



Timočki klub
The Timok Club



AGENCIJA ZA RAZVOJ
OPŠTINE KNJAŽEVAC

VODIČ ZA DRUŠTVENO ODGOVORNO POSLOVANJE



Projekat „Društveno odgovorno poslovanje – od strategije do implementacije“
finansiraju Evropska unija, Vlada Švajcarske i Vlada Republike Srbije preko
programa Evropski PROGRES

Štampanje ove brošure podržale su Evropska unija, Vlada Švajcarske i Vlada Srbije preko programa Evropski PROGRES. Udruženje građana “Timočki klub” je isključivo odgovorno za sadržaj publikacije i on ne predstavlja neophodno stavove Evropske unije, Vlade Švajcarske i Vlade Srbije.

„Društveno odgovorno poslovanje predstavlja posvećenost i doprinos profitnog sektora održivom razvoju kroz rad sa sopstvenim zaposlenima, njihovim porodicama, lokalnim zajednicama, i društvom u celini, da bi se unapredio kvalitet života, kroz proces koji donosi koristi kompaniji i doprinosi opštem razvoju.“

Svetska banka

Sadržaj

1. UVOD	6
2. DEFINISANJE DRUŠTVENO ODGOVORNOG POSLOVANJA	8
3. RAZVOJ DRUŠTVENO ODGOVORNOG POSLOVANJA U SRBIJI	12
3.1. ISTORIJA DOP U SRBIJI	13
3.2. PODRŠKA DRŽAVE DRUŠTVENO ODGOVORNOM POSLOVANJU	15
4. SMERNICE ZA MALA I SREDNJA PREDUZEĆA	18
4.1. FOKUS DRUŠTVENO ODGOVORNOG POSLOVANJA	19
4.2. ELEMENTI DRUŠTVENO ODGOVORNOG POSLOVANJA	21
4.2.1. Osnovni principi	21
4.2.2. Principi poslovanja	23
4.2.3. Odnos prema zaposlenima	29
4.2.4. Životna sredina	35
4.2.5. Lokalna zajednica	42
5. PREPORUKE	46

1. UVOD

Prema brojnim studijama koje se bave društveno odgovornim poslovanjem (DOP), Srbija u znatnoj meri zaostaje za Evropskom unijom u ovoj oblasti, a posebno u domenu poštovanja prava iz radnih odnosa i regulativnom u vezi sa zaštitom životne sredine. Dodatno, problem je i ne stimulatívna poreska politika za korporativnu filantropiju. U Srbiji je 2010. godine bila doneta i Strategija razvoja i promocije društveno odgovornog poslovanja u Republici Srbiji za period od 2010. do 2015. godine, ali je ona ostala mrtvo slovo na papiru, jer se nije sprovodila.

Iako je u pomenutoj Strategiji prilično jasno definisana uloga države u vezi sa konceptom društveno odgovornog poslovanja, akcioni plan nije donet, pa tako nisu realizovane ni aktivnosti definisane Strategijom. Iako su sporadičnim merama države u više navrata bile definisane olakšice za zapošljavanje osetljivih grupa, kao i neki drugi zakoni koji se odnose na sprečavanje diskriminacije, zlostavljanja na radu, itd. koncept definisan Strategijom nije do kraja razrađen, tako da se o sistematskom pristupu promociji koncepta društveno odgovornog poslovanja ne može govoriti.

Jedan od ključnih zadataka države je da motri nad primenom propisa (na primer da sprečava izbegavanje obaveza za socijalno osiguranje zaposlenih), ali i u ovoj sferi, država, sem deklarativno, nikada nije u potpunosti iskoristila svoje kapacitete za zaštitu osnovnih prava radnika. Prema podacima Foruma za odgovorno poslovanje, npr. 2013. godine 6.000 poslodavaca u Srbiji nije redovno plaćalo doprinose zaposlenima, a dug za doprinose bio je oko 1,2 milijarde evra, što je uslovilo da 108.000 zaposlenih zbog toga nema povezan radni staž.

Država bi, takođe, trebalo da pojača kontrolu u primeni ekoloških propisa i da obezbedi striktnije sprovođenje zakona, kao i da jasno ukaže na negativnu praksu kada se ona otkrije i da promoviše poslovanje uz vođenje računa o životnoj sredini.

Pooštavanje discipline neophodno je i u oblasti zaštite potrošača, zakonski podsticaji trebalo bi da omoguće poreske i druge olakšice za sponzorstva, uplate pomoći ugroženim građanima i donacije.

U Evropskoj uniji se od 2017. uvodi obaveza za kompanije da izveštavaju i o ne finansijskom učinku, što bi uključilo praksu odgovornog poslovanja, pa, iako novina, ta praksa bi u nekom budućem periodu mogla da zaživi i kod nas, što bi dodatno stimulisalo društveno odgovorno poslovanje.

2. DEFINISANJE DRUŠTVENO ODGOVORNOG POSLOVANJA

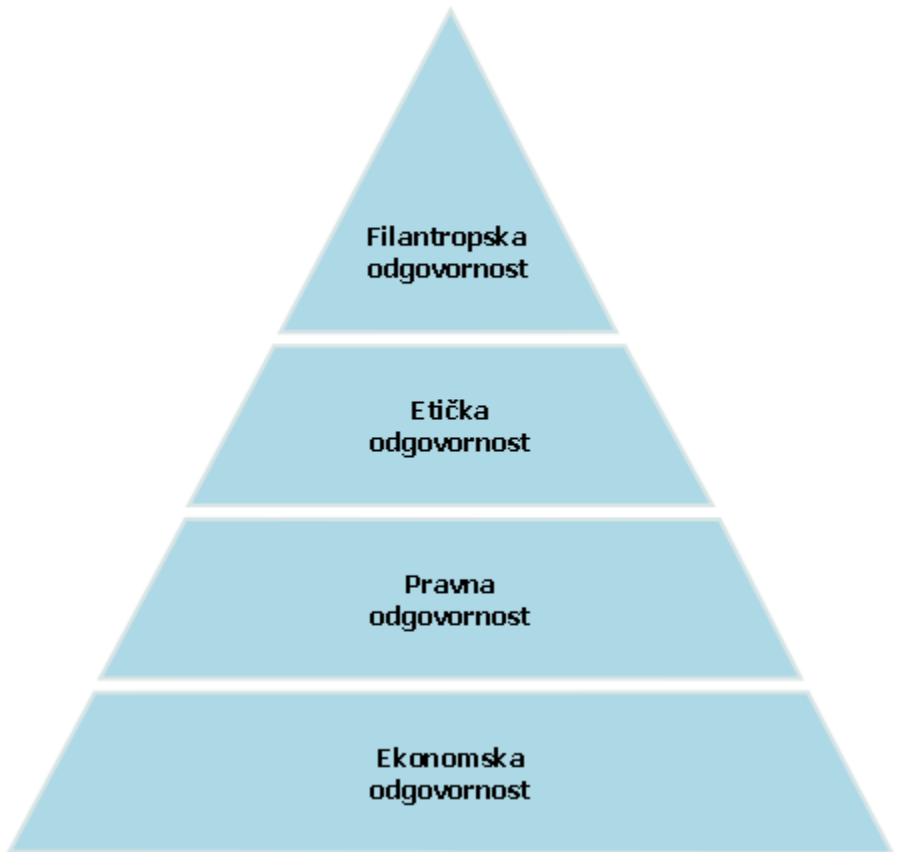
Pitanja društveno odgovornog poslovanja u razvijenim ekonomijama, postaje centralno pitanje, kako kod javnosti, tako i kod samih preduzeća. Preduzeća nisu zatvoreni sistemi, već funkcionišu u snažnoj korelaciji sa svojim okruženjem. Zbog toga, obaveza je preduzeća da se sa pažnjom odnose prema okruženju i sebi osiguraju održivi razvoj. Preduzeća su sastavni deo društva, njihovo poslovanje odvija se u društvu i tiče se društva, tako da se njihov uticaj ne može zanemariti, bio pozitivan, bio negativan, niti se on može posmatrati izolovano od društva. Kompanije koje se u svetu najviše poštuju jesu one za koje se smatra da služe interesima ljudi, a ne samo sopstvenim interesima. S obzirom na činjenicu da sam pojam, tj. koncept društveno odgovornog poslovanja i dalje stalno evoluiraju, i definicije samog pojma su brojne. Jedna od naj zastupljenijih definicija društveno odgovornog poslovanja je ona koju je dala Komisija evropskih zajednica (Commission of the European Communities) iz 2001. godine:

„Koncept korporativne društvene odgovornosti podrazumeva da kompanije na dobrovoljnoj osnovi integrišu društvene i ekološke probleme u svoje poslovanje i u interakciji sa svojim akterima.“

U suštini sličnu, ali ipak malo drugačiju i precizniju definiciju dala je Svetska banka:

„Društveno Odgovorno Poslovanje predstavlja posvećenost i doprinos profitnog sektora održivom razvoju kroz rad sa sopstvenim zaposlenima, njihovim porodicama, lokalnim zajednicama, i društvom u celini, da bi se unapredio kvalitet života, kroz proces koji donosi koristi kompaniji i doprinosi opštem razvoju.“

Archie B. Carroll definiše društveno odgovorno poslovanje kao piramidalni sistem koji se sastoji od etičke odgovornosti, pravne odgovornosti, filantropske i ekonomske odgovornosti:



Ekonomska odgovornost je odgovornost prema osnivačima, ali i prema zaposlenima. Biti profitabilan i obezbediti ekonomsku sigurnost za zaposlene, predstavlja osnovni preduslov za funkcionisanje preduzeća. Pravna odgovornost podrazumeva poštovanje zakona i svih propisa i na neki način predstavlja odgovornost prema državi.

