

## NOVI STANDARDI POSLOVANJA U SEKTORU KOMUNIKACIJA U FUNKCIJI ODRŽIVOSTI

Snežana Pejčić Tarle, Marijana Petrović, Dalibor Petrović  
Univerzitet u Beogradu – Saobraćajni fakultet

**Sadržaj:** *Poslovanje u sektoru komunikacija prolazi kroz proces transformacije u pravcu održivosti, zbog čega je kompleksno ne samo na tehničko-tehnološkom nivou već i na nivou upravljanja i menadžmenta. Značajnu dimenziju ovog odgovornog koncepta poslovanja čine standardi koji se odnose na sve zainteresovane strane, posebno ISO 26000, prvi standard za društvenu odgovornost.*

**Ključne reči:** *društveno odgovorno poslovanje, telekomunikacije, standard ISO 26000*

### 1. Uvod

Ekonomski, društveni i ekološki izazovi današnjice duboko transformišu poslovni svet. Događaju se, i očekuju nove, promene načina življenja, rada, učenja, komuniciranja, trošenja i deljenja resursa. U takvim uslovima trendovi globalizacije, demografskih promena, smanjivanja prirodnih resursa, sve bržeg razvoja tehnologije, i globalnih izazova koji se odnose na društvene podele, presudno oblikuju poslovanje i utiču na preduzeća da usklade ciljeve tradicionalnih i savremenih strategija<sup>1</sup>. U skladu sa tim, mnoge kompanije u Evropi i širom sveta shvataju da su održivost i odgovornost postali glavni pokretači stabilnih ekonomija – trude se da daju pozitivan doprinos društvu kroz preduzetnička rešenja i menadžment sisteme koji se fokusiraju na sve zainteresovane strane<sup>2</sup>. Lista opšte prihvaćenih standardizovanih menadžment sistema koji se odnose na korisnike i kvalitet proizvoda/usluga (ISO 9001), životnu sredinu (ISO 14001), zdravlje i bezbednost zaposlenih (ISO OHSAS 18001) i sl, stalno se proširuje „novim“ standardima poslovanja<sup>3</sup>. Za organizacije koje se bave uslugama u oblastima

---

<sup>1</sup> Dilema je šta ima prioritet u poslovanju - *profit*, koja je prema Miltonu Fridmanu osnovna odgovornost preduzeća, ili *društvena odgovornost i održiv razvoj*, odnosno takozvana „Triple Bottom Line“ strategija koja doprinosi ekonomskom, društvenom i ekološkom napretku. [1]

<sup>2</sup> Evropska komisija je inicirala 2006. godine osnivanje alijanse Preduzeće 2020 (Enterprise 2020), koje u najširem smislu ima za cilj izgradnju ekonomije zasnovane na „savesnim tržištima“. Ova inicijativa „podržava kompanije u stvaranju održive konkurentnosti obezbeđujući platformu za inovacije i razmenu...“.  
(<http://www.csreurope.org/pages/en/2020.html>)

<sup>3</sup> Sveprisutna informaciona tehnologija i informacione usluge, učinili su da u savremenim uslovima informacije postanu kritični faktor poslovanja, što je stavilo u prvi plan menadžment sisteme za rizik (ISO 31000) i bezbednost informacija (ISO 27001).

koje su na neki način povezane sa informacionim tehnologijama i potrebom za očuvanje poverljivosti informacija, posebno je značajan ISO 27001, takozvani „standard za vek znanja“, za koji je karakterističan sve veći broj sertifikacija. Njegova vrednost je što promoviše poslovne procese na bazi principa sigurnosti, i što u velikoj meri garantuje usaglašenost sa pozitivnom praksom i pravnim normama okruženja<sup>4</sup>, čime se ostvaruje možda najznačajniji doprinos uvođenja standardizovanih menadžment sistema uopšte.

Standard koji se donekle „nadovezuje“ na prethodne, jeste tek usvojen - istovremeno promovisan i osporavan - ISO 26000, ili „standard za održiv razvoj“. Odnosi se na uvođenje društvene odgovornosti u sve funkcije poslovanja, dobrovoljan je i nije predviđen za sertifikaciju. Njegova primena, vrednovanje i informisanje o njegovim uticajima, kao i uključivanje različitih grupa zainteresovanih strana u njegov dalji razvoj predstavljaju suštinski izazov, posebno u sektoru komunikacija i to za telekomunikacione operatore koji su izloženi sve strožim kritikama u vezi poštovanja principa održivog razvoja.

