koja promovise održivi razvoj, pored znanja, tehnologije i novih komunikacionih mogućnosti ne zanemaruje tradicionalne proizvodne resurse. Namera je da se njihovim efikasnim kombinovanjem doprinese ekonomskom razvoju.

² Nova ekonomija predstavlja poslovno-ekonomskog sistem u kome su dominantni razvojni faktori znanje, preduzetničke aktivnosti i digitalna tehnologija. O ovome vidi: Škuflić, L., Vlahinić-Dizdarević, N. (2003): *Koncept nove ekonomije i značaj informacijsko-komunikacijske tehnologije u republici Hrvatskoj*, Ekonomski pregledi, Vol. 54, No. 5-6, str. 461.

Informaciona tehnologija (IT) raspolaže mehanizmima kojima se u 21. veku aktivno učestvuje u kreiranju strategije poslovanja koja treba da podrži dalji razvoj društva u dužem roku. Vremenom je ovaj potencijal sve više dobijao na značaju u vidu inovativnog načina podrške za povećanje profita, unapređenja radne sredine, kreiranja edukacionih mogućnosti za poboljšanje etičkih principa poslovanja i td. Tehnologija omogućava preduzeću da u okviru programa društveno odgovornog poslovanja eksperimentiše sa radikalno novim oblicima poslovanja i preuzimanja novih inicijativa. Nova svetska privreda je struktura ekonomije koja relativizuje prirodne resurse a daje primat tehnologiji i znanju. To svakako podrazumeva i dodatne troškove poslovanja koje treba optimizirati u skladu sa tehnološkim aspektima razvoja.

U cilju dugoročnog stvaranja profita, preduzeća moraju da prihvate tehnologiju kao ključni preduslov za postizanje konkurentnosti. Preduzeća koja nisu spremna da prihvate promene koje dolaze sa razvojem tehnologije neće iskoristiti prednosti koje im se nude. IT je omogućila unapređenje poslovnih procesa u preduzeću. Ipak ona sa sobom nosi i brojne etičke izazove sa kojima se preduzeća suočavaju. S druge strane, zahvaljujući novim tehnološkim dostignućima, javnost postaje zahtevnija u pogledu obelodanjivanja informacija o poslovanju preduzeća.

Agresivni uticaj na prirodu i njene resurse prouzrukovao je nestašicu nafte, goriva, energije i drugih mnogobrojnih ekoloških posledica. Sve veću urbanizaciju prati demografska eksplozija. Intezivna i surova konkurencija nameće oštre uslove poslovanja i nemilosrdnu borbu za profitom. Obezbedivši slobodan pristup informacijama, tehnologija je pokrenula i podržala trend porasta društvenih očekivanja od preduzeća. Veliki broj ciljnih grupa sve više je zainteresovan za intreaktivnu i inovativnu veb komunikaciju. Na taj način poboljšava se dostupnost informacija i omogućava dvosmerna ili višesmerna komunikacija. Ovakva ulaganja od strane naprednih preduzeća su dobrodošla, te velika multinacionalna preduzeća koriste informacionu i komunikacionu tehnologiju kako bi kontinuelno poboljšala zadovoljstvo potrošača i ostalih interesnih grupa.

Preduzeća se prosto takmiče u implementaciji najnovijih tehnoloških dostignuća. Tehnologija daje nove proizvode i usluge, a sa novinama dolazi i odgovornost. Menadžmentu preduzeća je sve teže da ponudi odgovore na određena pitanja. Tehnologija danas ima moć da učini život boljim s jedne strane, ali ona ima i svoju mračnu stranu. Svakodnevna razmena podataka postaje iz dana u dan sve obimnija i sve je teže kontrolisati sigurnost ovih podataka. Usled toga dolazi i do narušavanja privatnosti oko čega se u poslednje vreme sve više vodi polemika. Javnost je sa razlogom zabrinuta kako se lični podaci koriste i koje su posledice toga. Zaštita ovih podataka predstavlja veliki izazov tehnološkoj industriji.

