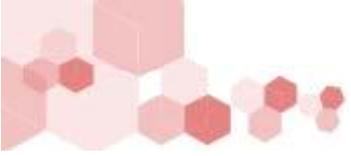




Nacionalna studija: *Srbija*



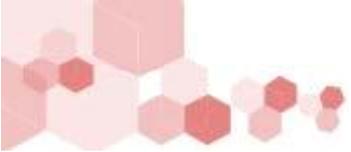
Ovaj projekat finansira Evropska unija





Sadržaj

Rezime.....	7
I. Uvod	9
<i>Pozadina i kontekst Projekta</i>	9
<i>Konsultantske usluge</i>	9
<i>Vreme sprovođenja istraživanja</i>	10
<i>Broj kontaktiranih kompanija</i>	10
<i>Broj dostavljenih odgovora</i>	10
II. Profil Republike Srbije.....	12
<i>Preduzeća u Republici Srbiji prema veličini, 2013.</i>	15
<i>Ekonomska situacija</i>	18
<i>Istorijat razvoja odnosa sa Evropskom unijom</i>	21
III. Nacionalni kontekst društveno odgovornog poslovanja i izveštavanja o održivom poslovanju.....	23
<i>DOP politike i inicijative Vlade Republike Srbije</i>	23
1. Da li Država sprovodi ili pruža podršku za bilo kakve aktivnosti posebno usmerene na promovisanje DOP? Ako je tako, koje?	23
2. Da li je Država preduzela političke ili zakonodavne mere u vezi DOP-a? Ako je tako, koje?	23
3. Da li se ove mere generalno sprovode u praksi? Da li su dobro poznate?	36
4. Da li se Država usvojila domaće mere koje na jasan način navode očekivanja da se preduzeća ponašaju poput onih koja posluju u inostranstvu?.....	37
5. Da li su DOP politike, ukoliko postoje, bile predmet procene? Ako jesu, kakvi su rezultati procene?	44
6. Da li su informacije o DOP rezultatima preduzeća koja su u vlasništvu ili pod kontrolom Države uključene u izveštaje o poslovanju koji se podnose nadležnim državnim organima i ministarstvima?	45
7. Da li državna kreditna agencija uzima u obzir DOP kada obezbeđuje finasije za projekte?	45
8. Da li je neka određena agencija ili ministarstvo nadležno za promociju DOP? Ako jeste, koje?	45
9. Ko su glavni akteri i inicijative koje promovišu DOP u zemlji?.....	46
10. Da li u vašoj zemlji postoji UN Global Kompakt mreža? Ako postoji, ko predstavlja fokus tačku? Od trenutka osnivanja mreže, koliko učesnika se uključilo?.....	47
11. Da li postoje druge inicijative na nivou industrije, uz učešće više stejkholdera ili u obliku saradnje, koje promovišu DOP?	48
12. Da li su glavni alati (UN Guiding Principles on Business and Human Rights, OECD MNE Guidelines, ISO 26000, UN Global Compact, ILO MNE Declaration, GRI) prevedeni na nacionalni jezik?	49
13. Da li postoje prethodne, starije studije i analize u vezi DOP? Ako postoje, koje su?	50
<i>Informacije o izveštavanju o održivom poslovanju</i>	51
1. Da li postoje regulatorni zahtevi u vezi otkrivanja ne-finansijskih informacija (generalno, specifični za sektor, u vezi prodaje akcija, itd.)?.....	51



2. Da li postoji neka mera podrške za preduzeća u vezi objavljivanja ne-finansijskih informacija na nacionalnom nivou?	52
3. Da li je objavljivanje ne-finansijskih informacija važna tema u kampanjama, pritiscima NVO grupa, itd.?	52
4. Da li postoje dostupne informacije o tome koliko preduzeća objavljuje ne-finansijske informacije?	53
5. Koliko preduzeća izveštava u skladu sa GRI-okvirom? Koliko preduzeća podnosi "saopštenje o izveštaju o napretku" u okviru UN Global Kompakta?	53
6. Da li postoje neki nacionalni standardi u izveštavanju?	53
IV. Rezultati ankete.....	55
Informacije o preduzeću.....	55
1. Gde je sedište vašeg preduzeća?	55
2. Kojem sektoru pripada vaše preduzeće?	56
3. Da li možete da navedete šestocifrenu šifru delatnosti za koju je vaše preduzeće registrovano u skladu sa NACE klasifikacijom?	57
4. Koji je oblik organizovanja za obavljanje vaše delatnosti?	57
5. Koliko zaposlenih zapošljava vaše preduzeće?.....	58
6. Navedite broj zemalja u kojima vaše preduzeće ima aktivnosti	59
7. Označite regionalnu prisutnost vaših poslovnih partnera (npr. partneri u zajedničkom ulaganju). Označite sve što je primenljivo.	59
8. Označite regionalnu prisutnost vaših direktnih snabdevača. Označite sve što je primenljivo.....	60
9. Kakva je regionalna prisutnost klijenata? Označite sve što je primenljivo.	60
DEO 1 – Društveno odgovorno poslovanje.....	61
1.1 Opšta svest o DOP.....	61
1. Da li ste upoznati sa značenjem pojma DOP?	61
2. Da li je vaše preduzeće aktivno u oblasti DOP?.....	62
1.2 DOP upravljanje u vašem preduzeću	63
1. Da li vaše preduzeće ima odeljenje koje je nadležno za upravljanje društvenom odgovornošću?	63
1.3 DOP prioriteti u vašem preduzeću	64
1.4 Razlozi za angažovanje u DOP	65
1. Koji su razlozi za angažovanje vašeg preduzeća u DOP? Označite sve što je primenljivo.	65
1.5 Korišćenje DOP instrumenata, alata i inicijativa.....	66
1. Da li ste upoznati sa nekim od sledećih instrumenata i alata? Izaberite.....	66
2. Da li koristite neki od prethodno navedenih instrumenata i alata u vezi sa vašom politikom društvene odgovornosti?	67
3. Da li učestvujete u dobrovoljnim inicijativama kao što su UN Global Kompakt ili BSCI?	67
4. Da li vaše preduzeće ima izjavu o obavezivanju i/ili kodeks ponašanja u vezi DOP-a?	68
5. Da li vaše preduzeće konsultuje spoljne zainteresovane strane kako bi razumelo svoje obaveze?.....	69
6. Ako konsultuje, koje? Izaberite sve što je primenljivo.....	69
1.6 Izazovi u primeni DOP.....	70
1. Izaberite do 3 konstatacije ili dodajte druge	70
1.7 Dalji razvoj DOP.....	71



1. Po vašem mišljenju, značaj DOPa za vaše preduzeće će:	71
<i>DEO 2 – IZVEŠTAVANJE O ODRŽIVOM POSLOVANJU</i>	72
<i>2.1 Aktivnosti u vezi izveštavanja</i>	72
1. Da li vaše preduzeće objavljuje ne-finansijske informacije?	72
2. Ako objavljuje, kojim pristupom se vaše preduzeće rukovodi u izveštavanju?.....	72
3. Da li vaše preduzeće objavljuje informacije u skladu sa standardom/unutar nekog okvira? 73	
4. Ako ne koristite nijedan poseban standard/okvir, kakve ne-finansijske informacije vaše preduzeće objavljuje?.....	73
5. Da li postoje ne-finansijske informacije koje verifikuju spoljni revizori?	73
<i>2.2 Razlozi za objavljivanje ne-finansijskih informacija</i>	74
1. Šta motiviše objavljivanje ne-finansijskih informacija?.....	74
<i>2.3 Troškovi objavljivanja ne-finansijskih informacija</i>	75
1. Da li vaše preduzeće bilo kada procenjuje troškove izveštavanja o ne-finansijskim informacijama?	75
2. Ako procenjuje, ti troškovi su:.....	75
<i>2.4 Izazovi u vezi objavljivanja ne-finansijskih informacija</i>	77
1. Izaberite do 3 konstatacije ili dodajte druge.	77
<i>2.5 Dalji razvoj izveštavanja o održivom poslovanju</i>	78
1. Po Vašem mišljenju, napori vašeg preduzeća da objavi ne-finansijske informacije će	78
<i>2.6 Posebna iskustva sa izveštavanjem o održivom poslovanju</i>	78
1. Da li postoje neka posebna iskustva koja ste stekli u vezi objavljivanja ne-finansijskih informacija koja biste podelili sa drugima?.....	78
<i>DEO 3 – POTREBA ZA DALJOM PODRŠKOM</i>	79
<i>3.1 Kakva podrška je neophodna?</i>	79
1. Šta bi bilo potrebno da bi vam se pružila podrška u vezi DOP uopšte ili u vezi izveštavanja o održivom poslovanju?.....	79
<i>3.2 Potreba za obukom</i>	79
1. Bio bih zainteresovan da učestvujem u obuci kasnije tokom Projekta:.....	79
2. Fokus obuke treba da bude na sledećim oblastima:.....	79
<i>3.3 Povratna informacija</i>	80
1. Da li želite da nas obavestite o nekoj drugoj činjenici posebno u vezi sa temom ankete?...80	
V. Zaključci	81
Preporuke	82

Pohvale zasluđuje onaj ko radi što mu dolikuje, a ne ono što mu je dozvoljeno.
Sokrat

Savremeni svet je već uveliko suočen sa zajedničkom odgovornošću i nužnošću da svoj razvoj uskladi s potrebama ljudi i prirode i sa svešću da se Zemlja mora sačuvati kako za sadašnju generaciju tako i za buduće generacije ljudi. Obaveza današnje generacije da ostavi potomstvu bar onoliko šansi za razvoj koliko ih ona ima, proističe iz fundamentalnog principa moralne pravde, a to je da svi ljudi imaju podjednaka prava na najšire osnovne slobode koje ne ugrođavaju slobodu drugih. Sadašnja generacija ima pravo na resurse i zdravu životnu sredinu, ali ne sme ugroziti isto takvo pravo narednim generacijama.¹

Ova nacionalna studija o ne-finasijskom izveštavanju i glavne preporuke iz iste, predstavljaju putokaz za poslovnu zajednicu, civilni sektor i nosioce javne vlasti, kako da kroz partnerske odnose krenu putem razvoja, inkluzije i održivosti i predaju narednim generacijama baštinu oplemenjenu novim vrednostima.

Prijatna nam je dužnost da se zahvalimo Evropskoj uniji za tehničku pomoć i finasijsku podršku ovom projektu. Takođe, zahvaljujemo se partnerima na Projektu - organizacijama poslodavaca iz Bugarske, Crne Gore, Hrvatske, Makedonije, Rumunije, Turske i Međunarodnoj organizaciji poslodavaca, koji su kroz konstruktivnu razmenu iskustava i informacije pomogli kvalitetu ovog dokumenta.

Beograd,
maj, 2015.

Unija poslodavaca Srbije

¹ Republika Srbija, Vlada, *Nacionalna strategija održivog razvoja*

Rezime

Društveno odgovorno poslovanje podrazumeva *odgovornost preduzeća za njihov uticaj na društvo. (...) Da bi u potpunosti bila društveno odgovorna, preduzeća treba da imaju uspostavljen proces kojim integrišu brigu o društvu, zaštiti životne sredine, moralu, ljudskim pravima i zaštiti prava potrošača u svoje poslovanje i strategiju poslovanja u bliskoj saradnji sa zainteresovanim stranama, a u cilju da: maksimiziraju kreiranje deljenja vrednosti za svoje vlasnike/akcionare i za druge zainteresovane strane i društvo u celini; identifikuju, deluju preventivno i ublaže moguće štetne posledice svog poslovanja* (def. Evropske komisije).

Produktivna i održiva preduzeća, kao neodvojivi deo društva, osnovni su izvor rasta, stvaranja bogatstva, zaposlenosti, dostojanstvenog rada, socijalnog blagostanja i socijalno-radnog mira. Razvoj preduzeća posvećenih održivosti i društveno odgovornoj poslovnoj praksi je, s toga, glavno oruđe za postizanje održivog razvoja i inovacija, koje vremenom poboljšavaju životni standard i socijalne uslove i doprinose dostojanstvu na radu i opštem blagostanju. Bez obzira na njihovu veličinu i vrstu vlasništva, društveno odgovorna održiva preduzeća su rezultat zajedničkih napora poslovne zajednice, zaposlenih i vlade, kao i posvećenosti socijalnom dijalogu, socijalnoj uključenosti i poštovanju međunarodnih radnih standarda i standarda poslovanja.

U svetlu napred navedenog, poslednjih nekoliko godina, koncept društvene odgovornosti i uticaj poslovanja preduzeća na društvo dobio je na značaju, kako za sama preduzeća, tako i za organizacije civilnog društva, organizacije poslodavaca i zaposlenih i donosiocima politika na nacionalnom i međunarodnom nivou. Štaviše, od preduzeća se sve više zahteva i očekuje da na transparentan način izveštavaju o svojim politikama i aktivnostima u vezi sa društvom i zaštitom životne sredine (ne-finansijske informacije). Sve više raste pritisak političkih stranaka, organizacija civilnog društva, organizacija potrošača i drugih zainteresovanih strana na preduzeća da izveštavaju o društveno odgovornom poslovanju. Sledom toga, na nivou Evropske unije postoji regulativa o objavljivanju ne-finansijskih informacija.

Vlada Republike Srbije je takođe prepoznala značaj društveno odgovornog poslovanja i kao cilj *Nacionalne strategije održivog razvoja Srbije* postavila stvaranje socijalno izbalansirane ekonomije zasnovane na znanju koje čuva prirodne resurse.

Ipak, ovo istraživanje je pokazalo, da je za razliku od razvijenih Evropskih zemalja, kod kojih je država vrlo posvećena promovisanju i unapređenju društveno odgovornog poslovanja, u Srbiji kao zemlji u procesu prilagođavanja ka tržišnoj privredi i zemlji Jugoistočne Evrope, posvećenost države ovom pitanju mnogo niža. U *Strategiji društveno odgovornog poslovanja*, Vlada se deklarira da je upoznata sa aktivnostima i dostignućima u predmetnoj oblasti kod poslovnog sektora i drugih aktera i da je opredeljena ka razmatranju mogućnosti za stvaranje uslova, u skladu sa našim zakonodavnim sistemom, za razvoj osnovnih podsticaja i mehanizama za podršku društveno odgovornom poslovanju, ali sa druge strane, analiza stanja i stav poslovne zajednice je da trenutni propisi ne sadrže dovoljno ekonomskih podsticaja za društveno odgovorno poslovanje, i da je prisutan nedostatak komplementarne mešovite zakona i podsticaja za kompanije koji će ih motivisati da preduzimaju aktivnosti u ovoj oblasti.