Etička odgovornost podrazumeva nadgradnju onoga što čini ostvarenje profita i odgovornosti prema državi i predstavlja svest kompanije da je neophodno da se ponaša u skladu sa etičkim

normama.

Filantropska odgovornost podrazumeva obavezu preduzeća da kroz subvencije, donacije i dobročinstvo doprinosi boljitku ljudi i zajednice u kojoj deluje.

Društveno odgovorno poslovanje predstavlja poslovanje koje odgovara ili prevazilazi etička, zakonska, tržišna, ali i javna, odnosno očekivanja koja društvo ima od biznisa. Ono podrazumeva postizanje komercijalnog uspeha na način koji će poštovati sve zaposlene, kupce i dobavljače, etičke vrednosti i uvažavanje ljudi, socijalne zajednice i prirodnog okruženja.

Biti društveno odgovoran ne znači samo ispunjavati zakonske obaveze, već ići dalje od pukog pridržavanja zakona i ulagati još više u ljudski kapital, okruženje i odnose sa stejkholderima.

Iako je već u velikoj meri opšteprihvaćen, koncept društveno odgovornog poslovanja je pojam koji se i dalje razvija tako da i ne postoji jedna opšta definicija ili standardizovani set kriterijuma koji bi obuhvatio sve dimenzije ovog koncepta. Ipak, u teoriji sve definicije apostrofiraju nekoliko principa u kojima se uglavnom podudaraju:

- poboljšanje kvaliteta života,
- saradnja sa društvenom zajednicom,
- transparentno i etičko poslovanje
- učešće u rešavanju društvenih problema.

U pitanju je koncept koji se tiče podjednako i velikih industrijskih sistema i njihovog menadžmenta, i vlada država, i civilnog sektora, i društva u celini.

Da društveno odgovorno poslovanje ima pozitivnih rezultata na društvo, činjenica je oko koje nema dileme, međutim, finansijski efekti po preduzeće često nisu prepoznati, a mnoga preduzeća smatraju da imaju isključivo negativnog uticaja. Međutim, praksa

društveno odgovornog poslovanja podrazumeva kompleksno redefinisane pristupa radu, čime se na dugi rok uvode prakse i procedure koje imaju pozitivne ekonomske efekte i uticaj na smanjenje rizika.

Direktne koristi za kompanije koje su društveno odgovorne su:

- Smanjeni pritisak potrošača i kupaca
- Bolji odnos sa dobavljačima
- Lakše privlačenje investicija
- Bolji odnos sa zaposlenima
- Unapređeni imidž i bolji odnosi sa javnošću
- Smanjenje operativnih troškova
- Unapređen odnos sa državom i zakonodavcima

3. RAZVOJ DRUŠTVENO ODGOVORNOG POSLOVANJA U SRBIJI

Iako mnogi članci i dokumenti kao početak promocije koncepta DOP navode sredinu prve decenije 21. veka, praksa društveno odgovornog poslovanja u bivšoj Jugoslaviji bila je dnevna rutina mnogih preduzeća još u 80-tim godinama prošlog veka. Savremeno definisanje društveno odgovornog poslovanja jeste novijeg datuma, ali neke njegove dimenzije praktikovane su i u zemljama socijalističke Jugoslavije. Razvijena industrija i tržišno jaka preduzeća u Jugoslaviji doprinosili su ne samo privrednom, nego i socijalnom razvoju cele zemlje. Ona su ulagala u obrazovanje zaposlenih, brinula o njihovoj deci, odobravala stipendije, ulagala u razvoj komunalne infrastrukture, pomagala izgradnju kulturnih i sportskih objekata itd. U kojoj meri su te aktivnosti bile proizvod jasne strategije preduzeća, a u kojoj meri diktata zbog planskog karaktera privrede, drugo je pitanje.

Privreda Srbije, nakon ratova devedesetih i tranzicije, u velikoj meri je napustila te prakse i, uglavnom, borila se da preživi. U uslovima pravne nesigurnosti, turbulentnog tržišta, prisutnih efekata svetske ekonomske krize, političke nestabilnosti, pitanje je da li je i na koji način, uopšte, moguće društveno odgovorno poslovati, s obzirom na to da taj koncept zahteva izvesne finansijske izdatke. Međutim, prisustvo stranog kapitala i jakih internacionalnih kompanija koje su sobom donele praksu i principe DOP uticalo je pozitivno na širenje koncepta i kroz primere dobre prakse pokazalo da je društveno odgovorno poslovanje, ne samo moguće, već i izuzetno važno da bi se sama preduzeća bolje pozicionirala i brže razvijala.

3.1. ISTORIJA DOP U SRBIJI

Hronološki, najznačajniji momenti za promociju društveno odgovornog poslovanja u poslednjih desetak godina su:

- 2006. godina - Usvojeni Kodeks poslovne etike i Kodeks korporativnog upravljanja Privredne komore Srbije koji su utvrđivali osnovne principe i pravila poslovne etike i trebalo da budu obavezujući za privredne subjekte i članove Komore. Iako je namera i ideja bila vrlo afirmativna, ovim kodeksima trebalo je da bude dat doprinos afirmaciji poslovnog morala i društveno odgovornog poslovanja u Srbiji, ipak, kodeksi nisu bili široko prihvaćeni, a i promocija nije sprovedena na najvišem nivou. Prestali su da važe 2012. godine
- 2007. godina – Osnivanje Globalnog dogovora Srbija, odnosno priključenje Globalnom dogovoru, najmasovnijem dobrovoljnom udruženju u svetu posvećenom društveno odgovornom poslovanju. Pokretač i jedan od osnivača Globalnog dogovora u Srbiji je Narodna banka Srbije. Ovo udruženje u Srbiji sada broji preko 90 članica, domaćih i stranih kompanija, akademskih institucija, strukovnih udruženja i organizacija neprofitnog sektora. Članstvom u ovoj organizaciji, svi oni su se obavezali na poštovanje deset principa Globalnog dogovora iz oblasti zaštite ljudskih i radnih prava, zaštite životne sredine i borbe protiv korupcije, a samim tim i na njihovu podršku i promociju.
- 2007. godina - Balkanski fond za lokalne inicijative ustanovio je godišnju nagradu VIRTUS za korporativnu filantropiju, kao prvu nagradu te vrste koja se dodeljuje u Srbiji kompanijama

koje svojom finansijskom i nefinansijskom podrškom postavljaju standarde društveno odgovornog biznisa. Neki od dosadašnjih dobitnika VIRTUS nagrade su Narodna banka Srbije, B92, Hemofarm Vršac, Holcim Srbija, Erste Bank a.d. Novi Sad, Eurobank EFG, Telenor, Sunce Marinković d.o.o., Infostud 3 a.d. Subotica, Banja komerc d.o.o., preduzeće Sto posto itd.

