



Društvena odgovornost nije isključivo pravo velikih korporacija - Intervju

Autor: Peter Tase

Prijevod: Mr.sc. Sabahudin Hadžialić, doctorand

Nedjelja, 06. septembra/rujna, 2015

Jorge Emilio Sierra Montoya je bio direktor "La República", prvog poslovnog dnevnog lista u Kolumbiji, i bio je prvi direktor Latino-američkog instituta za liderstvo. Trenutno radi kao Savjetnik za društvenu odgovornost na Univerzitetu Simon Bolívar (USB) u Barranquilli, Kolumbija (nakon što je ranije radio u istom svojstvu u kolumbijskom Udruženju univerziteta -ASCUN-) gdje je direktor "Desarrollo Indoamericano" renomiranog časopisa iz Kolumbije, jedne je od najznačajnijih publikacija o socijalnim pitanjima u Latinskoj Americi i na Karibima.

Sa visokim obrazovanjem u filozofiji, književnosti, političkim naukama i ekonomiji, tokom posljednjih godina prof Jorge Emilio je prepoznat po njegovom doprinosu proučavanju Korporativne društvene odgovornosti (KDO), te je objavio tri knjige: *KDO: Lekcije slučajevi i načini života; Nove KDO lekcije i Osnovna predavanja o KDO*.

Njegov najnoviji rad je *Liderstvo sa vrijednostima* koje je objavila *Digital Reasons*, izdavačka kuća iz Španije (www.digitalreasons.es); U zbirci eseja "Argumenti za XXI stoljeće", prof Jorge Emilio ističe upravo društveno odgovorne

lidere u različitim organizacijama sa ciljem prevladavanja kriza u savremenoj ekonomiji, politici, porodici, itd

U nastavku je uključen kompletan intervju gosp. Sierra Montoye dat Peteru Tasu (PT).

Trend Korporativne društvene odgovornosti (KDO)

PT: Nema sumnje, da je društveno odgovornom poslovanju je postala veoma trendovska tokom posljednjih godina ...

Jorge Emilio Sierra Montoya: Zapravo, KDO je doživio znatan rast tokom posljednjih nekoliko godina ne samo u Kolumbiji, već i u cijeloj Latinskoj Americi, ali i diljem svijeta. To je razlog zašto je postala nova moda mnogih, i vrlo je trendovska, jer u različitim kompanijama, bez obzira na njihovu veličinu, (velike, srednje, male i mikro ili porodične), ovaj predmet je obavezan i mora se rješavati uz nagkašavanje na svim razinama.

U isto vrijeme, postoje organizirani mnogi forumi po ovom pitanju, studira se na univerzitetima, posebno na području Univerziteta društvene odgovornosti (UDO) - pa čak je i broj stručnjaka na ovom području u porastu, samo da navedemo neke od mnogih pokazatelji koji jasno pokazuju kako je ovo pitanje steklo zamah i prestalo biti zanemareno od odabране skupine ljudi, te je doista postalo veoma popularno.

PT: Kakoje zaista postalo popularno u stvarnosti?

JESM: Počinje sticati popularnost. Stoga Masovno komuniciranje, koje uobičajeno pokriva opće teme od interesa za većinu stanovništva, počinje izvještavati o svim pitanjima koja se odnose na KDO i UDO, uključujući unutarnje ili institucionalne kampanje, dok uvježbava svoju društvenu odgovornost, što je još jedan način promoviranja na odgovarajuće precizan način.

PT: Zašto je potrebno da korporativni lideri trebaju shvatiti važnost razvijanja programa društvene odgovornosti?

JESM: Prvo, zbog toga što KDO podrazumijeva temeljnu promjenu u poslovnom sektoru, počevši od samih poduzetnika. Dopustite mi da objasnim: Tokom izvjesnog vremena se vjerovalo da je funkcija tvrtke generiranje profita, prihoda ili

bogatstva, uvijek razumijevano u privrednom području, u smislu novca ili novčanih sredstava. Naravno, to je zdrav razum i temeljan, između ostalog zbog toga što je potrebno za razvoj, ali to nije dovoljno.

Danas, međutim, postoji potreba za kompaniju da traži kako ekonomске tako i socijalne beneficije, čime se promiče ne samo svoje vlasnike ili dioničare profita, ali i prednosti različitih nositelja interesa (kao što su zaposlenici, dobavljači, zajednica, itd), prema kojima korporacija mora biti društveno odgovorna.

Stoga je mnogo širi pojam kompanije; to uključuje odgovornost poslodavaca i odgovornost da ove grupe imaju, što i jeste, društvenu odgovornost prema zaposlenicima, dobavljačima, univerzitetima i vladama...

Svi ulazu i svatko pobjeđuje

PT: Ali postoje oni koji vjeruju da je društvena odgovornost isključiva za velike korporacije, gdje su KDO programi više uobičajeni.