Bez obzira na izneto, rezultati istraživanja pokazuju da značajan broj preduzeća, ima saznanja o principima društveno odgovornog poslovanja. Takođe, preduzeća koja posluju u sektoru prerađivačke industrije, poljoprivrede, rudarstva, energetike, a koje industrije su od velikog uticaja na životnu sredinu, u svoj sistem su integrisala principe društveno odgovornog poslovanja



(i to poštujući međunarodne standarde u ovoj oblasti, ali i uvodeći svoje sopstvene korporacijske standarde). Bolje poznavanje oblasti društveno odgovornog poslovanja svakako je prisutnije kod multinacionalnih kompanija.

Takođe, da se primetiti, da velika i srednja preduzeća imaju dužu tradiciju poštovanja principa društveno odgovornog poslovanja, dok mala i mikro preduzeća ovu praksu poznaju tek od nedavno, i više se oslanjaju na sopstvene korporacijske kodekse u kojima je težište na poštovanju ljudskih prava i prava u vezi sa radom. Takođe, mahom velika i srednja preduzeća, a što je verovatno rezultat i njihove veće finasijske moći, češće ulažu u projekte lokalne zajednice. U odnosu na izveštavanje, možemo reći da ipak samo manji broj preduzeća (mahom velikih, multinacionalnih kompanija i onih koja posluju na stranim tržištima), izveštava u skladu sa principima društveno odgovornog poslovanja.

Sve ovo svakako upućuje na činjenicu, da je društveno odgovorno poslovanje za Srbiju nov koncept, koji počinje da se promovise tokom poslednje decenije. Praksa u ovoj oblasti je nedovoljno razvijena, osim malog broja preduzeća koja vode računa o uticaju svog poslovanja na društvo i životnu sredinu i izveštavaju o efektima tih aktivnosti. Zato, i pored postojećih dobrih praksi preduzeća, potrebno je da se korporativna znanja i prakse dodatno unaprede u oblasti društveno odgovornog poslovanja, kao i da se izgradi snažna koalicija aktera iz različitih sektora, uključujući poslovnu zajednicu, državni sektor i civilno društvo, koja će konzistentno promovisati društveno odgovorno poslovanje i međunarodno priznate standarde kao mapu puta u ovim naporima.

Nadamo se da će rezultati ovog istraživanja i dalje aktivnosti na Projektu uopšte, doprineti afirmaciji društveno odgovornog poslovanja u Srbiji i da će biti na korist svima koji traže informacije, ideje i praktična uputstva o tome kako da u svoju korporativnu viziju i praksu ugrade principe društveno odgovornog poslovanja.



I. Uvod

Pozadina i kontekst Projekta

Evropska komisija je 2012. godine odobrila projekat Konfederaciji udruženja poslodavaca Turske (TISK) ***Društveno odgovorno poslovanje za sve (DOP za SVE)*** koji će trajati četiri godine. Cilj projekta je podizanje svesti i izgradnja kapaciteta organizacija poslodavaca u Jugoistočnoj Evropi o DOPu i izveštavanju o održivom poslovanju (ne-finansijsko izveštavanje).

Nacionalna studija je deo projekta koji zajedno sprovede organizacije poslodavaca iz Bugarske, Hrvatske, Makedonije, Crne Gore, Srbije, Turske i Međunarodna organizacija poslodavaca (IOE). Nalazi iz ove studije će biti osnova za sprovedenije treninga u kasnijoj fazi Projekta.

Tokom I Faze Projekat je bio fokusiran na razvoj kapaciteta i podizanje svesti organizacija poslodavaca i preduzeća o kontekstu DOPa, II Faza će se fokusirati na izveštavanje o održivom poslovanju u Turskoj i zemljama Jugoistočne Evrope.

Model koji će biti razvijen u okviru Projekta putem nacionalnih studija će poslužiti kao smernice za sve organizacije poslodavaca širom sveta u pružanju pomoći svojim članovima u vezi njihovih aktivnosti u oblasti DOPa i izveštavanja o održivom poslovanju. Ciljna grupa Projekta nije ograničena samo na organizacije poslodavaca.

Nacionalna studija o izveštavanju o održivom poslovanju je predviđena kao jedna od osnovnih aktivnosti u ovom projektu. Sve druge aktivnosti će se utvrđivati na osnovu nalaza nacionalnih studija koje će biti sprovedene u 7 partnerskih zemalja.

Međunarodna organizacija poslodavaca je pružila tehničku pomoć prilikom sprovođenja nacionalnih studija i pripremila je nacrt okvira (uključujući metodologiju, alate, proces prikupljanja podataka, nacrt izveštaja, itd.).

Konsultantske usluge

Konsultantske usluge je pružilo je preduzeće *Cefe Srbija*, sa sedištem u Beogradu, Budimska 6/13.

Profil CEFE Srbija

CEFE Srbija je organizacija osnovana kao CEFE treneri u Srbiji (2005. godine) za razvoj, pripremu i implementaciju širokog spektra konsultantskih usluga i obuka namenjenih raznovrsnim ciljnim grupama od malih i srednjih preduzeća, tek osnovanih preduzeća i preduzetnika do nezaposlenih i perspektivnih preduzetnika, menadžera i zaposlenih u institucijama i organizacijama za podršku razvoja malih i srednjih preduzeća u raznim sektorima privrede i industrije.

CEFE Srbija je deo CEFE International-a i suosnivač SEE CEFE, regionalne asocijacije u Jugoistočnoj Evropi i uspešno se bavi konsaltingom za sve ciljne grupe u Srbiji i regionu.



Organizaciono, CEFE Srbija predvodi predsednik koji je takođe i direktor CEFE Srbija. Predsednik ima zamenika, dok je administrativni deo poslova u nadležnosti generalnog sekretara.

CEFE Srbija radi sa raznim i raznovrsnim klijentima kao što su donatorske organizacije (GIZ, UNDP, ILO, USAID, EAR/EC, HELP, SPARK, itd.), profitne kompanije (Kraft Food, Direct Media, Lutrija Srbije, itd.), javne institucije (opštine, Ministarstvo privrede, Nacionalna agencija za regionalni razvoj, Pokrajinski sekretarijat za sport i omladinu, itd), donosioce odluka, studente univerziteta (AISEC, Business Link Academy), nezaposlene, preduzetnike (Privredna komora Srbije, Unija poslodavaca Srbije, itd.), u sektorima kao što su razvoj malih i srednjih preduzeća, biznis konsalting, treninzi za menadžere, treninzi za razvoj mekih veština, obrazovanje, ruralni i urbani razvoj, programi vezani za izbeglice i reintegraciju, jačanje žena preduzetnica, turizam, IT i poljoprivreda. Aktivnosti su sprovedene u Srbiji (široj zemlji, u preko 60 opština), regionu Jugoistočne Evrope (Bosna i Hercegovina, Kosovo, Crna Gora, Makedonija), EU (Rumunija, Litvanija), Azija (Izrael, Indonezija) i Africi (Nigerija).

Vreme sprovođenja istraživanja

U okviru Projekta, tokom perioda april-maj 2015. godine, sprovedeno je sekundarno istrživanje (desk research) o stanju nacionalne ekonomije, zakonskom okviru i trenutnom stanju u vezi sa ne-finasijskim izveštavanjem, te stanju usklađenosti nacionalnog nivoa sa međunarodnim standardima, kao i primarno istraživanje na nivou konkretnih preduzeća u Republici Srbiji, sa ciljem da se utvrdi nivo poznavanja pojma *Društveno odgovorno poslovanje* među preduzećima da se identifikuju njihove politike i aktivnosti u vezi DOP, da se utvrdi da li su poznati sa glavnim DOP instrumentima i alatima, u kojoj meri objavljuju ne-finansijske informacije i kojim pristupima se pri tome služe, da li postoje neki izazovi i prepreke u ostvarivanju ovih politika, kako se mogu prevazići i sl.

Upitnik

Primarno istraživanje je sprovedeno putem e-maila i u direktnoj komunikaciji sa direktorima, menadžerima određenih odeljenja ili vlasnicima kompanija. Istraživanje je zasnovano na upitniku koji je pripremila Međunarodna organizacija poslodavaca, koji su razmotrili Partneri na projektu (nacionalne organizacije poslodavaca iz 7 zemalja) i koji je potom je preveden na srpski jezik u bliskoj saradnji sa Unijom poslodavaca Srbije.

Broj kontaktiranih kompanija

Upitnik je poslat na ukupno 1.400 e-mail adresa. Inicijalno je poslat na 500 adresa. Međutim, bilo je neophodno poslati ga na dodatnih 500 adresa, a potom na još 400. Podrška i dodatne informacije su u procesu anketiranja pruženi mikro i malim preduzećima, naročito kada se radilo o pitanjima u vezi ne-finansijskog izveštavanja.

Broj dostavljenih odgovora

100 kompanija je odgovorilo na upitnik, od čega:



- U skladu sa kriterijumom o veličini preduzeća (klasifikacija Republičkog zavoda za statistiku Republike Srbije)
 - 23% mikro preduzeća
 - 41% mala preduzeća
 - 19% srednja preduzeća
 - 17% velika preduzeća;

- U skladu sa kriterijumom o sektoru delatnosti preduzeća odgovori su dobijeni od:
 - 23% prerađivačka industrija
 - 21% Trgovina na veliko i malo; popravka motornih vozila i motorcikala
 - 9% Usluge smeštaja i ishrane
 - 8% Ostale uslužne delatnosti
 - 7% Informisanje i komunikacije
 - 6% Stručne, naučne, inovacione i tehničke delatnosti
 - 5% Saobraćaj i skladištenje
 - 5% Građevinarstvo
 - 4% Finansijske delatnosti i delatnosti osiguranja
 - 12% drugo

- U skladu sa kriterijumom Vlasnička struktura odgovori su primljeni od:
 - 84% društvo sa ograničenom odgovornošću
 - 12% akcionarsko društvo
 - 2% preduzetnik
 - 1% preduzeće u vlasništvu države
 - 1% zadruga.

II. Profil Republike Srbije

Republika Srbija je demokratska država svih građana koji žive na njenoj teritoriji. Njena istorija i dostignuća čine je sastavnim delom savremene civilizacije i međunarodne zajednice.

Republika Srbija je administrativno-teritorijalno podeljena na pokrajine, regione, upravne oblasti, Grad Beograd, gradove i na opštine. U sastavu Republike Srbije su dve autonomne pokrajine: Vojvodina i Kosovo i Metohija. Glavni grad je Beograd, administrativno, ekonomsko i kulturno središte Srbije sa 1.639.121 stanovnikom. Teritorijalnu organizaciju Republike Srbije čini pet regiona (Beogradski region, Region Vojvodine, Region Šumadije i zapadne Srbije, Region južne i istočne Srbije i Region Kosovo i Metohija). Oni obuhvataju Grad Beograd kao posebnu teritorijalnu jedinicu utvrđenu Ustavom i zakonom i 29 upravnih oblasti, 23 grada, 28 gradskih opština, 150 opština, 6.158 naselja i 195 gradskih naselja.

Na osnovu podataka *Popisa stanovništva, domaćinstava i stanova u Republici Srbiji 2011. godine*, Srbija ima 7.120.666 stanovnika (bez podataka za AP Kosovo i Metohija).

Etnički sastav stanovništva Republike Srbije je vrlo raznovrstan, što je rezultat dinamičnih događaja tokom istorije na ovom prostoru. Većinsko stanovništvo su Srbi, dok pored njih u Srbiji živi još 37 nacionalnosti.

U službenoj upotrebi su srpski jezik i ćirilično pismo, a koristi se i latinično pismo. Nacionalne manjine imaju zakonsko pravo da svoj jezik i pismo koriste u službenoj upotrebi u područjima u kojima žive.

Stanovništvo u Srbiji je najvećim delom pravoslavno-hrišćanske veroispovesti. Srpska pravoslavna crkva, autokefalna od 1219. godine, imala je važnu ulogu u razvoju i očuvanju srpskog nacionalnog identiteta. Osim Srpske pravoslavne crkve postoje i druge verske zajednice u Srbiji: Katolička, Islamska, Jevrejska Protestantska i druge.