- 2007. godina – Objavljen je i prvi izveštaj jedne kompanije u Srbiji o društveno odgovornom poslovanju. Izveštaj je objavio Holcim Srbija.
- 2007. godina – Privredna komora Srbije ustanovila i prvi put dodelila nacionalnu nagradu za društveno odgovorno poslovanje. Među dosadašnjim dobitnicima nagrade su kompanije Tigar iz Pirota, Bivoda iz Bujanovca, a među laureatima, uh Hemofarm iz Vršca, 2013. godine bilo je i preduzeće SCS Plus iz Knjaževca.
- 2008. godina - osnovan Forum poslovnih lidera Srbije, koji je kasnije promenio ime u Forum za odgovorno poslovanje, kao koalicija kompanija u Srbiji koje podstiču razvoj društveno odgovornog poslovanja. Forum je osnovan u cilju povezivanja lidera iz oblasti biznisa sa predstavnicima državnih institucija, međunarodnih institucija, poslovnih udruženja i civilnog sektora. Osnivanje Foruma inicirao je Smart Kolektiv uz podršku Instituta za održive zajednice i USAID-a. Kompanije osnivači Foruma su: RDP B92, Coca-Cola Hellenic, Droga Kolinska, Holcim Srbija, Henkel Merima, British American Tobacco, US Steel Srbija, KMPG d.o.o., Lafarge BFC, Phillip Morris International, PricewaterhouseCoopers, Societe General banka Srbija a.d.
- 2009. godina – obrazovan Savet Privredne komore Srbije za društveno odgovorno poslovanje (bez nekog naročitog efekta i rezultata)
- 2011. godina – konstituisan je Nacionalni komitet za volontiranje, u okviru Evropske godine volontiranja, čiji je cilj trebalo da bude podsticanje organizovanog dobrovoljnog rada, ali ni on nije imao značajnijih rezultata.
- 2011. godine – objavljen je i usvojen srpski standard SRPS

ISO 26000:2011, koji se oslonio na međunarodni standard koji je objavljen 2010. a za manje od godinu dana objavljen je i u Srbiji.

- 2013. Predstavljena evropska nagrada za CSR partnerstvo u Srbiji 2013.
- 2013. Nacionalna alijansa za lokalni ekonomski razvoj – NALED otpočela sa sertifikacijom za društveno odgovorne kompanije.

3.2. PODRŠKA DRŽAVE DRUŠTVENO ODGOVORNOM POSLOVANJU

Iako društveno odgovorno poslovanje podrazumeva opredeljenje preduzeća da usmeri aktivnosti u pravcu održivog razvoja zajednice, uloga države u definisanju minimalnih standarda u odnosu preduzeća prema sredini i zaposlenima, kao i u formulisanju podsticaja kojima bi motivisala preduzeća da budu društveno odgovorna je izuzetno značajna.

Na osnovu sporadičnih aktivnosti, može se zaključiti da je država svesna svoje uloge u promovisanju društveno odgovornog poslovanja, ali, sa druge strane, aktivnosti države nisu imale značajnijeg efekta u prethodnom periodu. Na osnovu sprovedene ankete, očigledno je da preduzeća kao najveću prepreku u primeni DOP-a vide nepostojanje stimulativnih mera, kao i nedosledno sprovođenje zakonske regulative.

Kao zemlja sa statusom kandidata za članstvo u EU, Srbija će morati da prihvati standarde i prakse Evropske Unije, uključujući i promovisanje i prihvatanje DOP-a.

Tokom 2009. godine Republika je inicirala proces kreiranja Strategije za razvoj društveno odgovornog poslovanja, a ova Strategija je i usvojena 2010. godine i ima važnost do tekuće, 2015.

godine.

Strategija je napravila detaljni osvrt na stanje društveno odgovornog poslovanja u Srbiji i konstatovala da je koncept društveno odgovornog poslovanja, i pored dotadašnjih promotivnih aktivnosti, i dalje nejasan za širu javnost u zemlji, kao i da se i dalje poistovećuje sa filantropskim aktivnostima kompanija ili doslednim poštovanjem zakona.

Strategija je definisala koncept DOP-a na tri nivoa:

1. Ispunjavanje zakonskih obaveza (porezi, zdravlje i bezbednost, prava radnika, prava potrošača, životna sredina) i standarda industrije.
2. Uključivanje, umanjivanje ili eliminisanje negativnih efekata poslovanja po društvo i upravljanje rizikom (povrede ljudskih prava, zagađenja i sl.).
3. Uvećavanje pozitivnih efekata poslovanja i stvaranja vrednosti kroz inovacije, investicije i partnerstva usmerena ka društvenom dobru i dobru po životnu sredinu (otvaranje radnih mesta, društveni i ekonomski razvoj i razrešenje konflikata).

Strategija kao naj kritičnije oblasti DOP-a, evidentira ljudska prava, angažovanje u zajednici, socijalnu inkluziju, unapređenje bezbednosti i zdravlja na radu, unapređenje odnosa između poslodavaca i zaposlenih i socijalnog dijaloga, priznavanje važnosti kolektivnih ugovora, poslovne standarde i tržišne prakse i zaštitu životne sredine.

U analizi kapaciteta za implementaciju DOP-a, Strategija kao glavne aktore i interesente društveno odgovornog poslovanja, osim poslovne zajednice i građana, vidi poslovna i profesionalna udruženja, sindikate i udruženja poslodavaca, Vladu, nevladine organizacije, medije i akademske krugove.

Strategija je predvidela da se oblasti delovanja društveno odgovornih praksi prošire sa preovlađujućih humanitarnih akcija na sistematičnije i organizovanije inicijative investiranja u lokalnu infrastrukturu, socijalnu inkluziju, i stimulisanje malih i srednjih preduzeća u praktikovanju DOP-a.

Ona je videla da je neophodna intenzivnija koordinacija Vlade i poslovnog sektora u investiranju u socijalne programe, pri čemu je implementacija DOP-a u poslovni sektor Srbije jedan od načina ostvarivanja ekonomske i socijalne kohezije u zemlji. Takođe, pravilno je definisala da uvođenje koncepta DOP treba da bude organizovano i sprovedeno kroz sinhronizovanu akciju, definisano kroz zakone i uredbe, kontrolisano i sistematično, uz konstantno učešće države.

Prema Strategiji, Vlada je trebalo da donošenjem važnih propisa iz oblasti DOP-a održi korak sa tekućim trendovima u globalnoj ekonomiji i u EU, ali i da njima poboljša konkurentnost, socijalnu inkluziju, privuče inostrane investicije i nastavi proces približavanja i pridruživanja EU.

Iako je sama Strategija bila izuzetno dobro postavljena i iako je pored nje izrađen i usvojen niz zakonskih propisa koji se direktno ili indirektno odnose na oblast DOP-a (Strategija za smanjenje siromaštva, Nacionalni program zaštite životne sredine, Nacionalna strategija održivog razvoja Republike Srbije za period 2009-2017. godine, Zakon o radu, Zakon o socijalno-ekonomskom savetu, Nacionalni akcioni plan zapošljavanja, Nacionalna strategija za mlade, Strategija zaštite potrošača za period 2013-2018. godine, Nacionalna strategija za borbu protiv korupcije, Zakon o volontiranju, Zakon o profesionalnoj rehabilitaciji i zapošljavanju osoba sa invaliditetom itd.) ipak je izostala sistematičnost, nisu obrazovana tela za implementaciju Strategije, niti je bilo ko pratio i izveštavao o njenoj implementaciji, tako da se može reći da je ona ostala običan papir, te da su pomenuti Zakoni došli više kao posledica nekih drugih politika i inicijativa, a ne kao direktna implementacija Strategije.

Kao glavne partnere iz državnog sektora u promociji i implementaciji DOP-a, Strategija je videla ministarstva zadužena za rad, socijalnu politiku, ekonomiju i regionalni razvoj, životnu sredinu, prostorno planiranje, trgovinu i usluge itd.

Ove godine, period važenja ističe, a nema naznaka na koji način će se država baviti promocijom društveno odgovornog poslovanja u budućem periodu, niti da li će biti neke analize o realizaciji Strategije u prethodnom periodu.

4. SMERNICE ZA MALA I SREDNJA PREDUZEĆA

U nedostatku sistematskog pristupa društveno odgovornom poslovanju, da li će neko preduzeće i u kolikoj meri biti društveno odgovorno, prepušteno je samom preduzeću. Ukoliko preduzeće želi da neke od principa društveno odgovornog poslovanja uvrsti u svakodnevne politike i prakse, sledeće smernice mogu pomoći u tome. Naime, smernice su posvećene svim preduzećima zainteresovanim za integrisanje DOP-a u svoje poslovanje, bez obzira na polaznu tačku integrisanosti.

