

Kako australijska vlada pomaže građevinskoj industriji da postane društveno odgovorna

UDK: 35.072.2(94) ; 347.72.032(94) ; 005.35:69(94)

Sonja Petrović-Lazarević

Violet Lazarević

Univerzitet Monash

Australija

Sve zemlje sveta danas čine napore da svedu negativne efekte ekonomске krize na najmanju meru. Izgleda da je Australija najmanje pogodena ovom krizom. To je možda i zato što australijska vlada pruža veliku podršku građevinskoj industriji (BCI), koja je glavni nosilac njenog ekonomskog razvoja. U ovom radu ističemo aktivnosti koje je australijska vlada preduzela da održi visoku produktivnost građevinske industrije, podržavajući održivi razvoj i korporativnu društvenu odgovornost (CSR). Ovakva podrška može organizacijama da doneše velike koristi. Ove aktivnosti predstavljaju okvir u kome industrijske organizacije i druge vlade mogu da određuju smernice svojih CSR inicijativa.

1. Uvod

Sve zemlje u svetu danas pokušavaju da nađu način da svedu negativne efekte globalne ekonomске krize na najmanju meru. Veliki broj vlada preduzima korake da pomognu bankarskom sistemu i granama industrije značajnim za ekonomski razvoj da započnu proces izlaska iz ekonomskih nedaća. Iako zemlje u razvoju u većoj meri osećaju teret ekonomске krize nego razvijene zemlje, izgleda da je privreda Australije najmanje ugrožena ekonomskom krizom od svih razvijenih zemalja. Jedan od razloga je svakako i to što australijska vlada podržava privredne grane koje u najvećoj meri doprinose ekonomskom rastu zemlje. Ova podrška ima različite oblike, od uvođenja i primene nekih zakonskih mera, do finansijskih paketa. Građevinska industija je privredna grana kojoj vlada Australije pruža značajnu podršku.

Građevinska industija utiče na ekonomski rast svake zemlje iz tri razloga. Prvo, ova industrijia značajno doprinosi rastu bruto društvenog proizvoda (Hillebrandt, 1985). Drugo, u procesu stvaranja proizvoda i usluga ona sarađuje sa drugim granama industrije tako što, kad nastane potreba da se ubrza ekonomski rast, vlade obično preduzimaju mere kojima se neposredno povećava konkurentna prednost građevinske industrije, a time posredno i efikasnost i efektivnost ostalih privrednih delatnosti. Treće, građevinska industija uglavnom zapošljava nekvalifikovane i polukvalifikovane radnika i na taj način utiče na stopu zaposlenosti (Petrović-Lazarević, 2002).

Jedan od izvora kompetitivne prednosti danas jeste i društvena odgovornost (Rex i Baumann, 2007). Ona

omogućava da neke organizacije privuku više potrošača nego druge (Luo i Bhattacharya, 2006) time što deluju etički pozitivno i vode računa o okruženju (Podnar i Golob, 2007).

U ovom radu ukazujemo na to koje aktivnosti je australijska vlada preduzela da bi održala visoku produktivnost građevinske industrije sa stanovišta podržavanja korporativne društvene odgovornosti. Stoga je ovaj rad zamišljen na sledeći način: posle pregleda literature, predstavljena je analiza aktivnosti koja je vlada Australije preduzela u smislu podrške korporativnoj društvenoj odgovornosti. Na kraju rada donosimo završne primedbe i preporuke u vezi sa pravcima budućih istraživanja.

2. Pregled literature

2.1 Korporativna društvena odgovornost

Korporativna društvena odgovornost postaje sve značajniji predmet proučavanja zbog sve veće važnosti u podsticanju društveno odgovornog ponašanja (Blumenthal i Bergstrom, 2002). Organizacije sve više primenuju strategije i aktivnosti iz oblasti korporativne društvene odgovornosti da bi ostvarile veću vrednost za organizaciju i da bi opstale na tržištu (Nalewaik i Venters, 2008; Orlitzky i dr., 2003; Walsh i dr., 2003).

Crowther (2000) definiše korporacije kao neksus ugovora, što znači da, da bi organizacije opstale, moraju da sarađuju sa mnogim grupama ljudi – različitim stejkholderima (zainteresovanim stranama). Organizacije opslužuju i rade sa ovim stejkholderima, a sve veća svest o negativnim efektima koje neke firme

imaju na društvo čini da značaj društvene odgovornoosti bude sve kritičniji.

