

# **СПОРТ И БИЗНИС**

Научни часопис

Број 5.



**ФАКУЛТЕТ ЗА СПОРТ**  
БЕОГРАД

Београд, јун 2019.

## ДРУШТВЕНО ОДГОВОРНЕ АКТИВНОСТИ У СПОРТУ

### SOCIAL RESPONSIBLE ACTIVITIES IN SPORT

МИЛАН МИХАЈЛОВИЋ

Факултет за спорт, Универзитет „Унион – Никола Тесла“, Београд, milan.mihajlovic@fzs.edu.rs

**Сажетак:** Организације су данас под све већим притиском да покажу привреженост примени стандарда везаних за друштвену одговорност и да активно учествују у активностима везаним за животну средину. Основна идеја концепта друштвене одговорности је та да организација не сме да гледа искључиво на профит, као главни и једини циљ ка коме је усмерена, већ је потребно и да обрати пажњу како и на који начин спроводи своје пословне активности, и како то утиче на окружење у коме послује. На узорку спортских организација из Републике Србије утврђено је да оне не поседују сертификат којим се потврђује да је систем друштвене одговорности организације који је успоставила и примењује у сагласности са стандардом за системе друштвене одговорности организација ISO 26000, или сертификат за било који други ISO стандард.

**Кључне речи:** Спорт, друштвено одговорне активности, ИСО стандард

**Abstract:** Organizations are under increasing pressure today to show that they are consistent in the application of social responsibility standards and to actively participate in environmental activities. The basic idea of the concept of social responsibility is that an organization should not only look at profit, as the main and only goal towards which it is directed, but also to pay attention to how and in what way it implements its business activities and how it affects the environment in which it operates. On sample of sports organizations from the Republic of Serbia it is determined that they do not possess a certificate confirming that the system of social responsibility of the organization that has established and applies is in accordance with the standard for ISO 26000 social responsibility systems, or a certificate for any other ISO standard.

**Keywords:** Sport, Social responsible activities, ISO standard

#### 1. УВОД

Истраживања из области друштвене одговорности спортских организација су релативно новијег датума. Посматрајући структуру савременог спорта може се закључити да је друштвено одговорно понашање присутно и код аматерских и код професионалних спортских организација. Логичније је да оне спортске организације које поседују веће материјалне, финансијске и људске ресурсе могу пружити више друштвеној заједници. Међутим, сам концепт друштвено одговорног понашања подразумева укључивање што већег броја учесника у такве активности, а свако ће према својим могућностима допринети добробити друштва.

Предмет овог рада је примена стандарда ISO 26000 у спортским организацијама. Спортске организације се на основу своје мисије и визије постојања, која се односи на постизање врхунских спортских резултата, али и на допринос промоцији и унапређењу спорта, спортске рекреације, физичке и здравствене културе становништва, те подизању квалитета активног живота и здравља грађана, као и на основу законских и статутарних обавеза, усмеравају да се друштвено одговорно понашају. Спортске организације промовишу толеранцију, фер плеј, здрав начин живота, одсуство расизма, али и волонтерско укључивање у активности спортске организације. Вероватно најбољи пример колико спорт може да уједини и укључи становништво у друштвено корисне активности јесу Олимпијске игре, када се огроман број волонтера ангажује и без којих се не могу замислити савремени велики спортски догађаји.

#### 2. ДРУШТВЕНА ФУНКЦИЈА СПОРТА

Може се рећи да спорт, по својој природи, структури, али и идеји, друштво и човека не оставља равнодушним. Спорт није као пре, нити ће моћи да буде у будућности један затворен систем, у коме се анонимно доносе одлуке и у коме се анонимно ради на формирању личности, ван домаћаја друштвених, али и других законитости. Према савременим схватањима и принципима, спорт је транспарентан и отворен за сваку врсту критичке анализе. Један од најзначајнијих догађаја у античком свету представљале су древне Олимпијске игре.

О значају Олимпијских игара говори и податак да су тада, у том периоду, престајали сви ратови који су се водили између многобројних градова – држава, односно полиса, и током трајања игара су сви заједно боравили у Олимпији. Победник Олимпијских игара је у друштву имао статус полу бога, о њему су спеване песме, исклесане статуете, чак и град из ког потиче рушио је зидине, јер се сматрало да поред таквог јунака зидине нису потребне.