Neophodno je da preduzeće načini samo-analizu i da prvenstveno sagleda sledeće principe:

a) Razvijanje spremnosti za društvenu odgovornost - Razvoj društvene odgovornosti u svim aspektima poslovanja preduzeća zahteva posvećenost i razumevanje koncepta na svim nivoima. Pritom, razumijevanje i posvećenost ovom konceptu trebalo bi da počnu sa najvišeg nivoa upravljanja. Izgradnja kompetencija za sprovođenje praksi društveno odgovornog poslovanja može podrazumevati i neophodnost jačanja ili pak razvoja veština u određenim oblastima, edukaciju menadžmenta i zaposlenih itd.

b) Postavljanje pravca društvene odgovornosti u preduzeću -

Preduzeće koje teži statusu društveno odgovornog preduzeća treba da uspostavi svoj pravac poslovanja na način da učini društvenu odgovornost sastavnim delom svojih politika, organizacione kulture, struktura i aktivnosti. Neki od načina na koje se to može postići su sledeći:

- uključite u izjave o viziji i misiji preduzeća jasno i precizno definisano opredeljenje preduzeća za društveno odgovorno poslovanje
- donesite pravilnike i druga interna akta preduzeća koji će definisati pravila i procedure
- motivišite zaposlene da podrže i uključe se u aktivnosti preduzeća društvene odgovornosti;
- usvojite pisani kodeks ponašanja ili etički kodeks kojim se konkretizuje posvećenost preduzeća principima društvene odgovornosti;
- uključite društvenu odgovornost kao ključni element strategije poslovanja preduzeća

b) Komuniciranje o društvenoj odgovornosti - Ukoliko želite da povećate nivo svesti, kako unutar tako i van preduzeća, o strategijama, ciljevima i planovima vezanim za društvenu odgovornost, da pokažete javnosti da poštujete principe društvene odgovornosti i ojačate poverenje društva u vaše preduzeće neophodno je obezbediti kontinuiranu internu i eksternu komunikaciju o ostvarenim i planiranim društveno odgovornim aktivnostima kao i o njihovim učincima. Pritom, vodite računa o tome da informacije moraju biti potpune, razumljive, tačne, pravovremene i javno dostupne.

4.1. FOKUS DRUŠTVENO ODGOVORNOG POSLOVANJA

Detaljne informacije o integraciji društvene odgovornosti u poslovanje preduzeća definisane su u ISO standardu za društvenu

odgovornost ISO 26000. U ovom vodiču, podelićemo aktivnosti društveno odgovornog poslovanja na četiri osnovne oblasti:

- Principe poslovanja
- Odnose sa zaposlenima
- Odnosi sa širom društvenom zajednicom
- Odnos prema životnoj sredini



4.2. ELEMENTI DRUŠTVENO ODGOVORNOG POSLOVANJA

Osnovni elementi društveno odgovornog poslovanja koje bi malo ili srednje preduzeće trebalo da inkorporira u svoje poslovanje, da bi se moglo smatrati društveno odgovornim podeljeni su u četiri grupe. Treba imati u vidu da je ovo samo pregled idealnog slučaja, a da će od individualnog preduzeća zavisiti u kojoj meri i koje elemente će preduzeće primenjivati u svom poslovanju. S obzirom da je poštovanje zakona imperativ navedeni kriterijumi se smatraju nadgradnjom. Šta je minimalni set koji je neophodan, ne može se precizno reći, ali primena pojedinih elemenata, a nepoštovanje ili grubo kršenje nekih drugih sigurno nije ono što od preduzeća može učiniti društveno odgovorno preduzeće. Paralela se može povući sa odnosom pojedinca prema moralu. Visoko moralna osoba nikada neće prekršiti niti jednu moralnu normu. Kada je jednom prekrši, ta mrlja će uvek biti tu da naruši ugled.

4.2.1. Osnovni principi

Pun efekat društveno odgovornih aktivnosti, u smislu povećanja konkurentske prednosti preduzeća, kao i dobrobiti za zajednicu, postiže se pažljivim izborom odgovarajućih društvenih ciljeva i inicijativa i njihovim usklađivanjem sa poslovnim ciljevima preduzeća.

Društveno angažovanje usklađeno sa poslovnom delatnošću svedoči o trajnom i sistematskom opredeljenju preduzeća za društvenu odgovornost.

Društveno odgovorno preduzeće, u tom smislu, pre svega bi moralo da obrati pažnju da zadovoljava sledeće principe:

1. Društvena odgovornost i održivi razvoj inkorporirani su u misiju, viziju ili strategiju kompanije

Pokazatelji:

- Misija i/ili vizija preduzeća sadrži formulaciju koja ukazuje ili uključuje principe održivog razvoja i društvene odgovornosti
- U strategiji preduzeća posebno su definisana pitanja koja se odnose na održivost i/ili društvenu odgovornost

2. Principi društvene odgovornosti su integrisani u poslovne ciljeve preduzeća

Pokazatelji:

- Poslovni ciljevi definisani su tako da uzimaju u obzir principe društvene odgovornosti
- Ciljevi povezani sa sferama društvene odgovornosti (npr. zdravlje i bezbednost na radu, razvoj zaposlenih, zaštita životne sredine itd.) sastavni su deo poslovnih ciljeva kompanije

3. Preduzeće izveštava o društvenoj odgovornosti (Izveštavanje dovodi do poboljšavanja rezultata u ostvarivanju ciljeva održivog razvoja, omogućavajući preduzećima da mere, prate i unapređuju svoje performanse u konkretnim oblastima i sve zainteresovane strane informišu o napretku u ispunjavanju tih ciljeva).

Pokazatelji:

- Preduzeće objavljuje Izveštaj o društvenoj odgovornosti
- Preduzeće ima posebnu sekciju na svom veb-sajtu posvećenu ovoj oblasti

4.2.2. Principi poslovanja

1. Preduzeće treba da poseduje transparentne procedure o izboru i radu organa upravljanja. Transparentnost procedura od ključne je važnosti za dobro upravljanje, smanjenje rizika i odvratanje od potencijalnih ne-etičkih oblika ponašanja.

Pokazatelji:

- Postoji jasno propisana procedura za izbor članova odbora direktora
- Odbor direktora podnosi izveštaj o radu periodično

2. Članovi odbora direktora su nezavisni u cilju sprečavanja potencijalnog sukoba interesa.

Pokazatelji:

- Nezavisnost članova odbora direktora predmet je evaluacije godišnjeg izveštaja o radu odbora

3. Svi vlasnici (akcionari, članovi...) imaju jednak pristup informacijama o poslovanju, s obzirom da pouzdane i pravovremene informacije povećavaju poverenje među donosiocima odluka

Pokazatelji:

- Postoji jasna, pisana i javno dostupna Politika izveštavanja koja definiše principe, pravila i procedure izveštavanja

4. Preduzeće bi trebalo da ima Etički kodeks/kodeks ponašanja sa kojim su upoznati svi zaposleni, s obzirom da svest zaposlenih o očekivanjima kompanije u pogledu ponašanja i etičkih normi doprinosi stvaranju zdrave korporativne kulture i odvraća od potencijalnih neetičkih oblika ponašanja.

Pokazatelji:

- Preduzeće je donelo kodeks ponašanja ili etički kodeks i postoji procedura kojom se svaki novozaposleni upoznaje sa kodeksom
- Ugovor o radu definiše obaveze zaposlenog da poštuje Kodeks
- Etički kodeks/Kodeks ponašanja je javno dostupan

5. Podaci o strukturi vlasništva preduzeća su javno dostupni

Pokazatelji:

- Preduzeće transparentno objavljuje u okviru svog godišnjeg izveštaja podatke o strukturi vlasništva
- Preduzeće obaveštava javnost o bitnim promenama u strukturi vlasništva

6. Finansijski izveštaji preduzeća su javno dostupni. Pored zakonske obaveze objavljivanja godišnjih izveštaja o poslovanju, preduzeće omogućava svim zainteresovanim stranama da do ovih informacija dolaze lako.

Pokazatelji:

- Preduzeće objavljuje finansijske izveštaje o poslovanju na svom veb-sajtu

7. Preduzeće javno objavljuje u kojim sektorima i na kojim tržištima posluje

Pokazatelji:

- Preduzeće uključuje u svoje poslovne izveštaje informacije o svim sektorima u kojima posluje
- Preduzeće objavljuje na kojim tržištima posluje u svom

godišnjem izveštaju

8. Preduzeće je usvojilo principe antimonopolskog ponašanja i zaštite konkurencije, u skladu sa kojima posluje

Pokazatelji:

- Preduzeće je usvojilo antimonopolsku politiku ili politiku lojalne konkurencije
- Protiv preduzeća ne postoji dokazana krivica usled zloupotreba dominantnog položaja na tržištu
- Preduzeće ne praktikuje nekorektne poslovne prakse (fiksiranje cena, podizanje barijera u određenom sektoru, koordiniranje ponude itd.)

9. Preduzeće ima definisanu Politiku o antikorupciji, u skladu sa kojom posluje

Pokazatelji:

- Preduzeće je usvojilo Politiku o antikorupciji u pisanom obliku
- U preduzeću postoji mehanizam koji omogućava zaposlenima da prijave slučajeve korupcije

10. Preduzeće primenjuje neki od standarda sistema menadžmenta: kvaliteta, zaštite životne

sredine, zdravlja i bezbednosti na radu, bezbednosti hrane, sigurnosti informacija, itd.

