DRUŠTVENO ODGOVORNO POSLOVANJE U HOTELSKOJ INDUSTRIJI KAO FAKTOR UNAPREĐENJA ODRŽIVOG RAZVOJA CRNE GORE

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY IN THE HOTEL INDUSTRY AS A FACTOR OF IMPROVING THE SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF MONTENEGRO

Zlatibor Milić

Hotelski Edukativni Centar – HEC Fakultet za internacionalni menadžment u
turizmu i hotelijerstvu, Miločer, Crna Gora

©MESTE

JEL Category: **L83, M14, Q01**

Apstrakt

Primjena koncepta korporativne društvene odgovornosti u hotelskim preduzećima trebalo bi da omogući formiranje uslova za uspješniji tržišni nastup i za podizanje konkurentske prednosti domaćih hotelskih i turističkih preduzeća. Takođe društveno odgovorno poslovanje predstavlja direktan faktor unapređenja održivog razvoja, posebno kada je u pitanju sektor turizma odnosno hotelijerstva. Pitanje primjene koncepta društvene odgovornosti u poslednje vrijeme je postalo veoma aktuelno što je i podstaklo kreiranje zakonske regulative u Crnoj Gori u vezi sa istim i usvajanje različitih zakonskih akata kao što su: zakon o zaštiti životne sredine, zakon o zaštiti potrošača, zakon protiv korupcije, usvojeni kodeksi poslovne etike i korporativnog upravljanja i dr. Crnogorski hoteli koji bi trebalo da svoju ponudu stalno unapređuju i usmjeravaju na više emitivnih tržišta upravo bi trebalo da prepoznaju važnost primjene koncepta društveno odgovornog ponašanja koja će biti u funkciji zaštite životne sredine, zaštite potrošača, poboljšanja energetske efikasnosti i unapređenja održivog razvoja Crne Gore. U fokusu rada je neophodnost identifikacije nivoa primjene društveno odgovornog poslovanja u hotelskim kompanijama sa ciljem unapređenja turističkog proizvoda i održivog razvoja Crne Gore. Opšti cilj istraživanja je da se kroz aspekt društveno odgovornog poslovanja pomogne hotelskim kompanijama Crne Gore da se što bolje pozicioniraju u svijesti potrošača na širem turističkom tržištu i unaprijede svoju konkurentsku prednost. Tradicionalni kodeks društvenog ponašanja u Crnoj Gori izražen u čojstvu upravo na jedan način daje tumačenje društvene odgovornosti „Čojstvo je čuvati drugoga od sebe“, naravno preneseno u savremene okvire poslovanja.

Adresa autora:

Zlatibor Milić

zlatibormilic@gmail.com

Ključne riječi: društveno odgovorno poslovanje, održivi razvoj, Crna Gora, turizam, hotelijerstvo.

Abstract

Application of corporate social responsibility concept in hotel companies should facilitate the establishment of conditions for successful market entry and raise of competitive advantages of a local hotel and tourism enterprises. Also, corporate social responsibility represents a direct factor in promoting sustainable development, especially when it comes to tourism and hospitality sector. The question of social responsibility concept application has been recently brought to the spotlight which has encouraged the creation of Montenegro law legislation regarding this matter and embracing various legislation acts such as the Law on Environmental Protection, Law on Consumers Protection, laws against corruption, adopting codes of business ethics and corporate management etc. Montenegrin hotels that should constantly improve their offer and place their focus on more emitting markets must recognize the importance of applying socially responsibility concept which will serve to the environment protection, consumer protection, energy efficiency improvement and promotion of sustainable development in Montenegro. This essay places its focus on the necessity of identifying levels of socially responsible behavior implementation in hotel companies with the aim of improving tourism product and sustainable development of Montenegro. The overall objective of the research is to get through the aspect of corporate social responsibility to help hotel enterprises in Montenegro to better position themselves in the minds of consumers on wider tourism market and improve their competitive advantage. Traditional Montenegrin code of social behavior expressed in humanity gives a proper interpretation of social responsibility - "Humanity means protecting others from ourselves", of course, translated into the framework of modern business.

