DRUŠTVENO ODGOVORNO POSLOVANJE NA PRIMJERU STUDENTSKOG CENTRA SPLIT

Kolić, Ivana

Master's thesis / Specijalistički diplomski stručni

2018

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Split, Faculty of economics Split / Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:124:393957

Rights / Prava: In copyright / Zaštićeno autorskim pravom.

Download date / Datum preuzimanja: **2024-03-29**

Repository / Repozitorij:

REFST - Repository of Economics faculty in Split

zir.nsk.hr

UNIVERSITY OF SPLIT

dabar
DIGITALNI AKADEMSKI ARHIVI I REPOZITORIJI

SVEUČILIŠTE U SPLITU

EKONOMSKI FAKULTET

ZAVRŠNI RAD

DRUŠTVENO ODGOVORNO POSLOVANJE NA PRIMJERU STUDENTSKOG CENTRA SPLIT

MENTOR:

Prof. dr. sc. Nikša Alfirević

STUDENTICA:

Ivana Kolić

Split, 2018.

SADRŽAJ

1. UVOD 1

1.1. Predmet rada 1

1.2. Cilj rada 1

1.4. Struktura rada 2

2. DRUŠTVENO ODGOVORNO POSLOVANJE 3

2.1. Koncepti društveno odgovornog poslovanja 4

2.2. Vrste društvene odgovornosti 6

2.3. Strategije društvene odgovornosti 7

2.4. Norma HRN ISO 26000 8

2. 5. Zadovoljstvo zaposlenika 9

3. ORGANIZACIJSKE PRETPOSTAVKE ZA PROVEDBU DRUŠTVENE ODGOVORNOSTI U STUDENTSKOM CENTRU SPLIT 12

3.1. Studentski centar Split – opći podaci 12

3.2. Poslovnik kvalitete 12

3.2.1. Sustav upravljanja kvalitetom 13

3.2.2.Osposobljavanje i usavršavanje ljudskih resursa 14

3.2.3. Ocjena zahtjeva koji se odnose na proizvod 15

3.2.4. Komunikacija s korisnikom usluga 16

3.2.5. Proizvodnja i pružanje usluge 16

4. ISTRAŽIVANJE DRUŠTVENE ODGOVORNOSTI U STUDENTSKOM CENTRU SPLIT 17

4.1. Odgovorno ponašanje prema zaposlenicima 17

4.2. Ostale karakteristike društvene odgovornosti u Studentskom centru Split 30

5. ZAKLJUČAK 32

LITERATURA 34

POPIS SLIKA 35

SAŽETAK 36

SUMMARY 37

1. UVOD

1.1. Predmet rada

Predmet rada je obraditi temu društveno odgovorno poslovanje kroz primjer Studentskog centra Split. Svrha društvene odgovornosti je pridonijeti dobrobiti i interesima društva i poduzeća. održivomu razvoju. Predanost organizacije dobrobiti društva i okoliša postali su presudan kriterij za mjerenje njezine sveukupne uspješnosti i njezine sposobnosti za nastavak učinkovitoga rada. To je djelomično odraz sve većega potrebe da se osiguraju zdravi ekosustavi, društvena pravičnost i dobro organizacijsko upravljanje. Dugoročno, aktivnosti organizacije ovise o zdravlju svjetskih ekosustava.

Tvrtke su izložene sve većoj kontroli različitih dionika, a primjenjivanje društvene odgovornosti ima svoje početke kao noviji oblik poslovanja u velikim tvrtkama koje su bile kritiziranje zbog odnosa prema zaposlenicima i okolišu. Pojavom potrebe novog sustava poslovanja što bi svima značilo korist te se to pokazalo uspješno te ju je počelo prihvaćati sve veći broj organizacija, koji su kroz društveno odgovorno poslovanje gradili svoj imidž na lokalnom i globalnom tržištu.

Iako još uvijek mnogi poduzetnici ne shvaćaju što znači društveno odgovorno poslovanje, a to se posebno vidi na primjerima manje razvijenih zemalja. Danas se sve više prihvaća koncept društva odgovornog poslovanja.

1.2. Cilj rada

Cilj rada je definirati društvenu odgovornost te na primjeru Studentskog centra Split pokazati kako društvena odgovornost djeluje na zadovoljstvo zaposlenika. Postoji veliki broj dionika (stakeholdera), a u radu će se izvršiti anketiranje zaposlenika s obzirom na stav suvremenog menadžmenta o značaju ljudskih potencijala.

1.3. Metodologija rada

Na osnovu postavljenog cilja i predmeta rada određene su metode istraživanja pomoću koji. Koriste se dvije skupine metoda istraživanja. U teorijskom dijelu će biti korištena metoda sinteze i metoda analize radi definiranja osnovnih pojmova, kao i njihovog raščlanjivanja. Metoda indukcije i metoda dedukcije radi donošenja zaključaka i tvrdnji te metoda kompilacije radi postavljanja već dokazanih zaključaka drugih autora. U empirijskom dijelu rada koristi se metoda anketiranja za prikupljanje podataka, te se prezentiraju rezultati empirijskog istraživanja.

1.4. Struktura rada

Rad se sastoji od pet dijelova. Prvi dio rada je uvod u kojem se ukratko opisuju svrha rada, cilj rada, metode te struktura rada.

U drugom dijelu rada teorijski će se obraditi tema društvene odgovornosti.

Treći dio rada opisuje implementaciju društvenu odgovornost u Studentskom centru Split.

Četvrti dio rada je empirijski dio, u kojem će se prikazati rezultati anketiranja zaposlenika Studentskog centra Split.

U petom dijelu rada se iznose zaključci i preporuke za unapređenje društvene odgovornosti.

2. DRUŠTVENO ODGOVORNO POSLOVANJE

U suvremenom poslovanju od organizacije se traži sve veća prilagodba u odnosu na tržište koje zahtjeva cjelokupnu i sve potpuniju ponudu. Organizacije sve više unose niz vrijednosti, djelovanja te aktivnosti koje se fokusiraju i formiraju prema održivom odnosu prema svojim zaposlenicima te zajednici u kojoj djeluju. Kako bi organizacija postala što konkurentnija na tržištu nužno je izdvojiti se od drugih i sličnih organizacija kako bi stvorila dodanu vrijednost. Elementi navedenog tipa poslovanja manifestiraju se u vrijednostima, cijevima, viziji i misiji neke organizacije. Iz svega navedenog mogu se prepoznati elementi društveno odgovornog poslovanja (DOP).

„*Društveno odgovorno poslovanje (DOP) sve je više prihvaćeno i implementirano u organizacijama i tvrtkama razvijenih zemalja.“*[1]

Prema Svjetskom poslovnom savjetu za održivi razvoj, „*društvena odgovornost tvrtke definira se kao predanosti gospodarstva u smislu pridonošenja održivom ekonomskom razvoju na način da se radi s ljudima, zatim njihovim obiteljima, pa lokalnom zajednicom i općenito sa društvom, na taj način svi doprinose boljim uvjetima u kojima žive*“. Prema Europskoj komisiji društvena odgovornost poduzeća je„*koncept pomoću kojeg tvrtke integriraju društvene i ekološke ciljeve u svoje poslovne aktivnosti ali i odnose s dionicima na dobrovoljnoj osnovi*.“Definiranje društvene odgovornosti prema Svjetskom ekonomskom forumu, „*radi se o doprinosu koje tvrtke svojim osnovnim aktivnostima vrše prema društvu“*[2].

Dok prema Normi društvene odgovornosti ISO 26000 navodi se kako je„*odgovornost organizacija kod utjecaja njezinih odluka i aktivnost općenito na društvo i okoliš prije svega transparentnim i etičnim ponašanjem što pridonosi održivom razvoju te zdravlju i dobrobiti društva;“*[3] pri čemu se uvažavaju očekivanja dionika, te je usklađen je s važećim zakonom kao i međunarodnim normama ponašanja.

[1]Quien, M. (2012): Društveno odgovorno poslovanje kao konkurentna prednost: analiza ciljeva najuspješnijih tvrtki u Hrvatskoj. Učenje za poduzetništvo 2.1: 303.
[2] http://www.hrpsor.hr/ (02.09.2017)
[3]Smjernice o društvenoj odgovornosti, HZN – Hrvatski zavod za norme, Zagreb, 2014. str. 8.

To je praksa iznad zakonskih zahtjeva te svaka tvrtka individualno odlučuje kojem će području dati prednost te ga više naglasiti u svom poslovanju. Na taj način pridonose osnaživanju konkurentnosti, mogu smanjiti troškove poslovanja, pratiti industrijske trendove, zadovoljiti potrebe kupaca, dobiti pristup jeftinom kapitalu, privući kvalitetne radnike, te upravljati rizicima.

Za društvenu odgovornost se kaže kako je to sposobnost razlikovanja pravog od krivog, odnosno, činiti pravo. Prema Bubli postoji deset zapovijedi društvene odgovornosti tvrtke:[4]

1. Poduzimati korektivne akcije prije zahtjeva,
2. Rad s građanima i društvenim grupama kako bi se riješili zajednički problemi,
3. Rad na utvrđivanju industrijskih standarda i propisa,
4. Javno priznavanje svojih grešaka,
5. Uključivanje u prikladne socijalne programe,
6. Pomoć u rješavanju problema okoline,
7. Pratiti promjene u društvenoj okolini,
8. Uspostavljanje i poštivanje korporacijskih pravila ponašanja,
9. Prihvaćanje javnih standarda o socijalnim pitanjima,
10. Nastojati ostvariti profit na stalnoj osnovi.

2.1. Koncepti društveno odgovornog poslovanja

Može se reći kako koncept društveno odgovornog poslovanja polazi od sve snažnijeg uvjerenja jer moderna poduzeća imaju sve više odgovornosti prema svojoj ulozi u društvu jer potrošački aktivizam raste i mobilniji je"[5]. Sve snažnijim pritiscima civilnog društva, kao i drugi trendovi tjeraju tvrtke na društveno odgovorno poslovanje odnosno da ga ugrade u gotovo sve elemente poslovanja. Tvrtke u svoje aktivnosti i odnose s vlasnicima, dioničarima, zaposlenicima, potrošačima, dobavljačima, vladom, medijima, lokalnoj zajednici i široj javnosti, vođeni načelom dobrovoljnosti, integrira se briga za društvena pitanja te zaštita okoliša s ekonomskim pokazateljima poslovanja.

[44]Buble, M. (2000): Menadžment, Ekonomski fakultet Split, str. 102.
[5] Bežovan, G. (2002.): Socijalna odgovornost gospodarstva i iskustva u Hrvatskoj, Revija za sociologiju, Vol. XXXIII, br. 1-2, str. 17.

Koncept društvene odgovornosti može se primjeni na tvrtke svih veličina, iako najviše dolazi do izražaja u velikim tvrtkama, ali svakako se mora naglasiti kako su i male tvrtke društveno odgovorne.[6] Koncept društveno dogovornog poslovanja zasniva se na dobrovoljnoj osnovi doprinosa boljem društvu i čišćem okolišu.[7]

Kako bi se razumjela društvena odgovornost javlja se mišljenje koliko je tvrtka ekonomski entitet koji ima cilj ostvariti profit za vlasnike ili je socioekonomski entitet koji ima cilj ostvariti ekonomski i socijalni doprinos društvu. Promatranjem odgovora na navedena pitanja razlikuju se dva modela: [8]

1. Stockholder model ili klasični ekonomski, dakle tvrtke u privatnom vlasništvu imaju cilj samo maksimiziranje profita.
2. Stakeholder model ili socioekonomski model govori kako ima više ciljeva i treba služiti cijelom društvu.

