

Uticaj korporativne društvene odgovornosti na održivo poslovanje

The impact of corporate social responsibility on sustainable business

Dragana Trifunović^{1}, Goran Lalić², Mirjana Tankosić³*

^{1,2}Univerzitet Privredna akademija u Novom Sadu, Fakultet društvenih nauka, Beograd, Srbija /
University Business Academy in Novi Sad, Faculty of Social Sciences, Belgrade, Serbia

³Visoki tehnološki koledž, ženski kampus Fujairah, Fakultet primijenjenih medija, UAE /
Higher Colleges of Technology, Fujairah Women's Campus, Faculty of Applied Media, UAE

*Autor za prepisku / Corresponding author

Rad primljen / Received: 10.01.2023, Rad prihvaćen / Accepted: 27.02.2023.

Sažetak: Ovaj rad istražuje odnos između korporativne društvene odgovornosti (KDO) i održive poslovne prakse. Biće prikazan uticaj KDO na finansijski učinak i reputaciju kompanije, kao i njihov uticaj na životnu sredinu, društvo i ukupnu održivost poslovanja. U radu se prvo daje pregled relevantne literature o ovoj temi. Nakon toga sledi prikaz rezultata sprovedenog istraživanja, koji su obrađeni statističkim metodama i prate dinamiku kretanja analiziranih parametara u poslednjih osam godina, u periodu od 2015 do 2022. godine. Rezultati pokazuju da kompanije koje daju prioritet aktivnostima društveno odgovornog poslovanja, kao što je briga o zaposlenima, ulaganja u društvene inovacije i sigurne proizvode, briga i procenat uticaja na okruženje, kao i donacije zajednici, imaju tendenciju pozitivnog uticaja na njihov finansijski učinak i reputaciju. Pored toga, veća je verovatnoća da će potrošači, investitori i drugi akteri smatrati ove kompanije odgovornim i pouzdanim, što može dovesti do povećane lojalnosti i prepoznatljivosti brenda. Rezultati sugerišu da bi društveno odgovorno poslovanje trebalo da bude sastavni deo poslovne strategije kompanije ako imaju za cilj da postanu održivi i ostanu konkurentni u današnjem poslovnom okruženju koje se brzo menja.

Ključne reči: korporativna društvena odgovornost, održivo poslovanje, zaštita životne sredine, odnosi s javnošću, konkurentnost.

Abstract: This paper explores the relationship between corporate social responsibility (CSR) and sustainable business practices. It will present the impact of CSR on a company's financial performance and reputation, as well as its influence on the environment, society, and overall business sustainability. The paper first provides an overview of relevant literature on this topic. This is followed by a presentation of the results of the conducted study, which were analyzed using statistical methods and tracked the dynamics of the analyzed parameters over the past eight years, from 2015 to 2022. The results show that companies that prioritize socially responsible business activities, such as caring for employees, investing in social innovations and safe products, minimizing environmental impact, and donating to the community, tend to have a positive impact on their financial performance and reputation. Furthermore, there is a higher likelihood that consumers, investors, and other stakeholders will view these companies as responsible and trustworthy, which can lead to increased brand loyalty and recognition. The results suggest that socially responsible business practices should be an integral part of a company's business strategy if they aim to become sustainable and remain competitive in today's rapidly changing business environment.

Keywords: Corporate Social Responsibility, Sustainable Business, Environmental Protection, Public Relations, Competitiveness.

¹orcid.org/0000-0002-8051-1454, e-mail: dragana.trifunovic@fdn.edu.rs info

²orcid.org/0000-0002-4238-479X, e-mail: marko.stankovic@pravni-fakultet.info

³orcid.org/0000-0001-5959-8025, e-mail: mtankosic@hct.ac.ae

UVOD / INTRODUCTION

Korporativna društvena odgovornost (KDO) se odnosi na etičko i odgovorno ponašanje kompanije prema svojim zainteresovanim stranama, uključujući zaposlene, kupce, dobavljače, akcionare i zajednicu u celini (Hsu et al., 2022). U današnjem globalnom poslovnom okruženju, održivost postaje sve važniji faktor uspeha kompanija. Korporativna društvena odgovornost preduzeća se pojavila kao ključni aspekt održive poslovne prakse, jer kompanije žele da uravnoteže svoje ekonomske, društvene i ekološke odgovornosti (Liu et al., 2022). KDO se odnosi na dobrovoljne napore kompanije da poboljša svoj uticaj na društvo i životnu sredinu, mimo svojih zakonskih obaveza (Faeq et al., 2022). Koncept korporativne društvene odgovornosti je stekao značajnu pažnju poslednjih godina, pošto potrošači, investitori i druge zainteresovane strane vrše veći pritisak na kompanije da posluju na odgovoran i etički način (Wang et al., 2022).