Inovativne tehnološke strategije temelje se na pretpostavci neophodnosti racionalnog korišćenja proizvodnih kapaciteta, kontinuelnog razvoja stručnog i organizacionog potencijala i unapređenja odnosa saradnje kroz partnerstvo i inovativnost. Na taj način stvaraju se realne osnove na kojima bi se obezbedio održivi razvoj. Danas opstaju samo oni koji podstiču kreativnost i nude nova rešenja na brz, efikasan i odgovoran način. Za menadžment savremenog preduzeća veliki je izazov da maksimalno iskoristi potencijal tehnologije.

„Strategija kompanija se usmerava ka razvoju inovativnih tehnologija koje će doneti ekonomsku korist, ekološku održivost i društvenu odgovornost, kao ključnih poluga održivog razvoja.“ (Levi-Jakšić 2015). Korišćenje novih izvora energije, proizvodnja čiste vode, nova otkrića u oblasti medicine, samo su neka od inovativnih rešenja koje nudi tehnologija. Jedno je sigurno, u savremenom globalističkom okruženju tehnologija treba da da podršku u svim sferama društvenog i ekonomskog života. Stepenn investiranja u nove tehnologije postaje značajan pokazatelj društveno odgovornog ponašanja preduzeća i preduslov ostvarivanja konkurentske prednosti.

Kretanje proizvodne industrije iz ekonomski razvijenih ka manje razvijenim zemljama (Meksiko, Istočna Azija, Istočna Evropa), ima kako lokalnu tako i globalnu dimenziju. Kina je postala vodeća zemlja u proizvodnji IT proizvoda. Prema skorijim podacima Međunarodne organizacije rada (*International Labour Organization – ILO*), jedna trećina zaposlenih u industriji informacionih tehnologija, živi

i radi u Kini (Van-Liemt 2007: 7). Iako tehnologija pojednostavljuje radne operacije, količina posla i stresa raste. Pritisak konkurencije nameće nepoštovanje zakonskih regulativa kojima se obezbeđuju normalni uslovi rada, pristojna zarada i osmočasovno radno vreme. Kratki životni vek proizvoda zahteva fleksibilnu organizaciju proizvodnog procesa u kojoj zaposleni rade više i duže, što ima za posledicu umor i čestu pojavu povreda na radu (Ibid.: 32). Mnoga multinacionlna IT preduzeća obavezala su se da će prihvatiti odgovornost za uslove rada zaposlenih u njihovom lancu nabavke. Međutim, postavlja se pitanje: Koliko taj uticaj može biti dubok? (Ibid.: 31).

Organizacione moći tehnološki naprednog preduzeća treba usmeriti ne samo ka ostvarivanju profita već i ka poboljšanju društvenih vrednosti. Tradicionalna preduzeća koja imaju tradicionalne modele poslovanja neće opstati. Neophodno je blagovremeno investirati u tehnologiju i znanje te omogućiti preduzeću da aktivno učestvuju u tržišne tokove. Treba se usmeriti na korišćenje već isprobanih rešenja. Sve ove pojave ukazuju na složenost društvenih promena koje su iz dana u dan sve intezivnije i kao takve određuju tempo i procese društveno-ekonomskog razvoja.

3. Socijalno preduzetništvo – izvor novih ideja

Nove industrijske promene, jaka tržišna konkurencija, lomljenje društvenih vrednosti, promene u politici, sve veće siromaštvo, samo su neke od identifikovanih promena sa kojima se suočava savremeno društvo. Ove i mnoge druge poteškoće čine savremeni svet dinamičnim i turbulentnim. Ekonomska kriza koja je zahvatila svet, otvorila je mogućnost da se nekim novim konceptatom poslovanja, koji deluje u skladu sa principima održivog razvoja, rešavaju konkretni društveni problemi. Alternativnim idejnim rešenjima sprovode se različite aktivnosti i programi čime se podstiče društveno-ekonomski razvoj.