„Nova generacija društvene odgovornosti posvećuje se pitanju siromaštva, socijalne ugroženosti, uništavanje životne sredine i drugim etičkim i moralnim pitanjima. Nadilazi zakonske propise i norme te djeluje prije svega na dobrovoljnoj osnovi.“[9]

Dakle, društvena odgovornost je novijeg datuma i postavlja se pitanje koliko poduzeća doista provodi ovakav oblik poslovanja.

[6] Društveno odgovorno poslovanje u Hrvatskoj, http://www.dop.hr/?p=646 (04.09.2017)
[7] BežovanG. (2002.): Socijalna odgovornost gospodarstva i iskustva u Hrvatskoj, Revija za sociologiju, Vol. XXXIII, br. 1-2, str. 17-32
[8] Buble, M. (2000): Menadžment, Ekonomski fakultet Split, str. 102.
[9] Vrdoljak Raguž, I., Hazdovac, K. (2014): Društveno odgovorno poslovanje i hrvatska gospodarska praksa. OeconomicaJadertina 4.1: 40.

2.2. Vrste društvene odgovornosti

Vrste društvene odgovornosti mogu se podijeliti na nekoliko sektora, pa ih Buble dijeli na sljedeći način:[10]

1. Ekonomske odgovornosti su odgovornosti tvrtke da proizvodi dobra i usluge koje društvo želi i da povećava profit za svoje vlasnike i dioničare.
2. Zakonske odgovornost i definiraju što se smatra kao važno s obzirom na primjerena ponašanja tvrtki. Od tvrtke se očekuje ispunjavanje ekonomskih ciljeva unutar zakona.
3. Etička odgovornost odnosi se na ponašanje koje nije neophodno kodificirano u zakonu te ne smije služiti izravnim ekonomskim interesima tvrtke.
4. Diskrecijska odgovornost je prije svega dobrovoljna, ona se vodi želji tvrtke u davanju društvenih doprinosa bez obveza u odnosu prema ekonomiji, pravu ili etici.

U svakoj tvrtci koja je implementirala društvenu odgovornost u svoje poslovanje podrazumijeva da ima svoju hijerarhiju. Na najnižoj razini je ekonomska odgovornost odnosno ostvarenje profita, zatim poštivanje zakona, etika i doprinos tvrtke društvu prema prikazu na slici 1.



Slika 1. . Hijerarhija društvene odgovornosti .

[10]Buble, M. (2000): Menadžment, Ekonomski fakultet Split, str. 104.

2.3. Strategije društvene odgovornosti

Prema Bubli postoje četiri tipa strategije društvene odgovornosti:[11]

1. Opstruktivna strategija tvrtke koja prihvaća opstruktivnu strategiju negira odgovornost u nastojanju da se održi status quo.
2. Defenzivna je strategija koja se koristi zakonskim sredstvima i marketinškom akcijom kako bi se izbjeglo preuzimanje dodatne odgovornosti.
3. Adaptivna strategija znači da tvrtka prihvati često pod pritiskom društvenu odgovornost za svoje akcije, pri čemu pokušava ispuniti ekonomsku, zakonsku i etičku odgovornost.
4. Proaktivna strategija znači da tvrtka preuzima vodstvo u društvenim pitanjima na način da definira program društvene odgovornosti koji će služiti kao model drugima.

Kako bi poduzeća postigla unapređenje etičke klime idruštvene odgovornosti poduzimaju adekvatne mjere kao što su:[12]

1. Najbolji način utjecaja na etično ponašanje zaposlenika postiže se vođenjem pomoću primjera svojih zaposlenika.
2. Etički kodeks se odnosi na formalan iskaz vrijednosti poduzeća, ali je potrebno uvažiti etička i društvena pitanja. Mogu se izdvojiti dva načina, to je iskaz zasnovan na principu koji je oblikovan tako da oponaša korporacijsku kulturu; definira temeljne vrijednosti i sadržava opći jezik o odgovornosti tvrtke, kvaliteti proizvoda i tretmanu zaposlenika. Opći iskaz zasnovan na principu često se naziva korporacijski kredo. Iskaz zasnovan na politici koja skicira proceduru koje će se upotrijebiti u specifičnim etičkim situacijama.
3. Etičke strukture označavaju različite organe u poduzeću koji su zaduženi za implementaciju etičnog ponašanja.
4. Etički trening je učenje etike što je najbolji način da se razvije etičnost ponašanja zaposlenika i etičke vruće linije odnosno posebne telefonske linije kojima se zaposlenici koriste da bi prijavili etičke problem koje imaju sami ili ih uočavaju kod drugih.

[11]Buble, M. (2000): Menadžment, Ekonomski fakultet Split, str. 105.
[12]Buble, M. (2000): Menadžment, Ekonomski fakultet Split, str. 102.

5. Whistle-blowing se odnosni na zaposlenike koji razotkrivaju ilegalnu, nemoralnu ili nezakonitu praksu poslodavca ("zviždači"). Najprije izvijeste vlasnika o incidentu. Ako nakon toga nije ništa učinjeno, obraćaju se menadžmentu, etičkom odboru ili drugim etičkim organima u poduzeću ako su osnovani. Ako ni tada nije ništa učinjeno onda se obraćaju vanjskim institucijama, kao što su financijska policija, zastupnici, novinari i dr.

2.4. Norma HRN ISO 26000

Smjernice o društvenoj odgovornosti Norma HRN ISO 26000:2010 nudi uputu o osnovama i načelima društvene odgovornosti, kao i prepoznavanje društvene odgovornosti te suradnju s dionicima, bitnim temama i pitanjima koja se odnose na društvene odgovornosti i načinu integracije društveno odgovornoga ponašanja u tvrtku. Međunarodna norma ISO 26000:2010 prihvaćena je kao hrvatska norma.

Prema definiciji: „*Norma HRN ISO 26000 daje usklađene, na svjetskoj razini relevantne smjernice za sve vrste organizacija privatnoga i javnoga sektora utemeljene na međunarodnome konsenzusu među stručnjacima koji predstavljaju glavne interesne skupine te tako potiče primjenu najbolje prakse u društvenoj odgovornosti širom svijeta*"[13]. Premda nisu svi dijelovi norme od koristi u svakoj tvrtci ona se odnosi na sve bitne odrednice društvene odgovornosti.

Norme ISO 26000 utječe na uspješnost organizacije u pogledu društvene odgovornosti može utjecati, između ostalog, na sljedeće:[14]

- konkurentsku prednost
- ugled
- sposobnost privlačenja i zadržavanja radnika ili članova, kupaca, klijenata i korisnika
- održavanje morala, predanosti i produktivnosti zaposlenika
- stavove ulagača, vlasnika, donatora, sponzora i financijske zajednice
- odnos s tvrtkama, vladama, medijima, dobavljačima, organizacijama, korisnicima i okolinom u kojoj djeluje.

[13] Smjernice o društvenoj odgovornosti, HZN – Hrvatski zavod za norme, Zagreb, 2014. str. 8.
[14] Smjernice o društvenoj odgovornosti, HZN – Hrvatski zavod za norme, Zagreb, 2014. str. 10.

2. 5. Zadovoljstvo zaposlenika

Najočitiji razlog za nezadovoljstvo zaposlenika u novije vrijeme je pojava kriza koje su utjecale na uništavanje radnih mjesta što širi zabrinutost među zaposlenicima. Drugi izvor nezadovoljstva koje je možda i ključni problem, je utrka za povećanjem proizvodnosti rada, profit na prvom mjestu, slabo plaćeni radnici, što djeluje na opće stanje ljudi koji postaju kronično nezadovoljni i radnim mjestom i životom općenito. *„Upravljanje zadovoljstvom zaposlenika novijeg je datuma i usmjeren je na sprečavanje kontraproduktivnog ponašanja radnika na radnom mjestu*[15]*„Zadovoljstvo zaposlenika se počelo istraživati već u tridesetim godinama dvadesetog stoljeća*“[16]

Zadovoljstvo zaposlenih u tvrtkama nadmašuje sve ostale jer ima utjecaj na pojedinca ali i na tvrtku u cjelini. Može se reći da je zadovoljstvo zaposlenika pokazatelj zdravlja tvrtki u kojima pružanje kvalitetne usluge uvelike ovisi o ljudima koji je pružaju. Zadovoljstvo ovisi o razlici između očekivanja i stvarnosti, odnosno o odstupanju od željene vrijednosti. U literaturi se može naći više definicija zaposlenikova zadovoljstva poslom.

Zadovoljstvo je pozitivno emocionalno stanje koje proizlazi iz iskustva na poslu. Na zadovoljstvo utječu politika tvrtke, okruženje, kolege, i dr. Ako se postigne situacija u kojoj su zaposlenici zadovoljni svojim poslom, ako im se pruži osjećaj pripadnosti i odgovarajući izazov, smatra se kako će to imati veliki utjecaj na zadovoljstvo korisnika usluge i na njihovu odanost. [17]

Postoje tri važne dimenzije definicije zadovoljstva poslom:

1. Zadovoljstvo poslom je emocionalna reakcija na situaciju na poslu;
2. Zadovoljstvo poslom često ovisi o tome koliko je pružena usluga zadovoljila očekivanja korisnika;
3. Zadovoljstvo poslom predstavlja skup od više povezanih stavova o najbitnijim karakteristikama posla na koje ljudi najviše reagiraju.

[15] Pupavac, D; Zelenika, R.: (2004). Upravljanje ljudskim potencijalima u prometu. Rijeka, Veleučilište u Rijeci. str. 19.
[16] Đokić, T. Pepur, M.Arnerić. J. (2015) Utjecaj zadovoljstva zaposlenika na zadovoljstvo korisnika na tržištu financijskih usluga." Ekonomska misao i praksa 1:49.
[17]Đokić, T. Pepur, M.Arnerić. J. (2015) Utjecaj zadovoljstva zaposlenika na zadovoljstvo korisnika na tržištu financijskih usluga." Ekonomska misao i praksa 1:49.

Zadovoljstvo zaposlenika poslom i radnim mjestom je stav zaposlenog prema samom poslu, ali i prema nagradama za rad te socijalnim, organizacijskim i fizičkim karakteristikama okružja u kojemu obavlja svoj posao. Zadovoljstvo zaposlenika poslom ne čine samo posao za sebe već sve karakteristike posla i njegova okruženja koje zaposlenici smatraju da ih ispunjava i zadovoljava, ali zadovoljstvo poslom uključuje i nagrade.[18]

Tri su skupine čimbenika koji utječu na zadovoljstvo zaposlenika su:[19]

- Individualna karakteristika predstavlja one potrebe, vrijednosti, stavove i interese koje posjeduju pojedinci, a razlikuje se od osobe do osobe, ono što utječe i na različitost motiva pri izvršavanju radnih zadataka.
- Karakteristika posla predstavlja atribute posla, kao što su kompleksnost, autonomnost, zahtjevnost i drugo. Menadžment vodi računa kako bi prilikom dodjele posla uspostavio sklad između individualne karakteristike i karakteristike posla.
- Organizacijska karakteristika predstavlja pravilo i procedure, personalnu politiku, praksu menadžmenta i sustav nagrada kojima se povećava učinkovitost tvrtke. Svi spomenut instrument mora biti koncipiran kako bi privukao nove i zadržavaju postojeće zaposlenike.