Konkurentnost u uslovima globalizacije predstavlja sve veći izazov za organizacije, stoga one neprestano traže načine da istaknu svoje poslovanje i da se svojim kvalitetom izdvoje od konkurenčije (Middlemiss, 2002). Korporativna društvena odgovornost i kvalitet s kojim se ostvaruje u očima potrošača može da bude veoma značajna odrednica koja kompaniju izdvaja u tom smislu. Kada određuju vrednost organizacije, potrošači sve više obraćaju pažnju na ugled, transparentnost i brigu koju organizacija pokazuje za životnu sredinu.

Do sada je društveno okruženje u kome organizacija posluje bilo u velikoj meri zapostavljeno u istraživanjima (Hart, 1995). Sada se svi slažu da društveno okruženje može u značajnoj meri da utiče na izbor poslovne strategije i da joj treba posvetiti pažnju (Langerak, 1998). Organizacije se u svom poslovanju oslanjaju na svoje okruženje, stoga i treba da investiraju u taj odnos sa okruženjem, a korporativna društvena odgovornost može da predstavlja način da se to postigne (Kitchin, 2003). Korporativna društvena odgovornost pokazuje radnom okruženju organizacije da je organizacija posvećena ciljevima značajnim za njene stejkholdere. Ovo jeste značajno zatao što se time pokazuje stejkholderima i društvu, koji i čine društveno okruženje, da organizacija želi da sarađuje sa njima i da im donese korist.

Korporativna društvena odgovornost često se primenjuje zato što se veruje da je to u najboljem interesu firme (Waddock i Smith, 2000). Pokazalo se da korporativna društvena odgovornost dovodi do pozitivnih ishoda kao što je konkurentska prednost i bolji učinak na tržištu akcija (Waddock i Smith, 2000). Korporativna društvena odgovornost se sve više posmatra kao značajan strateški alat u nadmetanju na globalnom tržištu (Oyewole, 2001). Johri i Sahasakmontri (1998) tvrde da korporativna društvena odgovornost znači primenu pristupa kojima se smanjuje količina upotrebljenih resursa, maksimizuje efikasnost, a negativni uticaji na okruženje svode na najmanju meru, i to u svim fazama lanca vrednosti. Stoga se može reći da korporativna društvena odgovornost ima uticaja kada se razmatra strategija i treba je obuhvatiti strateškim odlukama organizacije.

Preduzimanje društveno odgovornih aktivnosti može da bude izvor konkurentske prednosti za firme, posebno ako njihova konkurenčija ne pokazuje korporativnu društvenu odgovornost ili je ne sprovodi na za-

dovoljavajući način (Rex i Baumann, 2007). Time organizacija dobija mogućnost da se istakne u odnosu na konkurenčiju time što pokazuje korporativnu društvenu odgovornost (Morris, 1997; Russo i Fouts, 1997). Podnar i Golob (2007) zaključuju da poštovanje etičkih principa i korporativne društvene odgovornosti može da ima za posledicu konkurentsку prednost pošto potrošači pozitivno reaguju na ovakve inicijative. Potrošači više cene društveno odgovorne kompanije i radije se okreću ovakvim kompanijama nego onima koje se tako ne ponašaju (Podnar i Golob, 2007). Pored toga, zadovoljstvo potrošača je veće kod kompanija koje primenjuju inicijative iz oblasti korporativne društvene odgovornosti (Luo i Bhattacharya, 2006).

Korporativna društvena odgovornost koju kompanija pokazuje posmatra se kao aktivnosti kompanije u pravcu stvaranja boljeg okruženja u kome će poslovati u budućnosti (Middlemiss, 2002). To stejkholderima pokazuje da je kompanija i dalje posvećena njihovim interesima i da je spremna da ostvaruje dugoročnu korist za njih, i sada i u buduće. Stoga primena korporativne društvene odgovornosti pokazuje potrošačima da je spremna da se bavi pitanjima koja su od njihovog interesa.