Aktuelni pokazatelji

Tabela 1. Aktuelni pokazatelji² - Republika Srbija³

Procena broja stanovnika	01.01.2014.	7.146.759
Zaključeni brakovi	2013.	36.209
Razvedeni brakovi	2013.	8.170
Živorodeni	2013.	65.554
Umrli	2013.	100.300

² Izvor: Republika Srbija, Republički zavod za statistiku Republike Srbije, *Baza podataka, Podaci po oblastima* <http://webrzs.stat.gov.rs/WebSite/public/ReportView.aspx> (Aprill 2015)

³ Bez podataka za AP Kosovo i Metohija



Prirodni priraštaj	2013.	-34.746
Kvartalni bruto domaći proizvod	IV kvartal 2014./IV kvartal 2013.	realni pad 1,8%
Kvartalni bruto domaći proizvod – fleš procena	I kv. 2015./I kv. 2014.	realni pad 1,9%
Bruto domaći proizvod	2013.	realni rast 2,6%
Indeks potrošačkih cena	mart 2015./februar 2015.	rast 0,7%
Indeks potrošačkih cena	mart 2015./mart 2014.	rast 1,9%
Indeks industrijske proizvodnje	mart 2015./mart 2014.	pad 0,2%
Spoljnotrgovinska robna razmena	januar - mart 2015.	7.483,7 mil. dolara
Spoljnotrgovinska robna razmena	januar - decembar 2014.	35.493,1 mil. dolara
Promet robe u trgovini na malo u tekućim cenama	mart 2015./mart 2014.	pad 5,2%
Promet robe u trgovini na malo u stalnim cenama	mart 2015./mart 2014.	pad 5,1%
Prosečna bruto zarada	mart 2015.	59.141 dinara
Prosečna neto zarada	mart 2015.	43.121 dinara
Stopa nezaposlenosti ukupno	IV kvartal 2014.	16,8%
Stopa nezaposlenosti od 15 - 64 godine	IV kvartal 2014.	17,6%
Relativna linija siromaštva po domaćinstvu	2012.	13.680 dinara
Stopa rizika od siromaštva	2012.	24,6 %
Prosečna mesečna potrošnja po domaćinstvu	IV kvartal 2014.	59.289 dinara
Prosečna mesečna potrošnja po domaćinstvu	2014.	54.424 dinara
Računari u domaćinstvu	2014.	63,2%
Internet u domaćinstvu	2014.	62,8%

Tabela 2. Stanovništvo staro 15 i više godina, po školskoj spremi i polu⁴

	REPUBLIKA SRBIJA ⁵			Centralna Srbija			Vojvodina		
	Ukupno	Muškarci	Žene	Ukupno	Muškarci	Žene	Ukupno	Muškarci	Žene
2002									
Ukupno	6.321.231	3.041.667	3.279.564	4.611.453	2.222.062	2.389.391	1.709.778	819.605	890.173
Bez školske spreme	357.552	76.995	280.557	282.175	57.417	224.758	75.377	19.578	55.799
1-3 razreda osnovne škole	126.127	37.517	88.610	91.401	27.013	64.388	34.726	10.504	24.222
4-7 razreda osnovne škole	896.847	374.016	522.831	651.184	282.559	368.625	245.663	91.457	154.206
Osnovno obrazovanje	1.509.462	698.692	810.770	1.083.898	505.863	578.035	425.564	192.829	232.735
Srednje obrazovanje	2.596.348	1.401.683	1.194.665	1.845.166	989.067	856.099	751.182	412.616	338.566
Više obrazovanje	285.056	150.188	134.868	211.571	113.584	97.987	73.485	36.604	36.881
Visoko obrazovanje	411.944	223.097	188.847	323.348	175.840	147.508	88.596	47.257	41.339
Nepoznato	137.895	79.479	58.416	122.710	70.719	51.991	15.185	8.760	6.425

Tabela 3. Stanovništvo staro 10 i više godina prema polu, a nepismeni i prema starosti⁶

	REPUBLIKA SRBIJA ⁷			Centralna Srbija			Vojvodina		
	Ukupno	Muškarci	Žene	Ukupno	Muškarci	Žene	Ukupno	Muškarci	Žene
2002									
Broj stanovnika starosti 10 i više godina	6.761.061	3.267.118	3.493.943	4.929.487	2.385.133	2.544.354	1.831.574	881.985	949.589
Broj nepis. stanovnika	232.925	35.271	197.654	188.835	26.484	162.351	44.090	8.787	35.303
Učešće broja nepismenih u ukupnom broju stanovnika starosti 10 i više godina, u %	3	1	6	4	1	6	2	1	4
Broj nepismenih 10-14 godina starosti	3.023	1.486	1.537	2.002	965	1.037	1.021	521	500
Broj nepismenih 15-19 godina starosti	3.338	1.617	1.721	2.331	1.109	1.222	1.007	508	499
Broj nepismenih 20-39 godina starosti	12.120	5.257	6.863	8.445	3.557	4.888	3.675	1.700	1.975
Broj nepismenih 40-49 godina starosti	9.763	3.394	6.369	6.723	2.252	4.471	3.040	1.142	1.898
Broj nepismenih	12.822	3.147	9.675	8.809	2.171	6.638	4.013	976	3.037

⁴ Izvor: Republika Srbija, Republički zavod za statistiku Republike Srbije, *Baza podataka, Podaci po oblastima* <http://webrzs.stat.gov.rs/WebSite/public/ReportView.aspx> (April 2015)

⁵ Bez podataka za AP Kosovo i Metohija

⁶ Izvor: Republika Srbija, Republički zavod za statistiku Republike Srbije, *Baza podataka, Podaci po oblastima* <http://webrzs.stat.gov.rs/WebSite/public/ReportView.aspx> (April 2015)

⁷ Bez podataka za AP Kosovo i Metohija

50-59 godina starosti									
Broj nepismenih 60-64 godina starosti	15.231	2.266	12.965	11.239	1.644	9.595	3.992	622	3.370
Broj nepismenih 65 i više godina starosti	172.738	17.315	155.423	145.961	14.156	131.805	26.777	3.159	23.618
Broj nepismenih stanovnika nepoznate starosti	3.890	789	3.101	3.325	630	2.695	565	159	406
Prosečna starost nepismenog stanovništva	68	57	70	69	59	70	64	52	66

Preduzeća u Republici Srbiji prema veličini, 2013.

Uvažavajući zahteve sve većeg broja korisnika, a u nastojanju da svoj rad prilagodi međunarodnim preporukama i standardima, Republički zavod za statistiku Srbije nastavlja da objavljuje izabrane makroekonomske pokazatelje za preduzeća, prema njihovoj veličini. Praćenjem je obuhvaćen nefinansijski institucionalni sektor po metodologiji SNA, a na bazi administrativnog izvora podataka - završnih računa preduzeća (obrađenih, počev od 2009. godine, od strane Agencije za privredne registre Republike Srbije).

Rezultati obrade individualnih godišnjih finansijskih izveštaja (završnih računa) za privredna društva i zadruge s teritorije Republike Srbije ovde su dati **sa stanovišta podele na mikro, mala, srednja i velika preduzeća**. Uporedo se sagledavaju: (1) **broj preduzeća**, (2) **broj zaposlenih**, (3) **ostvareni promet** i (4) **bruto dodata vrednost**. Navedena obeležja prikazana su prema veličini preduzeća određenoj - u skladu s međunarodnim preporukama - samo na osnovu broja zaposlenih, i to na sledeći način: 0 - 9 (mikro), 10 - 49 (mala), 50 - 249 (srednja), 250 i više (velika). Napominjemo da su, s druge strane, u publikacijama institucija ovlašćenih za prikupljanje i obradu finansijskih izveštaja (ranije Narodne banke Srbije, sada Agencije za privredne registre) u primeni tri kriterijuma za razvrstavanje, odnosno utvrđivanje veličine preduzeća - u skladu sa Zakonom o računovodstvu i reviziji.

U skladu sa novom teritorijalnom podelom i Klasifikacijom delatnosti (2010), podaci se sa stanovišta teritorije iskazuju do nivoa regiona - NSTJ 2 Nomenklature statističkih teritorijalnih jedinica, a po delatnostima na nivou sektora Klasifikacije delatnosti (2010):

A	Poljoprivreda, šumarstvo i ribarstvo
B	Rudarstvo
C	Prerađivačka industrija
D	Snabdevanje električnom energijom, gasom i parom
E	Snabdevanje vodom i upravljanje otpadnim vodama
F	Građevinarstvo
G	Trgovina na veliko i malo i popravka motornih vozila
H	Saobraćaj i skladištenje

I	Usluge smeštaja i ishrane
J	Informisanje i komunikacije
K	Finansijske delatnosti i delatnost osiguranja
L	Poslovanje nekretninama
M	Stručne, naučne, inovacione i tehničke delatnosti
N	Administrativne i pomoćne uslužne delatnosti
O	Državna uprava i obavezno socijalno osiguranje
P	Obrazovanje
Q	Zdravstvena i socijalna zaštita
R	Umetnost, zabava i rekreacija
S	Ostale uslužne delatnosti
T	Delatnost domaćinstva kao poslodavca
U	Delatnost eksteritorijalnih organizacija i tela

Obeležja su definisana na sledeći način:

- *broj zaposlenih* kao prosek izračunat na osnovu stanja krajem svakog meseca u izveštajnoj godini;
- *ostvareni promet* kao prihodi od prodaje (kako robe, tako i proizvoda i usluga);
- *bruto dodata vrednost* (u baznim cenama) kao razlika između autputa i međufazne potrošnje.

Tabela 4. Broj preduzeća prema njihovoj velični, 2013.

	Ukupno	Mikro	Mala	Srednja	Velika
		0–9 zaposlenih	10–49 zaposlenih	50–249 zaposlenih	250 i više zaposlenih
Repubilka Srbija	93.754	81.775	9.353	2.132	494

Na osnovu raspoloživih podataka, možemo konstatovati da je obračunom makroekonomskih agregata obuhvaćeno 93.754 preduzeća u Republici Srbiji. Od tog ukupnog broja preduzeća u Srbiji - sever, 2013. godine poslovalo je 65.497 preduzeća - što čini (69,9%), a u Srbiji - jug 28.257 - što čini (30,1%).

Od ukupno 93.754 preduzeća u Republici Srbiji u 2013. godini bilo je: 81.775 mikro (87,2%), 9.353 malih (10,0%), 2.132 srednjih (2,3%) i 494 velikih (0,5%).

Od ukupno 65 497 preduzeća lociranih na teritoriji Srbije - sever u 2013. godini bilo je: 57.788 mikro (88,2%), 6.086 malih (9,3%), 1.301 srednjih (2,0%) i 322 velikih (0,5%). Na teritoriji Srbije - jug bilo je 28.257 preduzeća u 2013. godini, od čega: mikro 23.987 (84,9%), malih 3.267 (11,6%), srednjih 831 (2,9%) i velikih 172 (0,6%).

Posmatrano po sektorima KD (2010), na nivou Republike Srbije, najveće učešće u ukupnom broju preduzeća imale su: trgovina na veliko i malo i popravka motornih vozila (35,3%), prerađivačka industrija (18,2%), stručne, naučne, inovacione i tehničke delatnosti (11,8%), građevinarstvo (8,0%), saobraćaj i skladištenje (5,5%) itd.

Tabela 5. Broj zaposlenih prema veličini preduzeća, 2013.

	Ukupno	Mikro	Mala	Srednja	Velika
		0–9 zaposlenih	10–49 zaposlenih	50–249 zaposlenih	250 i više zaposlenih
Republika Srbija	981.647	153.087	189.172	222.994	416.394

Preduzeća u Republici Srbiji u 2013. godini zapošljavala su 981.647 lica. U Srbiji - sever bilo je 654.490, tj. (66,7%), a u Srbiji - jug 327.157, tj. (33,3%).

Učešće broja zaposlenih u mikro preduzećima, posmatrano po teritorijama, vrlo je ujednačeno: na nivou Republike Srbije (15,5%), na teritoriji Srbija - sever (16,1%) i na teritoriji Srbija - jug (14,7%). Mala preduzeća u broju zaposlenih u Republici Srbiji učestvuju sa (19,3%), u Srbiji - sever učešće je (18,2%), dok je to učešće u Srbiji - jug (20,2%).

Kod srednjih i velikih preduzeća učešće broja zaposlenih po teritorijama je neujednačeno i kreće se za srednja preduzeća, na nivou Republike Srbije, (22,7%), u Srbiji - sever (20,8%), u Srbiji - jug (26,6%), a za velika preduzeća na nivou Republike Srbije (42,5%), u Srbiji - sever (44,3%), a u Srbiji - jug (38,5%).

Posmatrano po sektorima KD (2010), najveće učešće u ukupnom broju zaposlenih u Republici Srbiji 2013. godine imale su: prerađivačka industrija - sa 309.167 zaposlenih lica, trgovina na veliko i malo i popravka motornih vozila - sa 191.305 zaposlenih lica, saobraćaj i skladištenje - sa 93.797 zaposlenih lica itd.

Tabela 6. Ostvareni promet prema veličini preduzeća, 2013.

mil. RSD

	Ukupno	Mikro	Mala	Srednja	Velika
		0–9 zaposlenih	10–49 zaposlenih	50–249 zaposlenih	250 i više zaposlenih
Republika Srbija	7.977.468	1.327.994	1.745.887	1.735.609	3.167.978

Kada se posmatra teritorijalni razmeštaj ostvarenog prometa preduzeća, uočava se da su preduzeća sa teritorije Srbija - sever ostvarila (75,4%), a preduzeća sa teritorije Srbija - jug (24,6%).

Prema veličini preduzeća, ostvareni promet u Republici Srbiji distribuiran je na sledeći način: mikro (16,6%), mala (21,9%), srednja (21,8%) i velika (39,7%).

U preduzećima iz Srbije - sever raspored ostvarenog prometa jeste sledeći: mikro (16,6%), mala (22,0%), srednja (21,5%) i velika (39,9%). Za preduzeća iz Srbije - jug učešća u ostvarenom prometu su sledeća: mikro (16,7%), mala (21,5%), srednja (22,7%) i velika (39,1%).

Posmatrano po delatnostima (sektorima KD 2010), najveće učešće na nivou Republike Srbije u ostvarenom prometu ostvarila su preduzeća iz trgovine na veliko i malo i opravke motornih vozila (35,5%), prerađivačke industrije (27,1%), snabdevanje električnom energijom, gasom i parom (7,6%), saobraćaj i skladištenje (5,8%) itd.

Tabela 7. Bruto dodata vrednost prema veličini preduzeća, 2013.

mil. RSD

	Ukupno	Mikro	Mala	Srednja	Velika
		0–9 zaposlenih	10–49 zaposlenih	50–249 zaposlenih	250 i više zaposlenih
Republika Srbija	1.562.097	158.265	269.095	317.088	817.649

Bruto dodata vrednost prema veličini preduzeća u Republici Srbiji za 2013. godinu distribuirana je na sledeći način: mikro (10,1%), mala (17,2%), srednja (20,3%) i velika (52,4%).

U preduzećima iz Srbije - sever raspored bruto dodate vrednosti jeste sledeći: mikro (10,3%), mala (17,2%), srednja (19,6%) i velika (52,9%). Kod preduzeća iz Srbije - jug raspored bruto dodate vrednosti jeste sledeći: mikro (9,6%), mala (17,4%), srednja (22,6%) i velika (50,4%).

Posmatrano po delatnostima (sektorima KD 2010), najznačajnije učešće u bruto dodatoj vrednosti na nivou Republike Srbije ostvarila su preduzeća iz prerađivačke industrije (25,8%), trgovine na veliko i malo i opravke motornih vozila (17,1%), rudarstva (9,2%), informisanja i komunikacija (8,8%), saobraćaj i skladištenje (8,0%), građevinarstva (6,9%) itd.