Održiva poslovna praksa postaje kritičan faktor da kompanije ostanu konkurentne na današnjem tržištu (Gregurec et al., 2021). Kompanije prepoznaju važnost balansiranja ekonomskog uspeha sa društvenom i ekološkom odgovornošću. Integracija korporativne društvene odgovornosti u poslovne operacije može rezultirati dugoročnim prednostima kao što su poboljšana reputacija brenda, poboljšan moral zaposlenih i povećana lojalnost kupaca (Isaksson, Kiessling, 2021).

Ovaj rad istražuje uticaj KDO na održive poslovne prakse, sa fokusom na njegove efekte na finansijski učinak i reputaciju kompanije. U radu se daje pregled relevantne literature o ovoj temi i koristi se anketno istraživanje, kako bi se prikupili podaci i razumeo odnos između korporativne društvene odgovornosti i održivog poslovanja. Rezultati ovog istraživanja pružiće vredan uvid u značaj KDO u današnjem poslovnom okruženju i prednosti koje on može doneti kompanijama koje mu daju prioritet.

Rad o uticaju korporativne društvene odgovornosti na održivo poslovanje nakon uvoda, gde se pruža pregled teme i razmatra značaj održivosti u današnjem poslovnom okruženju i pojava KDO kao ključnog aspekta održive poslovne prakse, opisuje se pregled literature, koji rezimira i ocenjuje postojeću literaturu o ovoj temi, uključujući studije o uticaju KDO na finansijski učinak i reputaciju, i odnos između KDO i održive poslovne prakse. U Metodologiji se opisuju istraživačke metode koje se koriste u radu, uključujući metode prikupljanja podataka (anketno istraživanje) i tehnike analize podataka, nakon čega slede rezultati koji predstavljaju rezultate anketnog istraživanja, uključujući elemente KDO i reputaciju kompanije, kao i njegove efekte na ži-

votnu sredinu, društvo i ukupnu održivost poslovanja. Slede zaključna razmatranja i preporuke za kompanije koje žele da integrišu KDO u svoju poslovnu strategiju.

1. PREGLED LITERATURE / LITERATURE REVIEW

Pregled literature o uticaju korporativne društvene odgovornosti na održivo poslovnu praksu uključuje niz studija koje su istraživale odnos između korporativne društvene odgovornosti i različitih aspekata održivosti poslovanja, uključujući finansijski učinak i reputaciju.

Studije o uticaju KDO na finansijske performanse su otkrile da kompanije koje daju prioritet KDO imaju veći finansijski učinak u poređenju sa onima koje nemaju (Bag, Omrane, 2022). Na primer, meta-analiza različitih studija pokazala je da kompanije koje se bave društveno odgovornim aktivnostima obično imaju veći prinos na imovinu i kapital, nižu volatilitnost i bolje performanse na berzi u poređenju sa onima koje nemaju (Orlitzki et al., 2016).

Što se tiče reputacije, studije su otkrile da kompanije koje daju prednost korporativno društveno odgovornom poslovanju obično imaju bolju reputaciju i da ih potrošači, investitori i druge zainteresovane strane smatraju odgovornijim i pouzdanijim (Carroll, 1991). Na primer, istraživanje potrošača u Sjedinjenim Državama pokazalo je da bi 75% ispitanika radije kupilo od kompanije koja podržava društvene i ekološke ciljeve, čak i ako je proizvod nešto skuplji (Anderson, 2017).

Odnos između korporativne društvene odgovornosti i održive poslovne prakse takođe je važna oblast proučavanja. Neki istraživači su tvrdili da je društvena odgovornost preduzeća neophodna komponenta održive poslovne prakse, pošto kompanije moraju da uravnoteže svoje ekonomske, društvene i ekološke odgovornosti da bi bile istinski održive (Elkington, 2017). Druge studije su otkrile da društveno odgovorno poslovanje može dovesti do poboljšanja ekoloških performansi kompanije, kao što je očuvanje prirodnih resursa (Schaltegger, Wagner, 2011).

Postojeća literatura pokazuje da korporativna društvena odgovornost može imati pozitivan uticaj na finansijski učinak i reputaciju kompanije i može pomoći u poboljšanju ukupne održivosti poslovanja (Nirino et al., 2022). Pored toga, literatura pokazuje da korporativna društvena odgovornost može da igra ključnu ulogu u oblikovanju poslovne strategije održive poslovne prakse i konkurentnosti kompanije u današnjem poslovnom okruženju koje se brzo menja (Tiep Le, 2022).