Keywords: corporate social responsibility, sustainable development, Montenegro, tourism, hospitality.

1 UVODNA RAZMATRANJA

Savremeni način poslovanja donosi stalne promjene i neizvesne situacije, turistička tražnja postaje sve zahtjevnija i izraženija, a konkurencija oštija. Imati efikasnu i uspješnu organizaciju, znači inicirati promjene strukture, tehnologije i organizacione kulture, stalno podstičući inovacije. *Promjena strukture* podrazumjeva izmjene u odnosima sa vlastima, mehanizmima koordinisanja, davanju ovlaštenja zaposlenima, promjenama opisa radnog mjesta ili slične strukturalne promjene veličine. (Robbins & Coulter, 2005) U uspješnim organizacijama **promjene** postaju konstanta. „Ono što se ne dokaže u praksi, silom ekonomskih zakonitosti traži promjenu. Ono što se dokaže u praksi, zahtijeva promjenu kao usavršavanje, poboljšanje, čime se obezbjeđuje dodatna efektivnost. Takve promjene predstavljaju proces neprekidnih promjena ostvarenja ekonomskog rezultata organizacije i društva. (Gužalić, 2006)

Savremeni procesi upravljanja organizacijom zahtijevaju od menadžmenta vođenje poslova na društveno odgovoran način, što postaje poželjan

oblik poslovne strategije, a u savremenim tržišnim uslovima predstavlja ključ uspjeha i konkurentske prednosti.

Jedna od poslovnih realnosti je da kompanije i menadžeri odluke donose u cilju provođenja strategije i ostvarenja profita i da su prilikom odlučivanja vođeni različitim ambicijama i kapacitetima zavisno od same situacije u kojoj se preduzeće nalazi. To znači da često dolaze u situaciju da povuku potez koji nije u granicama moralnog i legalnog, ali je takav potez povučen zbog tzv. „viših ciljeva“ odnosno opstanka na tržištu ili zbog ostvarivanja i povećanja profita. Bilo kakva slobodna inicijativa se ne može opravdati argumentom da je dobra za poslovanje. Može se jedino opravdati time da je dobra za društvo.“ (Drucker P. , 1995, p. 213)

U tome i jeste glavni smisao koncepta odgovornosti prema društvu, i potreba postojanja društvenog osjećaja da se svojim poslovanjem ne narušavaju društvene norme i pravila ponašanja, a ne da bude proizvod spoljnih normi i pritisaka. Osnovna postavka u ovakvom pristupu je direktno vezana za dobrovoljnost, za šta je prikladniji termin, društveni osjećaj (social responsiveness).

Nažalost, u savremenim okvirima u donošenju odluka vođenih samo pukim održanjem i ostvarenjem povećanja profita leži velika opasnost da pogrešnim izborima, koji su vođeni različitim ambicijama, naročito u otežanim uslovima poslovanja, budu ugroženi resursi.

2 KONCEPT DRUŠTVENE ODGOVORNOSTI

Društvena odgovornost podrazumijeva obavezu menadžmenta da preduzme određene aktivnosti koje će doprinijeti unapređenju dobrobiti cjelokupnog društva kao i samog poslovnog sistema. To ukazuje na obavezu menadžmenta da pored zadovoljenja ekonomskih mora voditi računa i o širim društvenim ciljevima.

Pojam društveno odgovornog poslovanja se može definisati kao skup aktivnosti preduzeća usmjerenih ka ispunjenju pravnih obaveza definisanih zakonom i ugovorima, ali i aktivnosti kojima preduzeće ispunjava obaveze, koje ne proističu iz formalno-pravnog okvira, kao što su ulaganje u razvoj ljudskog kapitala, zaštita životne sredine i unapređenje odnosa sa svim interesnim grupama. Društvena odgovornost, sa internim i eksternim dimenzijama, se svodi na dvije osnovne vrste društvene odgovornosti: mandatnu i fakultativnu, odnosno obaveznu i dobrovoljnu.