Bowen (1953) definiše korporativnu društvenu odgovornost kao dug koju organizacija ima prema društvu, dužnost da se ponaša na način koji je u skladu sa ciljevima i idealima društva kao celine. To obuhvata bilo koju aktivnost koju firma sprovodi da bi negativne efekte na društvo svela na najmanju meru ili da bi ostvarila društveno povoljne ishode (Maignan, 2001). Korporativna društvena odgovornost organizaciji obično ne donosi kratkoročne profite, a potencijalne dugoročne koristi je teško predvideti i meriti, tako da su mnoge firme skeptične u pogledu aktivnosti iz oblasti korporativne društvene odgovornosti (Kitchin, 2003). Korporativna društvena odgovornost predstavlja i napor da se spreči šteta po stejkholdere koja može da proistekne iz organizacionih aktivnosti usmernih na ostvarivanje koristi za njih (Mohr, Webb i Harris, 2001).

Carrol (1991) tvrdi da se korporativna društvena odgovornost odnosi na odgovornost korporacija u četiri dimenzije: ekonomskoj, pravnoj, etičkoj i diskrecionoj. Ekonomска dimenzija označava odgovornost kompanije da bude profitabilna i da ostvari povraćaj za njene stejkholdere. Pravna dimenzija odražava odgovornost organizacije da se ponaša po zakonskim normama i propisima. Etička dimenzija se odnosi na

razvijanje kodeksa etike, etičkih normi i vrednosti kao što je poštenje, posebno u odnosima sa potrošačima i sa zaposlenima. Diskreciona odgovornost obuhvata svaki voljni ili filantropski postupak organizacije kojim se ostvaruje dobrobit za društvo.

Prema Petrović-Lazarević (2008), korporativna društvena odgovornost predstavlja skup principa koje organizacija utvrđuje da bi ispunila društvena očekivanja u vezi sa odgovarajućim poslovnim ponašanjem i postigne najbolju praksu putem društvene koristi i održive konkurenčke prednosti. Prema tome, korporativna društvena odgovornost jedne organizacije može da se ocenjuje tako što će se analizirati sledeće aktivnosti:

1. Moralna obaveza kompanije da bude *dobar građanin* i čini *prave stvari*.
2. Održivost i zadovoljavanje potreba u sadašnjosti ne dovodeći u pitanje mogućnosti budućih generacija da zadovolje svoje sopstvene potrebe
3. Ugled kojim se opravdavaju inicijative iz oblasti korporativne društvene odgovornosti za poboljšanje slike kompanije
4. Spoljni aspekti koji se odnose na odnose sa dobavljačima i posvećenost zaštiti i obuhvatu lokalne zajednice
5. Unutrašnji aspekti koji obuhvataju odnose sa zaposlenima i sindikatima
6. Pouzdanost i transparentnost koje uključuju posvećenost kompanije obaveštavanju okruženja o svojoj korporativnoj društvenoj odgovornosti.

Literatura o korporativnoj društvenoj odgovornosti se dugo godina bavila pitanjem da li organizacije imaju dužnosti prema društvu u smislu svog uticaja na društvo ili ne, kao i da li je njihova jedina dužnost da zarađuju novac svojim akcionarima (Capaldi, 2005). Danas ova debata nije toliko značajna zbog pritiska tržišta na organizacije da preuzmu korporativnu društvenu odgovornost i ogorčenja koje društvo pokazuje prema kompanijama kao što su Enron i druge (Capaldi, 2005; Middlemiss, 2002). Društvena tolerancija prema kompanijama koje bi učinile bilo šta samo da ostvare profit, bez obzira štetu koju pritom može da pretrpi društvo, polako se kruni (Kitchin, 2003).

U istraživanjima koja se poslednjih decenija vrše u ovoj oblasti korporativna društvena odgovornost kao koncept doživela je veliku kritiku (Quazi i O'Brien, 2000). Govorili su da je pogrešno definisana (Preston i Post, 1975), da nema empirijsku podršku niti teorijski integritet (DeFillipi, 1982) i da ju je teško objektivno proučavati (Aupperle i dr., 1985).

Uprkos kritikama, korporativna društvena odgovornost je postala široko prihvaćena i primenjena u organizacijama. Dobila je i podršku vlade.

Pošto se građevinska industrija razlikuje od ostalih građevinskih industrija, detaljnije ćemo se pozabaviti njenim karakteristikama, a da bismo razumeli kako i šta vlada čini da joj pomogne da prevaziđe negativne efekte globalne ekonomskе krize.