Održiva poslovna praksa je postala sve važnija poslednjih godina, pošto su potrošači, investitori i druge zainteresovane strane postali svesniji uticaja koji preduzeća imaju na životnu sredinu i društvo. Održive poslovne prakse se definišu kao one koje zadovoljavaju potrebe sadašnjosti bez ugrožavanja sposobnosti budućih generacija da zadovolje svoje sopstvene potrebe (Rosário et al., 2022).

Da bi postigle održivu poslovnu praksu, kompanije treba da uravnoteže svoje ekonomske, društvene i ekološke odgovornosti (Rae, 2017). Ovo zahteva od kompanija da usvoje strategije koje se fokusiraju na smanjenje njihovog uticaja na životnu sredinu, poboljšanje njihovog društvenog uticaja i promovisanje dugoročnog ekonomskog rasta (Opoku, Lee, 2022).

Jedan od ključnih pokretača održive poslovne prakse je rastuća zabrinutost zbog uticaja klimatskih promena i potrebe za smanjenjem emisije gasova staklene bašte (Romero-Perdomo et al., 2022). Kompanije reaguju na ovu zabrinutost usvajanjem strategija za smanjenje ugljičnog otiska i upotrebe energije, kao i ulaganjem u obnovljive izvore energije (Awosusi et al., 2022).

Drugi važan aspekt održive poslovne prakse je fokus na društvenu odgovornost. Kompanije su sve više svesne potrebe da poboljšaju svoj uticaj na zajednice u kojima posluju, i usvajaju strategije za podršku lokalnim zajednicama i promovisanje različitosti i inkluzije (Asokan et al., 2022). Ovo može uključivati aktivnosti kao što su filantropska davanja, volonterski rad i promocija različitosti i inkluzije na radnom mestu.

Održiva poslovna praksa takođe može imati pozitivan uticaj na finansijski učinak kompanije (Nirino et al., 2022). Kompanije koje usvajaju održive poslovne prakse često su efikasnije i produktivnije, jer su u stanju da smanje otpad, očuvaju resurse i poboljšaju upravljanje lancem snabdevanja (Blinova et al., 2022). Pored toga, potrošači, investitori i drugi akteri često smatraju da su kompanije koje daju prioritet održivim poslovnim praksama odgovornije i pouzdanije, što može dovesti do veće prepoznatljivosti brenda i lojalnosti kupaca (Tiep Le et al., 2021).

Korporativna društvena odgovornost može obuhvatiti veoma različita pitanja: donacije zajednici, ulaganja u bolji standard zaposlenih, uticaj na upravljanje okruženjem, poštovanje ljudskih prava, sigurnost proizvoda i društvenih inovacija. Samo na takvim osnovama kompanije mogu da pokažu u praksi da svrha poslovanja nije samo stvaranje profita, već ulaganje dela profita u poboljšanje proizvoda i usluga i životnog okruženja (Karanović, 2012).

2. METODE ISTRAŽIVANJA / RESEARCH METHODS

Istraživanje, čiji deo će biti korišćen u ovom radu, sprovedeno je na teritoriji Republike Srbije u periodu od decembra 2022. do januara 2023. godine. Predmet istraživanja je prikaz korporativne društvene odgovornosti u kompanijama i uticaj na održivo poslovanje. Cilj ovog istraživanja je prikaz pojedinih elementa korporativne društvene odgovornosti koji su zastupljeni u anketiranim kompanijama u poslednjih osam godina.

Imajući u vidu ciljeve istraživanja i pojavu kojom se istraživanje bavi, kao najadekvatniji pristup istraživanju izabrana je metoda ispitivanja. Prime-njena istraživačka metoda podrazumeva upotrebu ankete, odnosno prikupljanje deskriptivnih podataka na bazi strukturiranih upitnika. Osnovni instrument u ispitivanju je upitnik. Podaci su prikupljeni neposrednim i ličnim anketiranjem ili slanjem upitnika putem mejla. Obuhvaćene su kompanije iz različitih delatnosti. Istraživanje se baziralo na anketiranju rukovodstva i zaposlenih koji su raspolagali potrebnim informacijama i mogli da odgovore na pitanja u anketi. Upitnik sadrži ukupno 10 pitanja, koja su potpuno zatvorena.

Pitanja iz upitnika, koja se koriste u ovom radu, su organizovana u dve grupe. Prva grupa pitanja je vezana za pojedine delove korporativne društvene odgovornosti koji su zastupljeni u kompanijama po godinama od 2015. do 2022. godine. Obuhvaćene su donacije zajednici, društvene inovacije i sigurni proizvodi, uticaj na upravljanje okruženjem i ulaganje u bolji standard zaposlenih. Druga grupa pitanja je vezana za uticaj korporativne društvene odgovornosti na održivo poslovanje.

