

VEĆU ZA POSLEDIPLOMSKE STUDIJE I MEĐUNARODNU SARADNJU UNIVERZITETA SINGIDUNUM

Odlukom Veća Departmana za poslediplomske studije i međunarodnu saradnju Univerziteta Singidunum br.1-830/2010 od 27.04.2010.godine, određeni smo u Komisiju za ocenu doktorske disertacije kandidata Fuada Čibukčića, pod naslovom „Korporativna društvena odgovornost globalnih i lokalnih kompanija u zemljama Jugoistočne Evrope“, o čemu podnosimo sledeći :

IZVEŠTAJ

1. OSNOVNI PODACI O KANDIDATU I DOKTORSKOJ DISERTACIJI

Fuad Čibukčić je rođen 17.juna 1967.godine u Sarajevu, Bosna i Hercegovina. Osnovno i srednje obrazovanje završava u Sarajevu, gdje je diplomirao na Pedagoškoj akademiji, a poslije i na Filozofskom fakultetu. Godine 2008. je magistrirao na Ekonomskom fakultetu, Univerziteta u Sarajevu, na temi „Korporativna društvena odgovornost kod kompanija u BiH - slučaj firme Siemens BiH“. Kandidat je završio magistarske studije na Ekonomskom fakultetu u Sarajevu sa prosečnom ocjenom 9,10.

Svoju profesionalnu karijeru započinje 1992. godine kao srednjoškolski profesor u ratnom Sarajevu, da bi se dvije godine kasnije zaposlio na Radiju BiH kao urednik vanjskopolitičke redakcije. Godine 1995. nastavlja novinarsku karijeru u sarajevskim Večernjim novinama, gdje tokom pet godina uspešnog delovanja na poslovima novinara-komentatora 1999. biva imenovan za zamenika generalnog direktora u istoj novinskoj kući. Dvije godine kasnije prelazi u vašingtonski IREX Pro-Media, gde u svojstvu međunarodnog savetnika za medije pomaže u pokretanju niza printanih i elektronskih medija koji i dalje uspješno posluju na području Ex Jugoslavije. Godine 2006. zapošljava se u nemačkom privrednom gigantu Siemens, gdje obavlja niz odgovornih menadžerskih funkcija, prvo kao direktor korporativnih funkcija, direktor ljudskih resursa, direktor razvoja te na kraju kao v.d. generalnog direktora. Godine 2008. pokreće Američku privrednu komoru u BiH i biva izabran za člana Upravnog odbora Američke privredne komore u BiH u prvom sazivu. Radi na organizaciji i pokretanju IAA, Međunarodne asocijacije oglašivača a od 2009.godine uzima učešće u organizovanju nove političke stranke u BiH, Savezu za bolju budućnost, koja od potpuno nove stranke za pet godine dolazi u poziciju jedne od vladajućih stranaka u BiH. Učesnik je na više od 70 međunarodnih konferencija, stručnih radionica, savetovanja. Trenutno obavlja funkciju savetnika Predsjednika Parlamenta Federacije BiH.

Objavio je preko 300 tekstova, komentara, analiza u lokalnim i svetskim medijima.

U toku izrade doktorske disertacije objavio je četiri naučna rada u časopisima u BiH i Srbiji i to:

1. Čibukčić, F., Corporate Social Responsibility in Global and Local companies in Southeast Europe, *Industrija*, Ekonomski institut, No. 1/2016., Beograd, M 24 (potvrda u prilogu)
2. Čibukčić, F., Korporativna društvena odgovornost kod globalnih i lokalnih kompanija u BiH, *Računovodstvo i poslovne finansije-FEB*, juli-avgust 2015., Sarajevo
3. Čibukčić, F., Korporativna društvena odgovornost kod kompanija u BiH, *Politeia*, br. 10., Banjaluka (potvrda u prilogu)
4. Čibukčić, F., Korporativna društvena odgovornost kod globalnih i lokalnih kompanija u Srbiji, *Pravni život*, Beograd, M 51

Doktorska disertacija kandidata Fuada Čibukčića urađena je na ukupno 227 strana, od kojih 20 strana literature i drugih korištenih izvora.