2.2 Građevinska industrija

Građevinska industrija slovi kao jedna od najstarijih industrija koja može u značajnoj meri da doprinese ekonomskom oporavku zemlje uništene političkim, ekonomskim ili prirodnim katastrofama (Petrović-Lazarević, 2005).

Građevinarstvo se odlikuje specifičnom prirodnom proizvoda, strukturu industrije i organizacijom procesa građenja (Petrović-Lazarević).

Proizvod građevinske industrije je uglavnom velikih dimenzija i skup, lociran u određenoj geografskoj oblasti, i uglavnom ga je teško prenosi. Zgrade i druge građevine obično se grade za zadovoljenje potreba svakog potrošača posebno.

U procesima zasnovanim na projektima obično učestvuju tri grupe ljudi: klijent, projektant i izvođač rada. Svaki projekat obuhvata nekoliko organizacija, podizvođača koje imaju svoje posebne ciljeve i pritise koje podnose. Projektni menadžer je odgovoran za ukupne troškove, vreme i kvalitet preduzetih radova. Građevinske firme obuhvataju velike organizacije koje obično imaju više od 20 zaposlenih i mala ili srednja preduzeće sa manje od 20 zaposlenih. Velike organizacije prerastaju u korporacije čime pokazuju da korporativno upravljanje predstavlja tip primjenjenog menadžmenta (Petrović-Lazarević, 2004).

Pošto je uticaj građevinske industrije na privrednu Australiju značajan, australijska vlada posebnu pažnju posvećuje dobrobiti ove privredne grane. U ovom radu opisacemo šta je vlada učinila do sada.

Šta se radi u Australiji?

Iz definicije korporativne društvene odgovornosti Petrović-Lazarević (2008) sledi da australijska vlada treba da utiče na organizacionu održivost i odnos između poslodavaca i sindikata, dok same organizacije treba da brinu o svom ugledu kojim garantuju da njihove inicijative u korporativnoj društvenoj odgovornosti poboljšavaju sliku o njima, njihovom odnosu sa dobavljačima

i njihovu posvećenost zaštiti i obuhvatu okruženja, i o pouzdanosti i transparentnosti kojom je obuhvaćena njihova volja da obaveštavaju o korporativnoj društvenoj odgovornosti koju primenjuju.

Uticaj na odnose između poslodavaca i sindikata definisan je propisima. Ipak, vlada čini posebne korake da pojača organizacionu održivost. To se posebno odnosi na očuvanje zdrave životne sredine.

Konferencija Ujedinjenih nacija o životnoj sredini i razvoju održana u Rio de Žaneiru 1992. godine smatra se ključnom aktivnošću koja je sprovedena na globalnom planu da bi se obezbedio održivi razvoj (Međunarodni zakon o politici očuvanja životne sredine, 1993). Na konferenciji je ukazano na obavezu zemalja učesnika konferencije da utvrde nacionalnu strategiju održivog razvoja. Zahtev je bio da se integriše „životna sredina i razvoj na odgovajućem nivou politike, planiranja i upravljanja; da se obezbedi efikasan zakonski i regulatorni okvir, da se efikasno primene ekonomski instrumenti, tržišni i drugi instrumenti i da se uspostave sistemi za integriranu pouzdanost okruženja i privrede“ (Međunarodni zakon o politici očuvanja životne sredine, 1993, Agenda 21:199).

Australija pripada nekolicini zemalja čija je vlada razmatrala pitanja životne sredine pre konferencije u Riju. Godine 1989. australijska vlada je inicirala Nacionalnu strategiju za ekonomski održivi razvoj (Houghton, 1998). Cilj ove strategije bio je da se *obezbedi postizanje održivog ekonomskog, društvenog i ekološkog razvoja tako što će se zadovoljiti potrebe u sadašnjosti, ali se neće dovoditi u pitanje mogućnost budućih generacija da zadovoljavaju svoje potrebe* (Houghton, 1998:1).

U Australiji su primjenjeni Novi standardi kvaliteta ISO 9001. Sertifikacija standarda ISO 9001 potvrđuje da su primjenjeni formalizovani poslovni procesi i time su postali marketinški alat. Ipak, Standardi ne obuhvataju pitanja značajna za razvoj ili održavanje i očuvanje zdravog okruženja.