Istraživački uzorak je 100 anketiranih kompanija. Kompanije su iz različitih delatnosti i različite veličine. Uzorkom su obuhvaćene kompanije koje se nalaze među dobrim kompanijama u Srbiji po kriterijumu ostvarenog poslovnog prihoda, a koje su bile spremne na saradnju.

3. REZULTATI ISTRAŽIVANJA I DISKUSIJA / RESULTS AND DISCUSSIONS

Nakon sprovedenog istraživanja usledila je obrada podataka koja je prikazana kroz tabelarne i grafičke prikaze. Za potrebe ovog rada prikazan je jedan tabelarni prikaz i četiri grafička prikaza koja slede.

U tabeli 1 je prikaz različitih parametara koje obuhvata korporativna društvena odgovornost. Obuhvaćeno je ulaganje kompanija u društvene inovacije, briga i procenat uticaja na okruženje, kao i donacije zajednici. Pored toga, obuhvaćeno je i ulaganje u bolji standard zaposlenih.

Tabela 1. Prikaz korporativne društvene odgovornosti u kompanijama u periodu od 2015 do 2022. godine
Table 1. Presentation of corporate social responsibility in companies in the period from 2015 to 2022.

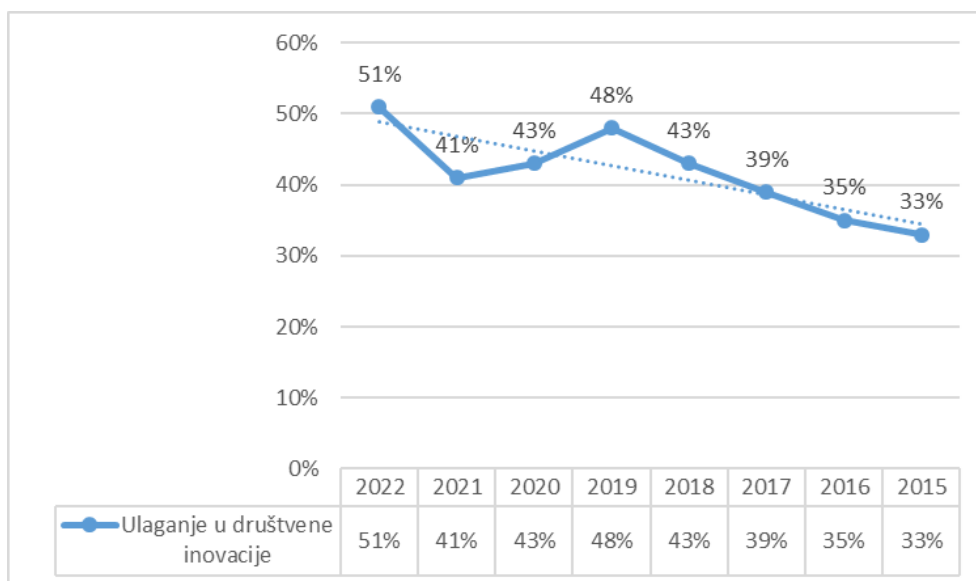
Godina	Društvene inovacije	Donacije zajednici	Ulaganje u bolji standard zaposlenih	Uticaj na upravljanje okruženjem
2022	51%	27%	41%	7%
2021	41%	22%	35%	5%
2020	43%	21%	38%	5%
2019	48%	25%	35%	12%
2018	43%	22%	32%	10%
2017	39%	19%	31%	10%
2016	35%	16%	27%	8%
2015	33%	15%	25%	7%

Izvor: Ilustracija autora na osnovu istraživanja / Source: Author's illustration based on research

U tabeli vidimo da kompanije najviše vode računa o društvenim inovacijama i sigurnim proizvodima, kao i da se iz godine u godinu taj procenat povećava, sa nešto manjim padom tokom vanredne situacije izazvanje virusom COVID 19. Na drugom mestu su visoki procenti koji se odnose na ulaganje u zaposlene i njihov bolji standard, koja je jedna od veoma bitnih komponenti korporativne društvene odgovornosti. Na trećem mestu se nalaze donacije zajednici koje se iz godinu u godinu povećavaju sa nešto manjim padom tokom COVID 19. Na četvrtom mestu je uticaj na upravljanje okruženjem koji je sa

malim procentom i sa zabeleženim padom tokom COVID 19. Briga i zaštita životne sredine je neophodna. Rast ljudske populacije i težnje za višim životnim standardom nesumnjivo su doveli do prekomerne eksploatacije prirodnih resursa i narušavanja globalne klime (Mitić i dr., 2022). Povezivanje ekonomskih, ekoloških i socijalnih faktora predstavlja nesumnjivo osnovu za realizaciju programa održivog razvoja (Žikić i dr., 2020)

Na prvom grafičkom prikazu vidimo dinamiku ulaganja kompanija u društvene inovacije i sigurne proizvode u periodu od osam godina.