Mandatna odgovornost podrazumijeva standarde koje svako preduzeće treba da ispuni kroz regularno odvijanje poslovnog procesa, što preciznije rečeno znači poštovanje zakonskih normi i podzakonskih akata, određenih kodeksa i određenih konvencija. To podrazumijeva stanovište da mnogi mandatnu odgovornost svode na poštovanje Zakona o radu i potpisanog ugovora o radu sa zaposlenima, ali vrlo često se zaboravljaju i zanemaruju kodeksi koje donose određena poslovna udruženja, sindikati. Takođe se postavlja pitanje ko formalno-pravno ima moć da usvaja i propisuje kodekse ponašanja. Najčešće su to državne organizacije, vlada i vladine komisije, berzanska udruženja, udruženja poslovnih ljudi-menadžera i druga privredna i akademska udruženja. Mandatna odgovornost znači sprovođenje sledećih načela: zaštita zdravlja i sigurnost radnika, neulazak u korupcijske odnose, neuključivanje dečije radne snage u radni proces, očuvanje životne sredine,

plaćanje poreza, objavljivanje finansijskih izveštaja, korektno postupanje prema radnicima, isporuka kvalitetnih proizvoda i zaštita prava potrošača.

Za fakultativnu odgovornost se može reći da ona nije vezana za poštovanje propisanih normi niti za realizaciju uobičajenih poslovnih aktivnosti preduzeća. Ona predstavlja područje moguće diferencijacije preduzeća u odnosu na njegove konkurente i vrlo često se koristi kao alat za sticanje povjerenja okoline i jačanje liderske pozicije na tržištu. Ukratko, fakultativna odgovornost podrazumijeva sve aktivnosti koje preduzeće preduzima u cilju unapređenja kvaliteta uslova rada zaposlenih, šireg okruženja, životne sredine, a da ga na takvu aktivnost ništa na obavezuje. Fakultativna odgovornost obuhvata: borbu za zaštitu ljudskih prava, poboljšanje kvaliteta života u lokalnoj zajednici, smanjivanje ekonomske diferencijacije između bogatih i siromašnih, filantropske aktivnosti, rješavanje kritičnih socijalnih problema, poštovanje principa korporativnog upravljanja i etičkog ponašanja i ekološku efikasnost. „Društvena osjetljivost“ je pojam sličan društvenoj odgovornosti ali konkretno predstavlja sposobnost poslovnog sistema, odnosno njegovog menadžmenta, da poveže svoje delovanje i politiku s društvenim okruženjem na način koji koristi i njemu i društvu. Logičan zaključak iz navedene definicije govori da je društvena osjetljivost posljedica delovanja na polju fakultativne društvene odgovornosti. (Drucker P. F., 1989, p. 25)

ISO 26000 SR u okviru svojih smjernica daje sveobuhvatan popis načela društvene odgovornosti, a ona se generalno mogu svesti na sedam načela društvene odgovornosti (ISO/DIS 26000, 2009):

1. Odgovornost
2. Transparentnost
3. Etičko ponašanje
4. Poštovanje interesa stejkholdera
5. Poštovanje pravne države
6. Poštovanje međunarodnih normi ponašanja
7. Poštovanje ljudskih prava

Društveno odgovorno poslovanje kao direktni faktor unapređenja održivog razvoja ima pozitivan uticaj na ostvarivanje:

- Konkurentne prednosti

- Reputacije
- Sposobnosti privlačenja i zadržavanja zaposlenih, kupaca, klijenata ili korisnika
- Održavanje morala, posvećenosti i produktivnosti zaposlenih
- Stava investitora, vlasnika, donatora, sponzora i finansijske zajednice
- Odnosa sa kompanijama, vladama, medijima, dobavljačima, kolegama, korisnicima i zajednicom u okviru koje se obavlja djelatnost
- Očuvanja prirodnih resursa i energetske efikasnosti.

3 HUMANI ODRŽIVI RAZVOJ TURIZMA I HOTELIJERSTVA

Održivi turizam u svom najčistijem smislu, podrazumijeva privrednu granu koja vrši minimalan uticaj na životnu sredinu i lokalnu kulturu, istovremeno pomažući otvaranje novih radnih mjesta i zaštitu lokalnih ekosistema.