Kvartalni bruto domaći proizvod, u stalnim cenama, prvi kvartal 2015 - Realni pad BDP u prvom kvartalu 2015. godine u odnosu na isti period prethodne godine iznosio je 1,9%. (Ovo je fleš procena dobijena je metodom ekstrapolacije uz primenu jednostruke indikator metode, kombinacijom indikatora autputa i inputa).⁸

Ekonomska situacija

Srpska privreda je sa zakašnjenjem ušla u procese prilagođavanja na tržišni model ekonomskih odnosa. Ovaj period prilagođavanja u Srbiji podrazumeva implementaciju reformi vezanih za: makroekonomsku stabilnost (smanjenje i eliminisanje budžetskog deficita i vođenje odgovarajuće neinflatorne monetarne politike), liberalizaciju (unutrašnju, ali i spoljnu koja se manifestuje ukidanjem trgovinskih i investicionih barijera i promenom režima deviznog kursa), kao i transformaciju vlasničkih prava kroz privatizaciju i promenu vlasničkih struktura. Ovaj

⁸ Izvor podataka: Republika Srbija, Republički zavod za statistiku, *Saopštenje za javnost*, april 2015. godine

proces je praćen značajnim troškovima, koji se odnose na pad društvenog proizvoda, pad zaposlenosti i pojavu inflacije, a koje troškove je moralo da *plati* celokupno društvo.

Ipak, naša ekonomija se danas nalazi na važnoj prekretnici. Over the past three years, the Serbian Government has given the highest priority to strengthening the Serbian economy, reforming public finances and improving the climate for business and investment. Iz navedenog, možemo reći da je prva faza sprovođenja procesa prilagođavanja završena, te da reformski procesi dobijaju novi zamah.

Sadašnja Vlada će nastaviti da intenzivira ovaj program reformi orijentisan ka podršci biznisu uvođenjem 21 zakonske mere osmišljene u cilju modernizacije srpske ekonomije i javnog sektora, uključujući nov fleksibilan zakon o radu, kreiranje *one-stop shop*-a za dobijanje administrativnih dozvola koje je teško dobiti, transparentan pristup privatizaciji preduzeća u vlasništvu države, izdašne poreske olakšice za preduzeća koja kreiraju nova radna mesta i revidiran zakon o bankrotu. Vlada će se takođe baviti serijom dugogodišnjih političkih izazova koji okružuju prava na penziju i osiguranje i potrebu da ograniči zarade u javnom sektoru, smanji gubitak i birokratiju. Kroz ove aktivnosti, Vlada će okončati nasleđe fiskalne neodgovornosti i dovesti zemlju u liniju sa finansijskim standardima MMF-a, uključujući smanjenje budžetskog deficita na manje od 3% do 2017. godine. Kako bi ojačala srpsku ekonomiju i podigla životni standard, Vlada je odlučna da sprovede ambiciozan program ekonomske reforme koji je i tržišno liberalan i fiskalno odgovoran.⁹

Pregled izvoznih/uvoznih tržišta¹⁰

Tabela 8. Pregled izvoznih i uvoznih tržišta

Izvoz

Partner	2011		2012		2013	
	Ukupno €	% izvoza	Ukupno €	% izvoza	Ukupno €	% izvoza
EU	4868,5	57,67%	5364	61,40%	6907,2	62,80%
CEFTA	2599,5	30,79%	2555,7	29,96%	2715,7	24,70%
Rusija	567,7	6,72%	657,1	7,92%	799	7,30%
SAD	57,1	0,68%	76,7	0,90%	369,5	3,30%
Kina	10,9	0,13%	14,4	0,19%	16,5	0,10%
Drugi	337,8	4,01%	53,2	0,60%	191,1	1,74%
	8.441,4	100%	8.740,1	100%	10.999	100,00%

⁹ Izvori podataka: Republika Srbija, Vlada, Sajt Vlade (preuzeto: april, 2015.); Republika Srbija, Vlada, *Srbija ukratko*, (Beograd, septembar 2014.)

¹⁰ Izvori podataka: Republika Srbija, Vlada, Sajt Vlade (preuzeto: april, 2015.); Republika Srbija, Vlada, *Srbija ukratko*, (Beograd, septembar 2014.)

Uvoz

Partner	2011		2012		2013	
	Ukupno €	% izvoza	Ukupno €	% izvoza	Ukupno €	% izvoza
EU	7907	55,50%	8970	61,00%	9560,8	61,80%
CEFTA	1229,2	8,60%	1542,6	10,50%	988,9	6,40%
Rusija	1906	13,40%	1606,4	10,90%	1428,6	9,20%
SAD	207,1	1,50%	246,4	1,70%	230,6	1,50%
Kina	1068,8	7,50%	1077,9	7,30%	1136,2	7,30%
Drugi	1931,8	13,60%	1279,3	8,70%	2118	13,70%
	14.250	100%	14.713,6	100%	15.463	100,00%

Iz gore navedenih podataka jasno je da je najveći trgovinski partner Srbije Evropska unija.

Vlada Republike Srbije je uverena da će se partnerstvo na ovom planu nastaviti i da će rasti i da će sve barijere biti uklonjene. Vrednost Srpskog izvoza u EU je povećana za 60% u periodu 2009-2013. a tokom poslednje dve godine više od 61% izvoza i uvoza Srbije se odvija kroz sradnju sa EU.

Spoljna trgovina, mart 2015.¹¹

U 2014. godini ukupan izvoz robe je veći za 1,6%, a ukupan uvoz robe za 0,3% u odnosu na ukupan izvoz, odnosno ukupan uvoz u 2013. godini. U četvrtom kvartalu u 2014, u odnosu na prosek 2014. godine, izvozna i uvozna aktivnost beleže pad od 3,5%, odnosno pad od 1,5%. U četvrtom kvartalu u 2014, u odnosu na četvrti kvartal 2013. godine, ukupan izvoz je manji za 10,8%, a ukupan uvoz manji za 11,7%.

Izvoz robe u prva dva meseca 2015. godine iznosio je 1,945 milijardi USD, i bio je manji za 11,5% u odnosu na isti period prethodne godine, a za 21,4% manji od prosečnog izvoza 2014. godine. U istom periodu realizovan je uvoz u iznosu od 2,685 milijardi USD, što je za 10,7% manje u odnosu na isti period prethodne, a za 21,8% manje u odnosu na prosečan uvoz 2014. godine.

Ukupan spoljnotrgovinski deficit robe u 2014. godini iznosio je 5,764 milijarde USD, i manji je za 2,9% od deficita 2013. godine, a 0,39 puta (61,2%) manji od ukupnog izvoza u 2014. godini. Deficit spoljne trgovine u periodu januar - februar 2015. godine iznosi 740,8 miliona USD i manji je za 8,6% od deficita u istom periodu prošle godine, a manji za 0,38 puta (61,9%) od ukupnog izvoza u tom periodu. U januaru 2015. izvoz je iznosio 907 miliona USD, što je manje, u odnosu na decembar 2014. godine, za 23,5%, dok je u februaru (1,037 milijardi USD) povećan za 14,3% u odnosu na januar. U odnosu na prošli januar i prošli februar, izvoz je manji za 9,2%, odnosno za 13,3%. Uvoz (1,228 milijardi USD) u januaru 2015. opada za 29,9% u odnosu na

¹¹ Izvor podataka: Republika Srbija, Republički zavod za statistiku, *Trendovi* (Beograd, Prof. dr Miladin Kovačević, 2015.)



uvoz u decembru 2014, dok je uvoz februaru (1,457 milijardi USD) za 18,7% veći u odnosu na uvoz u januaru.

Kumulativno, u strukturi izvoza, odnosno uvoza u 2014, u odnosu na 2013. godinu, prema ekonomskoj nameni proizvoda (BEC), proizvodi za reprodukciju (dominiraju po učešću u ukupnom) beleže rast od 1%, odnosno pad za 4,6%, proizvodi za široku potrošnju rast od 2,7%, odnosno pad za 2,9% i izvoz/uvoz sredstava za rad rast od 0,02%, odnosno pad za 8,3%. U strukturi izvoza odnosno uvoza, po nameni proizvoda EU, u 2014. godini, međugodišnje stope izvoza/uvoza iznose za energiju 19,8% i -7%, za intermedijarne proizvode, osim energije 0,6% i -3,1%, za kapitalne proizvode - 3,1% i -8,7%, zatim za trajne proizvode za široku potrošnju 11,7% i -6,6%, za netrajne proizvode za široku potrošnju 8,3% 0,1%, i za neklasifikovano po nameni EU 9,9% i 45,9%.

Napori Vlade

Vlada ima ambiciozan plan da proširi mogućnosti za trgovinu i investiranje u Srbiji tokom narednih četiri godine kroz Nacionalni plan prioriteta koji je širokog spektra. On će biti usmeren na strane i domaće investicije uključujući poreske razrede, jeftine zajmove za pokretanje biznisa i direktne grantove novčanih sredstava. Podsticaji za kreiranje radnih mesta će biti dostupni svim preduzećima – od malih i srednjih do multi-nacionalnih – uz puno poštovanje EU regulative za dodelu državne pomoći. Nacionalni plan prioriteta će takođe kreirati novu vladinu agenciju radi promovisanja privrede i pružanja pomoći srpskim preduzećima, naročito u ključnim sektorima kao što su poljoprivreda, napredna proizvodnja, IT i napredne usluge, kako bi se u potpunosti iskoristio poboljšani pristup Jedinstvenom tržištu EU-a. Vlada šalje jasnu poruku preduzetnicima i investitorima da je Srbija širom i iskreno *otvorena za biznis*.

Istorijat razvoja odnosa sa Evropskom unijom

- 1. jun 2000: Evropski savet donosi odluku da su sve zemlje koje ispunjavaju uslove iz Sporazuma o stabilizaciji i pridruživanju (SSP) *potencijalni kandidati* za članstvo u EU
- 1. jun 2003: Evropski savet potvrđuje da je SSP politika EU u vezi Zapadnog Balkana
- 1. oktobar 2004: Zaključci Saveta ministara pripremaju teren za pregovore o Sporazumu o stabilizaciji i pridruživanju (SSP) sa Srbijom
- 1. oktobra 2005: Otpočeli pregovori za SSP
- 3. maj 2006: Pregovori o SSP suspendovani zbog zabrinutosti zbog saradnje Srbije sa Haškim tribunalom
- 13. jun 2007: Pregovori o SSP se nastavljaju nakon obavezivanja Srbije da će u potpunosti saradivati sa Haškim tribunalom
- 7. novembar 2007: SSP sa Srbijom parafiran
- 1. januar 2008: Sporazumi o viznim olakšicama i readmisiji stupili na snagu
- 18. februar 2008: Savet ministara usvaja revidirano Evropsko partnerstvo za Srbiju
- 29. april 2008:
- 29/04/2008: Potpisan Sporazum o stabilizaciji i pridruživanju (SSP) i Prelazni sporazum o trgovini i trgovinskim pitanjima u Luksemburgu
- 19. decembar 2009: Ukinut vizni režim za građane Srbije koji putuju u zemlje Šengena
- 22. decembra 2009: Srbija podnosi zahtev za članstvo u EU
- 14. jun 2010: EU članice odlučuju da pokrenu proces ratifikacije SSP
- 14. oktobar 2011: Evropska komisija daje mišljenje na zahtev Srbije za članstvo u EU i preporučuje davanje statusa kandidata
- 1. mart 2012: Evropski savet potvrđuje Srbiji status zemlje kandidata

- 28. jun 2013: Evropski savet daje pozitivno mišljenje na preporuku Evropske komisije da se otvore pregovori sa Srbijom
- 1. septembar 2013: Sporazum o stabilizaciji i pridruživanju između EU i Srbije stupa na snagu
- 17. decembar 2013: Savet ministara usvaja okvir za pregovore sa Srbijom i saglasan je sa održavanjem 1. Međuvladine konferencije januara 2014.
- 21. januara 2014: 1. Međuvladina konferencija EU/Srbija
- Trenutno: Vlada Republike Srbije radi sa Komisijom na primeni *acquis communautaire*.

Uklanjanje trgovinskih barijera¹²

Carine za izvoz svih industrijskih i poljoprivrednih proizvoda iz Srbije u EU (izuzev za nekolicinu poljoprivrednih proizvoda zaštićenih preferencijalnim tarifnim kvotama) je EU ukinula 2000. godine primenom Autonomnih trgovinskih mera. Uklanjanje uvoznih carina na robu koja potiče iz EU je počelo januara 2009. godine kada je Srbija samovoljno inicirala primenu dela Sporazuma o stabilizaciji i pridruživanju koji se odnosi na trgovinu, koji se zove Prelazni sporazum. Ovaj ugovor je uveo asimetričnu liberalizaciju trgovine u korist Srbije i za industrijske i za poljoprivredne proizvode. Od 2009. godine liberalizaciju trgovine na Strani Srbije je pratio šestogodišnji plan osmišljen tako da reflektuje nivo osetljivosti proizvoda za srpske proizvođače, uz pružanje pomoći da se pripreme za povećanu konkurenciju od strane EU.

Sporazum o stabilizaciji i pridruživanju

Stupanje Sporazuma o stabilizaciji i pridruživanju na snagu septembra 2013. godine je produbilo ekonomske benefite od Prelaznog sporazuma. Jedan broj novih odredbi je doprineo da se poboljša poslovno okruženje u Srbiji, uključujući one koje se odnose na slobodno kretanje kapitala, javnu nabavku i standardizaciju, pravo na uspostavljanje i pružanje usluga. Ove promene u politici daju jasniji okvir za investitore i biznise, omogućavajući srpskoj ekonomiji da privuče nove investicije i obezbeđujući određen nivo tržišne utakmice. Primena Sporazuma o stabilizaciji i pridruživanju je takođe podigla standarde poslovanja za srpska preduzeća, pripremajući ih za konkurenciju na Jedinostvenom tržištu. Srpski potrošači će imati korist od veće mogućnosti izbora i konkurentnijih cena, dok će postepeno otvaranje tržišta javnih nabavki za EU preduzeća povećati konkurenciju i ponuditi srpskim poreskim obveznicima veću vrednost za njihov novac.