## 2. Društveno odgovorno poslovanje

Najšire gledano, koreni korporativne društvene odgovornosti (eng. CSR – Corporate Social Responsibility) mogu se tražiti u dva nezavisna procesa koji se paralelno odvijaju tokom XX veka. Jedan je vezan za sindikalnu borbu radnika u cilju poboljšanja radnih ali i ljudskih prava uopšte a drugi za porast svesti o potrebi zaštite životne sredine. Ono što je zajedničko za oba ova procesa jeste da oni nastaju kao reakcija na posledice koje za sobom ostavlja beskrupulozna borba za prevlast ili opstanak kompanija u tržišnom sistemu privređivanja. Ako govorimo o začecima sistemskog uvođenja društveno odgovornog poslovanja (DOP), onda se začeci ovog trenda prepoznaju u doba vladavine konzervativaca u Evropi, pre svega Velikoj Britaniji i Americi osamdesetih godina XX veka. Pojedine kompanije u Velikoj Britaniji, kao odgovor na neoliberalnu ekonomsku politiku vlade Margaret Tačer počinju samostalno da promovišu društvene akcije u cilju ublažavanja negativnih posledica ovakve politike (povećana stopa nezaposlenosti, smanjenje državne intervencije, nezadovoljstvo mladih, itd).

U narednim godina raste svest o tome da je potrebno uvesti određene standarde koje bi osigurali društveno odgovorno poslovanje kompanija što je svoj konkretan rezultat dobilo 2001. godine kroz usvajanje Zelene knjige<sup>5</sup> od strane Evropske komisije u kome se po prvi put koncept društveno odgovornog poslovanja promoviše kao jedna od novih poslovnih politika. U narednim godina Evropska komisija precizno definiše DOP kao koncept dobrovoljnog uključivanje društvenih i ekoloških pitanja kako u svoje poslovanje tako i u saradnju sa svojim poslovnim partnerima<sup>6</sup>. Drugim rečima, uvodeći

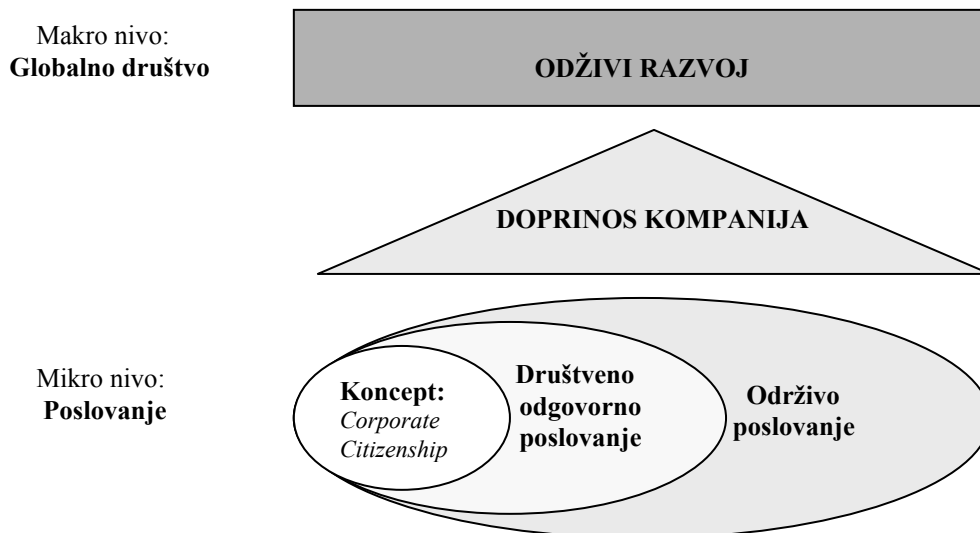
---

<sup>4</sup> „...ISO 27001 je kompatibilan sa standardom ISO 9001, a u suštini nije zamena nego dopuna svih osnovnih poslovnih standarda. Kod 90% preduzeća koja su bila proveravana za ISMS (Information Security Management System) povećala se bezbednost poslovanja, kod 85% su se smanjili gubici izazvani informatičkim incidentima, kod 53% preduzeća je značajno porasla profitabilnost.“, Dr Bela Balogh, Vincotte Hungary : Information society, Information security, Successful Enterprise , Evropska nedelja kvaliteta JUSK, 2010, Novi Sad

<sup>5</sup> Dostupno na: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2001:0366:FIN:EN:PDF>

<sup>6</sup> Dostupno na: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2006:0136:FIN:en:PDF>

koncept DOP kompanije se odлучuju da prevaziđu minimalna zakonska očekivanja u zadovoljenju određenih društvenih potreba (Slika 1).