Savremeno doba zahteva savrmene preduzetničke veštine u prevazilaženju mnogobrojnih prepreka u ostvarivanju društvenih i ekonomskih ciljeva. S tim u vezi, poslednjih decenije sve više dobija na značaju socijalno preduzetništva kao jedna od društveno produktivnih

alternativa u poslovanju. Osnovna karakteristika ovog koncepta poslovanja je pozitivno usmerena energičnost kreatora novih društvenih tokova. Kao specifične karakteristike socijalnog preduzetnika najčešće se navode volja, kreativnost, zanos i upornost, koje ih usmeravaju ka promeni sveta koji ih okružuje. Postoje brojni primeri koji ukazuju na inspirativna dela socijalnih preduzetnika među kojima je prva neprofitna farmaceutska organizacija „OneWorld Healt“, koju je u San Francisku u Kaliforniji osnovala Viktorija Hejl (*Victoria Hale*) (Seelos, Mair 2005: 241). Zahvaljujući fondaciji Gejts³, ova organizacija je uspela da uspešno leči bolesti poput malarije, crne groznice i dr., a koje odnose život u nerazvijenim zemljama sveta.

Postoje različite definicije i interpretacije pojma socijalnog preduzetništva. Iako ne postoji precizna definicija, jasno je da se radi o poslovnom modelu kojim se nudi rešenje za sveopšte društvene probleme. Socijalno preduzetništvo je deo socijalne ekonomije kao ekonomskog koncepta privredne realnosti, koji stavlja akcenat na razvojnu perspektivu društva. Ove preduzetničke organizacije osvajaju nova tržišta realizacijom socijalne pravde, postavljajući socijalne ciljeve ispred ekonomskih.

U ekonomskoj literaturi, često je u upotrebi šira definicija profesora i gurua socijalnog preduzetništva Desa (*J. Gregory Dees*): „Socijalni preduzetnik je pojedinac, grupa, mreža, organizacija ili alijansa organizacija koja traži održivu promenu visokog stepena putem ideja kroz koje razvija okvire, u koje vlade, neprofitni i poslovni sektor ne ulažu značajnije napore, da bi se dao ogovor na značajne društvene probleme” (Dees 2004; prema: Raičević, Glomazić 2012:17). U novije vreme sam pojam se poistovećuje sa frilens ekonomijom (*freelance economy*). Pojedini autori je opisuju kao „savremena nezavisnost savremenog čoveka.“ (Watson 2012). Ranije je frilenser (*freelancer*) bio

³ Fondacija Bil i Melinda Gejts (*Bill and Melinda Gates Foundation*) je jedna od najvećih privatnih fondacija na svetu. Osnovana je 2000. godine sa sedištem u Sijetlu. Fokusirana je na globalne probleme poput zdravstvene zaštite širom sveta, naročito u borbi protiv side i malarije. Dostupno na: <http://www.gatesfoundation.org/How-We-Work/Resources/Our-Commitment-to-Grantees>, preuzeto: 12.11.2015.

eufemizam za nezaposlenost, danas je to izbor mladih ljudi da rade za sebe i prate svoju strast.

U vreme teških ekonomskih i društvenih previranja, socijalno preduzetništvo predstavlja inovativni način poslovanja u oblasti obrazovanja, zaštite životne sredine, smanjenja siromaštva, zapošljavanja ugroženih i marginalizovanih grupa, zaštite ili unapređenja kulture ili zdravstvene zaštite itd. Socijalno preduzetništvo, može se reći, predstavlja „sposobnost da se svet oko nas gleda drugačijim očima.” (Marinković, D., Marinković, V. 2014: 82). Kroz socijalno preduzetništvo omogućuje se razvoj novih društveno korisnih proizvoda i usluga kojima se daje odgovor novonastalim nepovoljnim socio-ekonomskim okolnostima. Kao koristan izvor novih ideja do kojih se dolazi, ovaj vid poslovanja je ekonomski održiv i tržišno orjentisan.

Socijalno preduzetništvo, zahvaljujući tehnologiji i dostupnosti informacija postaje stvaralački proces ljudi čije ideje postaju konkurentne velikim preduzećima. Nastanak i razvoj alternativnih društveno-ekonomskih modela poslovanja jeste realni pokazatelj napretka društva i razvoja svesti o kolektivnom dobru. Inovativne delatnosti preduzeća ubrzano se razvijaju usled nestabilnih tržišnih uslova poslovanja. Uspostavlja se novi vid saradnje sa zainteresovanim stranama koje se okupljaju oko zajedničke vrednosti.