Данас је спорт један од основних и најзначајнијих феномена модерног друштва.[1] Према неким истраживањима, око једне трећине светске популације је активно или пасивно у спорту. Обнављањем Олимпијских игара 1896. године, створена је чврста веза између олимпизма и спорта, једно друго су начинили светским феноменом. Савремени спорт има велики утицај на готово сва подручја људске делатности, политику, економију, културу, урбанизам, екологију итд. Осим економске и етичке вредности [2], спорт има вредност као ослонац у очувању здравља становништва, што је посебно изражено кроз рекреацију и медицински програмиран активан одмор. Спорт има велики утицај на развој омладине у смислу правилног психичког и физичког развоја, дистанцирања од наркоманије, алкохолизма, пушења, криминалитета и других девијантних појава.

Значајна функција спорта се огледа и у промовисању државе као целине. Сваки спортски догађај представља допринос промоцији земље у којој се организује. Држава на тај начин промовише своју културу, традицију и показује сличност, односно различитост, од остатка света. Показало се да су спорт и нације суштински међусобно повезани, још од краја деветнаестог века, с обзиром да је спорт омогућио симболично надметање између нација. Однос између државе и спорта представља изузетно динамичну област јавне политике, и сама државна политика и идеологија имају утицај на спорт.[3]

Мултинационалне компаније промовишу спортске догађаје, тако промовишу и саме себе, с обзиром на телевизијске преносе таквих догађаја широм света. Савремени спортски догађаји попут светских првенстава или Олимпијских игара, представљају планетарни догађај који се по гледаности може поредити једино са спуштањем човека на Месец.[4]

### 3. ДРУШТВЕНА ОДГОВОРНОСТ И СПОРТ

Литература везана за друштвену одговорност је релативно новијег датума, а током протеклих година је значајно повећана. Може се рећи да је тек скоро стручна и научна јавност почела да се бави анализом односа и значаја друштвене одговорности за спорт. Један од разлога је тај што је наука о спорту веома млада и до скоро је била запостављана од стране шире научне заједнице.

Међутим, „наука о спорту“ је данас у прогресу. Даље, данас је заступљеност и утицај спорта на друштво много веће него раније. Пре свега, глобална популарност коју пружа спорт може да осигура да су друштвено одговорне активности у значајној мери заступљене у медијима и на друштвеним мрежама. Спорт такође има велики утицај на младе. Млади се са задовољством прикључују оваквим акцијама када виде да се њихови идоли спортисти такође активирају у тим акцијама. Затим, спорт такође може служити као промоција здравог живота и може имати утицаја на здравље људи кроз различите програме. Спорт стимулише интеграцију различитих култура, вера и нација. Спорт, као и већина других активности, није а приори добар или лош, али има потенцијал производње позитивних и негативних исхода.

Спорт има способност и моћ да привуче пажњу и уједини појединце унутар заједница и да створи амбијент за примену друштвено одговорних активности.[5] Такође, компаније могу да искористе своје ресурсе и инвестирају у друштвено одговорне активности кроз спорт. Ова појава називана је „спортска корпоративна друштвена одговорност“ (sport corporate social responsibility, SCSR). Друштвено одговорне активности које спроводе спортске организације су пријатељске, оријентисане према младима, очувању здравља, подизању свести о животnoj средини, интеграцији различитих култура, вера и нација. Спорт може да представља платформу за едукативне иницијативе, донације усмерене ка очувању животне средине, развоју локалне заједнице у којој је клуб активан и различитих иницијатива усмерених на очување здравља. Спорт привлачи велики број публике, посебно младих људи, и шаље поруке преко медија. Према истраживању које је спровела Светска здравствена организација [6], учесници у спорту смањују могућност коришћења дувана, алкохола, нездраве хране, дроге и насиља, појаве кардиоваскуларних проблема и промовишу социјалну интеракцију са различитим људима. Даље, олимпијски покрет непрестано ради на стварању бољег света, пре свега кроз различите едукативне програме за младе кроз спорт у духу пријатељства, солидарности и фер плеја, без било какве дискриминације. Ипак, без адекватне финансијске помоћи, вредност спорта као алата који ће се користити за друштвену одговорност је у великој мери лимитирана. Комбинација спорта и друштвене одговорности може да буде примењена и од стране организација које су повезане са спортом. [7] Они такође циљају да имају позитиван ефекат на стејкхолдере, укључујући и спонзоре. Осим моралне обавезе, спортске организације могу да примене концепт друштвене одговорности због различитих бенефита као што су побољшање репутације, проширење базе својих навијача, позитивна