Slika 1. Dinamika ulaganja u društvene inovacije i sigurne proizvode u kompanijama u periodu 2015-2022
Figure 1. Dynamics of investments in social innovations and safe products in companies in the period 2015-2022

Izvor: Ilustracija autora na osnovu istraživanja / Source: Author's illustration based on research

U posmatranim kompanijama iz godine u godinu linearno dolazi do povećanja ulaganja u društvene inovacije i sigurne proizvode. Inovacije su neophodne za opstanak i razvoj kompanija. Različiti

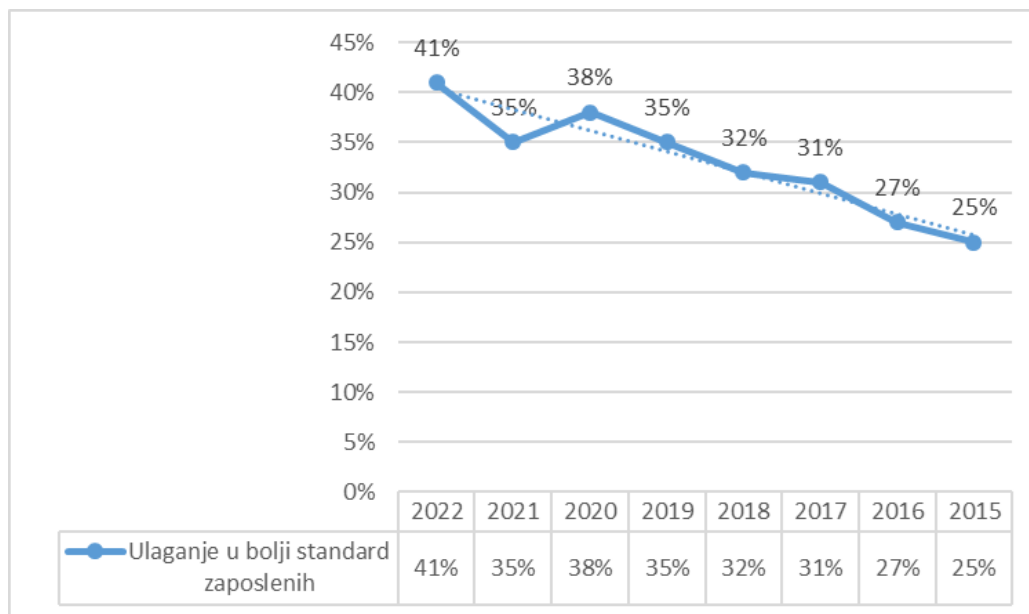
faktori iz okruženja i uslovi u kojima rade nameću potrebu za konstantnim uvođenjem novih programa razvoja koji se zasnivaju na inovacijama i novim tehnologijama. Novim tehnologijama i inovacijama se radi na poboljšanju kvaliteta života stanovnika.

(Trifunović i dr., 2020) Potrebno je da kompanije idu u pravcu zaštite životne sredine i održivog razvoja.

Ulaganje u bolji standard zaposlenih je prikazano na slici 2. Zaposleni i znanje su značajan izvor kompanija. Tradicionalni resursi kompanije nisu izgubili svoje značenje, ali dobijaju na većem značaju ako postoji znanje. Znanje je sredstvo za postizanje društvenog i ekonomskog rezultata (Trifunović

i dr., 2020). Ulaganje u zaposlene i njihov bolji standard je važno za kompanije, koje to uvažavaju, i iz godine u godinu zaposlenima sve više daju na značaju, sto se vidi i na grafičkom prikazu.