Udruživanjem ideja nastaje nova generacija mladih socijalnih preduzetnika koji se oslanjaju na nove izvore projektnog finansiranja. Tako Džejmi Oliver fondacija (*Jamie Oliver Foundation*), finansira projekat koji sprovodi restoran Kafe Fiftin (*Café Fifteen*), osnovan 2002. godine u Londonu. Cilj ovog projekta je da edukacijom i treningom u oblasti kulinarstva pomogne u socijalizaciji problematičnih mladih ljudi (Radović 2012: 88). Prema rečima zaposlenih: „da restoran nema socijalni cilj bio bi samo još jedno fensi mesto u Londonu, a bez usluge, bio bi još jedan omladinski centar.“ (Social Report 2007; prema: Socijalno preduzetništvo 2010: 8). Bridžit Hilton (*Bridget Hilton*), osnivač socijalnog preduzeća za proizvodnju organskih sapuna pod nazivom Džeks (*Jack's*), za svaki prodati sapun, jedan poklanja deci iz zemalja u razvoju (Šimundža 2015). Pored toga što pomaže u održavanju

higijene kao osnovnog preduslova zdravlja ona realizuje i edukativne programe o važnosti higijene.

U manje razvijenim zemljama, ovaj vid preduzetništva javlja se u formi inicijative kojom se pospešuje i rešava veliki problem nezaposlenosti. Međutim, kao i kod profitno orijentisanih preduzeća, ne postoji jedinstveni model poslovanja i organizacije. Pravne regulative se razlikuju od zemlje do zemlje, kao i njihova zastupljenost. Grantovi namenjeni za projektne aktivnosti su često mali i ograničeni na određene društvene probleme. Vlada i filantropske fondacije doniraju i pomažu ovim organizacijama te se na taj način dolaze do kapitala. Tradicionalne preduzetničke organizacije taj kapital ne bi mogle da koriste.

Zajedničko svim ovim socijalnim inicijativama je snaga i hrabrost da se odupre konvencionalnim načinima razmišljanja i poslovanja. Preovlađivajuće aktivnosti nisu finansijskog karaktera već inovativnog i društvenog, temeljenog na neekonomskim ciljevima. Pored toga, njihove aktivnosti nisu usmerene ka kratkoročnim rezultatima već imaju dugoročnu perspektivu. Socijalne inicijative privlače pažnju mnogih institucija, volontera i naučnika kao i pažnju javnosti za nove modele u kreiranju društvene i ekonomske vrednosti. Inicijatori ovih poslova su ljudi koji su sposobni da izađu na kraj sa ekonomskim, političkim i ljudskim faktorima (Seelos, Mair 2005: 243). Kako bi to ostvarili, neophodna je saradnja sa neprofitnim organizacijama, poslovnim sektorom, državom i međunarodnim insitucijama.

S obzirom da imaju nesumnjivo veliki značaj za ekonomiju i društvo jedne zemlje, država treba da omogući podsticajne mere za razvoj socijalnog preduzetništva. U nameri da se kriza lakše prebrodi, potrebno je pružiti finansijsku i tehničku pomoć ovim održivim modelima poslovanja. Ova preduzeća, oslanjajući se vremenom sve više na preduzetničke principe poslovanja, postaju katalizatori promena i inovacija kojima se osvajaju globalna tržišta.

Spremnost na žrtvu, potpuna posvećenost i vera u društvene vrednosti otvara nove izazove biznis sektoru. Ovaj ekonomski fenomen trebaju podržati instituti i univerziteti koji će uvrstiti socijalno preduzetništvo u studijske programe i time raskinuti sa tradicijom i prošlošću. Najveći problem a ujedno i najveći izazov socijalnog

preduzetništvo jeste održivost programa socijalnog preduzeća. Potrebno je menadžersko znanje i ekspertiza, injekcija kapitala i sistemska podrška za širenje i razvoj socijalnih ideja. Problem koji se javlja je nedostatak znanja i veština da se iskoriste informacije u strateškom smeru u cilju izgradnje održivog poslovnog modela.