слика у јавности и привлачење спонзора. Пример може да буде светска фудбалска федерација (FIFA) која има програм „Фудбал за наду“. Програм има за циљ подстицање друштвене одговорности кроз различите едукативне програме, спонзорисање, донирање опреме и помоћ око изградње спортских објеката. С друге стране треба имати на уму да се у медијима могу наћи оптужбе према FIFA везане за корупцију.

Сходно томе помоћ друштвено одговорним активностима је неопходна, али са друге стране не сме се зажмурити на негативне појаве које се дешавају.

У спорту се често намеће питање одговорности које сnose спортисти, тренери, власници клубова, званичници лиге, као и међународне спортске организације. Спортске организације желе да избегну негативне последице које су присутне у спорту и сходно томе константно раде на проналажењу начина за постављање правила транспарентности, фер плеја и поштовања правила на такмичењима, али и у спорту уопште.[8]

У бројним случајевима спорт се сусреће са негативним појавама, нпр. насиље и хулиганство на спортским приредбама, корупција, дискриминација, национализам, допинг и лажирање спортских резултата.[9] Други проблем који се јавља јесте повезаност одређених компанија са спортом, попут дуванских индустрија, компанија брзе хране и пића, који са једне стране спонзоришу спорт, али са друге стране константно промовишу своје нездраве производе милионској публици која прати спорт. Глобализација је „бацила сенку“ на спорт, створивши код спортиста став да се мора победити по сваку цену, довела је до претеране комерцијализације, варања и већих тензија између такмичара, али и између самих држава. Као највећу претњу издваја се повећан ниво корупције и предност у спорту коју имају развијеније земље у односу на оне неразвијене.

Ради бољег разумевања како функционише савремени спорт и које место у систему спорта може заузети друштвено одговорно понашање спортских организација, најпре је потребно објаснити основне функције спортске организације.

Спортске организације у својој организационој шеми имају неколико структура које чине посебне организационе јединице. Спортске организације почивају на јединственим функцијама, као што су спортске и пословне.[10]

Спортске функције су:

- тренинг,
- такмичење,
- селекција,
- стручни рад.

Пословне функције су:

- маркетинг,
- други бизниси,
- објекти,
- информатика,
- односи са јавношћу.

Сматрамо да би овој класификацији требало додати и друштвено одговорне активности.

Спортске, а посебно пословне, функције спортске организације се могу прилагодити стандардима друштвено одговорног понашања. Тако се, на пример, тренинзи могу организовати у камповима за избеглице, домовима за децу без родитељског старања и слично. Корист би тако била обострана, спортске организације би помагале установе које се баве угроженим категоријама становништва, а с друге стране би имале велику корист, нпр. долажење до популације коју могу користити у процесу спортске селекције.

#### **4. УНУТРАШЊА ДИМЕНЗИЈА ДРУШТВЕНЕ ОДГОВОРНОСТИ СПОРТСКИХ ОРГАНИЗАЦИЈА**

Спортске организације представљају интегрални део друштва у коме се налазе и захваљујући томе брзо усвајају концепт CSR. Разликујемо унутрашњу и спољашњу димензију друштвене одговорности, при чему је свака од њих одређена основним показатељима друштвене одговорности који важе у односима који су заступљени унутар организације (унутрашњи) и у односу организације према окружењу у коме се налази (спољашњи).