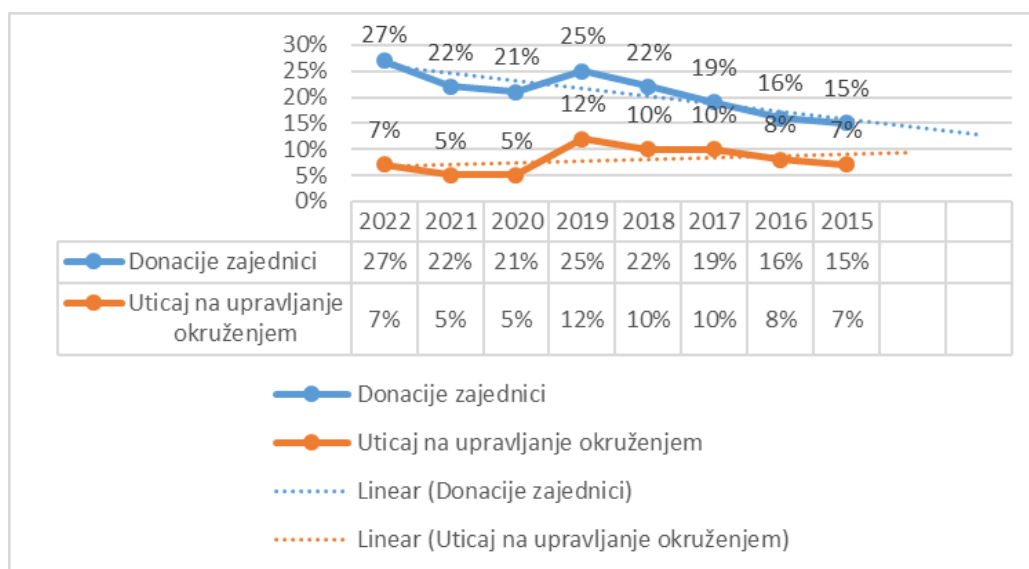
Na slici 3 se vidi angažovanje kompanija po pitanju donacija i uticaja na okruženje u poslednjih osam godina.



Slika 2. Prikaz ulaganja u bolji standard zaposlenih u periodu od 2015 do 2022. godine

Figure 2. Presentation of investments in a better standard of employees in the period from 2015 to 2022

Izvor: Ilustracija autora na osnovu istraživanja / Source: Author's illustration based on research



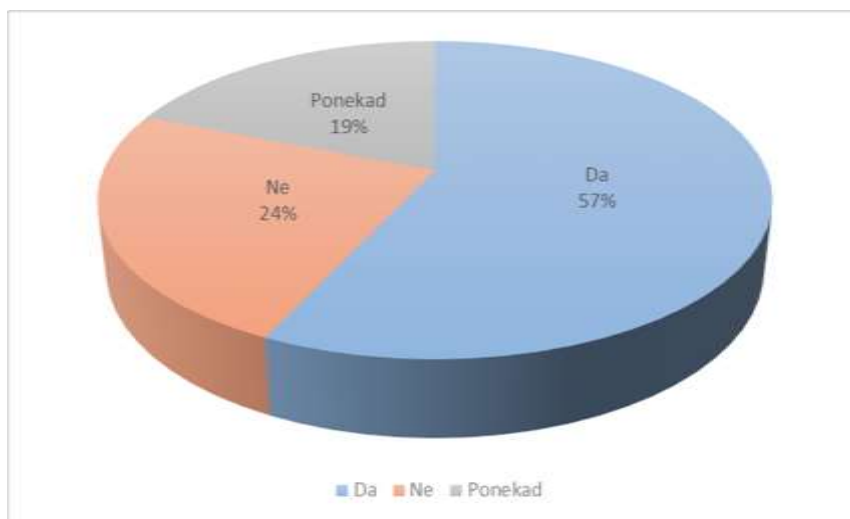
Slika 3. Prikaz angažovanja u upravljanju okruženjem i donacija zajednici u periodu 2015-2022

Figure 3. Presentation of engagement in environmental management and donations to the community in the period 2015-2022

Izvor: Ilustracija autora na osnovu istraživanja / Source: Author's illustration based on research

Iz godine u godinu dolazi do većeg angažovanja po pitanju analiziranih parametara sa manjim odstupanjem tokom COVID 19. Poslovni sektor je shvatio da organizacije koje imaju pozitivan uticaj na društvo jačaju svoj uticaj u zajednici. Korporativne donacije u Srbiji su uglavnom usmerene na podršku ekonomskom razvoju i inicijativama na lokalnom nivou, podršku osetljivim populacionim grupama, podršku stipendiranju i stručnom usavršavanju (Karanović, 2012).

Na slici 4 je prikaz kako anketirane kompanije vide uticaj korporativne društvene odgovornosti na održivo poslovanje. Najveći broj ih se izjasnio sa „da“ - 57%, sa „ponekad“ - 19% i sa „ne“ - 24%. Ovo je dobar pokazatelj jer korporativna društvena odgovornost pored mnogih benefita koje donosi za zaposlene, društvo, zaštitu životne sredine vodi i održivom poslovanju.