Spisak korištene literature obuhvata 188 jedinica koje čine knjige, studije, članci i referati, dok su posebno navedeni internet izvori (68). Najveći deo korišćene literature je sa engleskog govornog područja (60%), dok ostatak čine autori koji su pisali na maternjim jezicima naroda u bivšim jugoslovenskim republikama. Uz osnovni tekst, disertacija sadrži i 146 tabela i slika koje dopunjavaju prezentiranu analizu.

2. PREDMET, CILJ I ZADACI ISTRAŽIVANJA

Predmet doktorske disertacije je istraživanje funkcije, uloge, mesta i značaja korporativne društvene odgovornosti /Corporate Social Responsibility, u daljem tekstu CSR/ kod globalnih i lokalnih kompanija u Bosni i Hercegovini, Hrvatskoj i Srbiji. Analizom dostupnih naučnih radova iz ove oblasti ekonomske nauke, te sintezom rezultata istraživanja na određenom uzorku kompanija u regionu Jugoistočne Evrope, u disertaciji se istražuje stepen prisutnosti, razvijenosti i implementacije raznih modela aktivnosti kompanija iz domena društvene odgovornosti. Također, istraživanje se bavi i načinima na koje se svakodnevno odvijaju procesi CSR-a, kao i da li je ova poslovna filozofija još samo privilegija kompanija lociranih na slobodnim tržištima zapadne hemisfere ili je dio poslovanja kod lokalnih, internacionalnih i globalnih kompanija u ovom delu Evrope. Istraživanje se dotiče raznih modela aktivnog života CSR-a u kompanijama, upoređujući iste poslovne aktivnosti kod kompanija koje posluju unutar Evropske unije i zemljama koje su van EU.

Ciljevi disertacije su vezani za naučni i društveni aspekt. Naučni cilj predstavlja istraživanje, analizu i sistematizaciju teoretskog okvira koncepta korporativne društvene odgovornosti. Društveni cilj disertacije predstavlja aktivnosti iz domena društvene odgovornosti i njene primene kod globalnih i lokanih kompanija iz BiH, Hrvatske i Srbije, polazići od različite vlasničke strukture, veličine, tržišnog udela i tržišnim aktivnostima.

Kandidat Fuad Čibukčić je u okviru trogodišnjeg istraživanja (2013-2015.), putem tzv. desk analize teoretskih radova i empirijskog istraživanja, bavio traženjem odgovora na pitanje da li su ciljevi kompanije usklađeni s ciljevima društvenih zajednica, i to kroz specifična podpitanja:

- Posvećuju li kompanije dužnu pažnju zaštiti životne i radne okoline?
- Da li i u kojoj meri podržavaju zahteve društvene zajednice?
- Nude li, osim zakonskih, i dodatne pogodnosti za svoje zaposlenike i obezbeđuju im dodatnu zaštitu?
- Da li, i u kojoj meri, država pomaže u provođenju društveno korisnih aktivnosti?
- Poštuju li kompanije pozitivne zakonske norme i međunarodne standarde?

Na osnovu uporedne analize teoretskih postavki iz ove oblasti, te precizno provedenog istraživanja na bazi detaljno pripremljenih upitnika, u određenim slučajevima i provedenog intervjua na licu mesta kod kompanija u Regiji, istražena je pozicija CSR-a kod kompanija u BiH, Hrvatskoj i Srbiji, istovremeno upoređujući dostignuća svetskih kompanija iz domena društveno odgovornog poslovanja.