#### 4.1 ЗДРАВЉЕ И БЕЗБЕДНОСТ

Иако је заштита здравља и безбедност запослених на раду област која је у највећој мери регулисана искључиво законским и правним актима које доноси држава, организације, невладине организације и различита гранска удружења константно покушавају да пронађу неке додатне начине како би се обезбеђивање заштите здравља и безбедности на раду повећало. Здравље и безбедност на раду су од суштинског значаја за сваку спортску организацију. Члан 19 Закона о спорту предвиђа да „у спортском такмичењу може учествовати спортиста, односно спортски стручњак, коме је у периоду од шест месеци пре одржавања спортског такмичења утврђена општа здравствена способност за обављање спортских активности, односно делатности.“ Члан 32 Закона о спорту је предвидео да „спортски инспектор може привремено забранити обављање одређене спортске активности, односно делатности, ако на основу извештаја стручног спортског надзорника о извршеном стручном надзору утврди да су недостаци у раду такве природе да могу изазвати последице по безбедност и здравље спортиста, као и других учесника у спорту...“ Ово указује да је менаџмент здравља и безбедности од посебног значаја за спортске организације.

#### 4.2 МЕНАЏМЕНТ ЉУДСКИХ РЕСУРСА

Један од највећих изазова који се поставља пред организацију јесте како привући, а потом и задржати, адекватан и компетентан кадар.

Члан 27 Закона о спорту указује на то ко може да се бави одређеним спортским функцијама, односно, које услове мора да испуни да би добио дозволу за рад предвиђену спортским правилима надлежног националног спортског савеза или правилима надлежног међународног спортског савеза. Посебна пажња и посебни услови неопходни су за рад са децом. Стручно-васпитни рад са децом могу обављати само спортски стручњаци који имају одговарајуће више или високо образовање у области физичког васпитања и спорта или су, поред основне стручне оспособљености, и посебно стручно оспособљени за стручни рад са децом. Под децом се сматрају лица која имају мање од 16 година живота. На овај начин је законодавац предвидео ко може да ради у спорту и какве услове мора да испуњава.

#### 4.3 МЕНАЏМЕНТ ЖИВОТНЕ СРЕДИНЕ

Један од битних предуслова за бављење спортом јесте здрава и еколошки очувана средина. Везано за спортске догађаје ово је постало актуелно, посебно након бурног реаговања јавности због угрожавања природне средине ради одржавања зимских Олимпијских игара у Албервилу 1992. године.

Спортски догађаји могу угрозити земљиште, воду, ваздух.

До угрожавања земљишта може доћи услед:

- измене конфигурације земљишта (ради обезбеђивања одговарајућих површина за поједине активности),
- коришћења средстава за уништење корова,
- покривања веће површине земљишта вештачким материјалом.

До угрожавања воде може доћи:

- непосредним загађењем (отпадне воде, бацање отпадака),
- коришћењем различитих хемијских средстава за одржавање површина,
- употребом пловила која у воду испуштају погонско гориво.

До загађења ваздуха долази:

- испуштањем у атмосферу разних производа сагоревања из топлана, електрана итд.
- због возила опремљених моторима са унутрашњим сагоревањем.

Својим деловањем на екосистеме човек значајно мења природну околину, не само на локалном, већ и на глобалном нивоу. Уништавање вегетације и самим тим и фауне, којој је она служила као станиште, доводи до последица које се врло тешко могу исправити. Уништавање вегетације да би се „крчио“ простор, уношење нових биљних врста, које не погодују локалним облицима живота, како би се уредили простори за бављење физичким активностима, такође се могу убрајати у чиниоце еколошке деградације.

До сада набројани негативни ефекти бављења физичким активностима на природно окружење могу довести до погрешног закључка да физичке активности не би требало изводити у природној околини. Међутим, претварањем градских пустара, па чак и градских сметлишта, у површине за спорт и рекреацију (примери се могу наћи у градовима широм Европе и света), непосредно дејствује у смеру побољшања животне средине, тј. показују друштвену одговорност спортских организација.