Slika 1. DOP i održivi razvoj

Izvor: Loew et. al 2004<sup>7</sup>

Paralelno sa akcijama Evropske komisije traje i globalna kampanja za uvođenje koncepta DOP u kompanijama širom sveta. Svakako, najpoznatija globalna inicijativa je ona promovisana od strane Ujedinjenih Nacija prvih godina XXI veka, pod nazivom „Global Compact“ (u daljem tekstu GC). Kroz ovu inicijativu kompanije se pozivaju da dobrovoljno usklade svoje poslovanje sa deset principa iz oblasti zaštite ljudskih prava, prava na radu, zaštite okoline i borbe protiv korupcije<sup>8</sup>. Ova inicijativa, uprkos protivnicima<sup>9</sup> do sada ima više od 8000 hiljada potpisnika lociranih u 135 zemalja sveta.

## 2.1. Društveno odgovorno poslovanje u Srbiji

Koncept društveno odgovornog poslovanja pojavio se na našem tržištu pre nekoliko godina, pre svega u stranim kompanijama. Međutim, ovaj trend još uvek nije dovoljno prisutan u domaćim kompanijama što je situacija karakteristična za većinu zemalja u tranziciji. DOP se u svetlu naše ktitorske tradicije naješće poistovećuje sa filantropskom delatnošću u vidu davanja donacija ili prikupljanja dobrovoljnih priloga i

<sup>7</sup> Dostupno na: [http://www.bmu.de/files/english/documents/application/pdf/brochuere\\_csr\\_en.pdf](http://www.bmu.de/files/english/documents/application/pdf/brochuere_csr_en.pdf)

<sup>8</sup> Dostupno na: <http://www.unglobalcompact.org/aboutthegc/thetenprinciples/index.html>

<sup>9</sup> „...suština ideje Globalnog dogovora (GC) je u *ohrabrivanju* profitabilnih multinacionalnih kompanija da preuzmu deo troškova zdravstvene zaštite, obrazovanja, pa čak i izgradnje infrastrukture u zemljama u razvoju; ideja DOP-a se u stvarnosti izopačila u praksu prikrivene *kupovine* prava kompanije da radi u nekoj zemlji tako što će deo svog profita prebaciti državnim vlastima ili privilegovanim pojedincima; da nema inicijative UN, koncept DOP-a se ne bi razvijao dalje od neke vrste dodatnog korporativnog poreza ...., J.M.Roberts, CITE, The Heritage Foundation, SAD; Detaljnije na: [http://thf\\_media.s3.amazonaws.com/2010/pdf/bg\\_2409.pdf](http://thf_media.s3.amazonaws.com/2010/pdf/bg_2409.pdf)

sl. Ovo su, međutim, samo elementi koncepta DOP-a i koji su nedovoljni da bi se kompanija definisala kao društveno odgovorna. Ipak, da je ovaj vid poslovanja sve prisutniji u našem društvu svedoči sve veći broj inicijativa koje se u ovom pravcu sprovode. Jedna od najvažnijih je osnivanje Global Compact Serbia 2007. godine, u koju se uključilo oko 30 kompanija i organizacija civilnog društva. Zatim valja spomenuti da rast značaja koncepta CSR prati Privredna komora Srbije, koja se takođe 2007. godine uključila u regionalni projekat „Uspostavljanje korporativne društvene odgovornosti u jugoistočnoj Evropi“. U okviru ovog programa, Privredna komora Srbije sprovodi edukaciju i jednom godišnje vrši ocenjivanje i rangiranje preduzeća za dodelu Nacionalne nagrade za društveno odgovorno poslovanje. Pored ovoga, koncept DOP-a postaje i sastavni deo novousvojene Nacionalne strategije za održivi razvoj.<sup>10</sup>

Ipak, najvažniji podsticaj uvođenju DOP-a bi svakako trebalo da predstavlja Strategija razvoja i promocije društveno odgovornog poslovanja za period od 2010. do 2015. nedavno usvojena (jul 2010. godine) od strane Vlade Republike Srbije [2]. Okvir za izradu ove Strategije predstavlja, od strane Evropske komisije, proklamovana važnost socijalne dimenzije društva, potreba da se osigura da ekonomske i socijalne politike, kao i politike zapošljavanja, uzajamno deluju na pozitivan način, kao i da se socijalna zaštita posmatra kao produktivni faktor.

U strategiji se DOP, definiše na tri nivoa:

- prvo, obuhvata poštovanje zakonskih obaveza (npr. porez, zdravlje i bezbednost, prava radnika, odnosno prava iz rada i po osnovu rada, prava potrošača, regulativu u oblasti životne sredine) i standarde industrije;
- drugo, uključuje umanjivanje ili eliminisanje negativnih efekata poslovanja po društvo i upravljanje rizikom (na primer, od povrede ljudskih prava ili zagađenja);
- uvećava pozitivne efekte poslovanja i stvaranja vrednosti kroz inovacije, investicije i partnerstva usmerena ka društvenom dobru i dobru po životnu sredinu (na primer, otvaranje radnih mesta, društveni i ekonomski razvoj i razrešenje konflikta).