Problem istraživanja formulisan je kroz pitanje: jesu li, i u kom obimu, kompanije u Srbiji, Hrvatskoj i Bosni i Hercegovini prihvatile korporativnu društvenu odgovornost kao modernu poslovnu filozofiju, ali i kao strategiju ostvarivanja svojih ciljeva i da li su ti poslovni ciljevi u korelaciji s ciljevima društva i pojedinaca iz njihovog okruženja? Koliko takve društveno odgovorne aktivnosti kreiraju pozitivan imidž kompanija?

Istraživanje je obuhvatilo i Corporate Policy kod globalnih i lokalnih kompanija regiona Jugoistočne Evrope s aspekta korporativnog marketinga, s fokusom na društveno odgovorno ponašanje.

Rezultati istraživanja ove doktorske disertacije dovedeni su u korelaciju s rezultatima nekoliko već objavljenih radova s istom ili sličnom temom u ovom regionu.

Društvena korist ovog rada ogleda se u sintetiziranoj informaciji zasnovanoj na rezultatima istraživanja koje je provedeno u 33 kompanije koje deluju na tržištu BiH, Hrvatske i Srbije, a koje trenutno zapošljavaju više od 63.000 radnika i ostvaruju ukupan promet od nekoliko milijardi eura.

3. OSNOVNE HIPOTEZE ISTRAŽIVANJA

Kandidat Fuad Čibukčić u disertaciji definisao hipotetički okvir sa četiri hipoteze, od kojih je **hipoteza I** opšteg karaktera (H_0), a **hipoteze II, III, IV** su posebne:

Hipoteza I:

Korporativna društvena odgovornost kod globalnih i lokalnih kompanija u BiH, Hrvatskoj i Srbiji prisutna je u sve većem obimu, a program CSR-a pridonosi svesti o važnosti i potrebi ovakvih aktivnosti u izgradnji pozitivnog korporativnog imidža i odnosa tih kompanija s društvenim zajednicama i interesnim grupama u okruženju.

Hipoteza II:

Korporativna društvena odgovornost je osmišljena planom, podržana budžetom i provedena kroz rukovođene aktivnosti kod globalnih kompanija prisutnih na tržištima BiH, Hrvatske i Srbije, dok to nije slučaj kod lokalnih kompanija jednake veličine na istom tržištu.

Hipoteza III:

Kvantitativno i kvalitativno osmišljeni programi korporativne društvene odgovornosti provode se samo kod srednjih i velikih kompanija na tržištu Jugoistočne Evrope, bez obzira na porijeklo osnivačkog kapitala i vlasničku strukturu.

Hipoteza IV:

„Država kroz svoje institucije učestvuje u određenim CSR aktivnostima pokrenutim od privatnih i državnih kompanija, te odbija iznos utrošen u CSR aktivnosti-a od ukupnog oporezivog iznosa prihoda kompanija.

4. METODE ISTRAŽIVANJA

Kandidat Fuad Čibukčić je polazeći od postavljenog problema, ciljeva, i hipotetičkog okvira u doktorskoj disertaciji koristio adekvatne istraživačke metode, kao što su:

1. **Istraživačka metoda** – kako ističe kandidat, jedna od najvažnijih naučnih metoda pomoću kojih se realizira osnovna aktivnost kod naučno-istraživačkih radova, tj. istraživanje. Ovim metodom dolazi se do osnovnih teorijskih polazišta, pojmovnih definicija, objavljenih relevantnih naučnih radova, knjiga i članaka važnih za temu istraživanja.
2. **Istorijska metoda** – koristeći ovu metodu, istražena su istorijska polazišta, istoriju teorijskih postavki u vezi s društvenom odgovornošću. Ovaj metod omogućava istraživanje kroz istorijsku prizmu, kada i kako su kompanije u svetu, ali i na području Jugoistočne Evrope prihvatile CSR kao novu poslovnu filozofiju.

Primena historijske metode je neophodna kako bi se došlo do važne osnove za komparaciju dostignuća i napretka iz ove oblasti tržišne ekonomije kroz istoriju.