Turizam sa jedne strane predstavlja veliku razvojnu šansu za Crnu Goru jer može obezbijediti velike ekonomske koristi, direktne prihode, a sa druge strane nosi puno izazova i pretnji jer nosi negativne efekte koji se ogledaju u prevelikom broju turista, velikom pritisku na resurse, izazovima za lokalnu kulturu i slično.

Svedoci smo da je u izvještajima glavno mjerilo uspjehnosti sezone i razvoja turizma statističko „povećanje broja turističkih posjeta“. U takvom stanovištu je potencijalna opasnost da će ekološki i socijalni aspekti koji utiču na održivi razvoj turističkih destinacija biti zanemareni. Razvoj turizma može doprinijeti održivom ekonomskom i socijalnom razvoju zemlje destinacije, ako se izbjegne zamka prostog povećanja broja kreveta, turističkih posjeta i turističkih prihoda po svaku cijenu.

Cilj nacionalnih strategija održivog razvoja je da dovedu do ravnoteže tri ključna faktora, odnosno tri stuba održivog razvoja (n.d., 2007):

- održivog ekonomskog rasta i privrednog i tehnološkog razvoja,
- održivog razvoja društva na bazi socijalne ravnoteže,
- zaštite životne sredine uz racionalno raspolaganje prirodnim resursima.

- U tom kontekstu je presudno ostvariti održivi turistički proizvod koji će izazvati postepeni porast broja gostiju, brz rast dohotka i stvaranje novih radnih mjesta.
- Održivi turizam je pravi model koji se predlaže za Crnu Goru, ali i prava korektivna mjera za postojeće stanje jer ima sve karakteristike "mainstream", masovnog turizma koje je degradira kao destinaciju.

Državni naponi za očuvanje prirodnih resursa moraju biti brži i agresivniji i moraju zaustaviti devastaciju prostora i vulgarnu komercijalnu izgradnju od koje koristi imaju samo pojedinci. Poštovanjem usvojenih strategija "Nacionalnog održivog razvoja Crne Gore" i "Master plana razvoja turizma Crne Gore do 2020.", regulatornim okvirima i različitim stimulativnim mjerama je potrebno favorizovati turističku gradnju, a sa druge strane destimulisati betonizaciju prirodnih resursa Crne Gore. Ekspanzija ovih investicija je počela 2006. ali još uvijek u određenoj mjeri traje, pa pojedine strukture često svjesno zanemaruju načela DOP-a i osnovne korporativne standarde, posebno prilikom gradnje novih objekata, što dodatno snižava indeks humanog održivog razvoja. Iz navedenih razloga krupni kapital u oblasti izgradnje i prodaje apartmana i stanova nosi ograničenja ili barijere razvoja DOP-a u Crnoj Gori.

U prilog ograničenjima takođe ide i nizak nivo svijesti društva o značaju društvene odgovornosti, kao i slaba uvezanost privrednih aktera, medija i državnih i lokalnih institucija.

Ako se posmatra problem u širem kontekstu, održivi razvoj je moguće ostvariti samo kada se stvori jaka svijest o društvenoj odgovornosti svih njenih učesnika: onih koji donose odluke i stvaraju pretpostavke, hotelijera, nevladinih organizacija, lokalnih zajednica u turizmu i svakog građanina, ali i turiste pojedinačno. Zato su nam potrebni snažni i integrisani savezi o društvenoj odgovornosti.