Slika 4. Uticaj korporativne društvene odgovornosti na održivo poslovanje

Figure 4. Impact of corporate social responsibility on sustainable business

Izvor: Ilustracija autora na osnovu istraživanja / Source: Author's illustration based on research

ZAKLJUČAK / CONCLUSION

Ovaj rad je prikazao značaj korporativne društvene odgovornosti i uticaj na održivo poslovanje. Kroz pregled literature je predstavljeno koliko društveno odgovorno poslovanje ima pozitivan uticaj na finansijski učinak i reputaciju kompanije i da može pomoći da se poboljša ukupna održivost poslovanja. Potrošači, investitori i druge zainteresovane strane smatraju kompanije koje daju prioritet društveno odgovornom poslovanju odgovornim i pouzdanim, što može dovesti do veće prepoznatljivosti brenda, lojalnosti kupaca i pozitivnih odnosa s javnošću. Pored toga, aktivnosti KDO mogu imati pozitivan uticaj na ekološki učinak kompanije i mogu pomoći kompanijama da posluju u skladu sa konceptom održivog razvoja.

Održiva poslovna praksa se definiše kao ona koja zadovoljava potrebe sadašnjosti bez ugrožavanja sposobnosti budućih generacija da zadovolje sopstvene potrebe. Kompanije koje usvajaju održivu poslovnu praksu mogu da izbalansiraju svoje ekonomske, društvene i ekološke odgovornosti i mogu poboljšati svoje finansijske performanse, reputaciju i konkurentnost. Ključni pokretači održivih poslovnih

praksi uključuju rastuću zabrinutost zbog uticaja klimatskih promena, fokus na društvenu odgovornost i pozitivan uticaj na finansijske performanse kompanije.

Zaključno, KDO i održive poslovne prakse postaju sve važnije u današnjem poslovnom okruženju koje se brzo menja. Kompanije koje daju prioritet društveno odgovornom poslovanju i usvajaju održive poslovne prakse bolje su opremljene da zadovolje potrebe svojih zainteresovanih strana i da se nose sa izazovima sveta koji se brzo menja. Buduća istraživanja na ovu temu imaju potencijal da pruže vredan uvid u odnos između KDO, održivih poslovnih praksi i finansijskih performansi, i da pomognu kompanijama da donesu odluke na osnovu boljih informacija o svojim KDO i strategijama održivosti.

LITERATURA / REFERENCES

- [1] Anderson, S. (2017). Cone Communications CSR Study: Consumers Want Brands That Share Their Values & Beliefs. *We First Branding*. [online] Available at: <https://www.wefirstbranding.com/consumers/2017-cone-communications-csr-study-consumers-want-brands-share-values-beliefs/> [Accessed 20.12.2022].