3. **Metoda komparacije** – vrlo važan naučno-istraživački metod kojim se dolazi do vrednih zaključaka s ciljem realiziranja istraživanja uporedbom rezultata ovog rada s rezultatima istraživanja drugih naučno-istraživačkih radova o istoj ili sličnoj temi.
4. **Metoda analize** – naučno-istraživačka metoda kojom se dolazi do važnih zaključaka korisnih za rad osnovom analize do sada ostvarenih i objavljenih rezultata na istraživanjima koja su u fokusu imala prisutnost i razvijenost društvene odgovornosti kompanija koje posluju na tržištima JI Evrope.

U istraživačkom delu rada, u svrhu izvođenja zaključaka korišten je **metod sinteze** koji je imao cilj izvesti određene zaključke na osnovu rezultata istraživanja.

Dakle, u doktorskoj disertaciji koristio se **metod akcionog istraživanje, teorijskog i empirijskog istraživanja**. U empirijskom dijelu korišten je **metod anketiranja** putem tehnike upitnika i statističke obrade rezultata u skladu s metodom deskriptivne statistike i uz primenu IBM SPSS programa.

5. SADRŽAJ ISTRAŽIVANJA

Polazeći od definisanog cilja i osnovnih hipoteza, doktorska disertacija je pored uvoda, zaključnih razmatranja, priloga i literature, podijeljena u glavna tri poglavlja koja čine suštinu istraživačkog rada.

Uvod sadrži teorijsko-pojmovno polazište, postavlja predmet, problem i cilj istraživanja kao i hipotetički okvir.

Teorijski temelji i istorijska evolucija CSR-a i Korporativna društvena odgovornost u svetskim i kompanijama Jugoistočne Evrope: BiH, Hrvatska i Srbija čine delove disertacije kojima kandidat istražuje teoretski okvir doktorske disertacije i teži da ostvari naučni cilj disertacije. Tako npr. Korporativna društvena odgovornost u teoriji tržišne ekonomije, pojam i oblici aktivnosti CSR-a, mesto i uloga društvene odgovornosti u kompanijama, kao i društvena odgovornost u svetskim kompanijama koje nastupaju na tržištu BiH, Hrvatske i Srbije, su predmet istraživanja kandidata u funkciji ostvarenja naučnog cilja doktorske disertacije.

Istraživanje o prisutnosti, razvijenosti i provođenju korporativne društvene odgovornosti u zemljama Jugoistočne Evrope: BiH, Hrvatska i Srbija, predstavlja centralni deo empirijskog istraživanja ove disertacije kojim autor želi da odgovori na društveni cilj istraživanja. Predstavljeni su rezultati empirijskog istraživanja kroz dvadeset i osam podnaslova koji su u korelaciji s pitanjima postavljenim tokom

istraživanja. Svako od pitanja je predstavljeno i kroz dobijene odgovore, što je na kraju davalo do odgovor na postavljene hipoteze.

U **zaključnim razmatranjima** kandidat je istakao i obrazložio da je opšta (generalna) hipoteza koja polazi od tvrdnje da je *korporativna društvena odgovornost kod globalnih i lokalnih kompanija u BiH, Hrvatskoj i Srbiji prisutna u sve većem obimu, a program CSR-a pridonosi svesti o važnosti i potrebi ovakvih aktivnosti u izgradnji pozitivnog korporativnog imidža i odnosa tih kompanija s društvenim zajednicama i interesnim grupama u okruženju*, u potpunosti potvrđena.