Pokazatelji:

- Preduzeće poseduje navedene sertifikate ili u svemu

postupa u skladu sa međunarodnim propisanim standardima

11. Preduzeće adekvatno informiše potrošače /klijente o svojim proizvodima/uslugama

Pokazatelji:

- Preduzeće obaveštava potrošače u skladu sa pozitivnim propisima, dobrim poslovnim običajima i poslovnom etikom
- Preduzeće označava (etiketira) svoje proizvode/usluge u skladu sa zakonom, a pored toga daje i dopunske informacije koje povećavaju informisanost prosečnog potrošača
- Potrošači (kupci) su prilikom kupovine robe ili usluge detaljno obavešteni o svojim pravima, garanciji i specifikacijama u vezi sa određenim proizvodom ili uslugom

12. Proizvodi/usluge kompanije su dostupni osobama sa invaliditetom

Pokazatelji:

- Preduzeće se javno opredeljuje za borbu protiv svakog vida diskriminacije i poštovanje različitosti
- Preduzeće je obezbedilo dostupnost svojih objekata osobama sa invaliditetom
- Preduzeće može da ponudi posebne dodatke proizvodima/uslugama koji osobama sa invaliditetom omogućavaju upotrebu standardnih proizvoda

13. Preduzeće obezbeđuje zaštitu ličnih podataka svojih potrošača i klijenata

Pokazatelji:

- Preduzeće posluje u skladu sa pozitivnim zakonskim

propisima i ima definisanu Politiku privatnosti i Politiku zaštite ličnih podataka u skladu sa zakonom

- Preduzeće jasno i nedvosmisleno obaveštava korisnike o svrsi prikupljanja ličnih podataka, obrade i rokovima čuvanja
- Lični podaci prikupljaju se za tačno određene svrhe na osnovu zakona ili pisanog pristanka korisnika i ne koriste u druge svrhe osim u one za koje su sakupljeni

14. Preduzeće ima posebnu službu/kanal komunikacije za primedbe i reklamacije potrošača (kupaca)/klijenata

Pokazatelji:

- Preduzeće je internim pravilnikom/dokumentima regulisalo rad službe za primedbe i reklamacije potrošača u skladu sa Zakonom
- Preduzeću postoji osoba /call centar dostupan potrošačima
- Kontakt za reklamacije je jasno istaknut i lako dostupan korisnicima
- Preduzeće je internim pravilima definisala rokove za odgovore na reklamacije (koji je manji ili jednak od zakonskog roka), kao i razuman rok za rešavanje opravdanih reklamacija

15. Preduzeće blagovremeno izmiruje obaveze prema dobavljačima

Pokazatelji:

- Preduzeće prepoznaje dobavljače kao važne stejkholdere
- Preduzeće nastoji da ostvari jasnu i transparentnu komunikaciju sa dobavljačima
- Preduzeće poštuje sve ugovorom definisane uslove i vremenske rokove

16. Preduzeće osnažuje dobavljače (partnere/kupce) kroz transfer znanja i tehnologija (Preduzeće je aktivno angažovano u sferi

unapređenja znanja i veština; transferom tehnologija, preduzeće može u velikoj meri da doprinese unapređenju praksi svojih dobavljača i razvoju lokalne ekonomije).

Pokazatelji:

- Preduzeće inicira programe i projekte koji se odnose na edukaciju dobavljača, sa ciljem unapređivanja njihovih poslovnih praksi
- Preduzeće nastoji da održi transparentan i partnerski odnos sa svojim dobavljačima, saradujući, takođe, i sa relevantnim sektorskim udruženjima

17. Lokalni dobavljači su adekvatno zastupljeni u lancu snabdevanja (Uticaj koji preduzeće može da ostvari na lokalnu ekonomiju ne ostvaruje se samo putem direktnog zapošljavanja, isplate plata ili plaćanja poreza. Podržavanjem lokalnog biznisa u dobavljačkom lancu, preduzeće indirektno utiče na razvoj lokalne ekonomije, a samim tim i na lokalnu zajednicu u kojoj posluje).

Pokazatelji:

- Preduzeće ima politiku ili uobičajenu praksu, koje se odnose na dobavljače, odnosno koje definišu prioritet kompanije da saraduje sa lokalnim dobavljačima
- Preduzeće se zalaže za unapređenje poslovnih i društveno odgovornih praksi lokalnih dobavljača

18. Preduzeće podstiče dobavljače (partnere/kupce) da se uključe u društveno odgovorne aktivnosti (uključujući dobavljače u aktuelne društveno odgovorne aktivnosti, preduzeće doprinosi razvoju svesti dobavljača o značaju pitanja održivosti, kao i promociji samog koncepta društvene odgovornosti u lancu dobavljača. U tom kontekstu, preduzeće ima ulogu prenosioca znanja i iskustva u pomenutim oblastima i veliku moć da utiče na dalji razvoj društveno odgovornih praksi.)

Pokazatelji:

- Preduzeće prepoznaje dobavljače kao važnu grupu stejkholdera i uključuje ih u društveno odgovorne aktivnosti
- Preduzeće edukuje dobavljače o društveno odgovornim praksama i značaju pitanja održivosti, kao i o značaju njihovog uključivanja u taj proces

4.2.3. Odnos prema zaposlenima

1. Zaposleni su upoznati sa principima društvene odgovornosti (Preduzeća posvećena društveno odgovornom poslovanju trebalo bi da posebnu pažnju poklanjaju promociji korporativnih vrednosti prema svojim zaposlenima, pomažući im da razumeju i aktivno se uključe u poboljšanje društvenog ambijenta, kao deo preduzeća ili pojedinačno.)

Pokazatelji:

- Principi društvene odgovornosti su lako dostupni na sajtu kompanije
- Preduzeće putem internih kanala komunikacije promoviše principe društvene odgovornosti
- Preduzeće održava edukacije kojima upoznaje zaposlene sa principima ili pojedinačnim projektima
- Preduzeće podstiče zaposlene da učestvuju u društveno odgovornim projektima i aktivnostima koje sprovodi

2. Preduzeće obaveštava i uključuje zaposlene u društveno odgovorne aktivnosti

Pokazatelji:

- U preduzeću postoji dokument kojim se definišu aktivnosti

usmerene na zaposlene, i aktivnosti koje predviđaju učešće zaposlenih u aktivnostima usmerenim na društvenu odgovornost

- Zaposleni učestvuju u društveno odgovornim aktivnostima na dobrovoljnoj osnovi

3. Preduzeće garantuje jednake mogućnosti pri zapošljavanju (Postavljanje kvalifikovanosti kao jedinog merila za primanje u radni odnos, i striktno isključivanje svih drugih karakteristika pojedinca kao što su pol, nacionalna, verska pripadnost, političko opredeljenje, seksualna orijentacija itd. prilikom odlučivanja o zapošljavanju, neophodni su preduslovi koje odgovorna preduzeće mora da ispuni da bi se smatralo društveno odgovornim.)

Pokazatelji:

- Preduzeće ima usvojen dokument kojim se definiše garantovanje jednakih šansi pri zapošljavanju
- Ne postoje žalbe protiv kompanije za kršenje načela jednakih mogućnosti, čija je osnovanost utvrđena

4. Preduzeće garantuje jednake mogućnosti za napredovanje

Pokazatelji:

- Preduzeće ima usvojen dokument kojim se definiše garantovanje jednakih šansi pri napredovanju
- U preduzeću postoji procedura za procenu učinka zaposlenih i koja jasno pokazuje neprihvatljivost kriterijuma procene koji se odnose na neizabrane lične karakteristike (kao što su pol, godište, pripadnost određenoj rasi, invaliditet), ili druge oblike različitosti

5. Preduzeće ima jasno definisan sistem nagrađivanja za sve zaposlene uključujući i najviši

nivo menadžmenta

Pokazatelji:

- Postoji politika nagrađivanja u pisanom obliku
- U preduzeću postoji sistem procene radnog učinka koji se dosledno i redovno primenjuje

6. Oba pola su ravnopravno zastupljena u ukupnom broju zaposlenih

Pokazatelji:

- Preduzeće ima usvojen dokument kojim se definišu garantovanje jednakih šansi pri zapošljavanju i napredovanju
- Preduzeće sprovodi posebne mere za povećanje zaposlenosti i mogućnosti zapošljavanja manje zastupljenog pola
- Evidencija sektora ljudskih resursa pokazuje ravnopravnu zastupljenost oba pola u ukupnom broju zaposlenih

7. Preduzeće zapošljava osobe sa invaliditetom i/ili pripadnike drugih osetljivih grupa

Pokazatelji:

- Preduzeće ima usvojen dokument kojim se definišu garantovanje jednakih šansi pri zapošljavanju i napredovanju
- Evidencija sektora ljudskih resursa pokazuje udeo osetljivih grupa u ukupnom broju zaposlenih
- Preduzeće sprovodi posebne programe zapošljavanja pripadnika osetljivih grupa

8. Preduzeće ima razvijenu metodologiju ispitivanja zadovoljstva zaposlenih koja se redovno primenjuje (Zadovoljstvo zaposlenih i motivacija za rad postaju osnov uspeha savremene organizacije.