Razumevanju DOP-a u Srbiji značajan doprinos je svakako dalo i istraživanje UNDP i Centra za monitoring o primeni i shvatanju DOP-a u srpskim kompanijama [3].

### **3. Specifičnosti društveno odgovornog poslovanja u sektoru telekomunikacija**

Specifičnost DOP-a u telekomunikacijama može biti sagledana kroz tri direktna efekta (povećanje potrošnje energije, kratak životni ciklus proizvoda/usluge, zloupotreba Interneta, digitalna podela), kao i niz indirektnih efekata (npr, telekomutiranje i drugi vidovi supstitucije aktivnosti) [4]. Runar i Laferti [5] (Runhaar and Lafferty) preciznije definišu direktne i indirektno uticaje sektora telekomunikacija na GC principe (Tabela 1). Direktni efekti predstavljaju efekte koji proizilaze iz pružanja (proizvodnje) telekomunikacionih servisa, a indirektni iz njihovog korišćenja.

Kao što se iz tabele 1 može uočiti većina uticaja koji potiču iz sektora telekomunikacija su indirektni i razlikuju se po pravcu delovanja (pozitivan ili negativan uticaj). Samim tim se nameće pitanje da li se operatori mogu smatrati odgovornim za indirektno efekte i da li ih opravdava kompenzatorni efekat između pozitivnih i negativnih uticaja.

---

<sup>10</sup> Dostupno na: <http://www.odrzivi-razvoj.gov.rs/assets/download/Nacionalna-strategija-odrzivog-razvoja-Republike-Srbije.pdf>

Tabela 1: *Direktni i indirektni uticaji sektora telekomunikacija u okviru GC principa [4]*

Ključne oblasti GC	Direktni efekti	Indirektni efekti
<b>Ljudska prava</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Elektromagnetno zračenje</li> <li>• Kontrola resursa (npr, Koltan* u Africi)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Digitalna podela</li> <li>• Zloupotrebe u on-line okruženju</li> <li>• Ugrožena privatnost</li> <li>• Veća dostupnost informacija</li> <li>• Veća mogućnost učestvovanja u javnim raspravama</li> <li>• Obrazovanje na daljinu</li> </ul>
<b>Uslovi rada</b>	-	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nezaposlenost kao posledica tehnološkog razvoja</li> <li>• Otudjenje kao posledica tele-rada</li> <li>• Smanjenje dnevnih putovanja i dodatno slobodno vreme</li> </ul>
<b>Životna sredina</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ilegalna miniranja u Africi (vađenje koltana) i posledice na biodiverzitet</li> <li>• Potrošnja energije i emisije</li> <li>• Upotreba štetnih materijala (baterije, kablovi sa toksičnim elementima, itd)</li> <li>• Velika količina otpadnih materijala kao posledica kratkog životnog ciklusa proizvoda</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Potrošnja energije i emisije</li> <li>• Velika količina otpadnih materijala kao posledica kratkog životnog ciklusa proizvoda</li> <li>• Smanjena putovanja</li> <li>• Dematerijalizacija (npr. e mail umesto klasičnog pisma)</li> <li>• Povećanje svesti o zaštiti životne sredine usled veće dostupnosti informacija</li> </ul>

\* Koltan je mineral koji se koristi u proizvodnji kondenzatora u aparatima visoke tehnologije (mobilni telefoni, laptop računari i dr). Detaljnije u *Hayes and Burge* [6]

### 3.1 Koliko su telekomunikacioni operatori društveno odgovorni poslovni sistemi?

U kontekstu DOP u telekomunikacionom sektoru istraživanja pokazuju da evropski operatori pokazuju više uspeha od operatora u SAD [7]. Globalno prihvaćena mera poslovanja u duhu održivosti je kompozitni indikator (indeks) DJSI (eng. Dow Jones Sustainability Indexes<sup>11</sup>). Ovaj indeks je nastao 1999. godine<sup>12</sup> kao prvi indeks koji prati performanse vodećih kompanija (finansijske ocene) koje posluju u skladu sa principima održivosti. Cilj je da se zainteresovane strane informišu o nosiocima dobre prakse (benčmarkovima).

Kada je u pitanju sektor telekomunikacija najveći broj tzv lidera održivosti (eng. *Sustainability Leaders*) je iz sektora mobilnih komunikacija (prema podacima iz avgusta 2010)<sup>13</sup>. Kao supersektor lider za 2010/2011. godinu za telekomunikacije proglašena je

<sup>11</sup> [www.sustainability-index.com](http://www.sustainability-index.com) Kriterijumi (indikatori) na osnovu kojih se formira DJSI su dati na [http://www.sustainability-index.com/07\\_html/assessment/criteria.html](http://www.sustainability-index.com/07_html/assessment/criteria.html)

<sup>12</sup> Saradnja dve velike kuće za ekonomska istraživanja (Dow Jones i SAM-Sensory and Marketing International).