Isto tako moraju se istaknuti organizacijski čimbenici jer također igraju bitnu ulogu u zadovoljstvu zaposlenika. Zaposleni provode veliku većinu vremena u tvrtci pa je i logično da većina čimbenika iz okruženja tvrtke ima utjecaj na zaposlenikovo zadovoljstvo. Moguće je poboljšati zadovoljstvo zaposlenika upravljajući organizacijskim varijablama kao što su organizacijske varijable ubrajaju razvoj tvrtke, politiku sustava nagrađivanja, napredovanje i razvoj karijere, općenito zadovoljstvo poslom, sigurnost posla, radno okruženje i uvjete, odnose s nadređenima, timski rad, stil vođenja tvrtke i ostalo. Osim organizacijskih, jednako važnima se ističu osobne varijable, odnosno zaposlenikova osobnost uvelike određuje što podrazumijeva njegovo zadovoljstvo.

[18]Đokić, T. Pepur, M.Arnerić. J. (2015) Utjecaj zadovoljstva zaposlenika na zadovoljstvo korisnika na tržištu financijskih usluga." Ekonomska misao i praksa 1:49.
[19] Pupavac, D; Zelenika, R.: (2004). Upravljanje ljudskim potencijalima u prometu. Rijeka, Veleučilište u Rijeci. str. 19.

U osobne varijable ubrajaju osobnost, očekivanja, godine, obrazovanje i spol. Konkretno istraživanje se neće toliko baviti komponentama koje čine zadovoljstvo zaposlenika već će se mjeriti općenito zaposlenikovo zadovoljstvo poslom. Nije uobičajeno da se općenito zaposlenikovo zadovoljstvo poslom istraži postavljanjem samo jednog pitanja. „*Zaposlenici koji imaju visoku razinu zadovoljstva poslom više su koncentrirani na posao, manje je vjerojatno da će otići u drugu tvrtku, produktivniji su, odaniji tvrtci te zadovoljniji svojim životima, zadovoljniji zaposlenici, stimuliraju lanac pozitivnih akcija koji završava s poboljšanim djelovanjem tvrtke.“*[20]

[20]Pupavac, D; Zelenika, R.: (2004). Upravljanje ljudskim potencijalima u prometu. Rijeka, Veleučilište u Rijeci. str. 19.

3.ORGANIZACIJSKE PRETPOSTAVKE ZA PROVEDBU DRUŠTVENE ODGOVORNOSTI U STUDENTSKOM CENTRU SPLIT

3.1. Studentski centar Split – opći podaci

Studentski centar Split se nalazi na sveučilišnom kampusu, na adresi Cvite Fiskovića 3. Studentski centar kao sastavnica Splitskog sveučilišta teži sve svoje aktivnosti usmjeriti ka podizanju razine studentskog standarda. Svojim smještajnim kapacitetima i uslugama prehrane na raspolaganju smo rastućoj studentskoj populaciji koja trenutno prelazi broj od 22 000 studenata. Također posreduju u njihovom povremenom zapošljavanju.

Ustroj Studentskog centra Split se sastoji od: [21]

- ured ravnatelja studentskog centra,
- služba studentskog centra,
- službe nabave i prodaje,
- službe za financije, knjigovodstvo i kontroling,
- službe studentskog smještaja i turističkih poslova,
- službe zajedničkih poslova,
- službe student servisa.

3.2. Poslovnik kvalitete

Sustav upravljanja kvalitete koji je sukladan ISO 9001:2008, a ustrojen je za poslovne aktivnosti opisan je poslovniku kvalitete. Radi se o dokumentu za unutarnje i vanjske potrebe studentskog centra. Svrha Sustava upravljanja kvalitetom, a koji primjenjuje Centar je slijedeće:

- omogućiti zaposlenicima razumijevanje poslovnih aktivnosti koje su nužne kod ispunjenja zahtjeva ISO 9001:2008.
- pomoći rukovoditeljima službi i radnicima kako bi što bolje shvatili očekivane procedure i odgovornost koja je definirana kroz dokumente QMS-a.
- konstantno utvrditi bolje organizacijske ciljeve i učinkoviti poslovni sustav.

[21] Studentski centar, http://www.scst.unist.hr/o-nama/ustroj (01.09.2017)

- Postići željene kvalitete usluga,
- informirati korisnika usluga o Sustavu upravljanja kvalitetom Centra.

Nužna je odgovornost djelatnika Centra sudjelovati i pomoći pri stvaranju Sustava upravljanja kvalitete, uvođenje i održavanje kao i provođenje i unapređivanje.

3.2.1. Sustav upravljanja kvalitetom

Kako bi se zadržala zahtijevana razina kvalitete usluge, Centar primjenjuje dokumentirani Sustav upravljanja kvalitetom prema zahtjevima norme ISO 9011:2008. Između ostalog to podrazumijeva ostvarivanje i provjeru utvrđenih planova, ciljeva kvalitete i udovoljavanje zahtjevima korisnika usluga.[22]

Uprava donosi Politiku kvalitete koja izražava odnos Centra prema korisnicima usluga i uključuje metode s kojima Centar osigurava da:

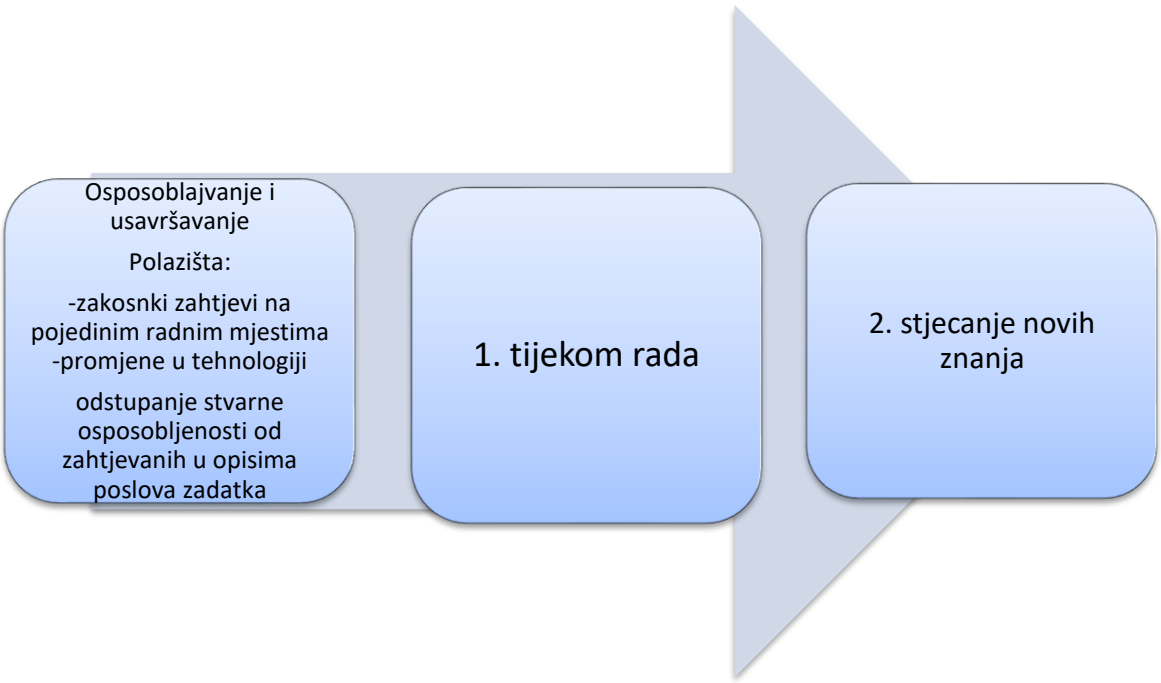
- bude primjerena ciljevima Centra;
- odgovara potrebi Centra, korisnicima usluga;
- osigurava temelje za uspostavljanje i pregled ciljeva;
- razumljivost djelatnicima;

Ravnatelj je potpisnik politike kvalitete koja je izvješena na ključnim mjestima Centra.[23]

[22]Sveučilište u Splitu, Studentski Centar-Split, Poslovnik kvalitete, 2014.str.15.
[23]Sveučilište u Splitu, Studentski Centar-Split, Poslovnik kvalitete, 2014.str.15.

3.2.2.Osposobljavanje i usavršavanje ljudskih resursa

Uprava osigurava potrebne ljudske resurse kako bi se postigli zadovoljavajući zahtjevi korisnika usluga i kupaca. Uprava vodi računa o tome da osoblje koje obavlja poslove i radne zadatke te dužnosti u Centru.



Slika 2.Potrebe za usavršavanjem i osposobljavanjem

Izvor: Sveučilište u Splitu, Studentski Centar-Split, Poslovnik kvalitete, 2014.str.10**.**

Dokaze o usavršavanju i osposobljavanju čuva viši referent za radno pravna i socijalna pitanja, kao sastavni dio osobnih dosjea. Potrebe za usavršavanjem i osposobljavanjem prikazane su na slici 3.

3.2.3. Ocjena zahtjeva koji se odnose na proizvod

Uprava pregleda zahtjev koji se odnosi na uslugu/proizvod. Pregled se obavlja prije potvrde korisniku usluga isporuka usluge te se osigurava:

- da su zahtjevi za proizvod/uslugu u potpunosti određeni (izvršena nabava, uređene smještajne jedinice, registracija tvrtki/obrta, određivanje cjenika rada studenata) ;
- da su razriješeni zahtjevi za ugovor ili narudžbu koji se razlikuju od prethodno izraženih i da je Centar sposoban zadovoljiti definirane zahtjeve korisnika usluga/proizvoda.

Kada korisnik usluga ne daje dokumentiranu izjavu o zahtjevima, Centar zahtjeve. korisnika usluga potvrđuje prije prihvaćanja (pismena rezervacija). Centar provodi pregled koji je sastavni dio provedbe kontrole ulaznih točaka i konačnog proizvoda.

Pregledi tijekom procesa su: [24]

- pregled i ispitivanje na ulazu,
- pregled i ispitivanje tijekom procesa,
- završni pregled i ispitivanje.

[24]Izvor: Sveučilište u Splitu, Studentski Centar-Split, Poslovnik kvalitete, 2014.str.21.

3.2.4. Komunikacija s korisnikom usluga

Svrha komunikacije s kupcem je osigurati izvršenje ugovora na zadovoljstvo obje strane, pri čemu se vodi računa da ugovor sadrži jasno definiran kriterij prihvatljivosti tako da se u potpunosti ispunjavaju očekivane i zahtijevane potrebe korisnika. S korisnikom usluga uspostavljen je različit komunikacijski pravci kako bi se ispunili zahtjevi.

Dogovor se odvijaju u svezi s:[25]

- informacijama o uslugama Centra;
- odgovorima na upite, ugovore ili narudžbe;
- pritužbama korisnika usluga/kupaca i aktivnosti pri rješavanju pritužbi,
- povratnim informacijama korisnika usluga/kupaca, o pojedinostima usluga/proizvoda.

3.2.5. Proizvodnja i pružanje usluge

Proces pružanja usluge započinje:

- pri učlanjenju studenta u student servis,
- zaprimanje molbi nakon natječaja primjerice za smještaj u studentske domove,
- korištenje usluga prehrane pomoću „iksice“, ostvarivanje razina prava prema odluci ministarstva znanosti, obrazovanja i športa rh.
- postavljanje pismenog ili usmenog upita za rezervacijom smještaja od strane vanjskih korisnika.