Australiju čine dve nacionalne teritorije i šest država. U ovom radu mi smo se bavili onim što se čini za građevinarstvo uglavnom u Kvinslendu. Razlog što je odabran Kvinslend je taj što smo u ovom slučaju imali neposredan pristup stvarnim izvorima o preduzetim aktivnostima i obavili smo razgovor sa osobom koja je bila najpozvanija da da pravu informaciju ne samo za Kvinslend, već i za čitavu Australiju.

Sa ciljem da zaštiti životnu sredinu, Kvinslend je doneo Zakon o jedinstvenom planiranju (1999). Tako je svaka dozvola za gradnju morala da bude u skladu sa ovim zakonom. Pre Zakona o jedinstvenom planiranju, dozvola za gradnju morala je da bude u skladu i sa još nekoliko zakona koji su se odnosili na građevinarstvo. Na primer, Zakon o standardnoj gradnji zahtevao je da se gradnja projektuje i konstruiše u skladu sa građevinskim i drugim standardima; Zakon o zaštiti životne sredine uredio je da aktivnosti značajne za zaštitu okruženja budu sprovedene tako da se *rizik štete po životnu sredinu* svede na najmanju meru (Zakon o jedinstvenom planiranju, 1999:81). Zakon o jedinstvenom planiranju uveo je neke zajedničke odredbe; odredbe u vezi sa kontrolom gradnje, planiranjem i zaštitom životne sredine postale su sasvim jasne.

Sada dozvole za gradnju izdaju lokalne vlasti. Tako tender za gradnju mora da bude u skladu sa Zakonom o jedinstvenom planiranju. U slučaju malih firmi, opšte je poznato da građevinari prenose odgovornost za zaštitu životne sredine na graditelje. Međutim, u velikim kompanijama postoje i odeljenja za zaštitu okoline koja se staraju da se aktivnosti preduzimaju po pravilima o zaštiti sredine i o tome obaveštavaju javnost.

Kada se radi o javnim radovima koji prelaze sumu od 250,000 dolara, građevinari iz Kvinslenda, Viktorije i Novog Južnog Velsa moraju da zadovolje kriterijume zaštite životne sredine. To čine putem PQC Sertifikata o registraciji (predkvalifikacioni PQC, 2003) PQC sertifikat (P=pretendent; Q=kvalifikacija; C= kriterijum) obuhvata različite sisteme, kao što su Standard o upravljanju životnom sredinom i sistemi koji se odnose na upravljanje kvalitetom. Standard u upravljanju životnom sredinom (ISO 14001EMS) ukazuje na odgovornost prema životnoj sredini. On obuhvata finansijske, tehničke kriterijume i kriterijume koji se odnose na bezbednost i životnu sredinu koji se moraju zadovoljiti i podneti zajedno sa tenderom. On takođe podrazumeva i primenu postupaka za održivi razvoj da bi i buduće generacije mogle da zadovoljavaju svoje potrebe (Peštrović-Lazarević, 2009). Pored toga, kriterijumi o životnoj sredini obuhvataju i zaštitu zdravlja i bezbednost.

Australijski standardi AS/NZS 4804:2001, sistemi upravljanja profesijom, zdravstvenom zaštitom i bezbednošću i AS/NZS/ISO 14001:2004 EMS su tesno povezani. I jedne i druge je uspostavila vlada da bi usmerila organizacije da stvaraju zdravo radno okruženje i time stvore okvire za primenu mera kojima se meri, procenjuje i poboljšava učinak. Oni se, ipak, ne primenjuju na isti način svuda u Australiji. Tako se federalni propisi o

profesiji, zdravstvenoj zaštiti i bezbednosti razlikuju. Oni se moraju popraviti da bi se poboljšao učinak u oblasti profesionalne i zdravstvene zaštite i bezbednosti na radu (Petrović-Lazarević i dr., 2007). Takođe je potrebno poboljšati bezbednost podizvodača i uspostaviti stalnu komunikaciju i saradnju između vlade, građevinske industrije i sindikata, kako na državnom, tako i na saveznom nivou (Cole, 2003). U ovom trenutku postoje velike razlike u zakonodavstvu između saveznih država, a poverenje između uprave u ovoj grani i sindikata u ovoj oblasti je na niskom nivou (Petrović-Lazarević, 2009).