<sup>13</sup> [http://www.sustainability-index.com/djsi\\_protected/Review2010/SectorOverviews\\_10/DJSI\\_CTS111.pdf](http://www.sustainability-index.com/djsi_protected/Review2010/SectorOverviews_10/DJSI_CTS111.pdf), 2010

Španska Telefonica.<sup>14</sup> Na listi lidera održivosti se nalazi 11 telekomunikacionih operatera od kojih je osam iz Evrope (Deutche Telekom; Telecom Italia; Royal KPN, Holandija; Telenor; Portugal Telecom SGPS; Telefonica, Španija; BT-British Telecom; Vodafone,VB).<sup>15</sup> Lideri u sektoru komunikacionih tehnologija su: Cisco Systems Inc; Motorola Inc i Nokia.<sup>16</sup>

### 3. 2 Strategije DOP telekomunikacionih operatera

Narastajuća konkurentnost u sektoru telekomunikacija stvorila je potrebu da se osmisle i uspostave sistemski pristupi u „prevođenju“ strateškog razvoja u poslovne procese. Većina telekomunikacionih operatera (primeri su Deutche Telekom, BT, Telenor) svoje strategije DOP vezuju za GC ciljeve što se oslikava i kroz godišnje izveštaje koje su zemlje potpisnice dužne da podnose (eng. annual reports “Communication on Progress” - CoP). Karakteristika strategija DOP telekomunikacionih operatera je da su postavljene defanzivno tj. sa ciljem da se sačuva reputacija i zadovolje stejkholderi. Često je slučaj da operateri GC ciljeve povezuju sa promovisanjem sopstvenih proizvoda i servisa (u okviru istog projekta), a da u domenu zaštite životne sredine nastoje da ponude rešenja više orjentisana na uštedu energije nego na smanjenje emisija. Jedino je Deutche Telekom u svom CoP dao izveštaj o nabavci i potrošnji metala Koltan<sup>17</sup>. Svoje strategije DOP-a telekomunikacioni operateri u najvećoj meri usmeravaju ka smanjenju digitalne podele, odnosno ka smanjenju razlika u pristupu informaciono komunikacionim tehnologijama. Sa druge strane u strategijama se najmanja pažnja posvećuje smanjenju zaposlenosti (posledica tehnološkog napretka) i povećanju obima transporta (posledica pre svega on-line trgovine). Razlog je nemogućnost utvrđivanja odgovornosti samih operatera, kao i pravca delovanja jer telekomunikacioni servisi sa jedne strane smanjuju obim putovanja (telekomutiranje<sup>18</sup>), a sa druge ga značajno povećavaju kroz širenje tržišta putem e-trgovine.

GC principi iako daju polazni okvir za strategiju DOP telekomunikacionih operatera, ne uvažavaju dovoljno specifičnosti samog sektora telekomunikacija. Pokazatelj toga je da su postojeće aktivnosti telekom operatera u domenu društvene odgovornosti „uklopljive“ u CoP, čime se ugrožava doprinos strategije.

Okvir za definisanje strategije DOP koji je više u skladu sa specifičnostima sektora je tzv Globalna inicijativa za e-održivost (eng. Global e-Sustainability Initiative – GeSI)<sup>19</sup> koja je pokrenuta 2001. godine i koja predstavlja globalno partnerstvo IKT (eng. ICT - Information and Communication Technologies) kompanija uključujući i telekomunikacione operatera. Misija GeSI je unapređenje održivog razvoja kroz primenu IKT [8]. Za razliku od tzv lokalnih mreža GC-a gde različite kompanije razmenjuju svoja

<sup>14</sup> [http://www.sustainability-index.com/07\\_html/indexes/djsiworld\\_supersectorleaders\\_10\\_1.html](http://www.sustainability-index.com/07_html/indexes/djsiworld_supersectorleaders_10_1.html) (Nov 2010)

<sup>15</sup> Ostala tri su iz Kine i Južne Koreje; Preuzeto u novembru 2010 sa: [http://www.sustainability-index.com/djsi\\_protected/Review2010/Components/DJSI\\_World/DJSI\\_Review10\\_World\\_ComponentsByCountry\\_1.pdf](http://www.sustainability-index.com/djsi_protected/Review2010/Components/DJSI_World/DJSI_Review10_World_ComponentsByCountry_1.pdf)

<sup>16</sup> [http://www.sustainability-index.com/djsi\\_protected/Review2010/SectorOverviews\\_10/DJSI\\_CMT\\_11\\_1.pdf](http://www.sustainability-index.com/djsi_protected/Review2010/SectorOverviews_10/DJSI_CMT_11_1.pdf)

<sup>17</sup> Koltan je redak i neobnovljiv metal. Najveće nalazište, skoro 80%, je na teritoriji Demokratske Republike Kongo. Povećana potražnja i veća cena se smatra jednim od razloga građanskog rata i gubitka života, a miniranja su imala za posledicu nestanak čitave životinjske vrste.