Uspešne su one organizacije koje se drže pricipa da socijalna preduzeća realizuju svoje poslovne aktivnosti kao i svako privatno preduzeće, isporučivanjem vrednosti za potrošače bolje od konkurenata (Hirzel 2013). S tim u vezi, nepostojanje dijaloga između lokalne zajednice i ovih preduzeća, kao i nerazumevanje i nepoverenje (u svemu se vidi skrivena namera) ne može dati vidljive rezultate. Često se dešava da društvo nije upoznato sa samim pojmom i značenjem društvenog preduzetništava.

4. Zaključak

U doba ekoloških i tehnoloških promena kao i kontinuelne manjkavosti resursa, društveno odgovorno poslovanje se pokazalo kao zaista korisnim instrumentom za bolje pozicioniranje na tržištu. Usled ubrzanih promena i globalnih fenomena, preduzeća inteziviraju napore kako bi se ostvarili visoki ekonomski i društveni rezultati. Stoga, sposobnost sagledavanja značajnih i aktuelnih trendova postaje imperativ u cilju racionalnog upravljanja promenama u okruženju.

Unapređenje uslova za stvaranje društveno odgovornih aktivnosti podrazumeva slobodno kretanje ljudi i kapitala, organizovanje raznih studijskih putovanja, učenje jezika i upoznavanje stranih kultura kao i obezbeđenje kvalitetanog pristupa internetu. Dalje, u cilju dugoročnog stvaranja profita, preduzeća moraju da prihvate tehnologiju kao ključni preduslov za postizanje konkurentnosti. Preduzeća koja nisu spremna da prihvate promene koje dolaze sa razvojem tehnologije neće iskoristiti prednosti koje im se nude.

Intervencije države u vidu ulaganja u inovativnost i obrazovanje i jačanje pravnog okvira za podršku socijalnom preduzetništvu, predstavljaju osnovnu platformu jednog od značajnih oblika privređivanja današnjice. Ovo bi imalo za rezultat kreiranje adekvatnih mehanizama podrške socijalnih promena koje poboljšavaju kvalitet

društva. Primeri dobre prakse poslovanja postoje svuda. Stoga, stečene veštine, iskustvo i znanje mogu se i trebaju iskoristiti u implementaciji i realizaciji društveno korisnog cilja.

Literatura:

1. Fifteen Foundation (2007) *Fifteen – life in the present tense, Social Report 2007*, London. https://issuu.com/fifteen/docs/social_audit_web, Prema: Grupa 484: (2010): *Socijalno preduzetništvo*, U: *Velev, G. (ur.), Elektronski bilten o socijalnom preduzetništvu*, No.1, Jul, Beograd.
2. Hirzel, A. (2013) „To Grow, Social Enterprises must play by business rules“, *Harvard Business Review*, January. Dostupno na: <https://hbr.org/2013/01/to-grow-social-enterprises-mus/>, preuzeto: 26.01.2015.
3. Levi-Jakšić, M. (2015) „Potrebne radikalne inovacije tehnološke i poslovne strategije za održivi razvoj – Phillips više ne prodaje sijalice već luksove“, *Časopis InterFON*, 09. mart. Dostupno na: <http://casopisinterfon.org/2015/03/09/potrebne-radikalne-inovacije-tehnoloske-i-poslovne-strategije-za-odrzivi-razvoj-phillips-vise-ne-prodaje-sijalice-vec-luksove/>, preuzeto: 12.03.2015.
4. Marinković, D., Marinković, V. (2014) „Moral i ekonomija kroz prizmu socijalnog preduzetništva“, U: Miroslavljević, M. (ur.), zbornik radova – *Socijalno preduzetništvo – model za (samo)zapošljavanje u budućnosti*, Udruženje građana „Svjetonik“ - Prijedor, Agencija za saradnju, edukaciju i razvoj - ACED Banja Luka College – BLC, str. 71-89.
5. Milašinović, S., Bajagić, M. (2005) „Globalizacija i fragmentacija - Vladajuće dinamike globalnog društva“, *Megatrend revija*, Megatrend univerzitet primenjenih nauka, Beograd, Vol. 2, No. 2, str. 23-47.
6. Milovanović, G., Barac, N., Anđelković, A. (2009) „Corporate social responsibility in the globalization era“, *Facta*