- [2] Asokan, D.R., Huq, F.A., Smith, C.M. and Stevenson, M. (2022). Socially responsible operations in the Industry 4.0 era: post-COVID-19 technology adoption and perspectives on future research, *International Journal of Operations & Production Management*, 42(13), 185-217. DOI:10.1108/IJOPM-01-2022-0069
- [3] Awosusi, A.A., Mata, M.N., Ahmed, Z., Coelho, M.F., Altuntaş, M., Martins, J.M., Martins, J.N., Onifade, S.T. (2022). How Do Renewable Energy, Economic Growth and Natural Resources Rent Affect Environmental Sustainability in a Globalized Economy? Evidence From Colombia Based on the Gradual Shift Causality Approach. *Frontiers in Energy Research*, 9, 739721. DOI:10.3389/fenrg.2021.739721.
- [4] Bag, S., Omrane, A. (2022). Corporate Social Responsibility and Its Overall Effects on Financial Performance: Empirical Evidence from Indian Companies, *Journal of African Business*, 23(1), 264-280, DOI:10.1080/15228916.2020.1826884
- [5] Blinova, E., Ponomarenko, T., Knysh, V. (2022). Analyzing the Concept of Corporate Sustainability in the Context of Sustainable Business Development in the Mining Sector with Elements of Circular Economy. *Sustainability*. 14(13), 8163. DOI:10.3390/su14138163
- [6] Carroll, A.B. (1991). The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders, *Business Horizons*, 34(4), 39-48, DOI:10.1016/0007-6813(91)90005-G.
- [7] Elkington, R., Pearse, N.J., Moss, J., Van der Steege, M., Martin, S. (2017). Global leaders' perceptions of elements required for effective leadership development in the twenty-first century, *Leadership & Organization Development Journal*, 38(8), 1038-1056. DOI:10.1108/LODJ-06-2016-0145
- [8] Faeq, D. K., Saleh, P. F., Hiwa, H., Ismael, A., & Nawzad, M. (2022). Purchase intention in the scope firm of corporate social responsibility. *International Journal of Research in Business and Social Science*, 11(6), 43-55. DOI:10.20525/ijrbs.v11i6.1944
- [9] Gregurec, I., Tomičić Furjan, M., Tomičić-Pupek, K. (2021). The Impact of COVID-19 on Sustainable Business Models in SMEs. *Sustainability*, 13(3), 1098. DOI:10.3390/su13031098
- [10] Hsu, B. X., Chen, Y.M., Chen, L. (2022). Corporate social responsibility and value added in the supply chain: Model and mechanism, *Technological Forecasting and Social Change*, 174, 121302. DOI:10.1016/j.techfore.2021.121302.
- [11] Isaksson, I., Kiessling, T. (2021). Corporate Social Responsibility (CSR) and Engineering Management: Performance Implications, In: *IEEE Transactions on Engineering Management*, pp: 1-11 DOI:10.1109/TEM.2021.3091702.
- [12] Karanović, N. (2012). Korporativna odgovornost i unapređenje zdravlja u Srbiji. Beograd: Geografski institut „Jovan Cvijić“, SANU.
- [13] Liu, W., Wei, W., Choi, T.M., Yan, X. (2022). Impacts of leadership on corporate social responsibility management in multi-tier supply chains, *European Journal of Operational Research*, 299(2), 483-496. DOI:10.1016/j.ejor.2021.06.042.
- [14] Mitić, N., Žikić, S., Trifunović, D. (2022). Integralno planiranje kadrova u sferi održivog razvoja, *Ecologica*, 29(105), 79-87. DOI:10.18485/ecologica.2022.29.105.11.
- [15] Nirino, N., Ferraris, A., Miglietta, N. and Invernizzi, A.C. (2022), Intellectual capital: the missing link in the corporate social responsibility-financial performance relationship, *Journal of Intellectual Capital*, 23(2), 420-438. DOI:10.1108/JIC-02-2020-0038
- [16] Opoku, A., Lee, JY. (2022). The Future of Facilities Management: Managing Facilities for Sustainable Development. *Sustainability*, 14(3), 1705. DOI:10.3390/su14031705
- [17] Orlitzky, M., Schmidt, F.L., Rynes, S.R. (2016) Corporate Social and Financial Performance: A Meta-Analysis. *Organization Studies*, 24, 403-441. DOI:10.1177/0170840603024003910
- [18] Rae, D. (2017). Developing entrepreneurial leadership: The challenge for sustainable organisations. *Int. J. Work Innov.* 2, 76-100.
- [19] Romero-Perdomo, F., Carvajalino-Umaña, J.D., Moreno-Gallego, J.L., Ardila, N., González-Curbelo, M.Á. (2022). Research Trends on Climate Change and Circular Economy from a Knowledge Mapping Perspective. *Sustainability*. 14(1), 521. DOI:10.3390/su14010521
- [20] Rosário, A.T., Raimundo, R.J., Cruz, S.P. (2022). Sustainable Entrepreneurship: A Literature Review. *Sustainability*, 14(9), 5556. DOI:10.3390/su14095556
- [21] Schaltegger, S., Wagner, M. (2011). Sustainable entrepreneurship and sustainability innovation. Categories and interactions. *Business Strategy and the Environment*, 20(4), 222-237.
- [22] Tiep Le, T. (2022). How do corporate social responsibility and green innovation transform corporate green strategy into sustainable firm performance?, *Journal of Cleaner Production*, 362, 132228. DOI:10.1016/j.jclepro.2022.132228.

- [23] Tiep Le, T., Ngo, H.Q. and Aureliano-Silva, L. (2021). Contribution of corporate social responsibility on SMEs' performance in an emerging market – the mediating roles of brand trust and brand loyalty, *International Journal of Emerging Markets*, Ahead-of-print. DOI:10.1108/IJOEM-12-2020-1516
- [24] Trifunović, D., Lalić, G., Radovanović, Z. (2020) Nove tehnologije, inovacije i ljudski resursi u funkciji pametnih gradova, IV Međunarodna naučna konferencija - *Regionalni razvoj i prekogranična saradnja*, Pirot, 05.12.2020, 655-663.
- [25] Wang, C., Qureshi, I., Guo, F., Zhang, Q. (2022) Corporate social responsibility and disruptive innovation: The moderating effects of environmental turbulence, *Journal of Business Research*, 139, 1435-1450. DOI:10.1016/j.jbusres.2021.10.046.
- [26] Žikić, S., Trifunović, D., Randelović, M. (2020), Zadovoljstvo poslom u funkciji održivog menadžmenta hotelskog sektora Stare planine. *Ecologica*, 27(99), 530-537.