Srbija-EU investicije

Strane direktne investicije (SDI) koje dolaze iz EU čine 76% ukupnih SDI u Srbiji od 2005. do 2013. godine. U apsolutnom smislu, SDI iz EU zemalja su ukupno činile oko 12,9 milijardi tokom proteklih devet godina. Preduzeća iz EU su bili vodeći investitori u Srbiji tokom poslednjih osam godina. Moderne tehnologije i know-how i bolja efikasnost koju su uvela ova preduzeća su znatno poboljšali produktivnost i konkurentnost srpske ekonomije, što je donelo porast izvoznog potencijala, povećanje budžetskih prihoda i generisanje ekonomskog rasta.

¹² Izvor podataka: Republika Srbija, Vlada, *Srbija ukratko*, (Beograd, septembar, 2014.)



III. Nacionalni kontekst društveno odgovornog poslovanja i izveštavanja o održivom poslovanju

DOP politike i inicijative Vlade Republike Srbije

1. Da li Država sprovodi ili pruža podršku za bilo kakve aktivnosti posebno usmerene na promovisanje DOP? Ako je tako, koje?

Da li je Država preduzela političke ili zakonodavne mere u vezi DOP-a? Ako je tako, koje?

Prilikom analize stanja po ova dva pitanja, izvršili smo objedinjavanje, s obzirom da smo stava da, efikasno sprovođenje i podrška aktivnosti posebno usmerenih na promovisanje DOP-a u uređenoj pravnoj državi, svoje korene ima u njenim politikama i zakonskom okviru.

Generalno gledano, određeni zakonski okvir, politike i jasno opredeljenje za principe DOP-a od strane Države postoje. Ipak, za razliku od EU - koja je u poslednjih nekoliko godina uključila održivi razvoj u široki spektar svojih politika, kao i obavezu za preduzeća da izveštavaju o održivom razvoju, RS i pored strateških dokumenata i propisa koji afirmišu DOP, još uvek nije sveobuhvatno pravno regulisala ovu oblast, a samim tim nije uvela ni zakonske obaveze izveštavanja, sem delimično u domenu rodne ravnopravnosti.

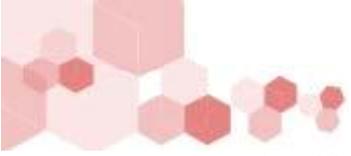
Najvažniji zakonski i politički dokument Republike Srbije je *Ustav* (2006), koji sadrži fundamentalna pravila društvenog, ekonomskog i političkog sistema države; postavlja prava i dužnosti građana; utvrđuje najviše organe, njihove međusobne odnose i odnose sa nižim organima i građanima.

Prema *Ustavu Republike Srbije* (2006), RS je država srpskog naroda i svih građana koji u njoj žive, zasnovana na vladavini prava i socijalnoj pravdi, načelima građanske demokratije, ljudskim i manjinskim pravima i slobodama i pripadnosti evropskim principima i vrednostima.

Prema Ustavu, opšteprihvaćena pravila međunarodnog prava i potvrđeni međunarodni ugovori sastavni su deo pravnog poretka RS i neposredno se primenjuju. Potvrđeni međunarodni ugovori moraju biti u skladu s Ustavom.

Ljudska i manjinska prava zajemčena Ustavom neposredno se primenjuju. Ustavom se jemče, i kao takva, neposredno se primenjuju ljudska i manjinska prava zajemčena opšteprihvaćenim pravilima međunarodnog prava, potvrđenim međunarodnim ugovorima i zakonima. Zakonom se može propisati način ostvarivanja ovih prava samo ako je to Ustavom izričito predviđeno ili ako je to neophodno za ostvarenje pojedinog prava zbog njegove prirode, pri čemu zakon ni u kom slučaju ne sme da utiče na suštinu zajemčenog prava. Odredbe o ljudskim i manjinskim pravima tumače se u korist unapređenja vrednosti demokratskog društva, saglasno važećim međunarodnim standardima ljudskih i manjinskih prava, kao i praksi međunarodnih institucija koje nadziru njihovo sprovođenje.

Ustav proklamuje zabranu diskriminacije - pred Ustavom i zakonom svi su jednaki. Svako ima pravo na jednaku zakonsku zaštitu, bez diskriminacije. Zabranjena je svaka diskriminacija,



neposredna ili posredna, po bilo kom osnovu, a naročito po osnovu rase, pola, nacionalne pripadnosti, društvenog porekla, rođenja, veroispovesti, političkog ili drugog uverenja, imovnog stanja, kulture, jezika, starosti i psihičkog ili fizičkog invaliditeta. Ne smatraju se diskriminacijom posebne mere koje RS može uvesti radi postizanja pune ravnopravnosti lica ili grupe lica koja su suštinski u nejednakom položaju sa ostalim građanima.

Ustavom je takođe proklamovano da svako ima pravo na sudsku zaštitu ako mu je povređeno ili uskraćeno neko ljudsko ili manjinsko pravo zajemčeno Ustavom, kao i pravo na uklanjanje posledica koje su povredom nastale. Građani imaju pravo da se obrate međunarodnim institucijama radi zaštite svojih sloboda i prava zajemčenih Ustavom.

Ljudsko dostojanstvo je neprikosnoveno i svi su dužni da ga poštuju i štite. Svako ima pravo na slobodan razvoj ličnosti, ako time ne krši prava drugih zajemčena Ustavom.

Ustavom se jemči sloboda mišljenja i izražavanja, kao i sloboda da se govorom, pisanjem, slikom ili na drugi način traže, primaju i šire obaveštenja i ideje. Sloboda izražavanja može se zakonom ograničiti, ako je to neophodno radi zaštite prava i ugleda drugih, čuvanja autoriteta i nepristrasnosti suda i zaštite javnog zdravlja, morala demokratskog društva i nacionalne bezbednosti Republike Srbije.

Prema Ustavu, merama u obrazovanju, kulturi i javnom obaveštavanju, Republika Srbija podstiče razumevanje, uvažavanje i poštovanje razlika koje postoje zbog posebnosti etničkog, kulturnog, jezičkog ili verskog identiteta njenih građana.

Ustavom se takođe, jemči pravo na rad, u skladu sa zakonom. Svako ima pravo na slobodan izbor rada. Svima su, pod jednakim uslovima, dostupna sva radna mesta. Svako ima pravo na poštovanje dostojanstva svoje ličnosti na radu, bezbedne i zdrave uslove rada, potrebnu zaštitu na radu, ograničeno radno vreme, dnevni i nedeljni odmor, plaćeni godišnji odmor, pravičnu naknadu za rad i na pravnu zaštitu za slučaj prestanka radnog odnosa. Niko se tih prava ne može odreći. Ženama, omladini i invalidima omogućuju se posebna zaštita na radu i posebni uslovi rada, u skladu sa zakonom.

U skladu sa Ustavom, svako ima pravo na zdravu životnu sredinu i na blagovremeno i potpuno obaveštavanje o njenom stanju. Svako, a posebno Republika Srbija i autonomna pokrajina, odgovoran je za zaštitu životne sredine. Svako je dužan da čuva i poboljšava životnu sredinu.

Ustavom je utvrđeno da ekonomsko uređenje u Republici Srbiji počiva na tržišnoj privredi, otvorenom i slobodnom tržištu, slobodi preduzetništva, samostalnosti privrednih subjekata i ravnopravnosti privatne i drugih oblika svojine. Republika Srbija je jedinstveno privredno područje sa jedinstvenim tržištem roba, rada, kapitala i usluga. Uticaj tržišne privrede na socijalni i ekonomski položaj zaposlenih usklađuje se kroz socijalni dijalog između sindikata i poslodavaca.

Ustav proklamuje slobodu preduzetništva. Preduzetništvo se može ograničiti zakonom, radi zaštite zdravlja ljudi, životne sredine i prirodnih bogatstava i radi bezbednosti Republike Srbije.

Ustav propisuje da svi imaju jednak pravni položaj na tržištu. Zabranjeni su akti kojima se, suprotno zakonu, ograničava slobodna konkurencija, stvaranjem ili zloupotrebom monopolskog ili dominantnog položaja. Prava stečena ulaganjem kapitala na osnovu zakona, ne mogu zakonom biti umanjena. Strana lica izjednačena su na tržištu sa domaćim.



Ustavom je propisano da Republika Srbija štiti potrošače. Posebno su zabranjene radnje usmerene protiv zdravlja, bezbednosti i privatnosti potrošača, kao i sve nečasne radnje na tržištu.

Ustavom je propisano da se Republika Srbija stara o ravnomernom i održivom regionalnom razvoju, u skladu sa zakonom.

Aktivnosti Vlade RS

Vlada se deklarira da je upoznata sa aktivnostima i dostignućima u oblasti DOP-a kod poslovnog sektora i drugih aktera i da je opredeljena ka razmatranju mogućnosti za stvaranje uslova, a u skladu sa našim zakonodavnim sistemom, za razvoj osnovnih podsticaja i mehanizama za podršku DOP-u.

S druge strane, trenutni propisi ne sadrže dovoljno ekonomskih podsticaja za DOP. Prisutan je nedostatak komplementarne mešovite zakona (eksternih izvora discipline) i podsticaja za kompanije koji će ih motivisati da preduzimaju akcije DOP-a.

Za razliku od drugih zemalja u regionu, Vlada je ta koja je inicirala proces stvaranja politika u oblasti DOP-a, što je značajna odlika konteksta DOP-a u RS. Uopšteno govoreći, druge zemlje u Jugoistočnoj Evropi ističu da su uticaji i podsticaji spolja bili od suštinskog značaja za angažovanje tih Vlada u naporima promovisanja DOP-a. Za razliku od njih, Vlada naglašava posvećenost promociji DOP-a kompanija, naročito kroz:

- donošenje Strategije;
- iniciranje promene zakonodavnog okvira vezanog za DOP, naročito u oblasti bezbednosti i zdravlja na radu, prava radnika, odnosno prava iz rada i po osnovu rada;
- zaštitu životne sredine;
- zaštitu potrošača.

Kroz pripremu *Nacionalne strategije održivog razvoja Republike Srbije za period od 2009. do 2017. godine* i *Strategije za smanjenje siromaštva Republike Srbije*, kao i dokumenata iz oblasti zaštite životne sredine, Vlada je pokazala nameru da koristi DOP kao instrument politike. Neke od oblasti odgovornosti kompanija postale su zakonske obaveze. Jedan takav primer jeste mera države kojom se propisuje da na svakih 20 zaposlenih radnika kompanije moraju da zaposle jednu osobu sa invaliditetom. Još značajniji primer predstavlja zakonsko rešenje po kome se poslodavci koji zaposle osobu sa invaliditetom oslobađaju plaćanja poreza i doprinosa na plate te osobe u trajanju od tri godine, dobijaju subvenciju zarade novozaposlene osobe sa invaliditetom u trajanju od godinu dana i mogućnost refundacije primerenih troškova prilagođavanja radnog mesta za zaposlenu osobu sa invaliditetom. Mere kao što su ove mogu da doprinesu socijalnoj inkluziji društveno osetljivih grupa, umesto razdvajanja istih od ostalog dela društva.

Ono na čemu treba intenzivnije raditi je dalje stvaranje opsežnih pravila, propisa i podsticajnih mehanizama za DOP (kao što je opsežan sistem zaštite potrošača - uključujući zaštitu privatnosti potrošača, sprečavanje obmanjujućeg reklamiranja - naročito u sektoru bankarstva).

Vlada je svesna da će proces približavanja EU neizbežno dovesti i do porasta pažnje koja se pridaje DOP-u i učiniti neophodnim harmonizaciju sa politikama i praksom DOP-a koje postoje u EU.



Strateški dokumenti Republike Srbija koji su usvojeni u periodu od 2001. do 2012. godine, grupisani su po sledećim oblastima:

1. Privreda i finansije
2. Infrastruktura (informacione i komunikacione tehnologije, energetika, saobraćaj)
3. Poljoprivreda, šumarstvo, životna sredina
4. Zapošljavanje, socijalna pitanja i zdravlje
5. Prosveta i nauka, omladina i sport
6. Javna uprava, sudstvo, ljudska prava
7. Odbrana i spoljna politika.

U oblasti Privreda i finansije, od značaja za sprovođenje i podršku aktivnosti usmerenih na promovisanje DOPa, Vlada RS je donela: *Strategiju i politiku razvoja industrije Republike Srbije za period od 2011. godine do 2020. godine, Strategiju razvoja i promocije društveno odgovornog poslovanja u Republici Srbiji za period od 2010. do 2015. godine, Nacionalnu strategiju privrednog razvoja Republike Srbije od 2006. do 2012. godine, Strategiju razvoja trgovine Republike Srbije i Strategiju regionalnog razvoja Srbije za period od 2007. do 2012. godine.*

U oblasti Poljoprivreda, šumarstvo, životna sredina, od značaja za sprovođenje i podršku aktivnosti usmerenih na promovisanje DOPa, Vlada RS je donela: *Strategiju zaštite od požara za period 2012-2017. godine, Strategiju upravljanja mineralnim resursima Republike Srbije do 2030. godine, Strategiju u za primenu konvencije o dostupnosti informacija, učešću javnosti u donošenju odluka i pravu na pravnu zaštitu u pitanjima životne sredine - Arhuska konvencija, Nacionalnu strategiju za aproksimaciju u oblasti životne sredine za Republiku Srbiju, Nacionalnu strategiju održivog razvoja, Strategiju razvoja šumarstva Republike Srbije, Strategiju upravljanja otpadom za period od 2010-2019. godine, Strategiju uvođenja čistije proizvodnje u Republici Srbiji, Nacionalnu strategiju za uključivanje Republike Srbije u mehanizam čistog razvoja Kjoto protokola za sektore upravljanja otpadom, poljoprivrede i šumarstva, Strategija razvoja poljoprivrede Srbije, Strategiju biološke raznovrsnosti Republike Srbije za period od 2011. do 2018. godine, Strategiju za primenu Konvencije o dostupnosti informacija, učešću javnosti u donošenju odluka i pravu na pravnu zaštitu u pitanjima životne sredine i Nacionalnu strategiju održivog korišćenja prirodnih resursa i dobara.*

U oblasti Zapošljavanje, socijalna pitanja i zdravlje, od značaja za sprovođenje i podršku aktivnosti usmerenih na promovisanje DOPa, Vlada RS je donela: *Nacionalnu strategiju zapošljavanja za period 2005-2010, Strategiju za smanjenje siromaštva, Strategiju bezbednosti i zdravlja na radu u Republici Srbiji za period od 2009. do 2012. godine Strategiju unapređenja položaja osoba sa invaliditetom u Republici Srbiji, Nacionalnu strategiju zapošljavanja za period 2011-2020. godine.*

U oblasti Prosveta i nauka, omladina i sport, od značaja za sprovođenje i podršku aktivnosti usmerenih na promovisanje DOPa, Vlada RS je donela: *Strategiju karijernog vođenja i savetovanja u Republici Srbiji, Strategiju razvoja obrazovanja odraslih u Republici Srbiji, Strategiju razvoja stručnog obrazovanja u Republici Srbiji, Strategiju naučnog i tehnološkog razvoja Republike Srbije u periodu od 2010. do 2015. godine, Strategiju obrazovanja odraslih u Republici Srbiji i Nacionalnu strategiju za mlade.*

U oblasti Javna uprava, sudstvo, ljudska prava, od značaja za sprovođenje i podršku aktivnosti usmerenih na promovisanje DOPa, Vlada RS je donela: *Strategiju komunikacije o pristupanju Republike Srbije Evropskoj uniji, Strategiju zaštite podataka o ličnosti, Strategiju za*



unapređivanje položaja Roma u Republici Srbiji i Nacionalnu strategiju za poboljšanje položaja žena i unapređivanje rodne ravnopravnosti.

