



Wellbeing
Sandra Bundur



Sonja Jovanović



Katarina Cvetković

Korporativna društvena odgovornost

Šta je CSR - Corporate Social Responsibility?

CSR je vrsta kompanijske samoregulacije, koja za cilj ima da bude društveno odgovorna. Ne postoji "pravi" način na koji kompanije mogu da praktikuju CSR;

mnoge korporativne CSR inicijative nastoje da pozitivno doprinesu javnosti, privredi ili životnoj sredini.

U današnjem društveno svesnom okruženju, zaposleni i kupci preferiraju rad ili potrošnju – u kompanijama koje imaju jasno definisane društveno odgovorne ciljeve.

Kako se svest o korporativnoj odgovornosti širi, postaje sve važnije imati društveno svestan imidž.

Potrošači, zaposleni i stejkholderi daju prioritet društveno odgovornom poslovanju, kada biraju brend ili kompaniju, a korporacije smatraju odgovornim za sprovođenje društvenih promena svojim poslovnim uverenjima, praksama i profitom.

"Najčešće, kompanije usmeravaju svoje CSR aktivnosti na:

- Zaštitu životne sredine
- Filantropiju
- Etičke radne principe (fokus na zaposlene)
- Volontiranje"

"Nova generacija zaposlenih traži poslodavce koji su fokusirani na trostruki krajnji rezultat (3P): ljudi, planeta i prihod.

Izlaskom iz recesije, korporativni prihodi postaju sve veći. Kompanije se ohrabruju da taj povećani profit ulože u programe kojima vraćaju svojim zaposlenima i široj društvenoj zajednici."

Nedavna Gartnerova studija dosta govori o značaju održivosti i zaštiti životne sredine u vremenu koje dolazi - i koje više neće biti samo marketinški alat pojedinih organizacija, već zakonska obaveza i neophodnost.

Apetit potrošača se sve više fokusira na kompanije koji imaju svrhu, koje inoviraju i koje uključuju društveno odgovorne ciljeve u svoje strategije.