Svi djelatnici su dužni ukazati na eventualne nedostatke, kao i te svojim primjedbama sugerirati promjene i poboljšanja. Rukovoditelji službi vrše stalni nadzor nad izvršenim aktivnostima, te pomažu kod uklanjanja nesukladnosti, a to čine i predstavnici organa nadzora odgovarajućih Ministarstava. Kvaliteta usluga koje zainteresiranim korisnicima pruža Centar praćene su odgovarajućom dokumentacijom (radni nalog, knjiga kvarova, knjiga rezervacija, knjiga gostiju, knjiga žalbe, račun) koja dokazuje njenu realizaciju.

[25]Izvor: Sveučilište u Splitu, Studentski Centar-Split, Poslovnik kvalitete, 2014.str.24.

4. ISTRAŽIVANJE DRUŠTVENE ODGOVORNOSTI U STUDENTSKOM CENTRU SPLIT

4.1. Odgovorno ponašanje prema zaposlenicima

Postoji veliki broj dionika (stakeholdera) Studentskog centra Split, ali se u radu odlučilo za anketu zaposlenika s obzirom na stav suvremenog menadžmenta o značaju ljudskih potencijala.

U istraživanju su sudjelovalo 19 zaposlenika Studentskog centra. Istraživanje je bilo anonimno i dobrovoljno. U istraživanju će se orijentirati na zadovoljstvo zaposlenika. Kao tri glavna cilja suvremenih poduzeća mogu se izdvojiti: zadovoljstvo zaposlenika, zadovoljstvo kupaca i proizvodnost s profitom. Zadovoljni zaposlenici čine temelj uspjeha jer su upravo oni jedini nepresušni izvor konkurentske prednosti suvremenih poduzeća.

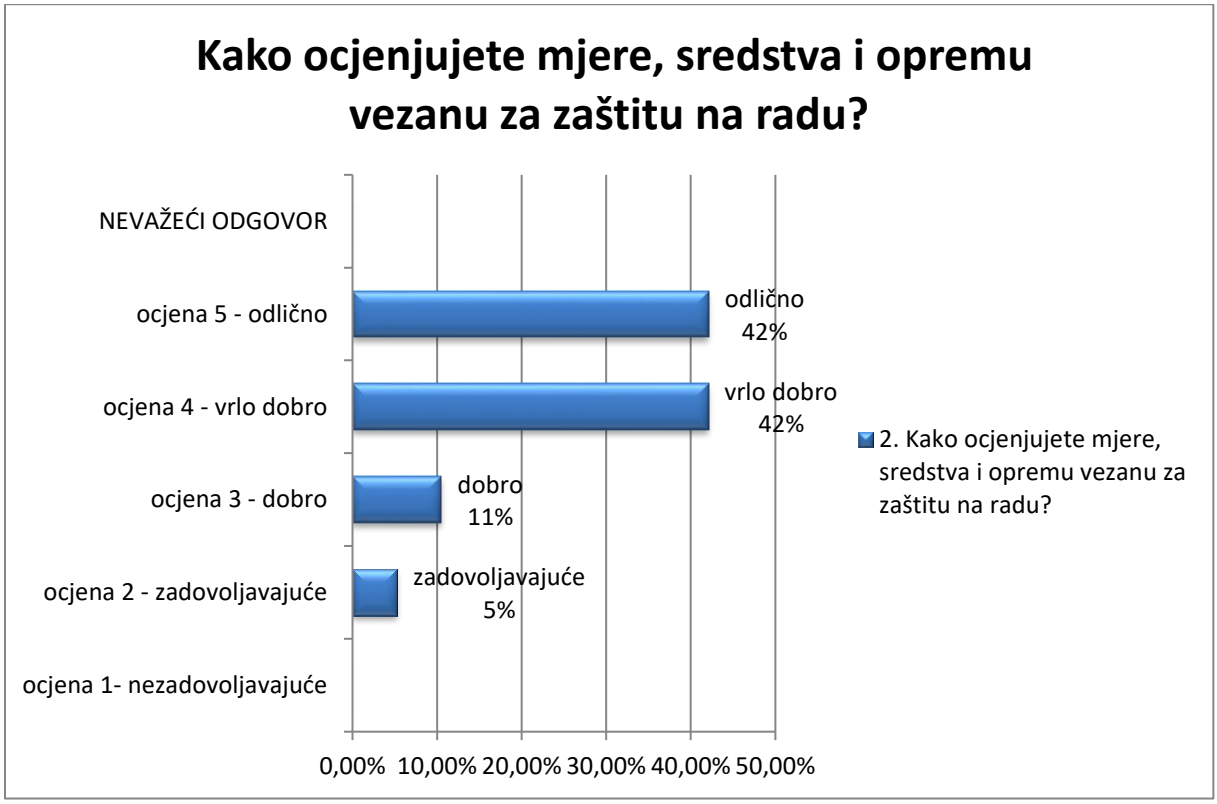
Što se tiče raspoloživih sredstava za rad djelatnici su zadovolji, 84% se izjasnilo da su vrlo zadovoljni, dok je 16 % odgovorilo vrlo dobro, a dobro je odgovorilo 26%, što se vidi iz slike br. 3.



Slika 3. Ocjena raspoloživost sredstva za rad

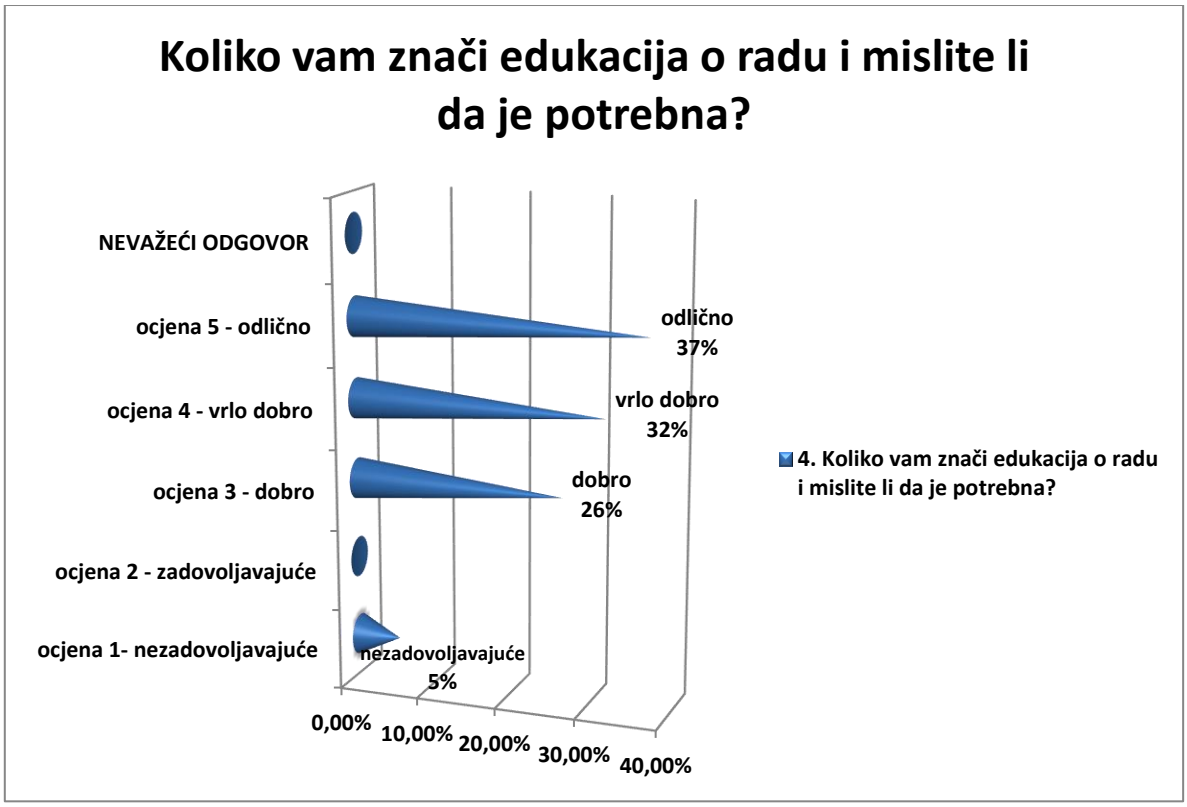
Izvor: samostalna izrada autorice

Zadovoljstvo zaposlenika u opskrbljenosti sredstvima za rad, sredstvima, opremom i mjerama za zaštitu na radu je podjednako odlična i vrlo dobra, po 42 % su odgovorili ispitanici na oba odgovora. Ukupno 95% zaposlenika izjasnilo se da im je jasno (ocjena 4 i 5) što se od njih očekuje na radnom mjestu, 68% smatra da je edukacija potrebna i značajna. Provedeno istraživanje omogućilo je uvid koliko nadređeni brinu o sredstvima za rad koja su neophodna kako bi se zadovoljile osnovne potrebe pri radu. Na slici br. 4. Prikazano je kako ispitanici ocjenjuju mjere, sredstva i opremu koja je vezana za zaštitu na radu.