Sve kompanije, bez obzira na veličinu, a istraživanjem su obuhvaćena preduzeća od 20 do gotovo 9,000 radnika, tržišni udeo, osnivački kapital po poreklu, domaće ili strane ili ukupan promet, u svojoj organizacijskoj strukturi u manjem, osnovnom obliku ili u punom organizacijskom kapacitetu posebno razvijenog odela za korporativnu društvenu odgovornost, planiraju, provode i komuniciraju interno, sa svojim zaposlenim, zajednicom u kojoj deluju i sa javnošću svoje napore iz oblasti CSR. U prilog ovom zaključku govore podaci da je 96,9% ispitanih kompanija ustvrdilo kako imaju razvijenu strategiju CSR, 94,4% da imaju planiran budžet za ove poslovne aktivnosti, 67,7% ih uvrštava CSR izvještaj u svoj godišnji izveštaj o poslovanju, 93% kompanija ima odgovarajuću radnu strukturu koja provodi ove aktivnosti, 72% kompanija je usvojilo međunarodne inicijative kojima su definirana prava radnika, njihova zaštita, briga o okolišu, pozitivan odnos prema zajednici ili su angažirani u borbi protiv korupcije. Dalje, 96,7% kompanija imaju razvijen plan CSR aktivnosti usmjeren ka zajednici, 96,8% kompanija u BiH, Hrvatskoj i Srbiji poštuju lokalne i međunarodne zakonske obaveze kojima se reguliraju prava uposlenika a gotovo u istom procentu, 96,7% pružaju čak i dodatne pogodnosti svojim uposlenicima. U gotovo neverovatnim procentima od 100% kompanije poštuju jednakost polova i održavaju dobre odnose sa radničkim većima i sindikalnim organizacijama. Gotovo 88% kompanija imaju osmišljene filantropske aktivnosti podržane budžetom koje su usmerene na pojedince ili organizacije u društvenoj zajednici, što direktno doprinosi izgradnji pozitivnog imidža kompanije. Svi ovi sintezirani podaci dobijeni kroz ovo istraživanje ukazuju na utemeljenost postavljene hipoteze.

Druga, posebna (hipoteza II) koja polazi od tvrdnje da je *korporativna društvena odgovornost osmišljena planom, podržana budžetom i provedena kroz rukovođene aktivnosti kod globalnih kompanija prisutnih na tržištima BiH, Hrvatske i Srbije, dok to nije slučaj kod lokalnih kompanija jednake veličine na istom tržištu*, nije potvrđena.

U istraživanju je učestvovalo 31.3% lokalnih kompanija, prisutne u jednoj državi, 15,6% regionalnih, u dve države JI Evrope, te 21,9% internacionalnih i 31.3% globalnih kompanija, što je u zbiru jednak broj lokalnih i globalnih kompanija. Zbirno, i lokalne i globalne kompanije 96,8% kompanija imaju prisutnu i razvijenu strategiju CSR, gotovo 95% imaju obezbeđen budžet i kroz sva ključna

pitanjajednako implementiraju CSR aktivnosti. Rafinisanjem pojedinih odgovora, lokalne kompanije imaju u pojedinim segmentima bolje razvijenu infrastrukturu, način upravljanja CSR aktivnostima, budžet za ovu poslovnu aktivnost i angažiranost spram zajednice, nego je to slučaj kod nekih globalnih kompanija prisutnih na istom tržištu. Posebno je to slučaj kod Delta Holdinga, BH Telekoma, Prevent grupe ili Telekom Srbije.

Treća, posebna (hipoteza III) koja polazi od tvrdnje da se *Kvantitativno i kvalitativno osmišljeni programi korporativne društvene odgovornosti provode samo kod srednjih i velikih kompanija na tržištu Jugoistočne Evrope, bez obzira na porijeklo osnivačkog kapitala i vlasničku strukturu*, je istraživanjem potvrđena.

Kompanije koje zapošljavaju preko 200 zaposlenih, a posebno one sa brojem većim od 500, imaju bolje strukturirane mehanizme za planiranje, provođenje i komuniciranje CSR aktivnosti, dok to nije slučaj sa kompanijama manjeg obima po broju zaposlenih i ukupnim prihodom. Naime, istraživanjem su sa 12,5% obuhvaćene kompanije do 100 radnika, istim procentom one koje zapošljavaju do 200 i 75% kompanija koje zapošljavaju više od 200 ljudi, od toga 67,5% onih koje u čijim strukturama radi više od 500 zaposlenih. Detaljnom analizom lako je uočiti da kompanije do 100 zaposlenih imaju razvijenu strategiju i budžet za CSR, ne komuniciraju posebnim izvještajem za CSR, nemaju integrirane ISO standarde koje prate ove poslovne aktivnosti, nisu usvojile bilo koju od dobrovoljnih inicijativa, u većini nemaju usvojen plan CSR ka zajednici, poseban budžet za filantropski angažman, ne prave analizu potreba zajednice.