<sup>18</sup> Supstitucija dnevnih migracija elektronskim komunikacijama.

<sup>19</sup> Inicijativa je podržana od strane Programa UN za zaštitu životne sredine (eng. UN Environment Programme) i od strane Međunarodne telekomunikacione Unije (ITU)

iskustva vezana za DOP, u okviru lokalnih mreža GeSI-a kompanije iz istog sektora razmenjuju iskustva.

Pored GC i GeSI telekomunikacioni operatori se pitanjima društvene odgovornosti i razmene iskustva na tu temu bave i u okviru drugih asocijacija, kao što su:

- Evropska Asocijacija Operatora Servisa Elektronskih Komunikacija (eng. ETNO - European Telecommunications Network Operators' Association's) čije su zemlje članice potpisnice povelje o održivosti (predstavljene 2004. godine) u okviru koje su objedinjeni ciljevi vezani za uslove rada, društvene i principe zaštitu životne sredine.
- CRSEurope - mreža poslovnih sistema okupljenih sa ciljem razvoja i razmene iskustava i dobrih praksi u oblasti DOP-a. Telekomunikacioni operatori, članovi CRSEurope grupe: France Telecom Group (Orange), Telecom Italia, Telefonica (Španija), Vodafone (plus iz računarske industrije: Intel, HP, IBM, Microsoft, SAP).

Ključni domeni povelje o održivosti asocijacije ETNO su: svesnost; regulatorna usaglašenost, istraživanje i razvoj; odgovorne nabavke; opšta odgovornost; saradnja; menadžment sistemi i odnosi sa zaposlenim. Jedan od principa povelje o održivosti je i transparentnost odnosno cilj da se principi održivosti budu harmonizovani na globalnom nivou i to ne samo u domenu njihovog definisanja već i u oblasti konkretnih procedura za ostvarenje tih ciljeva. Jedan od načina da se to postigne (koje je u skladu i sa potrebama unapređenja menadžment sistema), je oslanjanje na standarde sistema menadžmenta. U domenu izveštavanja (bilo da se radi o CoP izveštajima ili o drugim ocenama učinka) preporuka ETNO je da se operatori oslanjaju na standarde (primer je standard za osiguranje kvaliteta AA1000).

CRSEurope takođe vidi menadžment standarde kao alat za ispunjenje ciljeva održivosti i društveno odgovornog poslovanja. Standardi ISO 14000 i ISO 26000 su preporuka ove grupe.

### 3.3 Standardi i poslovanje telekomunikacionih operatora u funkciji održivosti

Poslovanje u sektoru telekomunikacija je sadržajno i kompleksno ne samo na tehničko-tehnološkom nivou već i na nivou upravljanja i menadžmenta koji prolazi kroz proces transformacije u pravcu održivosti. Razvoj posebnog standarda menadžmenta kvaliteta TL 9000 (po ugledu na standard ISO 9000) je najbolji pokazatelj da sektor telekomunikacija zahteva rešenja koja će uzeti u obzir sve njegove posebnosti i specifičnosti [9].

Tvorac TL 9000 QuEST Forum<sup>20</sup> je izdao izjavu o društvenoj odgovornosti (eng. *Social Responsibility Statement*<sup>21</sup>) u kojoj ističe da QuEST forum kao organizacija koja se bavi kvalitetom u sektoru telekomunikacija uvažava principe društvene odgovornosti (eng. *Social and Environmental Responsibility*) i da predlaže standarde ISO 26000 i ISO 14001 kao smernice za razvoj politike poslovanja prema principima održivosti (društvene odgovornosti i zaštite životne sredine).

Poslovni sistemi u sektoru telekomunikacija, bilo da se radi o provajderima servisa ili opreme, opredeljuju se za uvođenje sistema menadžmenta na bazi definisanih standarda. Sama zastupljenost standarda nije sektorski specifična, tj i kao i u drugim delatnostima dva najzastupljenija standarda su ISO 90001 i ISO 14001 (Tabela 2). Iako

<sup>20</sup>Udruženje koje je kreiralo standard TL 9000 i vrši sertifikaciju za nega <http://www.questforum.org/>

<sup>21</sup> [http://www.questforum.org/qf\\_resources/documents/Social\\_Responsibility\\_Statement.pdf](http://www.questforum.org/qf_resources/documents/Social_Responsibility_Statement.pdf) (Nov 2010)

specijalno dizajniran za telekomunikacije TL 9000 je (od prikazanih operatera) uveo samo Deutsche Post. Razlog je što je ovaj standard više prilagođen ponuđačima opreme (Nokia, Motorola, Ericsson) nego operatorima servisa.<sup>22</sup>