Slika 4. Mjere i sredstva i oprema vezana za zaštitu na radu

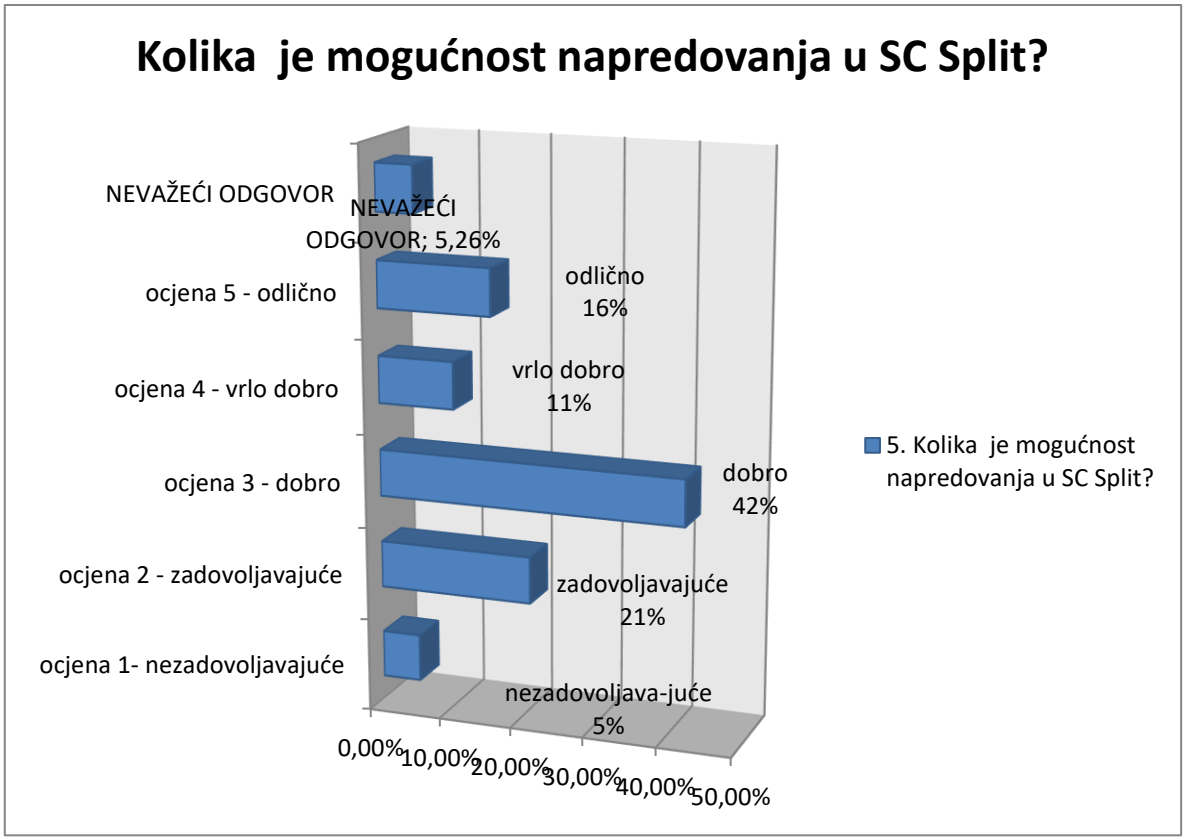
Izvor: samostalan izrada autorice



Slika 5. Edukacija o radu

Izvor: samostalan izrada autorice

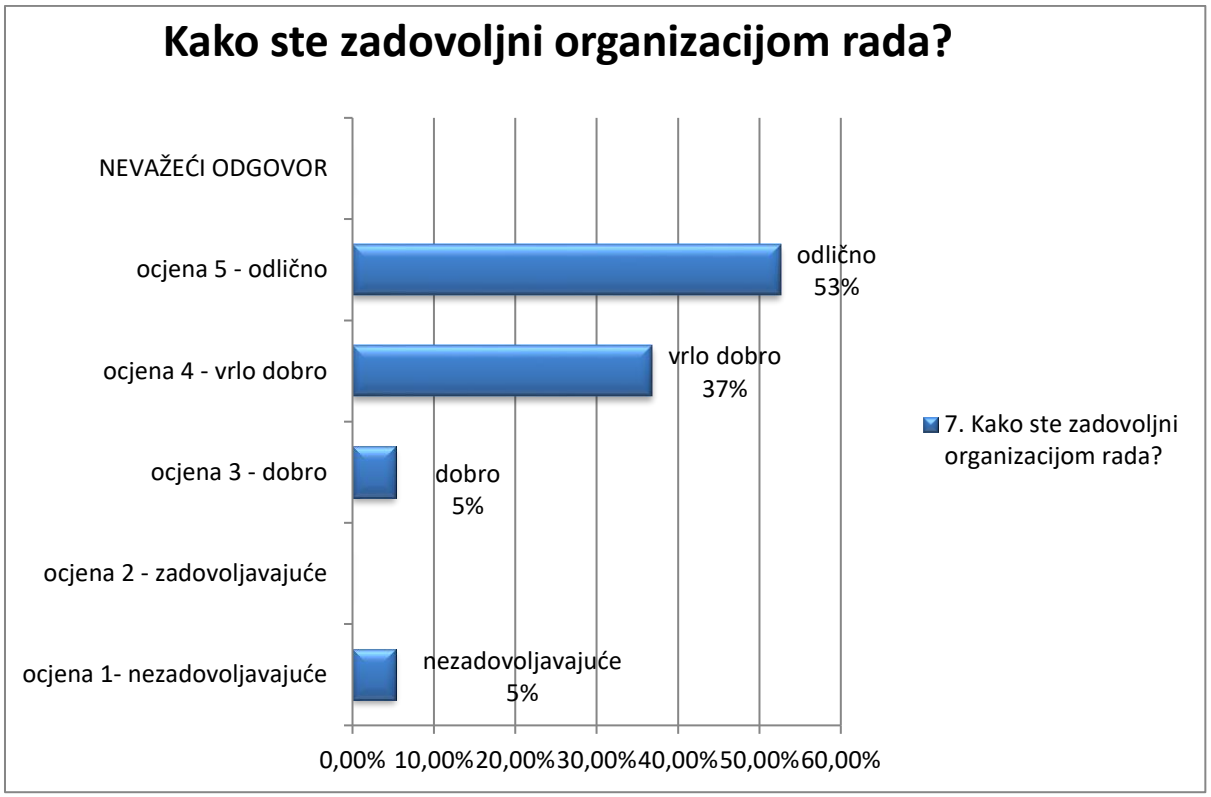
Na slici br. 5 je prikazano koliko ispitanicima znači edukacija o radu. 37% ispitanika smatra da im znači edukacija te 32% je dalo odgovor vrlo dobar, a samo 5% ispitanika se izjasnilo kako im nije potrebna edukacija. Kako je ranije navedeno iz interne dokumentacije SC vodi se računa o edukaciji zaposlenika koji se tijekom rada dodatno usavršavaju i obrazuju kako bi što bolje doprinijeli organizaciji, ali i kako bi bili zadovoljni.



Slika 6. Mogućnost napredovanja

Izvor: samostalna izrada autorice

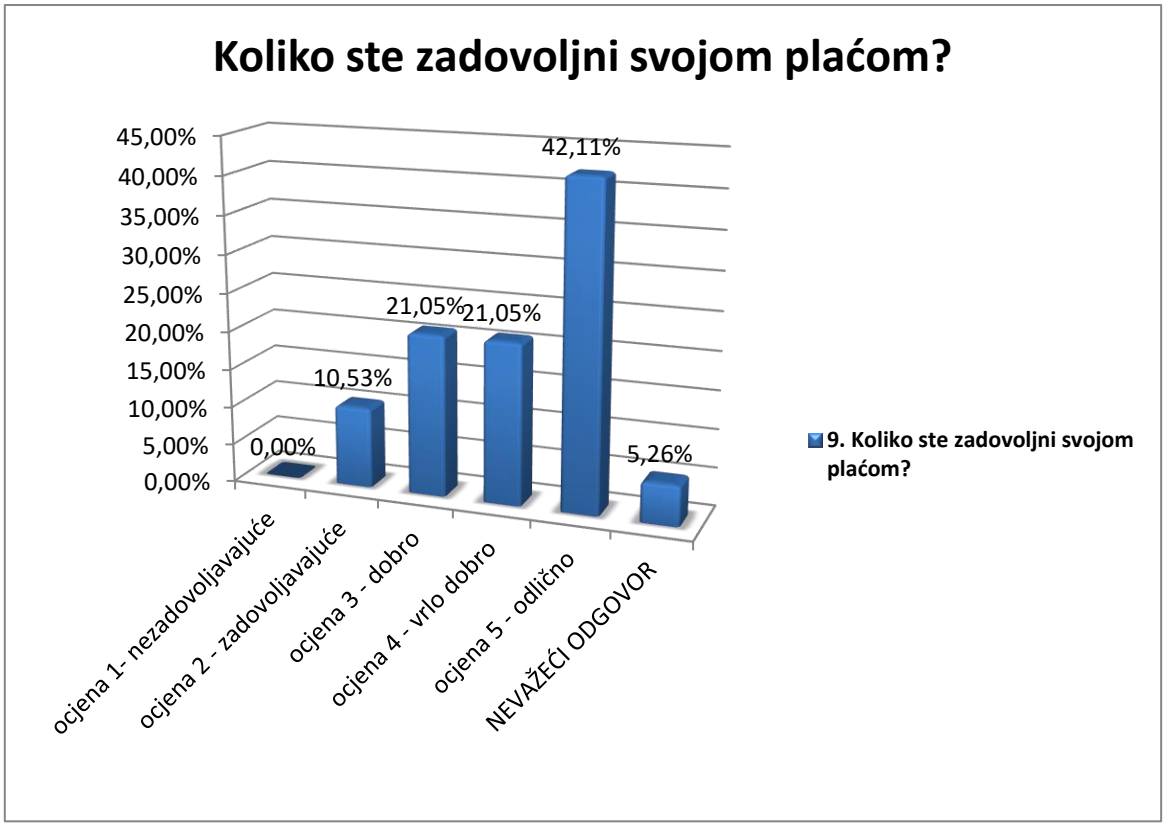
Na slici br. 6. je prikazana ocjena ispitanika o mogućnosti napredovanja. Zaposlenici su podijeljeni kod pitanja o napredovanju, 26% zaposlenika smatra da se ne može ili slabo može napredovati, dok 16% smatra da se može odlično napredovati, a 53 % je napredovanje ocijenilo vrlo dobrim i dobrim.



Slika 7. Zadovoljstvo organizacijom rada

Izvor: samostalna izrada autorice

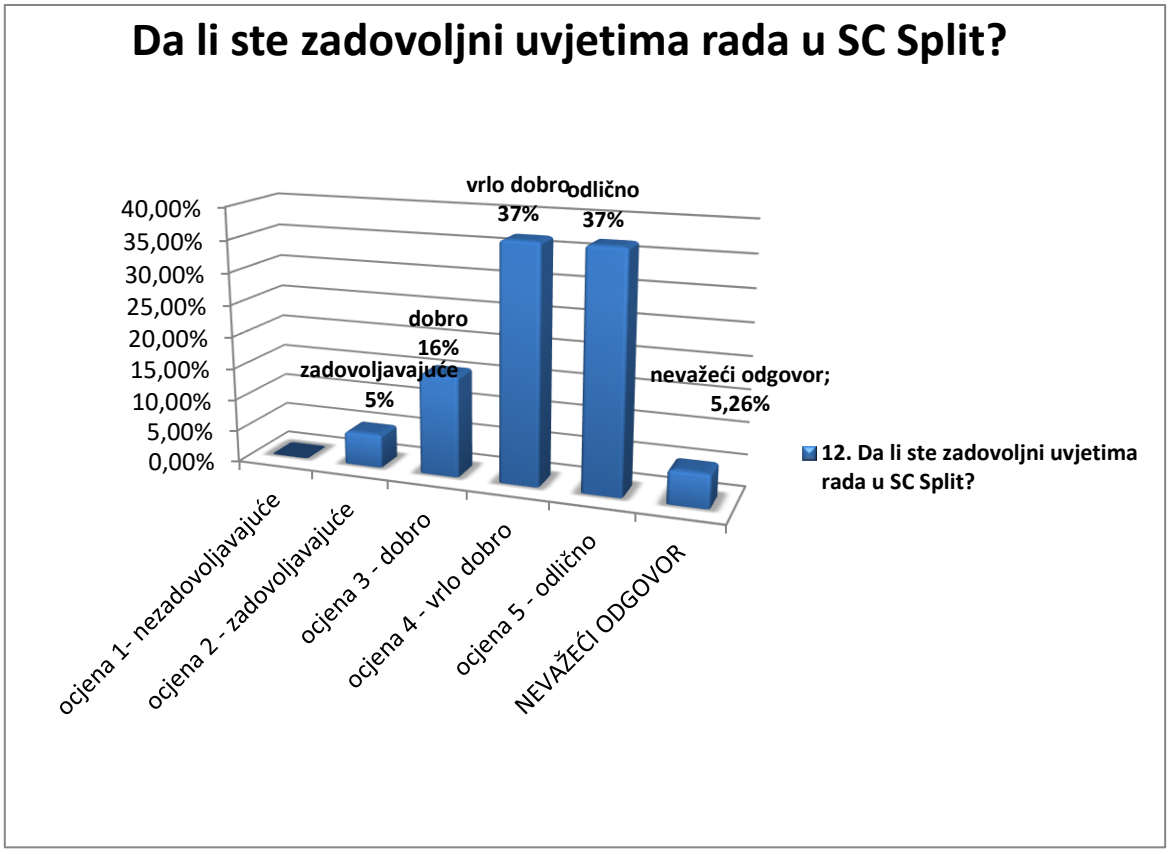
Slika br. 7. prikazuje zadovoljstvo organizacijom rada. Zaposlenici su organizaciju rada ocijenili sa odličnim i to njih 53%, vrlo dobrim 37%, a 5% je ocijenilo nezadovoljavajuće. Dakle, iz rezultata se vidi kako su zaposlenici zadovoljni u organizaciji što je pokazatelj i zadovoljstva poslom.