Četvrta posebna (hipoteza IV) koja polazi od tvrdnje da *država kroz svoje institucije učestvuje u određenim CSR aktivnostima pokrenutim od privatnih i državnih kompanija, te odbija iznos utrošen u CSR aktivnosti-a od ukupnog oporezivog iznosa prihoda kompanija*, nije potvrđena ovim istraživanjem.

Samo 44,4% ispitanih kompanija navodi da imaju podršku države za svoje aktivnosti iz domena društvene odgovornosti. Posmatrajući pojedinačno, ova hipoteza je **opravdana** za kompanije koje posluju na tržištu BiH, dok na tržištu Srbije kompanije su sa 63,6% se izjasnile da država ne igra nikakvu značajnu ulogu u CSR aktivnostima. Sa 62,5% negativnog stava ispitanih kompanija na tržištu Hrvatske, ova hipoteza i za ovo područje biva **odbačena**. Kod pitanja 29, posmatrajući rezultate po zemljama, u BiH, gde su firme se na prethodnom pitanju izjasnile da država ima određeno učešće u sprovođenju CSR aktivnosti, po ovom pitanju su se samo sa 14,3% izjasnile pozitivno. Firme sa srpskog tržišta, takođe, negativno, sa 70% su se izjasnile po ovom pitanju, dok su kompanije iz Hrvatske sa 57,1% kazale kako država izlazi u susret kompanija kod CSR aktivnosti kroz poreske olakšice. Ipak, bez obzira na delimične devijacije i male nedoslednosti kod dobijenih rezultata, države na tržištima JI Evrope ne igraju

neku od bitnih uloga kod stimulacije i provođenja CSR aktivnosti kod kompanija koja posluju na tom području.

U disertaciji su dati prilozi (spisak kompanija kod kojih je sprovedeno istraživanje - 33 kompanije; anketni upitnik sa 30 pitanja; CV kandidata; sporazumi i preporuke međunarodnih organizacija) kao i spisak literature (knjige i naučni radovi -110; članci i studije – 78; internet izvori – 68). U zaključnim preporukama kandidat je dao zaključke i preporuke o pravcima daljih istraživanja u ovoj oblasti.

6. OSTVARENI REZULTATI I DOPRINOS ISTRAŽIVANJA

Na osnovu istraživanja i analize teorijskih izvora i empirijskog istraživanja, kandidat je zaključio da je korporativna društvena odgovornost kod globalnih i lokalnih kompanija u BiH, Hrvatskoj i Srbiji je prisutna u sve većem obimu, a program CSR pridonosi svesti o važnosti i potrebi ovakvih aktivnosti u izgradnji pozitivnog korporativnog imidža i odnosa tih kompanija sa društvenim zajednicama i interesnim grupama u okruženju.

Kandidat u disertaciji raznim istraživačkim metodama nameće zaključak kako društvena odgovornost kompanije postaje poslovni imperativ i stoga menadžment sve više shvata da je to vrlo važno za poslovne aktivnosti, i da je baš, kao marketing, CSR zapravo investiranje u poslovanje. Od menadžmenta se sve više zahteva da svoje kompanije vode na društveno odgovoran način, dakle, da se ne zastupaju samo ekonomski ciljevi kompanija na čijem su čelu već i ciljevi zajednice kao celine.