Tabela 2. Standardi prihvaćeni od strane odabranih kompanija iz sektora telekomunikacija

	ISO 9001	ISO 14001	TL 9000	ISO 20000	OHSAS 18001	ISO 27001	SA 8000	ISO 26000
Deutsche Telekom	√	√	√			√		
Magyar Telekom	√	√				√		
T-Mobile	√	√						
Polska Telefonica	√	√						
T System	√	√						
Telefonica	√	√			√	√		
Telecom Italia*	√	√			√	√	√	
Orange France	√	√		√	√	√	√	
Telekom C. Gora	√							
Konsing group, Srb	√	√			√			
Informatika, Srb						√		
Telefonija AD, Srb	√	√			√			
Telegroup, Srb	√	√						
Telekom Srb								
Vodafone**	√	√		√	√	√	√	√

Napomene: \* Austrija, Hrvatska, Makedonija, Velika Britanija; \*\* Španija, Češka; Telecom Italia je uveo ISO 14001:2004; Vodafone je uveo i BS 25999 i SAS 70; France Telecom Group (Orange), Telecom Italia i Deutsche Telekom svoje aktivnosti oko SA 8000 i ISO 14000 vezuju za svoje operatore i poslovanje u Aziji.

Posmatrano u kontekstu održivosti najveći broj operatera se „standardizovao“<sup>23</sup> u oblasti sistema menadžmenta zaštite životne sredine (ISO 14001), nešto manji u oblasti sistema menadžmenta za bezbednost informacija (ISO 27001), zatim zaštite i bezbednosti zaposlenih (OHSAS 18001), a najmanji broj u oblasti društvene odgovornosti (SA 8000/ISO26000). Naravno treba imati u vidu da standardi nisu indikatori društveno odgovornog poslovanja, već ilustruju način na koji se kompanije bave ovim pitanjem. Poslovanje u funkciji održivosti je cilj poslovne politike, koji zbog svoje suštine treba da bude vidljiv (promovisan). Kompanije to čine kroz odnose sa javnošću, izveštaje i projekate na temu društvene odgovornosti<sup>24</sup>. Izbor optimalnog pristupa može biti olakšan kroz saradnju sa poslovnim sistemima iz iste oblasti sa ciljem da se identifikuju dobre

<sup>22</sup> Nacionalne kompanije zainteresovane za uvođenje TL 9000 mogu biti: Telefonija AD, Informatika, Tele Group, Konsing group.

<sup>23</sup> Svi standardi i menadžment sistemi ne podrazumevaju sertifikaciju.

<sup>24</sup> Telefonija AD na svom sajtu objavljuje izveštaj o korporativnoj društvenoj odgovornosti; dostupno na: [http://www.telefonija.rs/uploads/media/KDO\\_izvestaj\\_za\\_2009.pdf](http://www.telefonija.rs/uploads/media/KDO_izvestaj_za_2009.pdf)



prakse, a zatim kroz set sistematično uspostavljenih i standardizovanih procedura iskustva najboljih implementiraju u sopstveno poslovanje.

Dobar okvir za ovaj pristup mogu biti smernice za društvenu odgovornost date u okviru standarda ISO 26000. Ipak, mora se uzeti u obzir da ovaj standard nisu usvojili SAD, Kina i Indija. Naime, Vlada i poslovni svet u SAD smatraju da ovaj u suštini evropski koncept i standard, značajno odstupa od osnovne svrhe postojanja privatnih kompanija, i da je srž ideje društveno odgovornog poslovanja «socijalistički stav da su politički a ne tržišni mehanizmi odgovarajući način da se izvrši raspodela ograničenih resursa na moguće načine korišćenja». Za zemlje u razvoju kojima nedostaje gotov novac, privlačnost društveno odgovornog poslovanja i implementacija standarda ISO 26000 kao načina da se uvećaju državni prihodi zahvaljujući multinacionalnim kompanijama je nesporna. Zbog toga se može očekivati da mnoge zemlje, naročito u Evropi i zemljama u razvoju, primenjuju ISO 26000 kroz domaće zakone. To bi uticalo na usklađivanje poslovanja sa principima društvene odgovornosti i održivog razvoja, mada postoji i bojazan da bi moglo da uveća troškove trgovine i poslovanja širom sveta<sup>25</sup>.