Strategija razvoja i promocije društveno odgovornog poslovanja u Republici Srbiji za period od 2010. do 2015. godine predstavlja akt kojim se na celovit način utvrđuje stanje u oblasti DOP-a. Kao zemlja koja teži da se pridruži EU, RS je u obavezi da prihvati standarde i prakse EU, što uključuje i priznavanje i promovisanje DOP-a i njegovog doprinosa socijalnom skladu i održivoj konkurentnosti i razvoju.

Kroz ovaj dokument, Vlada je pokazala svoju rešenost da ispuni zahteve koji su definisani na samitima u Lisabonu i Kopenhagenu i koji se odnose na socijalnu inkluziju, milenijumske razvojne ciljeve i ciljeve definisane u *Strategiji za smanjenje siromaštva i Nacionalnoj strategiji održivog razvoja za period od 2008. do 2017. godine*. Okvir za izradu Strategije je, od strane Evropske komisije, proklamovana važnost socijalne dimenzije i potreba da se osigura da ekonomske i socijalne politike, kao i politike zapošljavanja, uzajamno deluju na pozitivan način, kao i da se socijalna zaštita posmatra kao produktivni faktor.

U Strategiji su proklamovana dva osnovna načela DOP-a u RS, i to **načelo uključivanja poslovne zajednice** i **načelo Vladine podrške**.

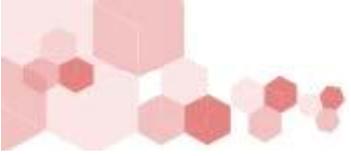
Načelo uključivanja poslovne zajednice - Proces ekonomske globalizacije koji je u toku, kao i pojava novih komercijalnih i tehnoloških mogućnosti pomerili su ravnotežu između odgovornosti vlada i preduzeća. Kompanije su sad suočene sa sve većim pritiskom da se otvoreno obavežu da uvedu dobrovoljne mere za unapređenje životne sredine i društva, pored zakonskih obaveza.

Pored toga što ispunjavaju očekivanja svojih zainteresovanih strana, kompanije koje imaju stvarna dostignuća u oblasti zaštite životne sredine, starajući se o dobrobiti zaposlenih i pomažući društvu da se održivo razvija takođe zadovoljavaju svoje neposredne interese od vitalnog značaja. Kompanije koje se prilagode sve većim očekivanjima u poslovnom okruženju i promovišu svoje akcije u ranim fazama, dobijaju nove konkurentne prednosti i smanjuju izlaganje riziku. Otud na izgled kompanije za dugoročan komercijalan uspeh ima znatan uticaj ono kako se kompanija pokaže u pitanjima održivosti.

Ishod toga je da finansijska tržišta počinju da poklanjaju veću pažnju DOP-u, održivosti i društveno odgovornom ulaganju. Veća vrednost određenog broja indeksa društveno odgovornog ulaganja podstiče sve veći broj konvencionalnih investitora da takođe razmotre društvene i procene stanja životne sredine kao način za dodatno smanjivanje rizika prilikom ulaganja.

Poslovna opravdanost za DOP koristi mogućnosti da se dobro poslovanje prema društvu i životnoj sredini prevede u dobro ekonomsko poslovanje. Ovakva opravdanost funkcioniše na tri ključna nivoa:

- pritisak okoline i zaštita ugleda - pritisak od strane nevladinih organizacija, potrošača, medija, države i drugih javnih tela koji vodi odgovarajućoj akciji kako bi se izbegao potencijalan finansijski gubitak i zaštitio imidž brenda;
- isplativost - opipljivi finansijski dobici (na primer od poboljšanja produktivnosti ili smanjenja energetske ili materijalne neefikasnosti, koji mogu praviti ravnotežu u odnosu na pripadajuće troškove ulaganja);
- strateški nivo - DOP kao suštinski deo razvojne strategije kompanije, kao što je suštinska promena u proizvodima, DOP kao integralni deo identiteta brenda ili kao put ka učenju i inovacijama.



DOP pozitivno doprinosi konkurentnosti jer dovodi do konkurentne prednosti, naročito kroz unapređenje imidža kompanije, veću lojalnost korisnika/klijenta i podsticanje motivacije zaposlenih i zadovoljstva na radnom mestu. U ovom pogledu važno je ne posmatrati DOP kao nešto što je trenutno aktuelno, već treba razviti i primeniti Strategiju koja se uklapa u celokupnu poslovnu strategiju kako bi se obezbedila njegoa održivost.

Ipak treba zabeležiti da pritisak koji na preduzeća u RS vrše mediji, nevladine organizacije, potrošači, sindikati, ulagači, poslovni partneri i Država, a koji je reakcija na društveno neodgovorno ponašanje neuporedivo je manji nego u razvijenim zemljama.

S druge strane, kompanije koje imaju društveno odgovorne aktivnosti nedovoljno su priznate na domaćem tržištu (npr. od strane domaćih potrošača, poslovnih partnera i investitora) od strane medija i države.

Mala i srednja preduzeća (u daljem tekstu: MSP) postaju sve važniji deo nacionalnih privreda širom sveta. Što se tiče Evrope, Evropska komisija je već 2001. godine naglasila potrebu da se MSP potpuno uključe u javnu debatu o društveno odgovornom poslovanju, kao i da se bolje promovišu njihove dobre prakse DOP-a. U periodu 2004 - 2007. godine broj MSP u odnosu na ukupan broj kompanija u RS dostigao je 99,7%, a u broju zaposlenih i prihodu učestvovala su sa 60,6% odnosno 67,2%, što samo po sebi naglašava potrebu da ove kampanje budu uključene u sistem DOP-a. Iako ona ne poseduju kapacitete i sposobnosti velikih kompanija u smislu toga da su u mogućnosti da daju velike donacije, stipendije ili se uključe u infrastrukturne projekte ili velike projekte vezane za zaštitu životne sredine, MSP su uglavnom bolje integrisana u lokalne zajednice od velikih subjekata. Često MSP u lokalnim zajednicama sprovode niz društveno odgovornih aktivnosti koje nisu adekvatno priznate kao takve. Ove aktivnosti, koje se povremeno sprovode, u većini slučajeva ukazuju na etičke principe vlasnika pre nego na predstavu da bi one mogle da donesu vlasnicima poslovne koristi i prednosti. Sve u svemu, glavne prepreke uključivanju MSP u DOP jeste nedostatak svesti, a takođe i nedostatak sredstava.

Imajući u vidu nastupajući proces integracije u EU, s jedne strane, nalazi se sve veća prilika da preduzeća u RS unaprede svoj pristup i prisustvo na jedinstvenom tržištu EU, ali s druge strane ona se tamo suočavaju s očekivanjima potrošača, kontrolora i investitora u vezi sa sprovođenjem praksi DOP-a. Osim ovoga, za kompanije u RS koje nameravaju da zaključe ugovore o saradnji sa velikim stranim kompanijama ili da budu njihovi dobavljači, nastaje potreba za uvođenjem praksi DOP-a, zato što se često to postavlja kao otvoren preduslov za poslovnu saradnju, u skladu sa politikama vodećih svetskih kompanija.

Načelo Vladine podrške, ostvaruje se kroz sprovođenje socijalne inkluzije, usvajanje i primenu tehničkih propisa, zapošljavanje, ophođenje prema zaposlenima i odnosima između poslodavaca i zaposlenih, zaštiti životne sredine, harmonizaciji sa pravnim tekovinama EU i privlačenjem stranih investicija.

U vezi sa socijalnom inkluzijom, Strategija konstatuje da siromaštvo seže mnogo dalje od pukog nedostatka materijalne potrošnje - ono obuhvata i psihološku bol siromašnih, loša dostignuća u domenu obrazovanja i zdravlja, osećanje ranjivosti u odnosu na eksterne događaje, kao i osećanje bespomoćnosti pred institucijama države i društva. Socijalna inkluzija je proces koji osigurava da oni kojima prete siromaštvo i društveno isključivanje dobiju prilike i resurse koji su im neophodni da bi u potpunosti učestvovali u ekonomskom, društvenom i kulturnom životu i uživali standard življenja i dobrostanja koji se smatra normalnim u društvu u kom žive. Ovaj



proces osigurava da oni dobiju veće učešće u donošenju odluka koje utiču na njihove živote, kao i veći pristup svojim fundamentalnim pravima.

Prema *Izveštaju o praćenju društvene uključenosti u Republici Srbiji*¹³, zemlja se suočava sa dva faktora koja koče socijalnu inkluziju: odloženu post-socijalističku transformaciju i posledice ratova za vreme raspada Jugoslavije. Povećanje stope nezaposlenosti, osiromašenje velikog dela stanovništva i disfunkcionalnost institucija su elemente socijalne integracije pomerili iz formalnog u neformalni sektor. Neformalno tržište rada, neformalne mreže podrške, finansiranja i obrazovanja, predstavljali su najvažnije mehanizme integracije. Međutim, neformalni oblici integracije ne mogu da osiguraju stabilnu integraciju pojedinaca u šire društvo, što je za rezultat dalo pogoršani društveno-ekonomski status određenog broja društvenih grupa. Pored tradicionalnih marginalizovanih grupa, kao što su Romi i osobe sa invaliditetom, druge grupe su se takođe suočile sa sve gorim statusom - grupe kao izbeglice, interno raseljena lica, penzioneri, nezaposleni, nekvalifikovani radnici, itd. Aspekti socijalne inkluzije već čine deo ključnih strategija u Republici Srbiji, kao što je *Strategija za smanjenje siromaštva*, *Nacionalna strategija održivog razvoja*, *Nacionalne staregije za mlade*, dok *Nacionalna strategija zapošljavanja za period 2005-2010. godine* izričito spominje osnovne ciljeve *Lisabonske strategije*, uključujući i povećanje socijalne kohezije i uključivanje u tržište rada.

Pri pokušaju da uključe poslovni sektor u napore socijalne inkluzije, Vlada i drugi akteri treba da se angažuju na osnovu inovativnih pristupa zasnovanih na DOP-u, kao što je inicijativa Rastućih inkluzivnih tržišta¹⁴ kojom rukovodi Program Ujedinjenih Nacija za razvoj. Ovaj pristup je skoncentrisan na proučavanje načina na koje pristupi ljudskom razvoju zasnovani na tržišnim aspektima mogu da čine dobro ljudima koji žive u siromaštvu, dok su istovremeno dobri i za poslovanje. Okvir ljudskog razvoja kod poslovanja sa siromašnima skoncentrisan je na ispunjavanje osnovnih potreba i obezbeđivanje pristupa dobrima, uslugama i mogućnostima zarađivanja koja podstiču ekonomsko osnaživanje.

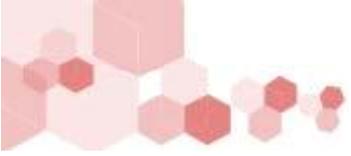
Kroz inkluzivne modele poslovanja preduzetnici mogu da služe siromašnima na strani potražnje kao klijenti i mušterije, a na strani ponude oni mogu da uključe siromašne kao zaposlene, proizvođače i vlasnike poslovanja u raznim tačkama lanca vrednosti. Inkluzivni modeli poslovanja nude priliku kompanijama da generišu profit i stvore potencijal za dugoročni rast kroz razvoj novih tržišta, inovacijama sa novim tehnologijama, proizvodima, uslugama i procesima, povećavanjem raspoložive radne snage, kao i jačanjem lanca nabavke.

Inkluzivnim modelima poslovanja siromašni ljudi mogu da uđu u lance vrednosti na različitim tačkama, od proizvodnje sirovina do konzumacije finalnih proizvoda. Oni imaju koristi od boljeg pristupa dobrima i uslugama kojima mogu da zadovolje osnovne potrebe i povećaju produktivnost. Takođe mogu da poboljšaju svoje dohotke i izbegnu siromaštvo služeći se sopstvenim sredstvima.

Državi na raspolaganju stoje različiti načini izgradnje kapaciteta i uslova za razvoj i funkcionisanje istih, kao što su: smanjenje prepreka koje podstiču fragmentaciju tržišta i razvoj neformalnih tržišta, angažovanje kompanija u ekonomskom razvoju, uvođenje tržišnih brokera, kao i promocija inkluzivnih proizvoda ili proizvoda koji omogućuju siromašnima učestvovanje u ekonomskim aktivnostima.

¹³ Tim potpredsednika Vlade zadužen za implementaciju Strategije za smanjenje siromaštva, SECONS, CESID, Republički zavod za socijalnu zaštitu, 2009.

¹⁴ <http://www.growinginclusivemarkets.org/>



Sistematično usvajanje i primena tehničkih propisa, u skladu sa međunarodnim sporazumima koje sprovodi RS, potrebama srpske privrede, kao i u skladu sa kapacitetima tehničkih organa, treba da osiguraju harmonizaciju sa tehničkim propisima EU. Harmonizacija treba da se sprovodi u skladu sa tačno definisanim prioritetima za prenošenje evropskih direktiva u nacionalno zakonodavstvo. Neophodno je i dosledno sprovođenje već usvojenog nacionalnog zakonodavstva u oblasti tehničkih propisa, na primer poštovanje standarda pristupačnosti za osobe sa invaliditetom predviđene *Zakonom o planiranju i izgradnji* (2014).