#### 4.4 МЕНАЏМЕНТ РИЗИКА И ПРОМЕНА

Успостављање адекватног система менаџмента ризиком је један од најчешћих разлога примене концепта друштвене одговорности. Често трошак који организације сnose за неки догађај који је негативан, више пута превазилази трошкове позитивног догађаја, што нас наводи да закључимо да се кроз адекватан менаџмент ризиком остварују највеће финансијске користи од примене читавог концепта друштвене одговорности. Менаџмент ризиком обухвата један веома широк појам. Ту можемо идентификовати било какве кризне ситуације. Суштина концепта менаџмента ризиком јесте идентификација свих могућих ризика, вршење њихове провере и развијање стратегија за њихово елиминисање, или, ако у том случају то није опција, развити план како и на који начин је најбоље ублажити негативне ефекте који могу настати. Значај ове области препознала је и међународна организација за стандардизацију и иницијала развој посебног стандарда који се бави овом облашћу, а то је стандард ISO 31000, који се развијао паралелно са стандардом за друштвену одговорност - ISO 26000. Што се тиче промена, треба напоменути да је у последњих неколико година, што у Европи, што у свету, у току велики број организационих промена, што изазива забринутост радника и интересних страна. Реконструисање на друштвено одговоран начин подразумева одржавање равнотеже и вођење рачуна о интересима и бригама оних који су највише захваћени овим променама.[11]

#### 5. СПОЉАШЊА ДИМЕНЗИЈА ДРУШТВЕНЕ ОДГОВОРНОСТИ СПОРТСКИХ ОРГАНИЗАЦИЈА

##### 5.1 ОДНОСИ СА ИСПОРУЧИОЦИМА И КОРИСНИЦИМА

Као део свог програма друштвене одговорности, од организација се очекује да својим корисницима дају могућност да дођу до жељених производа и услуга на ефикасан, али и прихватљив, начин, што у етичком смислу, што у економском смислу. Да би повећала свој профит организација ради на успостављању дугорочних веза са корисницима. Значајан пример друштвено одговорног понашања организација јесте примена принципа „пројектовање за свакога“, чији је задатак да обезбеди да су сви производи и услуге доступни и погодни за коришћење већем броју људи.[11] Тако, на пример, Закон о спорту (Члан 40) одређује висину месечне чланарине која „не може бити за малолетне спортисте већа од једне десетине просечне зараде на нивоу Републике Србије утврђене од стране републичког органа надлежног за послове статистике за претходну буџетску годину“. На тај начин држава покушава да обезбеди да „свако има право да се бави спортом“.

##### 5.2 ОДНОСИ СА ЛОКАЛНОМ ЗАЈЕДНИЦОМ

Повезаност спорта и локалне заједнице можемо посматрати кроз Закон о локалној самоуправи који каже да се општина, преко својих органа стара о задовољавању потреба грађана у области спорта и физичке културе.

Спорт има важну улогу у друштву, па његов развој мора бити подржан на свим нивоима друштва, укључујући и локалне заједнице. Исто тако, спорт мора да доприноси развоју локалне заједнице.

##### 5.3 ЉУДСКА ПРАВА

Спорт може бити пример као делатност која је допринела развоју толеранције у друштву. „Сви играју по истим правилима“, сви су једнаки у спорту. Бављење спортом мора бити „хумано, слободно и добровољно, здраво и безбедно, у складу са природном средином и друштвеним окружењем, фер, толерантно, етички прихватљиво, одговорно, независно од злоупотреба и циљева који су супротни спортском духу, али и доступно свим грађанима под једнаким условима, без обзира на узраст, ниво физичких способности, степен евентуалне инвалидности, пол и друго лично својство“ (Закон о спорту, Члан 4).

##### 5.4 ГЛОБАЛНА БРИГА О ПРОБЛЕМИМА ЗАШТИТЕ ЖИВОТНЕ СРЕДИНЕ

Велика спортска такмичења су пример када долази до кохезије локалне заједнице и еколошких покрета на глобалном нивоу. Тако су се локално становништво и еколози снажно борили против организовања Олимпијских игара 1994. године у Лилехамеру (Норвешка). Игре су тамо ипак одржане, али представљају значајну тачку од када се планирање значајно

усмерава ка смањењу негативних ефеката на животну средину од стране највећег спортског догађаја. У случају Лилехамера [12] израђено је више од двадесет пројеката везаних за животну средину, укључујући промену локације велике дворане за клизање како би се избегло узнемиравање птица. Комплетан моторни саобраћај је уклоњен из области одржавања игара, а примењен је и програм рециклаже, попут коришћења скроба (од кромпира) уместо папира за посуђе које се касније користило за храњење свиња. Организатори Олимпијских игара су такође водили рачуна о могућности коришћења тих спортских објеката након завршетка игара, које се сировине користе за изградњу зграда и како ће зграде бити уклопљене у околни пејсаж. Током трајања игара у свим затвореним објектима није било дозвољено пушење, приватним возилима није био дозвољен приступ 60 км од Лилехамера, у периоду од 6 часова ујутру до 9 часова увече. Ова тзв. Зелена олимпијада је показала да ће најзначајнија спортска организација – Међународни олимпијски комитет, велику пажњу у будућности поклањати еколошким проблемима.