- Universitatis: Economic and Organization*, University of Niš, Vol. 6, No. 2, str. 89-104.
7. Prnjat, A. (2012) „Apokalipsa bez otkrivenja: Svetozar Stojanović o mogućnosti samouništenja čovečanstva“, *Theoria*, Vol. 55, No.4, str. 113-128.
 8. Radović, M. (2012) „Socijalno preduzetništvo – neprihvaćenost koja je osuđena na uspjeh“, U: Lajović, D. (ur.), *Preduzetnik*, Ekonomski fakultet Podgorica, No. 8, Decembar, str. 87-88.
 9. Raičević, V., Glomazić, R. (2012) Značenje i oblici socijalnog preduzetništva, Friedrich Ebert Stiftung, Beograd, str. 1-126.
 10. Scherer, A. G., Palazzo, G. (2009) Introduction to the Special Issue: Globalization as a Challenge for Business Responsibilities, *Business Ethics Quarterly*, Vol. 19, No. 3, str. 327-347.
 11. Scherer, A. G., Palazzo, G. (2011) „The New Political Role of Business in a Globalized World - A Review of a New Perspective on CSR and Its Implications for the Firm, Governance, and Democracy“, *Journal of Management Studies*, Vol. 48, str. 899-931.
 12. Seelos, C., Mair, J. (2005) „Social entrepreneurship: Creating new business models to serve the poor“, *Business Horizons*, Kelley School of Business, Indiana University, Vol. 48, str. 241-246.
 13. Šimundža, A. (2015) Socijalno/društveno preduzetništvo, (web blog). Dostupno na: <https://dimenzijaopus.wordpress.com/>, preuzeto: 27.01.2015.
 14. Škuflić, L., Vlahinić-Dizdarević, N. (2003) „Koncept nove ekonomije i značaj informacijsko-komunikacijske tehnologije u republici Hrvatskoj“, *Ekonomski pregledi*, Časopis Hrvatskoga društva ekonomista, Vol. 54, No. 5-6, str. 460-479.
 15. Van-Liemt, G. (2007) Recent developments on Corporate Social Responsibility (CSR) in Information and Communications Technology (ICT) Hardware Manufacturing, MULTI Working Paper, No. 103, International Labour Office – Geneva, str. 1-45.

16. Watson, T. (2012) The Freelance Economy: Millions of Entrepreneurs - and a Vital Social Venture, *Forbes Magazine*, 13. decembar. Dostupno na: <http://www.forbes.com/sites/tomwatson/2012/12/13/the-freelance-economy-millions-of-entrepreneurs-and-a-vital-social-venture/>, preuzeto: 26.01.2015.
17. <http://www.gatesfoundation.org/How-We-Work/Resources/Our-Commitment-to-Grantees>

Nataša Dimitrijević

THE NEW CHALLENGES OF CONTEMPORARY SOCIALLY RESPONSIBLE COMPANIES

Abstract: Dynamic changes in the world, growing scientific and technological development, liberalization of market relations as well as the stronger public pressure, have had an influence on socially responsible companies to be viewed from a different perspective. Under the influence of modern trends which shape the economic reality, corporate social responsibility (CSR) as a humane way of acting and thinking of business entities, is increasingly becoming the initiator as well as the head of economic and social changes. Although CSR is not a new concept in economic and social spheres of business, adapting to new trends is still the unknown. Therefore, it is necessary to point out to the new challenges if we want to benefit from a wide range of activities mentioned and the opportunities they offer. Understanding current trends is a prerequisite, focusing the ideas and creativity toward solving present social and economic problems. Thus, socially responsible activities of modern companies may represent a significant driving force and strength of the development taken as a whole.

Keywords: globalization, technology, CSR, social entrepreneurship, innovations.