Zapošljavanje, ophođenje prema zaposlenima i odnosi između poslodavaca i zaposlenih - Sistemsko i normativno regulisanje kojim se definiše sfera zapošljavanja i unapređenje odnosa između poslodavaca i zaposlenih su dve oblasti među ključnim oblastima u vezi sa DOP-om.

Zajednička procena prioriteta u zapošljavanju jedan je od dva dokumenta koji treba da odrede politiku socijalne inkluzije na putu pridruživanja EU. Ona treba da definiše kratkoročne prioritete politike zapošljavanja i tržišta rada. Prvenstveno, predstavlja dogovoreni skup ciljeva za zapošljavanje i tržište rada koji su neophodni da bi napredovala transformacija tržišta rada u zemlji. Takođe, predstavlja napredak u prilagođavanju sistema zapošljavanja, ocrtava korake koji su preduzeti za implementaciju Evropske strategije zapošljavanja i priprema zemlju za pridruživanje EU.

Vlada RS je usvojila *Nacionalni akcioni plan zapošljavanja za 2015. godinu*, kojim je istakla da će se podrška uspostavljanju efikasnog, stabilnog i održivog trenda rasta zaposlenosti do kraja 2020. godine, uz usklađivanje politike zapošljavanja i institucija tržišta rada sa tekovinama EU (što predstavlja osnovni cilj politike zapošljavanja), pružiti kroz ostvarivanje pojedinačnih ciljeva politike zapošljavanja u 2015. godini koji su usmereni na: poboljšanje uslova na tržištu rada i unapređenje institucija tržišta rada; podsticanje zapošljavanja i socijalnog uključivanja teže zapošljivih lica i podršku regionalnoj i lokalnoj politici zapošljavanja i unapređenje kvaliteta radne snage i ulaganje u ljudski kapital.

Nadalje, u oblasti regulisanja zapošljavanja najbitnije aktivnosti u procesu harmonizacije naših propisa sa pravilima i propisima EU odnose se na profesionalnu rehabilitaciju i zapošljavanje osoba sa invaliditetom. *Zakon o profesionalnoj rehabilitaciji i zapošljavanju osoba sa invaliditetom* (2009) definiše na potpuno nov način odnose između osoba sa invaliditetom kao potencijalnih zaposlenih i poslodavaca. U skladu sa kriterijumima EU taj zakon predviđa pojedinačno uzimanje u obzir radnih sposobnosti i prilika za svaku osobu. Na osnovu zakonodavstva EU i namere da se postigne harmonizacija sa propisima EU, zakonodavstvo treba da omogući uključivanje ove kategorije građana u tržište rada, a samim tim i u druge sfere društvenog života.

Uprkos činjenici da razvoj odnosa između poslodavaca i zaposlenih, kao ni kvalitet korporativne uprave, nije još dostigao nivo koji postoji u razvijenim zemljama, važno je razviti svest kod svih socijalnih partnera - države, poslodavaca, kao i sindikata - da oni moraju konstantno da se razvijaju i unapređuju kako bi se postigla harmonizacija sa postojećim odnosima u zemljama EU.

Dalja institucionalizacija i uspostavljanje novih odnosa između poslodavaca i zaposlenih, ili razvoj društveno odgovornog ponašanja u ovoj oblasti, zahteva postepeno deregulisanje postojećih odnosa između poslodavaca i zaposlenih na radnom mestu, u skladu sa principima i standardima EU. Takođe se procenjuje da bi preventivna kontrola inspekcije rada mogla da pomogne poslodavcima da sveobuhvatnije i adekvatnije uvedu mere koje bi mogle da doprinesu bezbednosti i zdravlju na radu. Ovo podržavaju i iskustva zemalja članica EU kojima je u većini



slučajeva bilo potrebno više godina da postepeno uvedu mere koje osiguravaju punu zaštitu i bezbednost zaposlenima i drugim licima koji se zadese u oblasti rada poslodavca.

U oblasti radnih odnosa, bitno je pomenuti i pozitivne zakone, koji su osnov za sprovođenje i podršku DOP-a, i to na prvom mestu *Zakon o radu* (2014), koji uređuje prava, obaveze i odgovornosti iz radnog odnosa, odnosno po osnovu rada. Isti zakon predviđa da: zaposleni ima pravo na odgovarajuću zaradu, bezbednost i zdravlje na radu, zdravstvenu zaštitu, zaštitu ličnog integriteta, dostojanstvo ličnosti i druga prava u slučaju bolesti, smanjenja ili gubitka radne sposobnosti i starosti, materijalno obezbeđenje za vreme privremene nezaposlenosti, kao i pravo na druge oblike zaštite, u skladu sa zakonom i opštim aktom, odnosno ugovorom o radu; zabranu diskriminacije (neposredne i posredne), a naročito u odnosu na uslove za zapošljavanje i izbor kandidata za obavljanje određenog posla, uslove rada i sva prava iz radnog odnosa, obrazovanje, osposobljavanje i usavršavanje, napredovanje na poslu, otkaz ugovora o radu; zabranu uznemiravanja i seksualnog uznemiravanja; zaposlena žena ima pravo na posebnu zaštitu za vreme trudnoće i porođaja; zaposleni ima pravo na posebnu zaštitu radi nege deteta; zaposleni mlađi od 18 godina života i zaposlena osoba sa invaliditetom imaju pravo na posebnu zaštitu, u skladu sa zakonom; zaposleni neposredno, odnosno preko svojih predstavnika, imaju pravo na udruživanje, učešće u pregovorima za zaključivanje kolektivnih ugovora, mirno rešavanje kolektivnih i individualnih radnih sporova, konsultovanje, informisanje i izražavanje svojih stavova o bitnim pitanjima u oblasti rada; ugovorom o radu ili odlukom poslodavca može se utvrditi učešće zaposlenog u dobiti ostvarenoj u poslovnoj godini, u skladu sa zakonom i opštim aktom.

Takođe, bitno je napomenuti posebne antidiskriminacione zakone, kao što su: *Zakon o zabrani diskriminacije* (2009) kojim se zabranjuje diskriminacija u oblasti rada, odnosno narušavanje jednakih mogućnosti za zasnivanje radnih odnosa ili uživanje, pod jednakim uslovima, svih prava u oblasti rada, kao što su pravo na rad, slobodan izbor zaposlenja, pravo na napredovanje u službi, na stručno usavršavanje i profesionalnu rehabilitaciju, na jednaku naknadu za rad jednake vrednosti, na pravične i zadovoljavajuće uslove rada, na odmor, na obrazovanje i učlanjenje u sindikat; *Zakon o ravnopravnosti polova* (2009) - obavezuje poslodavca da svim zaposlenima obezbedi jednake mogućnosti; *Zakon o sprečavanju zlostavljanja na radu* (2010) - štiti dostojanstven rad, štiti od psihičkog, fizičkog i seksualnog zlostavljanja i pogoršavanja uslova rada, koje se sprovodi sa ciljem/posledicom da zaposleni sam ode; *Zakon o zabrani diskriminacije osoba sa invaliditetom* (2006) - zabranjuje diskriminaciju zbog invalidnosti u vezi sa zapošljavanjem i na radu.

Zakon o zaštiti podataka o ličnosti (2008) - u vezi sa pravima, obavezama i odgovornostima iz radnog odnosa i po osnovu rada, bitno je istaći da ovaj zakon zabranjuje prikupljanje, korišćenje i obradu, *naročito osetljivih podataka*, što je čest slučaj povrede privatnosti, kada se, u okviru *provere* radnih sposobnosti, vrši provera ličnosti, o pitanjima koja se tiču veroispovesti, političkih i drugih uverenja, socijalnog i porodičnog statusa (posebno kod žena u reproduktivnom periodu).

Zakon o obligacionim odnosima - reguliše odgovornost poslodavca za naknadu materijalne i nematerijalne štete prouzrokovane na radu i u vezi sa radom, koju zaposleni prouzrokuje trećim licima.

Zakon o bezbednosti i zdravlju na radu (2005) i prateći podzakonski akti - ovim propisima uređuje se sprovođenje i unapređivanje bezbednosti i zdravlja na radu lica koja učestvuju u radnim procesima, kao i lica koja se zateknu u radnoj okolini, radi sprečavanja povreda na radu,



profesionalnih oboljenja i oboljenja u vezi sa radom. Navedenim zakonom je utvrđen osnovni okvir u ovoj oblasti promovisanjem sve veće uloge prevencije u skladu sa Direktivom Evropske Zajednice br. 89/391/EEZ. Pored mehanizama sankcionisanja koji su ustanovljeni zakonom, Vlada je stava da dužna pažnja treba da se prida povećavanju svesti o koristi koja se stiče primenom visokih standarda bezbednosti i zdravlja na radu (na primer OHSAS 18001), kao što je umanjeno odsustvo sa rada, povećana motivacija i lojalnost zaposlenih. Usled visokih troškova koji su povezani sa punom primenom zakona, neophodno je da ovaj proces bude postepen, kao i da inspekcija rada deluje preventivno - tako što će kompanijama obezbediti smernice o tome kako da pospeše mere bezbednosti i zdravlja na radu. Prioritet bi bio da se ova preventivna mera primeni i da se apeluje na kompanije koje se bave delatnostima sa visokim rizikom (npr. građevinarstvo, hemijska industrija, transport, itd).

Zakon o socijalno-ekonomskom savetu (2004) - reguliše osnivanje, registraciju, delokrug i način rada, finansiranje i druga pitanja značajna za rad socijalno-ekonomskog saveta. Socijalno-ekonomski savet se osniva u cilju uspostavljanja i razvoja socijalnog dijaloga u pitanjima od značaja za ostvarivanje ekonomskih i socijalnih sloboda i prava čoveka, materijalnog, socijalnog i ekonomskog položaja zaposlenih i poslodavaca i uslova njihovog života i rada, razvoja kulture pregovaranja, podsticanja mirnog rešavanja kolektivnih radnih sporova, razvoja demokratije i dr.

Jedan od načina stimulacije mehanizama mirnih metoda rešavanja radnih sporova, koji ide u cilju očuvanja socijalne harmonije i industrijskog mira, je i usvojeni *Zakon o mirnom rešavanju radnih sporova (2009)*.

U kontekstu DOP-a, ovom prilikom napominjemo da je u pripremi i *Zakon o socijalnom preduzetništvu i zapošljavanju u socijalnim preduzećima*, kojim će biti regulisao zapošljavanje socijalno ranjivih slojeva stanovništva.

Takođe, bitno je istaći da je 2013. godine, od strane Međunarodne organizacije rada i Ministarstva rada, zapošljavanja i socijalne politike RS, Saveza samostalnih sindikata Srbije, Ujedinjenih granskih sindikata *Nezavisnost* i Unije poslodavaca Srbije, potpisan *Program dostojanstvenog rada za Republiku Srbiju 2013-2017. godine*, koji ima za cilj promovisanje dostojanstvenog rada u RS, odnosno promovisanje najviših međunarodnih standarda u domenu rada, zapošljavanja i socijalne politike i njihovo ugrađivanje u zakonodavstvo i praksu u našoj zemlji.

U oblasti aspekta zaštite životne sredine povezanih sa DOP-om, značajne su inicijative:

- u *Nacionalnoj strategiji održivog razvoja Republike Srbije za period od 2009-2017. godine* se eksplicitno upućuje na DOP (Nacionalna strategija održivog razvoja definiše održivi razvoj kao ciljnoorijentisan, dugoročan, neprekidan, sveobuhvatan i sinergijski proces koji utiče na sve aspekte života (ekonomski, socijalni, ekološki i institucionalni) na svim nivoima. Održivi razvoj podrazumeva izradu modela koji na kvalitetan način zadovoljavaju društveno-ekonomske potrebe i interese građana, a istovremeno uklanjaju ili znatno smanjuju uticaje koji prete ili štete životnoj sredini i prirodnim resursima. Dugoročni koncept održivog razvoja podrazumeva stalni ekonomski rast koji osim ekonomske efikasnosti, tehnološkog napretka, više čistijih tehnologija, inovativnosti celog društva i društveno odgovornog poslovanja obezbeđuje smanjenje siromaštva, dugoročno bolje korišćenje resursa, unapređenje zdravstvenih uslova i kvaliteta života i smanjenje zagađenja na nivo koji mogu da izdrže činioci životne sredine, sprečavanje novih zagađenja i očuvanje biodiverziteta. Jedan od najvažnijih ciljeva održivog razvoja



jeste otvaranje novih radnih mesta i smanjenje stope nezaposlenosti, kao i smanjenje rodne i društvene nejednakosti marginalizovanih grupa, podsticanje zapošljavanja mladih i lica sa invaliditetom, kao i drugih rizičnih grupa. Održivi razvoj podrazumeva i usklađivanje različitih razvojnih aspekata i suprotstavljenih motiva sadržanih u programima pojedinih sektora. Za celishodno rešavanje takvih konflikata potrebni su politička volja i opredeljenost. Ključne pretpostavke neophodne za prihvatanje i primenu koncepta održivog razvoja privrede i društva, kao i za njegovo uspešno ostvarenje jesu odgovarajuće vođstvo, široka politička, socijalna i medijska podrška, kao i društvena saglasnost s tim da je neophodno prihvatiti taj koncept. Pri tome, jaka politička volja, posvećenost Vlade i podrška javnosti predstavljaju najneposrednije faktore uspeha. Karakteristika održivog razvoja je i veće uključivanje javnosti u donošenje odluka o rešavanju problema životne sredine. Nije dovoljno da se samo vlast deklarativno opredeli za to, već se i mora posebno podsticati javnost, pre svega pravovremeno informisati i obučavati da bi objektivno mogla da utiče na ishod rešavanja problema za koji je zainteresovana. Cilj Strategije je da uravnoteži tri ključna faktora, tj. tri stuba održivog razvoja: održivi razvoj ekonomije, privrede i tehnologije, održivi razvoj društva na bazi socijalne ravnoteže i zaštitu životne sredine uz racionalno raspolaganje prirodnim resursima. Istovremeno, cilj strategije je da spoji ta tri stuba u celinu koju će podržavati odgovarajuće institucije. Strategija značajno doprinosi usklađivanju mogućih suprotstavljenih ciljeva utvrđenih s različitih aspekata društveno-ekonomskog razvoja, premošćavanju jaza između sektorskih politika, kao i uspostavljanju sistema uzajamnih prednosti. To je postignuto jer su u izradi Strategije učestvovalе sve ključne društvene grupe);

- *Strategija uvođenja čistije proizvodnje u Republici Srbiji*, ukazuje na mogućnosti istovremenog smanjenja zagađivanja i umanjena upotrebe resursa za vreme proizvodnje, centar za čistiju proizvodnju sprovodi projekte uz angažovanje zainteresovanih preduzeća;
- uvođenje programa eko-menadžmenta i revizije, koji je definisan u Zakonu o zaštiti životne sredine;
- nacionalni program zaštite životne sredine eksplicitno spominje DOP kao instrument politike.