#### 4. Zaključak

Savremeni trendovi poslovanja u sektoru komunikacija ogledaju se u težnji za standardizacijom aktivnosti u oblasti sistema menadžmenta koji su fokusirani na različita pitanja i interesne grupe. Standardi koji to omogućavaju stalno se dopunjuju novim, od kojih posle ISO 27001 koji se odnosi na bezbednost informacija, za ovaj sektor poseban značaj ima ISO 26000 - prvi standard za društvenu odgovornost. U skladu sa principima održivog razvoja, poslovni sistemi sektora telekomunikacija društveno odgovorno poslovanje mogu postići kroz specifičan proces benčmarkinga čiji bi osnovne faze bile:

1. Razmena iskustava i uključivanje u GC ili GeSI (Global e-Sustainability Initiative)<sup>26</sup>;
2. Identifikovanje najbolje prakse i sopstvene relativne pozicije – na bazi DJSI
3. Redefinisanje sopstvene politike poslovanja i poslovnih procesa na bazi smernica u okviru standarda ISO 26000.

#### Literatura:

- [1] Dyllick T, Hockerts K. (2002) Beyond the Business Case for Corporate Sustainability. *Business Strategy and the Environment* 11, 130-141, JW&S;
- [2] Strategija razvoja i promocije društveno odgovornog poslovanja u Republici Srbiji za period 2010-2015, Preuzeto u novembru sa: [http://www.pks.rs/portals/15/strategija%20razvoja%20i%20promocije%20dopa\\_final.pdf](http://www.pks.rs/portals/15/strategija%20razvoja%20i%20promocije%20dopa_final.pdf);
- [3] Živić M, i Savić M, (2008) Baseline studija o društvenoj odgovornosti kompanija u Srbiji, UNDP i Centar za monitoring i evaluaciju, Preuzeto u novembru sa: <http://www.cme.rs/CME%20UNDP%20CSR%20baseline%20survey%20-%20srpski.pdf> ;
- [4] Lafferty, H.: (2006), ‘Corporate Social Responsibility in the Telecommunications Industry. An Assessment of CSR Strategies and the Role

<sup>25</sup> Kritičari smatraju da je ovaj ISO standard „recept za nevolje“, ne verujući zagovornicima ISO 26000 da će «standard sa direktivama biti... dobrovoljan»; Izvor: [http://thf\\_media.s3.amazonaws.com/2010/pdf/bg\\_2409.pdf](http://thf_media.s3.amazonaws.com/2010/pdf/bg_2409.pdf)

<sup>26</sup> Telekom Srbija je u avgustu 2010. godine pristupio Global Compactu.

- of the UN Global Compact', Unpublished Master Thesis (Sustainable Development Master Programme), Utrecht University, Utrecht, Preuzeto sa: [www.sum.uio.no/publications/pdf\\_fulltekst/prosusrep2006\\_03.pdf](http://www.sum.uio.no/publications/pdf_fulltekst/prosusrep2006_03.pdf) ;nov 2010
- [5] Runhaar, H., Lafferty, H., (2008), Governing Corporate Social Responsibility: An Assessment of the Contribution of the UN Global Compact to CSR Strategies in the Telecommunications Industry, *Journal of Business Ethics* (2009) 84:479–495
- [6] Hayes, K. and R. Burge: (2003), 'Coltan Mining in the Democratic Republic of Congo: How Tantalum-Using Industries can Commit to the Reconstruction of the DRC', *Fauna and Flora International*, Cambridge, Preuzeto u novembru 2010 sa: <http://tierra.rediris.es/coltan/coltanreport.pdf>
- [7] McKinsey and Company: (2004), 'Assessing the Global Compact's Impact', Preuzeto u novembru 2010 sa: [http://www.unglobalcompact.org/docs/news\\_events/9.1\\_news\\_archives/2004\\_06\\_09/imp\\_ass.pdf](http://www.unglobalcompact.org/docs/news_events/9.1_news_archives/2004_06_09/imp_ass.pdf)
- [8] GeSI: (2007), 'What we Stand for', Global e-Sustainability Initiative, Paris. Preuzeto u novembru 2010 sa <http://www.gesi.org/LinkClick.aspx?fileticket=yUzW4%2FuE15E%3D&tabid=60>
- [9] Davidović, M., i Pejčić-Tarle, S. (2005). Menadžment kvaliteta u sektoru telekomunikacionih usluga - TL9000. *Tehnika - Kvalitet, standardizacija i metrologija*, 5(2), 1-6.

**Abstract:** *Business activities in communications, going through a transformation process in direction of sustainability, are complex not only on the technological level, but on the level of governing and management. Important dimension of this responsible business concept is set by standards focused on all stakeholders, particularly ISO 26000, first standard for social responsibility.*

**Keywords:** *social responsibility, telecommunications, standard ISO 26000*

**NEW BUSINESS STANDARDS FOR COMMUNICATIONS  
SECTOR IN LINE WITH SUSTAINABILITY**  
Snežana Pejčić Tarle, Marijana Petrović, Dalibor Petrović