JESM: Istina je; Oni su viđeni kao obavezni da usvoje takve programe jer društvena odgovornost uključuje i pitanja zaštite okoliša koji su od iznimne važnosti i danas. Velike tvrtke trebaju, dakle, biti vrlo strogi na tim područjima i osigurati visoke standarde zaštite okoliša, što se sve više zahtijeva na međunarodnim tržištima, pod internim zakonima svake zemlje, a tu su i zakoni globalnih razmjera u prirodi koji se moraju poštovati. Nije ni čudo, nakon toga, da su vrlo predani KDO polici.

PM: Prema vašim promišljanjima, međutim, KDO treba ne samo biti odgovornost velikih tvrtki, ali i srednjih, malih i mikro ili obiteljskih preduzeća. Zbog čega?

JESM: Dopustite mi da inzistiram na tome da se KDO odnosi na sve tvrtke, čak i one manje, i prema drugim društvenim organizacijama, i daleko je od stvarnosti uvjerenje da je KDO jedinstven samo za velike privatne kompanije, javne ili „joint venture“ (zajednička ulaganja/pothvate). Bilo koja organizacija može primijeniti ovaj model kako bi bila, prije svega, društveno odgovorna. Isto vrijedi i za univerziteta, novine ili subjekte Masovnih komunikacija, porodice, itd

Mikro preduzeća i Mala & Srednja preduzeća (MSP) ne mogu biti ignorirana ili ostaviti ovaj koncept na stranu. Čak i ako oni imaju ekonomsko ograničenje koji se odnosi na takve troškove, oni bi trebali to vidjeti kao investiciju, a ne kao trošak, s obzirom na brojne beneficije, uključujući ekonomski rezultate koje KDO generira. Potreban je veliki obrazovni proces kako bi se promijenio njihov stav i naučili razvijati korporativnu strategiju koja će generirati ekonomsku, socijalnu i ekološku vrijednost za kompanije i njeni nositelji interesa.

PT: Idemo istražiti prednosti koje ste spomenuli. Koje su neke od njih?

JESM: U svakoj kompaniji ili organizacija morate obratiti paćnju na nositelje interesa. Međutim, glavna skupina su zaposleni, koji traže podršku sa različitim programima (stanovanje, zdravstvena zaštita, obrazovanje, mirovinski plan ...) u okviru društvene odgovornosti. Zašto? Očito je, kao što sam rekao prije, da odgovornost kompanije nije samo dati beneficije svojim vlasnicima, ali i dijeliti ove pogodnosti, sa solidarnošću, sa raznim interesnim skupinama i prije svega, sa svojim radnicima, kako bi poboljšali njihov uslove života.

PT: A koje koristi ovi radnici unose u kompaniju?

JESM: Postoje mnoge. Oni se kreću od stjecanja većeg osjećaja pripadnosti organizaciji, povećanja produktivnosti, učinkovitosti i konkurentnosti ili prisustvo značajnog smanjenja radnih sporova. Nadalje, treba pojasniti da ne postoje samo ekonomski koristi. Moramo se podsjetiti da u poslovnom svijetu danas postoje tzv. nematerijalne imovinu čija je vrijednost – dopustite mi da ponovim - ponekad prelazi ekonomsku vrijednost kompanije. A kada je kompanija društveno odgovorna, kada poštuje ljudska i radnička prava ili promoviše politike kao što su ograničenja unutar zaštite okoliša, teži poboljšanju svog ugleda, imidža, brenda ili prestiža, što vodi do veće sklonosti potrošača, što rezultira u konačnici, u većoj prodaji te korespondira sa većim financijskim jačanjem. Nekoliko naučnih studija je pokazalo i podržalo ovakve rezultate.

Univerzitetski projekti

PT: Konačno, znamo da ste bili angažirani sa univerzitetskim sektorom dugo vremena, prvi put na ASCUN-u i sada na Univerzitetu Simon Bolivar (USB) u Barranquilli, sa misijom da se uspostave planove koji promovišu društvenu odgovornost. Što nam možete reći o ovoj inicijativi?

JESM: Da, bio sam zadužen za Projekte društvene odgovornosti na ASCUN-u, što je i dio njihovog korporativnog strateškog plana, a nedavno sam preuzeo iste odgovornosti na USB, gdje razvijamo specifične projekte poput Centra za socijalnu odgovornost i KDO – UDO pisanjem stručnih knjiga usredotočenih na tu temu. Nikad se neću umorniti govoreći da univerziteti, kao i masovni mediji, ima ogromnu društvenu odgovornost, možda više nego bilo koji drugi sektor koji bi mogao imati manji utjecaj na kolektivnu dobrobit.

PR
DIOGEN pro kultura
<http://www.diogenpro.com>