Naglasak se stavlja na aktivno upravljanje potencijalima zaposlenih)

Pokazatelji:

- U preduzeću postoje procedure za ispitivanje zadovoljstva zaposlenih
- Procedure za ispitivanje zadovoljstva zaposlenih se primenjuju prema utvrđenoj vremenskoj dinamici
- U preduzeću postoji mehanizam kojim zaposleni tokom cele godine mogu da upute svoje primedbe, ideje i predloge u vezi sa povećanjem zadovoljstva na radnom mestu (npr. u vezi sa uslovima rada, unapređenjem radnih procesa i procedura, i drugo)

9. Preduzeće ima određen godišnji budžet za obuke i usavršavanje zaposlenih

Pokazatelji:

- U preduzeću postoji godišnji plan obuka za sve zaposlene

10. Preduzeće ima definisanu politiku volontiranja

Pokazatelji:

- Preduzeće ima dokument koji reguliše ovo pitanje
- Ovim dokumentom su definisani oblici volontiranja zaposlenih koje preduzeće podržava, uslovi i načini volontiranja, obaveze i prava volontera itd.

11. Preduzeće podržava pravo radnika na udruživanje (zaštita prava radnika da se kolektivno organizuju u organizacije po sopstvenom izboru nerazdvojiva je od prava na slobodu udruživanja

i kolektivno pregovaranje. Pravo na slobodu udruživanja osnovna je odredba UN-ove Opšte deklaracije o ljudskim pravima i definisano

je temeljnim konvencijama Međunarodne organizacije rada br. 87 i 98.)

Pokazatelji:

- Sindikalna organizacija/organizacije u preduzeću deluju slobodno, otvoreno i nezavisno
- U preduzeću ne postoji diskriminacija na osnovu članstva u sindikatima

12. Većina zaposlenih u preduzeću obuhvaćena je kolektivnim ugovorom, koji se redovno

revidira u dijalogu sa sindikatom

Pokazatelji:

- Značajan procenat ukupnog broja zaposlenih obuhvaćen je kolektivnim ugovorom
- Preduzeće redovno i aktivno učestvuje u pregovorima sa predstavnicima sindikata

13. Prava koja zaposleni ostvaruju su iznad zakonskog minimuma (Organizacija koja obezbeđuje svojim zaposlenima beneficije, koje prevazilaze zakonom propisane standarde, orijentisana je na brigu i ulaganje u ljudske resurse i postizanje kvalitetnog odnosa sa svojim radnicima. Kvalitet beneficija je jedan od ključnih pokazatelja spremnosti kompanije da zaštiti svoje zaposlene i jedan je od ključnih elemenata za zadržavanje zaposlenih u preduzeću.)

Pokazatelji:

- U pravilima i procedurama za zaposlene ili kolektivnom ugovoru jasno su definisane one beneficije koje su obezbeđene svim zaposlenima u kompaniji
- Preduzeće obezbeđuje svojim stalno zaposlenima

standardne beneficije, kao što su: životno osiguranje, zdravstvena zaštita, invalidsko osiguranje, porodijsko odsustvo, penzijsko osiguranje, godišnji odmor itd.)

- Preduzeće obezbeđuje svojim zaposlenima i druge dodatne beneficije

14. Preduzeće ima politiku/procedure anti-mobinga i sprovodi odgovarajuće mere u skladu sa zakonom (Mobing je široko rasprostranjena pojava, najčešće proučavana na radnim mestima, a posledice se reflektuju na ekonomsko i socijalno okruženje, na radnu sredinu i na pojedinca, pa se problem posmatra sa psihološkog, medicinskog, sociološkog i pravnog aspekta, sa ciljem da se upozori na značaj i pravovremeno prepoznavanje problema. Mobing se može sprečiti permanentnom primarnom prevencijom, informisanjem, edukacijom i konkretnim merama, a posvećenost kompanije borbi protiv ove pojave svedoči o njenoj odgovornosti prema zaposlenima i široj društvenoj zajednici.)

Pokazatelji:

- Zaposleni u kompaniji, posebno u sektoru ljudskih resursa su informisani o Zakonu o sprečavanju zlostavljanja na radu i edukovani o njegovoj primeni
- Preduzeće ohrabruje zaposlene da slobodno prijave sumnju na postojanje zlostavljanja na radnom mestu
- Zaposlenima je pružena mogućnost anonimnog prijavljivanja zlostavljanja na radnom mestu

15. Preduzeće sprovodi adekvatne mere zaštite zdravlja i bezbednosti na radu (Značaj bezbednosti i zdravlja na radu danas se sagledava sa humanog, socijalnog i ekonomskog stanovišta, a obaveza odgovorne kompanije je da teži dostizanju najvišeg mogućeg nivoa zdravstvene i psihofizičke zaštite zaposlenih na radnom mestu u skladu sa poslovima koje obavljaju.)

Pokazatelji:

- Preduzeće je sprovelo procenu rizika po pitanju bezbednosti i zdravlja na radu za sva radna mesta
- Preduzeće je usvojilo dokument o zaštiti zdravlja i bezbednosti na radu, sa kojom su upoznati svi zaposleni
- Preduzeće poseduje važeći Certifikat za sistem menadžmenta zdravljem i bezbednošću na radu (OHSAS 18001)
- Preduzeće sprovodi mere za stalno unapređenje uslova bezbednosti i zdravlja na radu
- Zdravstvena i sigurnosna pitanja obuhvaćena su formalnim sporazumima sa sindikatima

4.2.4. Životna sredina

1. Preduzeće uzima u obzir uticaj na životnu sredinu pri donošenju strateških odluka

Pokazatelji:

- Preduzeće pre donošenja strateških odluka vrši identifikaciju svih potencijalnih, posebno negativnih, uticaja na životnu sredinu koje odluka može proizvesti
- Preduzeće u procesu identifikacije uticaja konsultuje relevantne zainteresovane strane
- Preduzeće u procesu identifikacije uticaja konsultuje stručnu javnost

2. Preduzeće ima dokument koji definiše politiku zaštite životne sredine

Pokazatelji:

- Preduzeće je usvojilo dokument koji definiše odnos prema zaštiti životne sredine

3. U poslovanju preduzeća predviđen je godišnji budžet za troškove i investicije u oblasti životne sredine (redovno planiranje troškova i investicija u domenu zaštite životne sredine govori o opredeljenju kompanije da se strateški posveti smanjenju negativnih uticaja svog poslovanja, i da, osim ulaganja u unapređenje proizvodnih i radnih procesa, doprinese očuvanju prirodnog okruženja)

Pokazatelji:

- U preduzeću postoji godišnji plan aktivnosti usmerenih na zaštitu životne sredine
- Ukupni godišnji troškovi i investicije koje se odnose na životnu sredinu specifikovani su u okviru godišnjeg budžeta nadležnog sektora

4. Preduzeće sprovodi merenje i monitoring uticaja na životnu sredinu

Pokazatelji:

- U preduzeću postoje dokumentovane procedure za merenje uticaja na životnu sredinu
- Preduzeće je donelo plan upravljanja životnom sredinom
- Kvalitet i ispravnost otpadnih voda se kontroliše
- Preduzeće vrši merenje emisija štetnih materija
- Preduzeće je donelo plan upravljanja otpadom

5. Uticaj na životnu sredinu uzima se u obzir pri izboru dobavljača (Uvođenjem kriterijuma koji se odnose na zaštitu životne sredine pri izboru dobavljača preduzeće nedvosmisleno pokazuje svoj stav u pogledu održivog rasta i razvoja, utičući na širenje dobrih praksi na tržištu i podstičući razvoj „zelene ekonomije“)

Pokazatelji:

- Kriterijumi za izbor dobavljača uključuju i kriterijume koji se odnose na zaštitu životne sredine
- Standardni ugovori sa dobavljačima sadrže klauzule koje se odnose na zaštitu životne sredine
- Preduzeće kupuje proizvode sa certifikatom zaštite životne sredine

6. Preduzeće primenjuje neki od dobrovoljnih instrumenata zaštite životne sredine (ISO:14001, ISO:50001, EN:16001) - Primena standarda sistema upravljanja životnom sredinom ili njenim pojedinim aspektima govori o strateškom opredeljenju preduzeća da kontinuirano unapređuje poslovne prakse u ovoj oblasti, povećavajući poverenje svih zainteresovanih strana.