4 DRUŠTVENO ODGOVORNO POSLOVANJE U HOTELSKOJ INDUSTRIJI CRNE GORE

Prema aktuelnom stanju, sektor turizma i hotelijerstva u Crnoj Gori je jedan od ključnih

sektora za ekonomski razvoj zemlje. Ukupno 20% nacionalnog BDP-a je generisano kroz turističke aktivnosti, zbog čega je i označen kao jedan od ključnih privrednih sektora za razvoj zemlje. Važan segment DOP-a u hotelijerstvu predstavlja izazov u pogledu energetske efikasnosti takvih sistema. Hoteli se smatraju jednim od najvećih potrošača energije što znači da prave energetska opterećenja i velike energetske troškove. Prema tome, stepen redukcije tih troškova utiče na konačan finansijski rezultat, povećava profit i čini hotel cjenovno konkurentnijim omogućavajući fokusiranje na gosta i iskorišćenost kapaciteta. Globalni trendovi ukazuju i na to da većina najvećih svjetskih hotelskih lanaca ima inkorporiran održivi (energetsko-ekološki) koncept u svojim izgrađenim ili renoviranim objektima, a veliki broj njih namjerava to učiniti u bližoj budućnosti.

Primjena koncepta DOP-a u hotelima podrazumijeva osim svega navedenog i uspostavljanje i implementaciju sistema kvaliteta kao i unapređenje energetske efikasnosti u cilju racionalnog korišćenja resursa.

Nesporna je velika važnost zaštite životne sredine i održivog razvoja za svaku državu i društvo u cjelini, pa samim tim postaje važan dio za poslovanje svake organizacije i preduzeća. Danas su prisutni različiti oblici zagađenja i devastacije ekosistema, što uzrokuje konstantni pritisak javnosti na poslovanje raznih kompanija. S tim u vezi se traži od kompanija da budu društveno odgovorne i da uvažavaju koncepte zaštite životne sredine i održivog razvoja. Upravo se u tome ogleda i čvrsta, neraskidiva veza društveno odgovornog poslovanja i humanog održivog razvoja.

Posmatrano iz ugla socijalne ravnoteže turistički razvoj i hotelski sektor nudi značajno zapošljavanje, obezbjeđuje značajan broj radnih mjesta i prihoda, što dovodi do smanjenja siromaštva u mnogim oblastima u zemlji. Međutim, najčešće radna mjesta koja se u startu nude lokalnom stanovništvu zahtijevaju manje kvalifikacije. Takođe većina radnika u turističkoj privredi koji pokrivaju ili radna mjesta koja ne zahtijevaju nikakve kvalifikacije, ili zahtijevaju male kvalifikacije, imaju manja primanja, sezonsko zapošljavanje i neredovne radne sate.

Svjedoci smo da i najmanji potresi bilo koje prirode, političke, ekonomske, meteorološke, kriminal, nasilje, ratovi, epidemije mogu urušiti hotelsku industriju i uništiti turizam jedne zemlje. Ukoliko su radnici sa malim primanjima zavisni o prihodima iz ovog sektora, oni će isto tako biti osjetljivi na siromaštvo. Najosetljivija socijalna kategorija u ovom slučaju su upravo lokalni radnici nižih kvalifikacija i zato su socijalna ograničenja često dostižnija nego ekološka ograničenja.

Država i lokalna samouprava bi trebalo da osiguraju podršku turističkim preduzećima i hotelskim kompanijama kroz svoju politiku i regulatorni okvir, tako što će poboljšati njihov pristup tržištu, izvorima informacija, obuci i kreditima. U tom smislu, treba razmotriti mogućnost obezbjeđivanja ekonomskih i socijalnih šansi za šire uključivanje i, ako je to moguće i prihvatljivo, širenje turističkih aktivnosti i destinacija i na ruralna područja, kako bi se i njima pružila mogućnost ostvarivanja prihoda i sprječila sve češća senilizacija navedenih područja. Važno je napomenuti da je potrebno donijeti određene zakonske regulative i potrebno je regulisati zakonske okvire u kojima se kreću aktivnosti vezane za DOP, a veliki hoteli u Crnoj Gori moraju preuzeti vodeću ulogu u promociji DOP-a u turizmu i hotelijerstvu Crne Gore.

5 ZAKLJUČAK

Društveno odgovorno poslovanje predstavlja jednu od najvažnijih karika poslovne uspješnosti i konkurentske prednosti savremenih organizacija i preduzeća. Savremeni sistemi upravljanja odnosno primjena savremenih tehnika menadžmenta nametnuli su neophodnost primjene koncepta društveno odgovornog ponašanja gotovo u svim delatnostima i granama privrede, posebno u hotelijerstvu i turizmu. Primjenom koncepta društveno odgovornog poslovanja, organizacije lakše ostvaruju svoje poslovne ciljeve.