Slika 8. Zadovoljstvo plaćom

Izvor: samostalna izrada autorice

Slika br. 8. pokazuje zadovoljstvo plaćom. Iz rezultata se vidi kako su zaposlenici zadovoljni svojom plaćom, njih 42,11 % se odlučilo za ocjenu odličan, 21,05% je odgovorilo vrlo dobar, a zadovoljavajuće 10,53 %. Nezadovoljnih nema.



Slika 9. Zadovoljstvo uvjetima rada

Izvor: samostalna izrada autorice

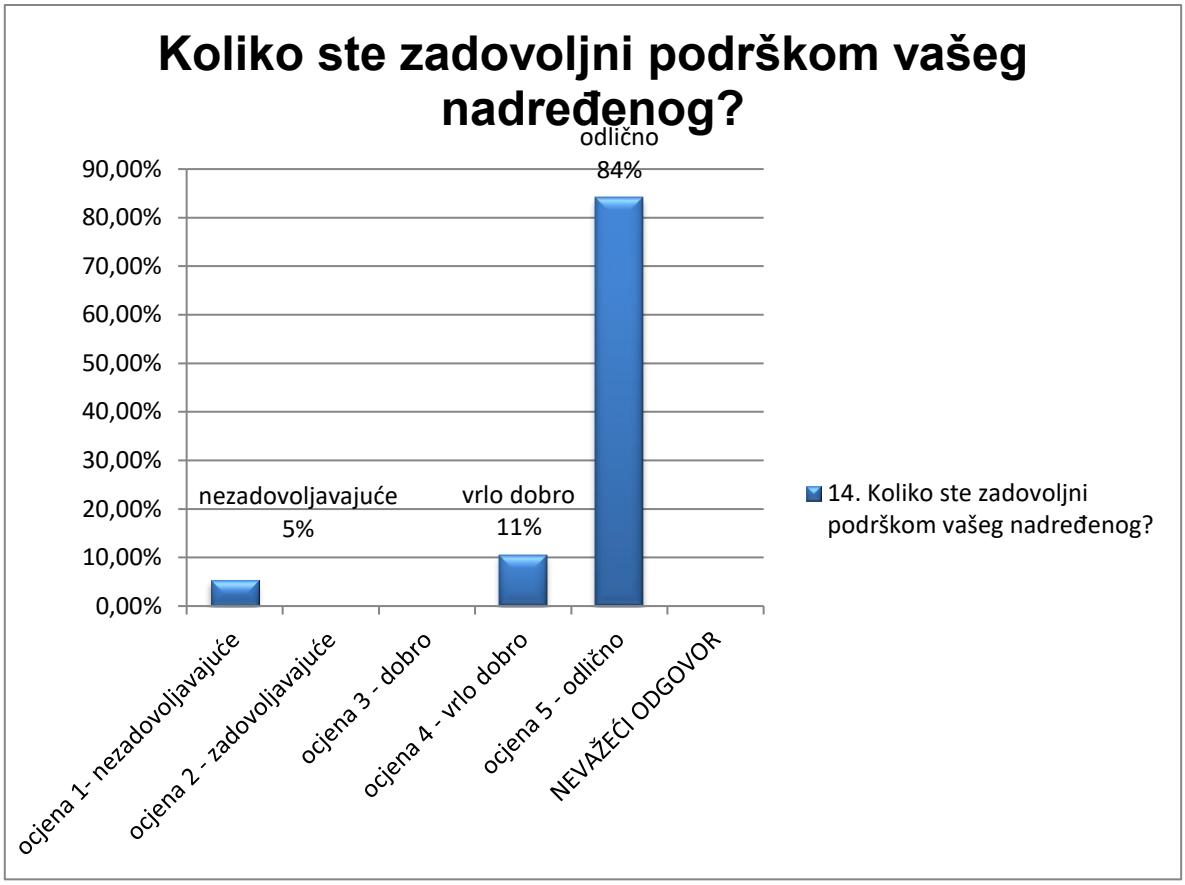
Na slici br. 9. je prikazano zadovoljstvo uvjetima rada, tako se 37% zaposlenika odlučilo na ocjenu vrlo dobro i odlično, 16% je uvjete rada ocijenilo dobrim i zadovoljavajućim, dok ih je 5% ocijenilo nedovoljnom ocjenom.



Slika 10. Razina komunikacije i dobar odnos s nadređenim

Izvor: samostalna izrada autorice

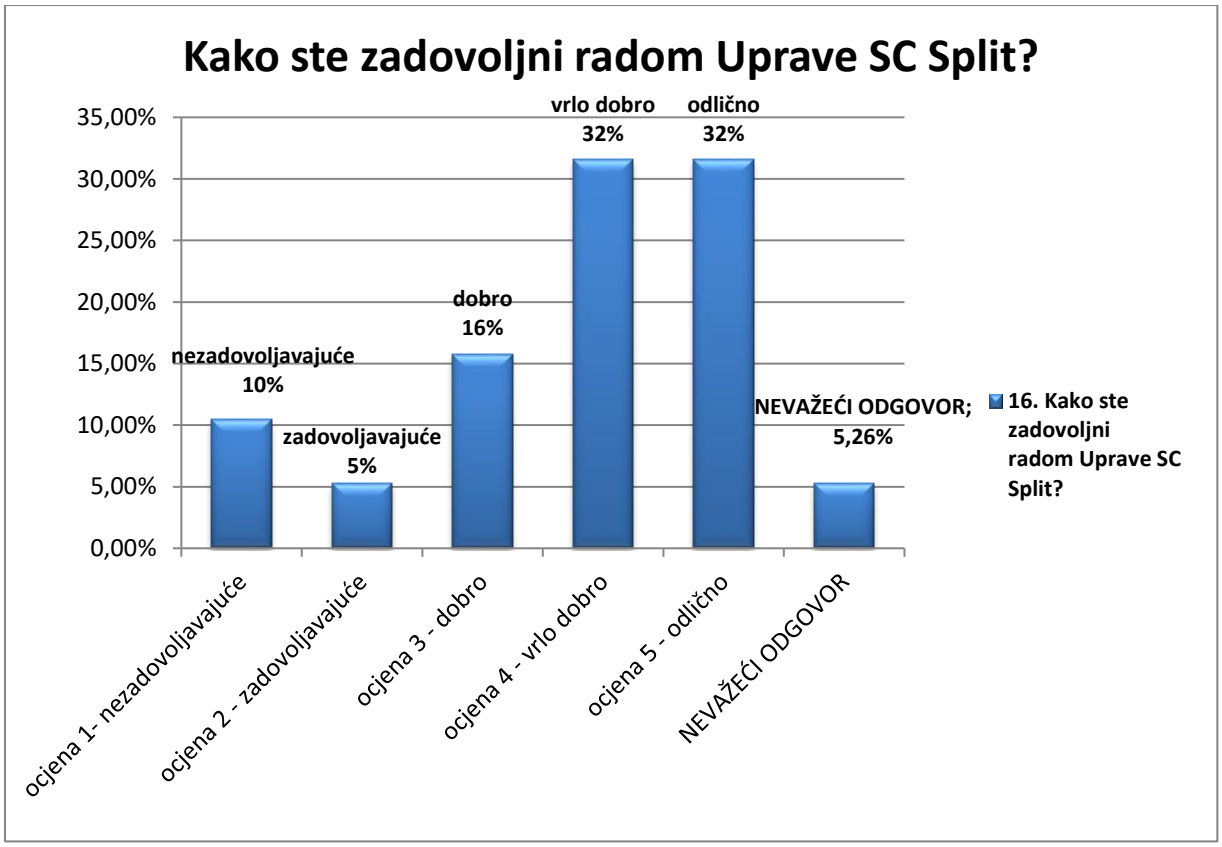
Na slici br. 10. je prikazana razina komunikacije i dobar odnos sa nadređenima. Razina komunikacije i dobar odnos s nadređenim bitan je za 69% zaposlenika, vrlo dobar je odgovorilo 21%, a dobrim 5%.



Slika 11. Zadovoljstvo podrškom nadređenog

Izvor: samostalna izrada autorice

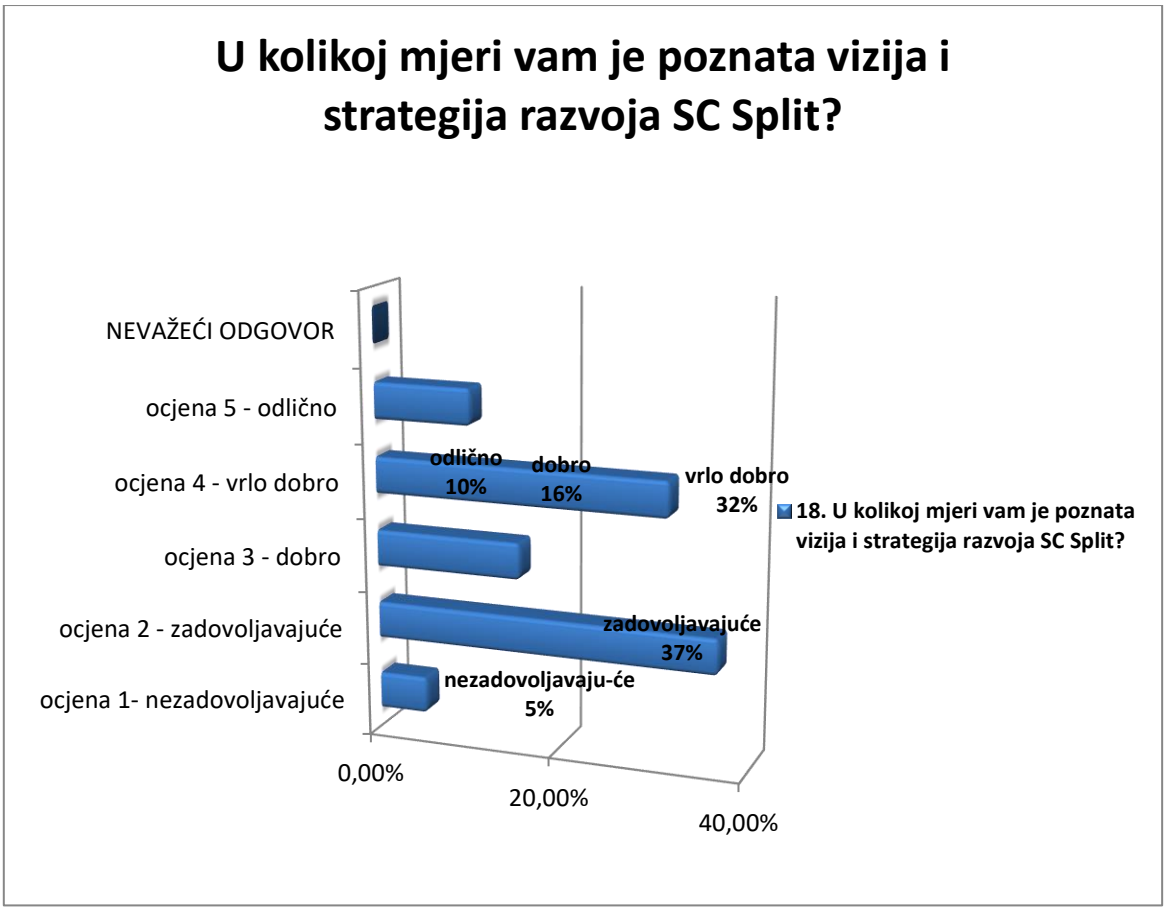
Na slici br. 11. prikazano je zadovoljstvo podrškom nadređenog, tako je 84% zaposlenika zadovoljno radom, podrškom i odnosom svog nadređenog, nezadovoljno je samo 5% ispitanika.