Pokazatelji:

- Preduzeće poseduje neki od navedenih certifikata ili više njih
- Preduzeće u svemu postupa u skladu sa međunarodnim standardima koje ovi certifikati podrazumevaju

7. U preduzeću postoji odeljenje/pozicija/osoba zadužena za zaštitu životne sredine

Pokazatelji:

- U preduzeću postoji sektor za zaštitu životne sredine
- U preduzeću postoji osoba u čijem se opisu posla nalaze i nadležnosti koje se odnose na zaštitu životne sredine

8. Zaposleni su upoznati sa Politikom zaštite životne sredine

Pokazatelji:

- Preduzeće ima usvojen dokument koji se odnosi na politiku zaštite životne sredine
- Preduzeće je drugim relevantnim dokumentom definisalo svoje prioritete, ciljeve i planirane mere u oblasti zaštite životne sredine

9. Preduzeće sprovodi aktivnosti usmerene na podizanje svesti zaposlenih u vezi sa zaštitom životne sredine

Pokazatelji:

- Preduzeće informiše zaposlene o aktivnostima u vezi sa zaštitom životne sredine putem internih kanala komunikacije
- Preduzeće sprovodi posebne kampanje namenjene zaposlenima, u vezi sa pojedinim pitanjima zaštite životne sredine
- Preduzeće uključuje zaposlene u aktivnosti u vezi sa zaštitom životne sredine

10. Preduzeće je upoznato i preduzima mere u vezi sa indirektnim uticajima svog poslovanja na životnu sredinu (Svest i preuzimanje odgovornosti i za potencijalne indirektno uticaje preduzeća na životnu sredinu ukazuju na izuzetno napredan nivo integrisanja ovog pitanja u strateška opredeljenja preduzeća.)

Pokazatelji:

- Preduzeće je identifikovala indirektno uticaje svog poslovanja na životnu sredinu
- Preduzeće savetuje i podstiče poslovne partnere da preduzimaju mere sa ciljem zaštite životne sredine

11. Preduzeće u proizvodnji i proizvode/usluge uvodi inovacije usmerene na smanjenje uticaja na životnu sredinu

Pokazatelji:

- Preduzeće preduzima inicijative da ublaži najznačajnije uticaje svojih proizvoda i usluga na životnu sredinu, koji se odnose na materijale koji se koriste u proizvodnom procesu, potrošnju vode, emisiju štetnih gasove, zagađenje bukom, otpad, itd.
- Preduzeće u razvoju proizvodnog procesa obraća pažnju na smanjenje potrošnje energije, očuvanje izvora, upravljanje hemijskim supstancama itd.
- Preduzeće postavljenе dugoročne merljive ciljeve u smanjenju negativnog uticaja na životnu sredinu njenih proizvoda i procesa proizvodnje
- Preduzeće razvija inovacije koje se odnose na zaštitu životne sredine i implementira ih u svoje proizvode/usluge
- Preduzeće nastoji da kreira proizvode koje je moguće reciklirati po završetku životnog ciklusa
- Preduzeće u inicijalni dizajn proizvoda inkorporira mere zaštite životne sredine
- preduzeće kontinuirano vrši procenu uticaja svojih proizvoda/usluga na životnu sredinu

12. Preduzeće meri emisije gasova (Emisija gasova predstavlja glavni uzrok klimatskih promena. Merenje i demonstriranje napora da se smanji emisija gasova pokazuje spremnosti za preuzimanje odgovornosti u borbi protiv klimatskih promena i poboljšava reputaciju preduzeća.)

Pokazatelji:

- Preduzeće meri i analizira emisiju gasova štetnih po životnu sredinu
- Preduzeće identifikuje direktne emisije štetnih gasova svih izvora u vlasništvu ili pod kontrolom preduzeća, uključujući proizvodnju električne energije, toplote ili pare, ostale procese sagorevanja kao što su spaljivanje, fizički ili hemijski

- procesi, transport materijala, proizvoda, otpada, itd.
- preduzeće identifikuje aktivnosti koje izazivaju indirektnu emisiju štetnih gasova i meri njihovu količinu (npr. migracije zaposlenih, poslovna putovanja, itd.)
- preduzeće dostavlja izveštaje o emisijama nadležnom državnom organu

13. Preduzeće racionalno koristi energiju i ima sprovedene mere uštede

Pokazatelji:

- Preduzeće utvrđuje ukupnu količinu energije uštede nastojanjem da se smanji potrošnja energije i povećanjem energetske efikasnosti
- Preduzeće ima razvijene i primenjene mere i pravila racionalne potrošnje energije
- Preduzeće primenjuje sisteme za automatsku kontrolu potrošnje električne energije
- Preduzeće se opredeljuje za elektronske uređaje sa smanjenom potrošnjom električne energije

14. Preduzeće racionalno koristi vodu i ima sprovedene mere uštede

Pokazatelji:

- Preduzeće uvodi automatske sisteme za ograničenu potrošnju vode (regulatori protoka, senzorske slavine itd.)
- Svi zaposleni u preduzeću su upoznati sa merama racionalne potrošnje vode

15. Preduzeće odgovorno upravlja otpadom

Pokazatelji:

- Preduzeće ima Plan upravljanja otpadom, u skladu sa Zakonom
- Upravljanje otpadom regulisano je zvaničnom internom dokumentacijom

16. Proizvodi preduzeća pakuju se u skladu sa principima smanjenja korišćenih sirovina, ponovne upotrebe i reciklaže

Pokazatelji:

- Proizvodi preduzeća pakuju se u skladu sa principom smanjenja korišćenih sirovina
- Proizvodi preduzeća pakuju se u skladu sa principom ponovne upotrebe, u slučajevima kada je to moguće
- Ambalaža proizvoda ili njeni delovi izrađeni su od recikliranih materijala
- Preduzeće edukuje potrošače o poželjnim načinima odlaganja ambalaže

17. Preduzeće praktikuje oblike održivog transporta

Pokazatelji:

- Preduzeće prati uticaj svih oblika transporta na životnu sredinu (potrošnja energenata, količina izduvnih gasova, otpad, buka, itd.)
- Preduzeće racionalno koristi svoj vozni park koji se koristi u svrhe transporta robe i zaposlenih
- Preduzeće nastoji da u svoj vozni park svrstava vozila sa što manjim negativnim uticajem na životnu sredinu

18. Preduzeće primenjuje principe “zelene nabavke” (Koncept „zelene nabavke“ pomaže preduzeću da odgovori na rastuće zahteve kupaca i zadovolji njihove potrebe, smanji potencijalne rizike svog poslovanja, smanji troškove i poboljša i učvrsti svoj imidž.)

Pokazatelji:

- Preduzeće nastoji da vrši isključivo nabavku proizvoda koji imaju najmanji negativni uticaj na životnu sredinu tokom celog životnog ciklusa
- preduzeće se u procesu nabavke opredeljuje za certifikovane ili deklarisanе proizvode/usluge koji ispunjavaju određene standarde u oblasti zaštite životne sredine (npr. procenat recikliranog sadržaja).
- preduzeće promovise princip „zelenih nabavki“ u poslovnoj zajednici, među zaposlenima i kod potrošača (klijenata)

4.2.5. Lokalna zajednica

1. Preduzeće ima jasno definisanu politiku ulaganja u zajednicu/politiku donacija

Pokazatelji:

- Preduzeće ima dokument koji definiše politiku ulaganja u zajednicu/politiku donacija
- Politika donacija je usklađena sa zakonima i propisima u sredini u kojoj preduzeća posluje
- Politika jasno definiše ciljeve i prioritete, kao i teme podrške
- Politika ulaganja u zajednicu/politika donacija preduzeća javno je dostupna
- Postoje jasno definisani kriterijumi i procedure za dodelu donacija

- Preduzeće objavljuje javne pozive za dodelu donacija
- Preduzeće inicira sopstvene projekte ulaganja u lokalnu zajednicu

2. Preduzeće ima jasno definisane i transparentne procedure i pravila za dodelu novčanih donacija (Jasno definisana pravila za dodelu novčanih donacija omogućavaju potencijalnim korisnicima donacija da adekvatno planiraju i realizuju svoje programe, istovremeno smanjuju mogućnost zloupotreba u procesu dodele donacija i osiguravaju ravnopravan položaj svim aplikantima.)