Pored toga, istraživanja su pokazala da je u građevinsku industriju u Australiji potrebno uvesti tripartitnu komunikaciju (vlada, industrija, sindikati). Savezna vlada bi trebalo da da direktive kojima će regulisati nacionalnu politiku za profesiju, zdravstvenu zaštitu i bezbednost za sve države. Privredna delatnost mora da poštuje mere za profesionalnu i zdravstvenu zaštitu i bezbednost na radu, a jasno se definiše da odgovornost za to snose i menadžeri i radnici, kao i za stalno obrazovanje i obuku u oblasti profesionalne i zdravstvene zaštite i bezbednosti na radu. Uloga sindikata bila bi da vodi dijalog sa vladom i sa ovom privrednom granom i razvije detaljne strategije profesije, zdravstvene zaštite i bezbednosti na radu.

U skladu sa konferencijom u Riju 1992. godine Olimpijske igre u Sidneju 2002. godine proglašene su *zelennim igram*. To znači da su građevinske kompanije koje su gradile sportske objekte za Olimpijske igre morale da zadovolje kriterijume upravljanja životnom sredinom. Savet za ekološku gradnju Australije uspostavljen je 2002. godine u cilju *podsticanja usvajanja prakse zelene (ekološke) gradnje ... promocijom programa, tehnologije, projektovanja i operacija zelene gradnje kao i ujedinjenjem inicijativa zelene gradnje u jedan zajednički sistem projektovanja, gradnje i rada u građevinarstvu* (Savet za ekološku gradnju Australije, 2002:1).

Da bi podigla nacionalnu svest o održivosti, australijska vlada je učinila još nešto: proglašila je 2004. godinu Godinom izgradjene životne sredine širom Australije (Izgrađena sredina – kontekst plana i sadržaja, 2004). To je bilo u skladu sa zahtevima konferencije u Riju za uspostavljanjem nacionalne strategije održivog rasta.

Konačno, u cilju održavanja i poboljšanja kvaliteta života putem zaštite prirodnih resursa, podsticanja efikasnosti u korišćenju resursa (Opšte okruženje, 2008) i u cilju sprečavanja bolesti izazvanih faktorom životne sredine, koje se inače mogu sprečiti (Svetska zdravstvena organizacija, 2009), kao što je izloženost fizičkim, hemijskim i biološkim faktorima rizika – uspostavljena je Nacionalna asocijacija za proveru (NATA, 2005). NATA je australijska nacionalna služba za akreditaciju koja *uvažava i unapređuje mogućnosti i načine koji se primeњuju u specifičnim tipovima testiranja, merenja, proveze i kalibriranja* (NATA, 2005:1). Funkcioniše primenom Standarda upravljanja životnom sredinom (EMS), upravljanja kvalitetom, i mera za profesionalnu i zdravstvenu zaštitu i bezbednost na radnom mestu. Ona sprečava korišćenje materijala koji su štetni i za ljude i za životnu sredinu. Na primer, so sumporne kiseline iz zemljišta nema neposredno dejstvo na ljude, ali njen uticaj preko životne sredine i te kako postoji.

Zaključak

Nakon Konferencije Ujedinjenih nacija održane u Rio de Žaneiru, 1999. australijska vlada je učinila značajne korake da stvori okvir u kojem bi australijske građevinske kompanije poslovale na društveno odgovoran način. Pored Zakona o jedinstvenom planiranju donetog 1999. godine, deklaracije o Olimpijskim igram u Sidneju 2003. godine, proglašavanja 2004. godine godinom izgradjene životne sredine širom Australije, PQC Sertifikata o registraciji za javne radove i NATA – izgleda da vlada ima još toga da poradi u smislu propisa o profesionalnoj i zdravstvenoj zaštiti i bezbednosti na radu. Sve ovo ukazuje na čvrstu volju australijske vlade da podrži korporativnu društvenu odgovornost organizacija u građevinarstvu.

Na ovim organizacijama je da dalje investiraju u odnose sa okruženjem putem korporativne društvene odgovornosti kako je to pokazao Kitchin (2003). Prduzimanjem aktivnosti sa društvenom odgovornošću korporacije će imati veće šanse da postignu konkurentnu prednost, čime se dokazuje i tvrdnja koju iznose Rex i Baumann (2007).