Primjena koncepta društvene odgovornosti vodi jačanju konkurentske prednosti preduzeća i predstavlja faktor održivog razvoja turizma, ali i privrede i države u cjelini. Sve kompanije koje su uspješne na svjetskom nivou su ujedno i društveno odgovorne kompanije, a ujedno su i lideri u oblasti kvaliteta.

DOP svakako dovodi do boljeg imidža hotela, profita, smanjenja troškova, smanjenja broja sudskih sporova, bolje zaštite životne okoline i dr. Neodgovorno ponašanje povlači za sobom i kršenje zakonskih i etičkih normi, može štetiti životnoj sredini i održivom razvoju turizma i privrede u cjelini.

Promjena shvatanja važnosti DOP-a je evidentna i svakako ukazuje na pozitivne promjene u poslovnoj politici crnogorskih hotela. Posebno je za dugoročan i održiv rast potrebno pokazati visok nivo svijesti o primjeni i promovisanju društvene odgovornosti i društveno odgovornog poslovanja.

CITIRANI RADOVI

Drucker, P. (1995). *Menadžment za budućnost*. Beograd: Poslovni sistem Grmeč.

Drucker, P. F. (1989). *The new realities: in government and politics, in economics and business, in society and world view*. London-New York-Toronto: Pretence Hall Europe.

Gužalić, M. (2006). Preduzetništvo – instrument liderstva. *Zbornik radova - Naučni skup: Liderstvo u teoriji i praksi*. Banja Luka: Ekonomski fakultet.

ISO/DIS 26000. (2009). *Draft International Standard ISO/DIS 26000, ISO/TMB/WG SR N 172*. International Organization for Standardization.

n.d. (2007). *Nacionalna strategija održivog razvoja Crne Gore*. Podgorica: Ministarstvo turizma i zaštite životne sredine.

Robbins, P. S., & Coulter, M. (2005). *Menadžment*. Beograd: Data status.

Datum prve prijave: 24.03.2016.

Datum prijema korigovanog članka: 20.10.2016.

Datum prihvatanja članka: 23.12.2016.

Kako citirati ovaj rad? / How to cite this article?

Style – APA Sixth Edition:

Milić, Z. (2017, January 15). Društveno odgovorno poslovanje u hotelskoj industriji kao faktor unapređenja održivog razvoja Crne Gore. (Z. Cekerevac, Ed.) *FBIM Transactions*, 5(1), 74-79. doi:10.12709/fbim.05.05.01.07

Style – Chicago Sixteenth Edition:

Milić, Zlatibor. "Društveno odgovorno poslovanje u hotelskoj industriji kao faktor unapređenja održivog razvoja Crne Gore." Edited by Zoran Cekerevac. *FBIM Transactions* (MESTE) 5, no. 1 (January 2017): 74-79. doi:10.12709/fbim.05.05.01.07.

Style – GOST Name Sort:

Milić Zlatibor Društveno odgovorno poslovanje u hotelskoj industriji kao faktor unapređenja održivog razvoja Crne Gore [Journal] // *FBIM Transactions* / ed. Cekerevac Zoran. - Belgrade - Toronto : MESTE, January 15, 2017. - 1 : Vol. 5. - pp. 74-79.

Style – Harvard Anglia:

Milić, Z., 2017. Društveno odgovorno poslovanje u hotelskoj industriji kao faktor unapređenja održivog razvoja Crne Gore. *FBIM Transactions*, 15 January, 5(1), pp. 74-79.

Style – ISO 690 Numerical Reference:

Društveno odgovorno poslovanje u hotelskoj industriji kao faktor unapređenja održivog razvoja Crne Gore. Milić, Zlatibor. [ed.] Zoran Cekerevac. 1, Belgrade - Toronto : MESTE, January 15, 2017, *FBIM Transactions*, Vol. 5, pp. 74-79