Pokazatelji:

- Procedure i pravila za dodelu donacija su javno dostupne (npr. istaknute na veb-sajtu preduzeća)
- Procedure i pravila za dodelu donacija opisana su u okviru konkursa za dodelu donacija
- Potencijalni korisnici donacija unapred su upoznati sa procedurama i pravilima za dodelu donacija
- U procedurama i pravilima za dodelu donacija jasno su istaknuti: kriterijumi, sistem bodovanja, vremenski okvir, iznos finansijskih sredstava, itd.
- Prilikom evaluacije aplikacija, preduzeće se pridržava definisanih procedura i pravila za dodelu donacija
- Ukoliko o dodeli donacija odlučuje komisija ili žiri, imena članova su poznata i javno dostupna
- Svi aplikanti se obaveštavaju o ishodu konkursa i razlozima pozitivne/negativne odluke o njihovoj aplikaciji

3. Preduzeće sprovodi zajedničke projekte sa javnim institucijama ili udruženjima građana (Realizacijom zajedničkih projekata sa neprofitnim organizacijama i/ili javnim sektorom, preduzeće pokazuje svoju sposobnost prepoznavanja aktuelnih pitanja i senzibilisanost za probleme lokalne zajednice i šalje jasnu poruku o svom stavu spremnosti na među-sektorsku saradnju)

Pokazatelji:

- Preduzeće saraduje sa javnim institucijama i neprofitnim organizacijama, ulažući novac, vreme i veštine svojih zaposlenih, proizvode ili usluge u zajedničke projekte
- preduzeće sklapa partnerstva sa javnim institucijama i udruženjima građana, koja imaju konkretne rezultate
- preduzeće inicira zajedničke projekte sa javnim institucijama i udruženjima građana u skladu sa procenjenim potrebama lokalne zajednice
- preduzeće se uključuje u realizaciju projekata koje iniciraju javne institucije i/ili udruženja građana

4. Preduzeće vrši procenu uticaja koje njeno poslovanje ima ili može imati na lokalnu zajednicu

Pokazatelji:

- preduzeće periodično vrši procenu svog uticaja na lokalnu zajednicu, koristeći interne i eksterne izvore informacija
- preduzeće je upoznato sa socijalnim i kulturnim dimenzijama okruženja u kojem posluje (populacija, demografske karakteristike, položaj žena, ugrožene grupe stanovništva, nivo pismenosti i zdravlja, ekonomska razvijenost, itd.)
- preduzeće je upoznata sa dugoročnim razvojnim planovima i potrebama lokalne zajednice

5. Preduzeće učestvuje u planiranju razvoja lokalne zajednice (Kroz učešće u planiranju razvoja lokalne zajednice, preduzeće ima mogućnost da na najbolji način sagleda potrebe i specifične izazove sa kojima se lokalna zajednica suočava, bolje predvidi i uključi razvojne planove zajednice u svoje poslovne planove, kao i da ponudi konstruktivna rešenja i načine saradnje koji su u skladu sa razvojnim vrednostima i prioritetima, i preduzeća i zajednice.)

Pokazatelji:

- preduzeće blisko saraduje sa predstavnicima lokalnih vlasti na identifikaciji i realizaciji razvojnih prioriteta
- preduzeće inicira rešenja za aktuelne socio-ekonomske probleme u lokalnoj zajednici
- preduzeće investira sredstva ili na drugi način pruža podršku projektima lokalnog razvoja

6. Preduzeće dodeljuje ne finansijske donacije (Podrška koju preduzeće može pružiti lokalnoj zajednici ne završava se na novčanim donacijama. Načini na koje preduzeće može pružiti podršku rešavanju problema brojni su i zavise od otvorenosti i jedne i druge strane za inovativna i obostrano korisna rešenja.)

Pokazatelji:

- Preduzeće ustupa svoje ne finansijske resurse za projekte podrške zajednici
- Preduzeće podstiče zaposlene da doniraju vreme, znanje i ekspertizu za projekte koji imaju šire društvene ciljeve
- Preduzeće ima/učestvuje u posebnim projektima u kojima kontinuirano pruža *pro-bono* usluge
- Preduzeća dodeljuje *in kind* donacije

7. Preduzeće prati i analizira efekte svojih ulaganja u lokalnu zajednicu (Monitoring i evaluacija projekata važan je aspekt procene uspešnosti i efekata koje su sprovedeni projekti imali u lokalnoj zajednici. Ovim procesom se takođe postupno obezbeđuje postizanje maksimalnih efekata uložених sredstava.)

Pokazatelji:

- Preduzeće je ustanovilo sistem monitoringa podržanih i sopstvenih projekata
- Preduzeće poseduje izveštaje o evaluaciji sprovedenih projekata
- Preduzeće objavljuje rezultate i efekte donatorskih programa

i ne finansijskih ulaganja putem eksternih i internih kanala komunikacije (*web sajt, newsletter, brošure, prospekti, itd.*)

5. PREPORUKE

Kako bi koncept društveno odgovornog poslovanja bio prepoznatljiviji i šire primenjen u poslovnoj praksi Srbije, sa jedne strane, preduzeća sama moraju da preduzmu korake kako bi inkorporirala sistem društveno odgovornog poslovanja u svoj svakodnevni rad. Međutim, očekivati da će preduzeća sama učiniti sve da budu društveno odgovorna, a bez podrške države, pogrešan je koncept. Zbog toga, šira implementacija društveno odgovornog poslovanja zahteva sinhronizovanu akciju preduzeća, poslovne zajednice i (verovatno najvažnije) države. U tom smislu, treba imati u vidu prioritete definisane u toku pregovora sa Evropskom unijom u oblastima relevantnim za društveno odgovorno poslovanje.

Neophodno je i jasno definisati ulogu države u vezi sa konceptom društveno odgovornog poslovanja i jasno definisati društveno odgovorno poslovanje. Neophodno je da država inovira postojeću Strategiju i jasno preuzme ulogu u promociji koncepta.

Posebnu pažnju treba posvetiti mehanizmima za koordinaciju svih drugih politika koje su u vezi sa društveno odgovornim poslovanjem.

Preporuke po oblastima:

1. Principi poslovanja:

- Usvojiti izmene poreskih zakona kojima se na sveobuhvatniji način stimuliše korporativna filantropija.
- Poreskim i drugim sličnim merama stimulisati sve ostale aspekte društveno odgovornog poslovanja, pored korporativne filantropije.

- Veća koordinacija između ustanovljenih tela državne uprave i organizacija za zaštitu potrošača.
- Dalja harmonizacija sa standardima i propisima zaštite potrošača u EU.
- Pooštavanje sankcija za kršenje propisa, naročito za uznemiravanje i zloupotrebu ličnih podataka potrošača.

2. Zaposleni:

- Povećati olakšice za zapošljavanje ranjivih grupa i otvoriti programe zapošljavanja sa stabilnim budžetskim izvorima finansiranja (programi koji postoje u okviru Nacionalne službe za zapošljavanje nisu sistematski, više su ad-hoc i nedovoljni su da bi se poboljšale mogućnosti zapošljavanja pripadnika ranjivih i marginalizovanih grupa.)
- Promovisati programe afirmativnih akcija koje preduzeća samostalno sprovode - ovakve akcije se mogu iskoristiti kao promocija dobre prakse i kao indikator liderstva u socijalno odgovornom poslovanju.
- Promovisati koncept socijalnih preduzeća uz adekvatne izmene zakona
- Izmeniti Zakon o sprečavanju zlostavljanja na radu, jer je u trenutnoj formi gotovo neprimenjiv a obaveza poslodavaca da stvore zdravu radnu sredinu i zaštite zaposlene od zlostavljanja u mnogim situacijama prema važećim odredbama - nije moguća.
- Pooštriti sankcije za nepridržavanje propisa o bezbednosti i zdravlju na radu i napraviti efikasniji sistem nadzora nad primenom propisa, kao i dati veća ovlašćenja inspektorima rada.
- Država bi trebalo da otkloni nedostatke koji sprečavaju utvrđivanje reprezentativnosti sindikata i udruženja poslodavaca, i vršenje prava koja proističu iz tog svojstva.
- Država bi trebalo da gradi kulturu socijalnog dijaloga i motiviše poslodavce i sindikate da se uključe u taj proces na širi i iskreniji način.

- Sistem socijalne sigurnosti, a naročito socijalnog osiguranja zaposlenih se mora re-definisati. Država mora da uvede efikasniji nadzor nad primenom propisa koji se odnose na socijalno osiguranje, kao i da promoviše dobru praksu preduzeće u ovoj oblasti.

3. Zaštita životne sredine:

- Efikasniji nadzor nad primenom ekoloških zakona i primena predviđenih sankcija.
- Jasno ukazivanje na negativnu praksu i izazivače ekoloških akcidenata.
- Podizanje svesti o prednostima "zelenog poslovanja" kod poslodavaca.
- Podizanje svesti o značaju očuvanja i zaštite životne sredine kod svih građana Srbije.

4. Odnos prema društvenoj zajednici

- Razmotriti važeći zakonski okvir u vezi sa izveštavanjem o poslovanju preduzeća i definisati potrebe za njegovim izmenama
- Imajući u vidu da neka preduzeća u Srbiji već izveštavaju o određenim aspektima svog ne finansijskog učinka, treba razmotriti načine na koje se takvo ponašanje može dalje stimulisati i promovisati.