Slika 12. Zadovoljstvo upravom

Izvor: samostalna izrada autorice

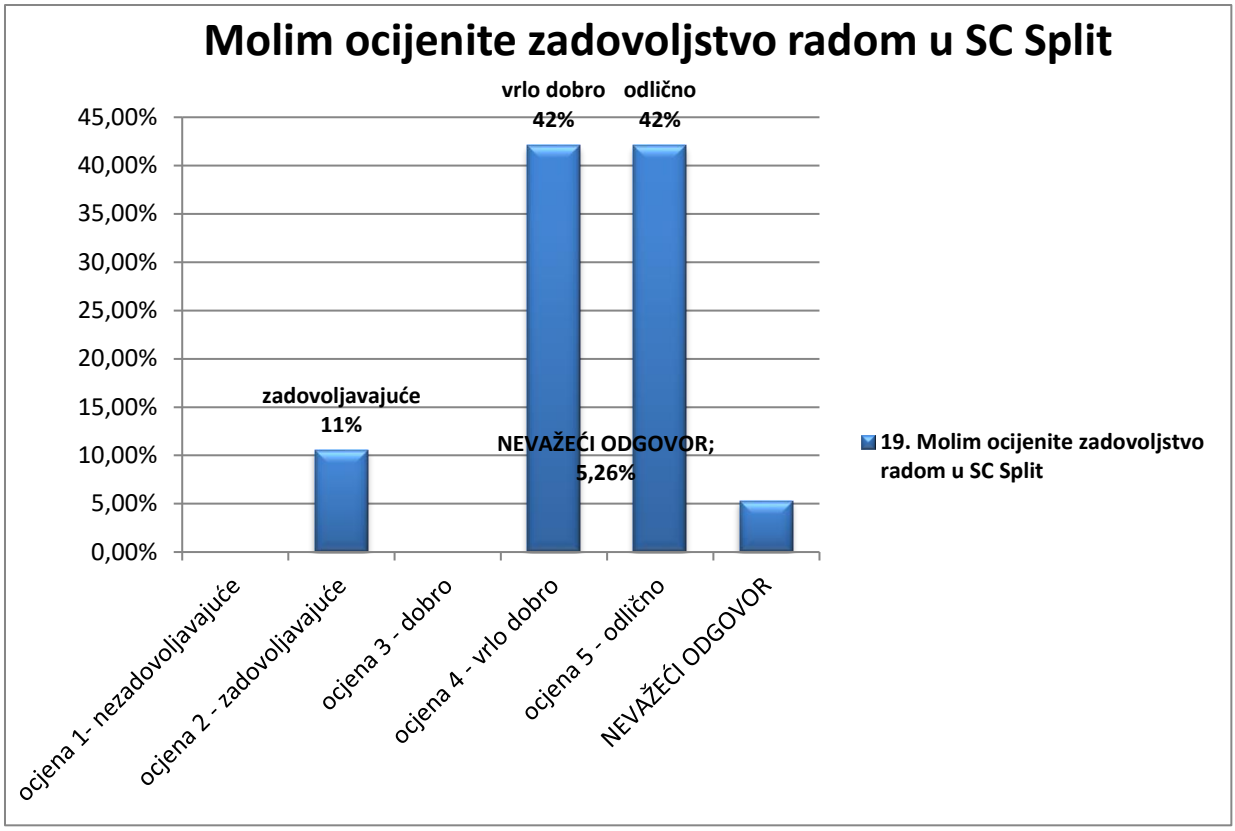
Slika br. 12. prikazuje zadovoljstvo radom uprave pokazalo je podjednako sa odličnim i vrlo dobrim po 32%, dok je nezadovoljno 10% zaposlenika.



Slika 13. Upoznatost s vizijom i strategijom SC Split

Izvor: samostalna izrada autorice

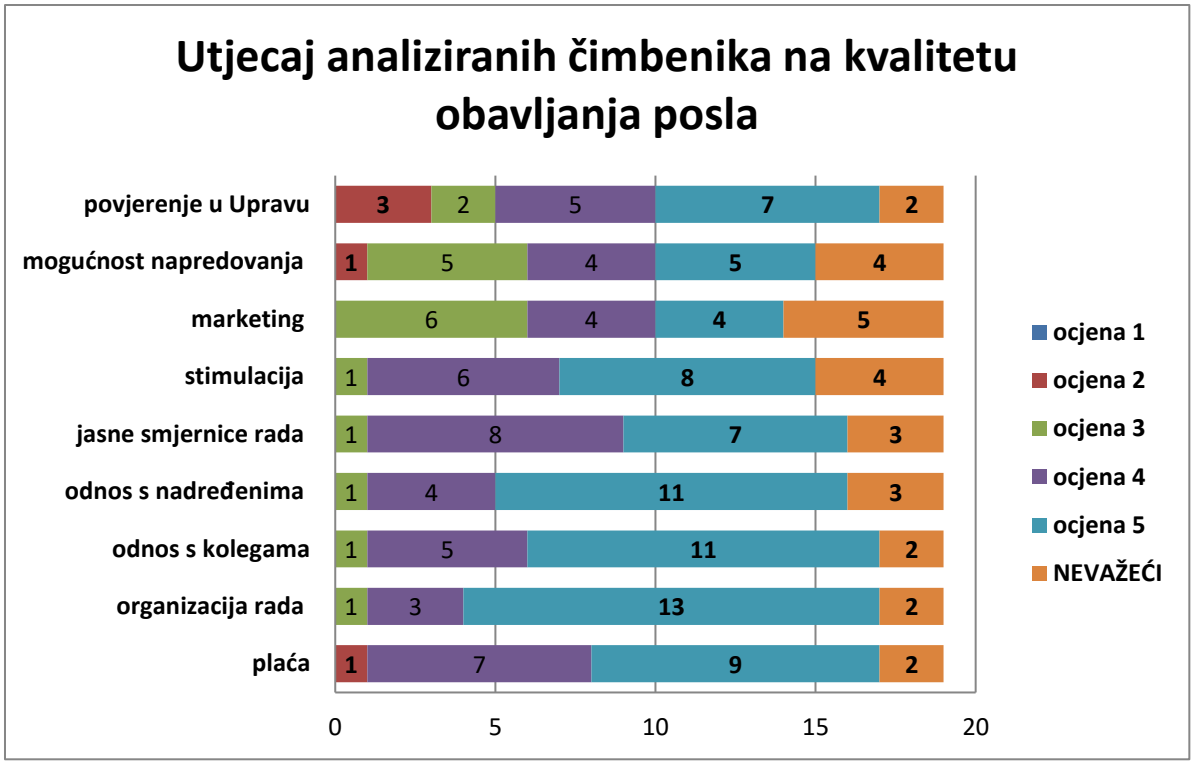
Iz slike br. 13. se vidi koliko su ispitanici upoznati s vizijom i strategijom Studentskog centra Split, 42% zaposlenika je nepoznata ili jako malo (ocjena 1 i 2) poznata vizija i strategija razvoja SC Split



Slika 14. Ocjena zadovoljstva radom u SC Split

Izvor: samostalna izrada autorice

Na slici br. 14 se vidi zadovoljstvo radom u SC Split. Izrazito zadovoljstvo radom u SC Split izrazilo je 42% zaposlenika, jednako tako je odgovorilo sa vrlo dobar, dok je 11% odgovorilo zadovoljavajuće.



Slika 15. Utjecaj analiziranih čimbenika na kvalitetu obavljanja posla

Izvor: samostalna izrada autorice

Na slici br. 15. Se vidi utjecaj analiziranih čimbenika na kvalitetu obavljanja posla. Zaposlenicima su za utjecaj na kvalitetu obavljanja posla bitni svi navedeni faktori ovim redom: plaća, organizacija rada, odnos s kolegama, odnos s nadređenim, jasne smjernice rada, stimulacija.

4.2. Ostale karakteristike društvene odgovornosti u Studentskom centru Split

Na temelju intervjua, obavljenog s Brankom Vukušić, rukovoditeljicom računovodstva i financija u Studentskom centru Split, mogu se detaljnije izdvojiti ostale aktivnosti koje se provode u SC.

Humanitarni rad

Mnogobrojne su humanitarne aktivnosti koje se provode u organizaciji Studentskog centra. Tako se može izdvojiti humanitarna akcija pod nazivom "Dobro srce studenata Splita". Akciju je organizirao Studentski centar u Splitu u suradnji s Caritasom splitsko-makarske Nadbiskupije, Sveučilištem u Splitu, Studentskim zborom Sveučilišta u Splitu, studentskim udrugama. Koordinacijom udruga borbenih postrojbi i stradalničkih udruga Split (te Uredom za pastoral mladih. Prikupljena su dva puna kombija prehrambenih proizvoda, odjeće, obuće, higijenskih potrepština i igračke koje će Caritas Splitsko-makarske nadbiskupije podijeliti 500 najugroženijim obiteljima Splita i okolice. Svaki paket će biti vrijednosti 300 kuna. Ovom studentskom akcijom željeli su pomoći siromašnim sugrađanima te da ona iz godine u godinu postaje sve masovnijom.

Svakako se mora istaknuti doprinos Studentskog centra tijekom i nakon požara 2017. Godine kada su poslali više od tisuću sendviča, vodu i sokove na teren, a evakuiranim građanima ustupili smještaj u domu. Studentski centar uključio se u akciju pomoći vatrogasnim postrojbama aktivnim na požarištu u Splitu. U studentskim domovima oslobođeno je 500 ležajeva koji stavljeni na raspolaganje za prihvat vatrogasaca i pripadnika policije, pristiglih na požarište iz ostalih dijelova Hrvatske, ali i građana koji su u požaru izgubili dom ili su morali biti evakuirani. Osim smještaja, osigurani su im hrana te usluge praonice rublja.

Uključivanje u zajednicu

Nedavna suradnja SC-a Split i Sveučilišta u Splitu, Studentskog zbora i studentske udruge predstavljena je jedinstvena aplikacija u Hrvatskoj UNISpoT, koju su napravili studenti za studente sa svim informacijama vezanima uz splitsko Sveučilište. Idejni začetnik aplikacije je Ivan Žižić, djelatnik Studentskog centra. Aplikacija na jednom mjestu sadrži sve informacije koje su potrebne studentima splitskog Sveučilišta. Pretraživanjem aplikacije se mogu pronaći najnovije novosti vezane za Sveučilište u Splitu, dnevne jelovnike svih menzi, stanje reda u menzama, stanje X-ice te aktualnu ponudu studentskih poslova.