Ako australijska građevinska industrija održava i dalje razvija poslovanje, veće su i mogućnosti da se negativni efekti globalne ekonomске krize svedu na najmanju meru.

Dalja istraživanja trebalo bi da se usredsrede na mere uticaja korporativne društvene odgovornosti na poslovne rezultate korporacija u oblasti građevinarstva.

(*Autori ovim putem zahvaljuju g. Frank Ellison-u iz Quality Assurance and Environment, Watpac Construction Australia za pomoć u prikupljanju odgovarajućih informacija i za konstruktivne predloge u vezi sa poboljšanjem ovoga rada.*)

LITERATURA

- [1] Aupperle, K.E., Carroll, A.B., and Hatfield, J.D. (1985) An empirical examination of the relationship between corporate social responsibility and profitability, *Academy of Management Journal*, 28 (2): 446-463.
- [2] Blumenthal, D. and Bergstrom, A.J. (2002) Brand councils that care: Towards the convergence of branding and corporate social responsibility, *Brand Management*, 10 (4): 327-341.
- [3] Bowen, H.R. (1953), *Social Responsibilities of the Businessman*, New York: Harper & Row.
- [4] Built Environment - Curriculum Context (2004), <http://www.det.wa.edu.au/education/cmis/eval/curriculum/pathfinders/ybe/index.htm>; Assesses 19/01/2009.
- [5] Capaldi, N. (2005) Corporate social responsibility and the bottom line, *International Journal of Social Economics*, 32 (5): 408-423.
- [6] Carroll, A.B. (1991) Corporate social performance measurement: A comment on methods for evaluating an elusive construct, in L.E. Post (ed.), *Research in Corporate Social Performance and Policy*, (12): 385-401.
- [7] Cole, R. (2003) Reform of Occupational Health and Safety: Volume 6, *Final Report of the Royal Commission into the Building and Construction Industry*, February, *Construction Safety Alliance* (2003) Analysis of Safety Programs of 16 Large Construction Companies, Online, available at <https://engineering.psu.edu/CSA/publications/FallPotts>; Assessed 17/09/2007.
- [8] Crowther, D. (2000) The dialects of corporate value management', in Arnold, G. and Davis, M. (Eds), *Value Based Management: Context and Application*, Wiley, Chichester: 105-132.
- [9] DeFillipi, R.J. (1982) Conceptual framework and strategies for corporate social involvement research, in L.E. Preston (ed.), *Research in Corporate Social Performance and Policy*, JAI Press, Greenwich, Connecticut, No. 4.
- [10] General Environment (2008) http://ec.europa.eu/dgs/environment/index_en.htm; Assessed 19/01/2009.
- [11] Hart, S. (1995) A natural resource based view of the firm, *Academy of Management Review*, 20 (4): 986-1014.
- [12] Green Building Council Australia (2002), <http://www.gbca.org.au>; Assessed 19/01/2009.
- [13] Hillebrandt, P.M. (1985) *Economic Theory and the Construction Industry*, Macmillan, Hounds mills.
- [14] Houghton, N. (1998) *Ecologically Sustainable Development: indicators and decision processes, Research Report No.319.63*, ARRB Transport Research Ltd, Vermont, Australia.
- [15] Integrated Planning Act (1999) <http://www.dip.qld.gov.au/ipa>; Assessed 18/01/2009.
- [16] International Environmental Law and Policy Series (1993) The Earth Summit: the United Nations Conference on Environment and Development, Graham & Trotman/Martinus Nijhoff, London.
- [17] Johri, L.M., and Sahasakmontri, K. (1998) Green marketing of cosmetics and toiletries in Thailand, *Journal of Consumer Marketing*, 15 (3): 265-282.
- [18] Kitchin, T. (2003) Corporate social responsibility: A brand explanation, *Brand Management*, 10 (4-5): 312-326.
- [19] Langerak, F. (1998) Exploratory results on the antecedents and consequences of green marketing, *Journal of Market Research Society*, 40 (4): 323-333.
- [20] Luo, X. and Bhattacharya, C.B. (2006) Corporate social responsibility, customer satisfaction and market value, *Journal of Marketing*, 70 (3): 1-18.
- [21] Maignan, I. (2001) Consumers' perception of corporate social responsibilities: A cross-cultural comparison, *Journal of Business Ethics*, 30 (1): 57-72.
- [22] Middlemiss, N. (2002) Authentic not cosmetic: CSR as brand enhancement, *Brand Management*, 10 (4-5): 353-361.