## ISO 26000 И СПОРТСКЕ ОРГАНИЗАЦИЈЕ У СРБИЈИ

У намери да се испита да ли спортске организације у Републици Србији поседују сертификат којим се потврђује да је систем друштвене одговорности организација који је успоставила и примењује у сагласности са стандардом за системе друштвене одговорности организација ISO 26000, истраживана је његова примена у 18 спортских савеза са територије Републике Србије. Истраживањем су обухваћени национални спортски савези који су препознати од стране Министарства омладине и спорта Републике Србије.

Анкетирајући менаџмент савеза, коришћена су питања која се односе на кључне теме друштвене одговорности из стандарда ISO 26000:

- 1) управљање организацијом,
- 2) људска права,
- 3) радна пракса,
- 4) животна средина,
- 5) „фер“ пословна пракса,
- 6) питања која се тичу потрошача,
- 7) укључивање у заједницу и њен развој.

Истраживање је показало да ниједан национални спортски савез (100%) нема сертификат о примени стандарда ISO 26000, или било ког другог ISO стандарда.

Међутим, 61,11% националних спортских савеза је упознато са садржајем стандарда ISO 26000 и ово можемо сматрати охрабрујућим за његову будућу примену.

Поштовање људских права представља кључни фактор у привлачењу нових људских ресурса. Запослени ће пре изабрати организацију у којој је поштовање права радника, али и људских права, изражено у поређењу са оним другима. У спортским организацијама концепт друштвене одговорности треба да привуче навијаче – публику, спонзоре, донаторе, ширу јавност. Колико се пажње обраћа на људска права у спортским организацијама добро илуструје чињеница да 72,22% анкетираних спортских организација има постојање квота ангажованости мање заступљеног пола, а две трећине (66,7%) анкетираних спортиста, спортских судија и тренера то подржава.

Применом концепта друштвене одговорности у сфери радне праксе организације остварује се могућност смањења садашњих и будућих трошкова, јачање конкурентности и положаја на тржишту, што може резултирати већим приходом. Сви анкетирани национални спортски савези (100%) сматрају да се у свом раду понашају етично.

Последњих година заштита животне средине је постала значајна тема за разматрање и све више се апелује на организације да ускладе своје пословање са окружењем у коме послују. У прошлости је био примењиван погрешан принцип, по коме се искључиво гледало да дође до прогреса у друштву, занемарујући потенцијалне последице које могу произаћи из тих активности. Подизање свести, притисак јавног мњења, развијање концепта одрживог развоја, довели су до тога да организације у великој мери промене своје ставове и концепте везано за очување животне средине. Спортске организације, кроз организовање спортских догађаја, изградњу објеката за тренинг и такмичење, значајно утичу на животну средину. Охрабрујуће је да 66,67% националних спортских савеза учествује у програмима очувања животне средине.

Друштвена одговорност је један од кључних фактора који одређује приступ капиталу. У данашње време, приликом инвестирања у неку компанију, инвеститор све више води рачуна о друштвено одговорним факторима. Сходно томе, данас велики број компанија и спортских организација усклађује своје пословање у складу са начелима друштвене

одговорности и „фер“ пословном праксом. Међутим, показало се да скоро све анкетирание спортске организације верују да је лажирање спортских резултата присутно у савременом спорту (94,44%), али је охрабрујуће да ниједна спортска организација (100%) не би изнела информације које нису засноване на чињеницама како би тиме допринела популарности спорта.