Sintetizirani podaci u ovom radu pokazuju da kompanije u zemljama JI Evrope, Bosni i Hercegovini, Hrvatskoj i Srbiji dele isto mišljenje kao i kompanije sa Forbesove liste. Doduše, neke od njih su, poput, Microsofta, koji je lider na pomenutoj listi, obuhvaćene i ovim istraživanjem, pored Coca Cole, CISCO ili Avon-a, i imaju gotovo identične navike kao i njihove sestrinske firme na tržištima Njemačke, Velike Britanije ili Sjedinjenih Američkih Država.

Kandidat zaključuje kako dostignuća najuspješnijih globalnih kompanija koje posluju i na tržištima obuhvaćenim ovim istraživanjem zapravo su već „inficirali CSR virusom“ i lokalne kompanije koje su svesne neophodnosti davanja u isto vrijeme dok uzimate sa tržišta.

Kandidat je u disertaciji koristio bogatu, sadržajnu, adekvatnu i savremenu domaću i stranu literaturu. Metodološka podloga disertacije je , takođe, raznovrsna tako da je kandidatu omogućila detektovanje, analiziranje i interpretiranje ključnih problema u vezi sa predmetom, problemom i ciljem rada. Iz svega se zaključuje kako je disertacija originalna, korisna naučnoj zajednici, aktuelna, pogotovo empirijsko istraživanje te da je višestruko značajna za naučno delovanje u regiji Jugoistočne Evrope.

7. MIŠLJENJE KOMISIJE O DOKTORSKOJ DISERTACIJI

Doktorska disertacija kandidata Fuada Čibukčića je urađena prema ranije odobrenoj prijavi i koncepciji. U potpunosti je ostvaren plan istraživanja, koji je kandidat postavio. Disertacija je samostalan naučno-istraživački rad kandidata, što je i dodatno potvrđeno softverskom analizom na antiplagijarizam.

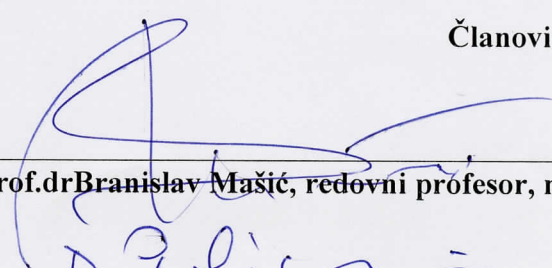
Struktura rada je dobro postavljena i omogućila je kandidatu da ostvari istraživačke ciljeve. Kandidat je kvalitetno uspeo da ostvari naučni i društveni cilj istraživanja, kao i da istraži odgovore postavljene na osnovu hipotetičkih okvira, pri čemu su kao što je već istaknuto opšta (hipoteza I) i posebna hipoteza III je potvrđena, a posebne hipoteze II i IV nisu potvrđene.

Doktorska disertacija kandidata mr Fuada Čibukčića prema našem mišljenju predstavlja originalni naučno-istraživački rad. Posebno ističemo značaj empirijskih istraživanja koje su obuhvatile globalne i lokalne kompanije u BiH (10 kompanija), Hrvatska (9 kompanija) Srbija (14 kompanija).

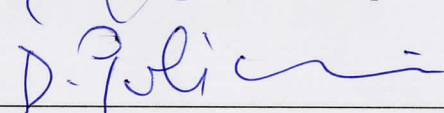
Polazeći od navedenog, predlažemo Veću Departmana za posle diplomске studije i međunarodnu saradnju i Senatu Univerziteta Singidunum da prihvati doktorsku disertaciju kandidata Fuada Čibukčića, pod naslovom: „Korporativna društvena odgovornost globalnih i lokalnih kompanija u zemljama Jugoistočne Evrope“ i odobri njenu javnu odbranu.

U Beogradu,
27.11.2015. godine


Članovi komisije:



1. prof.drBranislav Mašić, redovni profesor, mentor,



2. prof.drDanilo Golijanin, redovni profesor,
predsednik komisije



3. prof.drJelena Đorđević Boljanović, vanredni
profesor, član komisije