- [23] Mohr, L.A., Webb, D.J., and Harris, K.E. (2001) Do consumers expect companies to be socially responsible? The impact of corporate social responsibility on buying behaviour, *Journal of Consumer Affairs*, 35 (1): 45-73.
- [24] Morris, S.A. (1997) Environmental pollution and competitive advantage: an exploratory study of U.S. industrial goods manufacturers, *Academy of Management Proceedings*: 411-415.
- [25] Nalewaik, A. and Venters, V. (2008) Costs and benefits of building green, *AACE International Transactions*, DEV.02: 1-9.
- [26] NATA (2005) <http://www.nata.asn.au>; Assessed 19/01/2009.
- [27] Orlitzky, M., Schmidt, F.L., and Rynes, S.L. (2003) Corporate social and financial performance, *Organization Studies*, 24 (3): 403-441.
- [28] Oyewole, P. (2001), Social costs of environmental justice associated with the practice of green marketing, *Journal of Business Ethics*, 29 (1): 239-251.
- [29] Petrovic-Lazarevic, S. (2009) Good Corporate Citizenship in the Australian Construction Industry, *Corporate Governance* (forthcoming)
- [30] Petrovic-Lazarevic, S. (2008) The Development of Corporate Social Responsibility in the Australian Construction Industry, *Construction Management and Economics*, 26(2): 93-101.
- [31] Petrovic-Lazarevic, S. (2005) Governance and global effectiveness of the Serbian economy, *European Business Review*, 17(2): 133-143.
- [32] Petrovic-Lazarevic, S. (2004) Corporate Governance in the Building and Construction Industry in Callender, G, Jamieson D, Williams C. (eds.) *Governance by Accident or Design*, Vine Yard Publications Perth, 115-124.
- [33] Petrovic-Lazarevic, S. (2003) *Change of Governance as a Key Factor of Adding Value to Serbian Economy*, GBATA 2003, International Conference: Challenging the Frontiers in Global Business and Technology: Implementation of Changes in Values, Strategy and Policy, CD Rom, pp. 1418-1427.
- [34] Petrovic-Lazarevic, S. (2002) *Challenges of Leadership in Yugoslav Building and Construction Industry*, International Conference of the Global Business and Technology Association, Rome, in N. Delener, C. Chao (eds) *Beyond Boundaries*, 940-946.
- [35] Petrovic-Lazarevic, S., Perry, M. and Rajan, R. (2007) Improving Occupational Health and Safety Measures in the Australian Construction Industry, *Zagreb International Review of Economics & Business*, 10(1): 17-34.
- [36] Podnar, K. and Golob, U. (2007) CSR expectations: the focus of corporate marketing, *Corporate Communications: An International Journal*, 12 (4): 326-340.
- [37] Prequalification PQC(2003)
- [38] <http://www.publicworks.qld.gov.au/services/prequal.cfm>; Assessed 19/01/2009.
- [39] Preston, L.E. and Post, J.E. (1975) *Private Management and Policy*, Prentice-Hall, Englewood Cliffs.
- [40] Quazi, A.M. and O'Brien, D. (2000) An empirical test of a cross-national model of corporate social responsibility, *Journal of Business Ethics*, 25 (1): 33-51.
- [41] Rex, E. and Baumaann, H. (2007) Beyond eco-labels: what green marketing can learn from conventional marketing, *Journal of Cleaner Production*, 15 (6): 567-576.
- [42] Russo, M.V. and Fouts, P.A. (1997) A resource-based perspective on corporate environmental performance and profitability, *Academy of Management Journal*, 40 (3): 534-559.
- [43] Waddock, S., and Smith, N. (2000) Corporate social responsibility audits: Doing well by doing good, *Sloan Management Review*, 41 (2): 75-83.
- [44] Walsh, J.P., Weber, K., and Margolis, J.D. (2003) Social issues and management: Our lost cause found, *Journal of Management*, 29 (6): 859-881.
- [45] World Health Organization (2009) <http://www.who.int/phe/en>; Assessed 19/01/2009.