Жеља за разумевањем понашања потрошача у спорту је у центру пажње спортских организација јер је њихово пословање везано за сатисфакцију потрошача. У поређењу са прошлим временима, емоционална и естетска вредност спортског производа има данас предност у односу на когнитиву. Уколико спортска организација жели да буде конкурентна на спортском тржишту мора се понашати друштвено одговорно. Безбедност публике на спортским догађајима је високо валоризована тема спортских организација и скоро све сматрају да воде рачуна о безбедности публике на спортском догађају (94,44%).

Гледано дугорочно, укључивање у заједницу и подстицање њеног развоја, кроз разне активности, нпр. едукацију, представљају пресудан фактор за развој спортске организације. Пословне могућности организације могу постати ограничене уколико се не успостави адекватан однос са локалном заједницом. Спортске организације доприносе образовним иницијативама и учествују у школским програмима (61,12%), учествују у добротворним акцијама и прикупљању средстава за угрожене (77,78%).

## 7. ЗАКЉУЧАК

Организације су данас под све већим притиском да покажу приврженост примени стандарда везаних за друштвену одговорност и да активно учествују у активностима везаним за животну средину. Основна идеја концепта друштвене одговорности је та да организација не сме да гледа искључиво на профит, као главни и једини циљ ка коме је усмерена, већ је потребно и да обрати пажњу како и на који начин спроводи своје пословне активности, и како то утиче на окружење у коме послује.

Треба прихвати чињеницу да је данас много више него раније бизнис саставни део живота и да заузима значајно место у друштву. Међутим, јавност и даље има низак ниво свести и схватања бизниса изван профита, јер у свести грађана још увек не постоји јасна разлика између друштвено одговорних пракси и поштовања законских прописа. Сходно томе од великог је значаја да организације воде рачуна о својим пословним политикама и прописима.

Спортске организације имају веома сложен правни оквир за свој рад, на њихов рад утиче велики број законских и подзаконских аката, националних и међународних правила која се непрестано допуњују и дорађују. У том смислу је примена стандарда добродошла у спортске организације јер стварају услове који доприносе бољем поштовању правног оквира.

Треба нагласити да стандард ISO 26000 није обавезујући, већ он треба да служи као књига са упутствима и смерницама која ће организацијама да олакша организовање активности и управљање у односу на друштвену одговорност.

## ЛИТЕРАТУРА

- [1] Mihajlović, V., Mihajlović, M. (2018). Organizational structure of sport. *International May Conference on Strategic Management*, University of Belgrade, Technical Faculty in Bor, Department of Engineering Management, Book of Proceedings, Volume XIV, Issue (2). Pp. 289-295.
- [2] Раич, А. (1999). *Спортски менаџмент*. Београд: Спортска академија.
- [3] Ђурђић, Р. (2016). Спорт и идеологија. *Социолошка луча*, X. Стр. 50-62.
- [4] Михајловић, М. (2013). *Спортске организације и спортски догађаји*. Београд: Спортски савез Србије.
- [5] Dean, D. H. (2003). Associating the cooperation with a charitable even through sponsorship: Measuring the effects on corporate-community relations. *Journal of Advertising*. Pp. 77-88.
- [6] World Health Organization. (2003). *Health and Development through Physical Activity and Sport*. Geneva: WHO.
- [7] Walters, G., Tacon, R. (2010). Corporate social responsibility in sport: stakeholder management in the UK football industry. *Journal of Management & Organization*. Pp. 566-586.
- [8] Godfrey, P. C. (2009). Corporate Social Responsibility in Sport: An Overview and Key Issues, Brigham Young University. *Journal of Sport Management*. Pp. 698-716.
- [9] Levermore, R. (2010). CSR for Development Through Sport: examining its potential and limitations. *Third World Quarterly*. Pp. 223–241.
- [10] Томић, М. (2001). *Маркетинг у спорту – Тржиште и спортски производи*. АП А-Z book.
- [11] Ђурић, М., Филиповић, Ј. (2008). *The dimensions of corporateSocial responsibility. XI International Conference SymOrg 2008: Management and Social Responsibility, Serbia*.
- [12] Maslova, N. (2010). *Green Olympics: Intentions and Reality*. M.S. thesis. Stockholm: Royal Institute of Technology.

Датум пријема рада: 04.04.2019.

Датум прихватања рада: 15.04.2019.