Putem aplikacije moguće je uputiti bilo kakvu primjedbu ili pohvalu vezanu za Sveučilište. U drugoj fazi nadogradnje aplikacije studenti će moći rezervirati termine u sveučilišnom Centru za savjetovanje, pretraživati forum stipendija te pratiti stanje sa svojim studentskim ugovorima.

Zaštita okoliša

Ljudska aktivnost neprestano crpi prirodne resurse za potrebe gospodarskoga razvoja te za osobne ugodnosti. U današnje je doba postalo jasno da se taj trend ne može nastaviti, pa se stoga ljudska djelatnost sve više okreće održivu razvoju, a on je moguć samo ako se vodi briga o svim sastavnicama okoliša. U Studentskom centru brinu se o zaštiti okoliša ugradnjom pročišćivača za otpadne vode i za zrak. Glavni onečišćivači zraka su plinovi koji se razvijaju izgaranjem goriva. U kotlovnici Studentskog centra za zagrijavanje tople vode i prostora koristi se lož ulje. Prema planu gospodarenja otpadom zbrinjava se i komunalni otpad, bio razgradivi otpad i elektronički otpad. U dvorištima objekata Studentskog centra postavljeni su odgovarajući broj i vrsta spremnika za odvojeno prikupljanje otpada papir, metal, staklo, plastika. Tvrtka za prikupljanje otpada odvozi glomazni elektronički otpad, tonere, otpadno ulje.

Štednja energije i vode

Studentski centar s obzirom na veliki broj menzi i studentskih soba veliku pažnju poklanja uštedi električne energije. Led rasvjetom zamijenjena su stara rasvjetna tijela, po hodnicima su postavljeni senzori pokreta. Na slavine i tuševe ugrađeni su štedni perlatori čime se smanjuje potrošnja vode i potrošnja lož ulja koje se koristi za zagrijavanje vode.

5. ZAKLJUČAK

Nakon istraživanja provedenog na zaposlenicima Studentskog centra Split, može se zaključiti kako su zaposlenici zadovoljni te kako se uprava Studentskog centra dobro brine o svojim radnicima poštujući sva pravila društveno odgovornog poslovanja**.** Istraživanje je bilo orijentirano na zadovoljstvo zaposlenika. Kao tri glavna cilja suvremenih poduzeća mogu se izdvojiti: zadovoljstvo zaposlenika, zadovoljstvo kupaca i proizvodnost s profitom. Zadovoljni zaposlenici čine temelj uspjeha jer su upravo oni jedini nepresušni izvor konkurentske prednosti suvremenih poduzeća.

Djelatnici su zadovoljni raspoloživosti sredstvima za rad. 84% se izjasnilo sa odličnim, dok je 16% odgovorilo vrlo dobro, a dobro je odgovorilo 26%. Zadovoljstvo zaposlenika u opskrbljenosti sredstvima za rad, sredstvima, opremom i mjerama za zaštitu na radu je podjednako odlična i vrlo dobra, po 42 % su odgovorili ispitanici na oba odgovora. Ukupno 95% zaposlenika izjasnilo se da im je jasno (ocjena 4 i 5) što se od njih očekuje na radnom mjestu, 68% smatra da je edukacija potrebna i značajna. Provedeno istraživanje omogućilo je uvid koliko nadređeni brinu o sredstvima za rad koja su neophodna kako bi se zadovoljile osnovne potrebe pri radu.

Iz rezultata se vidi kako 37% ispitanika smatra da im edukacija mnogo znači, 32% je dalo odgovor vrlo dobar, a samo 5% ispitanika se izjasnilo kako im nije potrebna edukacija. Kako je ranije navedeno iz interne dokumentacije SC vodi se računa o edukaciji zaposlenika koji se tijekom rada dodatno usavršavaju i obrazuju kako bi što bolje doprinijeli organizaciji, ali i kako bi bili zadovoljni. Zaposlenici su podijeljeni kod pitanja o napredovanju, 26% smatra da se ne može ili slabo može napredovati, dok 16% smatra da se može odlično napredovati, a 53% je napredovanje ocijenilo vrlo dobrim i dobrim.

Zaposlenici su organizaciju rada ocijenili sa odličnim i to njih 53%, vrlo dobrim 37%, a 5% je ocijenilo nezadovoljavajuće. Dakle, iz rezultata se vidi kako su zaposlenici zadovoljni u organizaciji što je pokazatelj i zadovoljstva poslom. Iz rezultata se vidi kako su zaposlenici zadovoljni svojom plaćom, njih 42,11 % je dalo odgovor odličan, 21,05% je odgovorilo vrlo dobar, a zadovoljavajuće 10,53 %. Nezadovoljnih nema.

37% zaposlenika se odlučilo na ocjenu vrlo dobro i odlično za zadovoljstvo radom. 16% je uvjete rada ocijenilo dobrim i zadovoljavajućim, dok ih je 5% ocijenilo nedovoljnom ocjenom. Razina komunikacije i dobar odnos s nadređenim bitan je za 69% zaposlenika, vrlo dobar je odgovorilo 21%, a dobrim 5%. 84% zaposlenika je zadovoljno radom, podrškom i odnosom svog nadređenog, nezadovoljno je samo 5% ispitanika. Zadovoljstvo radom uprave pokazalo je podjednako sa odličnim i vrlo dobrim po 32% dok je nezadovoljno 10% zaposlenika. 42% zaposlenika je nepoznata ili jako malo (ocjena 1 i 2) poznata vizija i strategija razvoja SC Split. Izrazito zadovoljstvo radom u SC Split izrazilo je 42% zaposlenika, jednako tako je odgovorilo i sa vrlo dobar, dok je 11% odgovorilo zadovoljavajuće.

Dakle, na kraju rada se zaključuje kako je Studentski centar Split pozitivan primjer društveno odgovornog poslovanja prema svojim zaposlenicima. Istraživanje koje je provedeno također pokazuje da su zaposlenici zadovoljni. Zaposlenicima su za utjecaj na kvalitetu obavljanja posla bitni svi navedeni faktori ovim redom: plaća, organizacija rada, odnos s kolegama, odnos s nadređenim, jasne smjernice rada, stimulacija. Studentski centar Split se ističe humanitarnim radom kao i potporama i sudjelovanjem u raznim projektima, kao što je studentska aplikacija UNISpoT.

Preporuke u svrhu daljnjeg poboljšanja razine usluge i brige o okolišu bile bi ugradnja solarnih kolektora za pripremu potrošne tople vode, a koji bi se ugradili na krovište, i promjena fasade i drvenih zatvora sa pvc stolarijom na zgradi u Spinutu.

LITERATURA

Knjige:

1. Buble, M. (2000): Menadžment, Ekonomski fakultet Split.
2. Pupavac, D; Zelenika, R.: (2004). Upravljanje ljudskim potencijalima u prometu. Veleučilište u Rijeci. Rijeka.

Članci:

1. Bežovan, G. (2002.): Socijalna odgovornost gospodarstva i iskustva u Hrvatskoj, Revija za sociologiju, Vol. XXXIII, br. 1-2, str. 17-32
2. Đokić, T. Pepur, M., Arnerić. J., (2015) Utjecaj zadovoljstva zaposlenika na zadovoljstvo korisnika na tržištu financijskih usluga." Ekonomska misao i praksa 1:49.
3. Quien, Maja. "Društveno odgovorno poslovanje kao konkurentna prednost: analiza ciljeva najuspješnijih tvrtki u Hrvatskoj." Učenje za poduzetništvo 2.1 (2012): 303-307.
4. Vrdoljak Raguž, I., and Hazdovac.K. (2014): Društveno odgovorno poslovanje i hrvatska gospodarska praksa. Oeconomica Jadertina 4.1: 40.

Pravilnici:

1. Smjernice o društvenoj odgovornosti, HZN – Hrvatski zavod za norme, Zagreb, 2014.
2. Sveučilište u Splitu, Studentski Centar-Split, Poslovnik kvalitete, 2014.

Internet:

1. Studentski centar, http://www.scst.unist.hr/o-nama/ustroj (01.09.2017)
2. Društveno odgovorno poslovanje u Hrvatskoj, http://www.dop.hr/?p=646 (04.09.2017)

POPIS SLIKA

Slika 1. Hijerarhija društvene odgovornosti..... 6
Slika 2. Potrebe za usavršavanjem i osposobljavanjem..... 14
Slika 3. Ocjena raspoloživost sredstva za rad..... 17
Slika 4. Mjere i sredstva i oprema vezana za zaštitu na radu..... 18
Slika 5. Edukacija o radu 19
Slika 6. Mogućnost napredovanja..... 20
Slika 7. Zadovoljstvo organizacijom rada..... 21
Slika 8. Zadovoljstvo plaćom..... 22
Slika 9. Zadovoljstvo uvjetima rada..... 23
Slika 10. Razina komunikacije i dobar odnos s nadređenim 24
Slika 11. Zadovoljstvo podrškom nadređenog 25
Slika 12. Zadovoljstvo upravom 26
Slika 13. Upoznatost s vizijom i strategijom SC Split..... 27
Slika 14. Ocjena zadovoljstva radom u SC Split..... 28
Slika 15. Utjecaj analiziranih čimbenika na kvalitetu obavljanja posla..... 29

SAŽETAK

U radu je teorijski obrađeno društveno odgovorno poslovanje u Studentskom centru Split te kako se isto odražava na zadovoljstvo zaposlenika, zatim je u empirijskom dijelu rada anketiranjem ispitano zadovoljstvo zaposlenika u Studentskom centru Split. Društvena odgovornost je koncept prema kojem poduzeća integriraju brigu za okoliš i društvo. Začeci društvene odgovornosti vežu se za velike kompanije kao nov način poslovanja u kojem se pokazuje briga za okoliš i svoje zaposlenike. Trend društveno odgovornog poslovanja nastavlja se jer tvrtke posljednje vrijeme ulažu brojne napore ne bi li se koncept društvene odgovornosti prihvatio budući da se društveno odgovorno poslovanje smatra važnim sredstvom za ostvarivanje ciljeva poduzeća. Cilj ovoga rada je bio istražiti društvenu odgovornost u Studentskom centru Split te kako se odražava na zadovoljstvo zaposlenika. Rezultati istraživanja pokazuju zadovoljstvo zaposlenika centra, a uvidom u internu dokumentaciju može se vidjeti kako se društvena odgovornost dobro provodi u Studentskom centru.

Ključne riječi: Društvena odgovornost, zadovoljstvo, zaposlenici, Studentski centar Split.

SUMMARY

The subject of the thesis is socially responsible business at the Split Student Center. The paper deals with socially responsible business and is reflected in the employee's satisfaction. Social responsibility is the concept by which companies integrate care for the environment and society. Corporate social responsibility links to big companies as a new way of doing business that shows concern for the environment and its employees. The trend of socially responsible business continues because companies have recently made a lot of efforts to accept the concept of social responsibility since socially responsible business is considered an important means of achieving company goals. The aim of this paper was to explore social responsibility at the Split Student Center and to reflect the employee's satisfaction. The results of the research show that the employees of the center are satisfied and that, in view of the internal documentation, they see social responsibility well implemented at the Student Center.

Key words: Social Responsibility, Satisfaction, Employees, Student Center Split.