Bitno je istaći, da osim poštovanja zakona u ovoj oblasti postoje dobrovoljni stimulatívni instrumenti vezano za implementaciju *Šeme eko-menadžmenta i provere*. Taj sistem je uopšteno definisan u pomenutom *Zakonu o zaštiti životne sredine* (2004). Postoje mogućnosti uvođenja standarda ISO 14001, dodele prava korišćenja eko-znaka, primene modela čistije proizvodnje i dr. Pored domaćih izvora, finansiranje aktivnosti u oblasti zaštite životne sredine koje sežu izvan okvira poštovanja zakonskih obaveza može da bude obezbeđeno iz predpristupnih fondova EU (IPA), kao i iz bilateralnih donacija i zajmova iz razvijenih zemalja.

Zakon o organskoj proizvodnji (2010) - ovim zakonom uređuje se proizvodnja poljoprivrednih i drugih proizvoda metodama organske proizvodnje, ciljevi i načela organske proizvodnje, metode organske proizvodnje, kontrola i sertifikacija u organskoj proizvodnji, prerada, obeležavanje, skladištenje, prevoz, promet, uvoz i izvoz organskih proizvoda, kao i druga pitanja od zanačaja za organsku proizvodnju.



Zakon o šumama (2010) - ovim zakonom uređuje se o čuvanje, zaštita, planiranje, gajenje i korišćenje šuma, raspolaganje šumama i šumskim zemljištem, nadzor nad sprovođenjem zakona, kao i druga pitanja od značaja za šume i šumsko zemljište.

Zakon o bezbednosti hrane (2009) - ovim zakonom uređuju se opšti uslovi za bezbednost hrane i hrane za životinje, obaveze i odgovornosti subjekata u poslovanju hranom i hranom za životinje, sistem brzog obaveštavanja i uzbunjivanja, hitne mere i upravljanje kriznim situacijama, higijena i kvalitet hrane i hrane za životinje.

U okviru modernih država, koje se zasnivaju na tržišnom ekonomskom principu, sa jedne strane i idejama socijalne odgovornosti i pravičnosti, sa druge, zaštita potrošača predstavlja pravnu oblast u dinamičnom razvoju u okviru. Poštovanje zakona i dobrih poslovnih običaja u ovoj oblasti nije samo interes ekonomski slabije ili nedovoljno informisane strane - potrošača, već i trgovaca koji se na taj način angažuju u fer konkurentskoj borbi na tržištu, koja vodi boljim poslovnim rezultatima, ali i nižim cenama i višem nivou kvaliteta proizvoda i usluga. U toku tranzicionih reformi i u RS je prepoznata potreba za razvojem i jačanjem ove oblasti javne politike - ne samo zbog obaveza predviđenih Ustavom i Sporazumom o stabilizaciji i pridruživanju sa EU (član 78.), već pre svega u interesu sopstvenih građana, koji se svakodnevno nalaze u ulozi potrošača.

Zakon o zaštiti potrošača (2014) - Zakonom su implementirane odredbe 14 ključnih evropskih direktiva iz ove oblasti i uspostavljen je pravni okvir koji omogućava približavanje zaštite potrošača u Srbiji evropskim standardima. Učinjen je značajan iskorak predviđanjem novih pravila o prodaji robe potrošačima, zakonskoj garanciji, ugovorima na daljinu i van poslovnih prostorija, turističkim putovanjima i tajm-šeringu, nepoštenoj poslovnoj praksi, nepravičnim ugovornim odredbama i uslugama od opšteg ekonomskog interesa.

Pored navedenog propisa, bitno je istaći da je Republika Srbija, iskazala opredeljenost za podršku DOP-u u oblasti zaštite života i zdravlja stanovništva i putem donošenja drugih više ili manje srodnih zakona, među kojima su sigurno najznačajniji:

- *Zakon o zdravstvenoj zaštiti* (2014) - uređuje sistem zdravstvene zaštite, organizacija zdravstvene službe, društvena briga za zdravlje stanovništva, opšti interes u zdravstvenoj zaštiti, prava i obaveze pacijenata, zdravstvena zaštita stranaca, osnivanje Agencije za akreditaciju zdravstvenih ustanova Srbije, nadzor nad sprovođenjem ovog zakona, kao i druga pitanja od značaja za organizaciju i sprovođenje zdravstvene zaštite. Zdravstvena zaštita, u smislu ovog zakona, jeste organizovana i sveobuhvatna delatnost društva sa osnovnim ciljem da se ostvari najviši mogući nivo očuvanja zdravlja građana i porodice. Zdravstvena zaštita, u smislu ovog zakona, obuhvata sprovođenje mera za očuvanje i unapređenje zdravlja građana, sprečavanje, suzbijanje i rano otkrivanje bolesti, povreda i drugih poremećaja zdravlja i blagovremeno i efikasno lečenje i rehabilitaciju.
- *Zakon o zaštiti podataka o ličnosti* (2008) - uređuje uslove za prikupljanje i obradu podataka o ličnosti, prava lica i zaštita prava lica čiji se podaci prikupljaju i obrađuju, ograničenja zaštite podataka o ličnosti, postupak pred nadležnim organom za zaštitu podataka o ličnosti, obezbeđenje podataka, evidencija, iznošenje podataka iz Republike Srbije i nadzor nad izvršavanjem ovog zakona. Ovim zakonom se obezbeđuje zaštita podataka o ličnosti obezbeđuje se svakom fizičkom licu, bez obzira na državljanstvo i prebivalište, rasu, godine života, pol, jezik, veroispovest, političko i drugo uverenje, nacionalnu pripadnost, socijalno poreklo i status, imovinsko stanje, rođenje, obrazovanje, društveni položaj ili druga lična svojstva. Poslove zaštite podataka o ličnosti obavlja



Poverenik za informacije od javnog značaja i zaštitu podataka o ličnosti kao samostalan državni organ, nezavisan u vršenju svoje nadležnosti. Cilj ovog zakona je da, u vezi sa obradom podataka o ličnosti, svakom fizičkom licu obezbedi ostvarivanje i zaštitu prava na privatnost i ostalih prava i sloboda.

- *Zakon o igrama na sreću* (2011) - uređuje pravo na priređivanje igara na sreću, vrste igara na sreću, uslovi priređivanja, prava i obaveze priređivača igara na sreću (u daljem tekstu: priređivač), ostvarivanje i pripadnost prihoda ostvarenih priređivanjem igara na sreću, kao i nadzor nad priređivanjem igara na sreću. Odredbama člana 6. ovog zakona proklamovano je načelo društvene odgovornosti, na taj način što je predviđeno da priređivanje igara na sreću mora biti društveno odgovorno i usmereno ka zaštiti maloletnika, prevenciji bolesti zavisnosti kod učesnika u igrama na sreću i ka zaštiti podataka o ličnosti učesnika u igrama na sreću. Isti član predviđa da su priređivači dužni da na najefikasniji način sprovode zabranu učestvovanja maloletnih lica u igrama na sreću. Svi zaposleni kod priređivača igara na sreću koji imaju direktan kontakt sa učesnicima u igrama na sreću, pre stupanja na rad moraju biti osposobljeni za preventivno delovanje protiv bolesti zavisnosti prema učesnicima u igrama na sreću. Obaveza je svakog priređivača da unutar objekta u kome priređuje igre na sreću u neposrednoj blizini ulaznih vrata istakne poster na kojem se nalazi odgovarajući tekst o prevenciji bolesti zavisnosti, kao i kontakt podaci ustanove koju je ministarstvo nadležno za poslove zdravlja sertifikovalo za lečenje bolesti zavisnosti od igara na sreću. Takođe je predviđeno, da se priređivači dužni da na najefikasniji način i u skladu sa važećom zakonskom regulativom štite podatke o ličnosti učesnika u igrama na sreću.

Takođe, u sklopu borbe protiv korupcije (zloupotrebe javnih resursa zarad ličnih interesa/narušavanja principa nepristrasnosti), donet je i *Zakon o agenciji za borbu protiv korupcije* (2008), kojim se uređuje rad ove agencije, pravila u vezi sa sprečavanjem sukoba interesa pri vršenju javnih funkcija i dr. pitanja.

Ovom prilikom napominjemo da je Država, koja je najveći poslodavac u Republici Srbiji, usvojila Kodeks ponašanja za državne službenike (2008). Ovaj kodeks ima za cilj da uspostavi standarde integriteta i pravila ponašanja državnih službenika u državnoj upravi, državnim službama i stručnim službama upravnih okruga i da obavesti javnost o ponašanju koje ona ima pravo da očekuje od državnih službenika .

Pravni okvir je od velikog uticaja na razvoj DOP-a, ali i filantropije (korporativne filantropije). U svetlu toga, bitno je istaći i *Zakon o zadužbinama i fondacijama* (2010), koji uređuje osnivanje i pravni položaj zadužbina i fondacija i druga pitanja od značaja za njihov rad. U smislu Zakona, zadužbina, jeste pravno lice bez članova kojem je osnivač namenio određenu imovinu (osnovna imovina) radi dobročinog ostvarivanja opštekorisnog cilja ili privatnog interesa, odnosno cilja koji nije zabranjen Ustavom ili zakonom. Fondacija, u smislu ovog zakona, jeste pravno lice bez članova i osnovne imovine koje je osnovano radi dobročinog ostvarivanja opštekorisnog cilja koji nije zabranjen Ustavom ili zakonom.

Ostvarivanjem opštekorisnog cilja, u smislu ovog zakona, smatraju se aktivnosti usmerene na promovisanje i zaštitu ljudskih, građanskih i manjinskih prava, promovisanje demokratskih vrednosti, evropskih integracija i međunarodnog razumevanja, održivi razvoj, regionalni razvoj, ravnopravnost polova, unapređenje socijalne i zdravstvene zaštite, promovisanje i unapređenje kulture i javnog informisanja, promovisanje i popularizaciju nauke, obrazovanja, umetnosti i amaterskog sporta, unapređivanje položaja osoba sa invaliditetom, brigu o deci i mladima, pomoć starima, zaštitu životne sredine, borbu protiv korupcije, zaštitu potrošača, zaštitu



životinja, humanitarne i druge aktivnosti kojima zadužbine i fondacije ostvaruju opštekorisne ciljeve odnosno interese. Iz navedenog se vidi, da je ovaj zakon donet sa idejom da se njime pruži novi zamajac filantropiji.

Harmonizacija sa pravnim tekovinama EU - Evropska komisija vidi DOP kao deo poslovnog doprinosa održivom razvoju i doprinos *Evropskoj strategiji rasta i zapošljavanja*, pošto DOP ima potencijal da doprinese različitim zajedničkim ciljevima, kao što su socijalna kohezija, ekonomska konkurentnost i racionalnije korišćenje prirodnih resursa. U EU, DOP je integrisan u politiku zapošljavanja i socijalnih pitanja, politiku preduzeća, politiku zaštite životne sredine, potrošačku politiku, politiku javnih nabavki i politiku inostranih odnosa.

Svaka zemlja koja teži da se pridruži EU moraće da prihvati njene standarde i prakse, što uključuje i priznavanje i promovisanje DOP-a i njegovog doprinosa socijalnom skladu i održivoj konkurentnosti i razvoju. Ovo neizbežno zahteva preispitivanje državnih politika u oblastima na koje utiče koncept DOP-a, razvijanje sveobuhvatnog plana aktivnosti vezanog za DOP, implementaciju akcija koje će podržati razvoj DOP-a kao i progres monitoringa za dostizanje utvrđenih ciljeva DOP-a.

RS postepeno produbljuje svoje odnose sa EU (*Sporazum o stabilizaciji i pridruživanju* i status zemlje kandidata za članstvo) u kojima će pitanja smanjenja siromaštva i socijalne inkluzije biti glavne komponente u procesu harmonizacije i integracije. Vlada se deklarirala da je rešena da ispuni zahteve koji su definisani na samitima u Lisabonu i Kopenhagenu i koji se odnose na socijalnu inkluziju, milenijumske razvojne ciljeve i ciljeve definisane u *Strategiji za smanjenje siromaštva* i *Nacionalnoj strategiji održivog razvoja za period od 2009-2017. godine*. Prelaz sa koncepta smanjenja siromaštva na koncept socijalne inkluzije motivisan je odlukom Vlade da uđe u proces integracije u EU i potrebom da harmonizuje javne politike sa onim politikama EU čiji je cilj postizanje socijalnog sklada.

2. Da li se ove mere generalno sprovode u praksi? Da li su dobro poznate?

Pojedine kompanije, naročito velike, koje posluju na srpskom tržištu, shvatile su značaj efikasne integracije ekonomskih, ekoloških i društvenih ciljeva naše globalne zajednice u svoje poslovne strukture i procese, značaj od benefita koje donosi poslovanje na kreativniji način i ostvarenje dodatne vrednosti proizvoda i usluga kao odgovor na društvene zahteve, kao i značaj da se proces uključivanja ključnih zainteresovanih strana učini još svrsishodnijim, kako bi se izgradilo poverenje i međusobno razumevanje o vrlo složenim društvenim i ekonomskim pitanjima današnjice. Iste su takođe uverene, da je etično i odgovorno upravljanje poslovnim procesima jedini mogući način da se dostignu dugoročna održivost i rezultati. Istovremeno, one ističu i svoju odgovornost za kontinuirano promovisanje održivih poslovnih praksi i zalaganje za širenje DOP praksi kod svojih zainteresovanih strana i u okviru svojih mreža.

Ipak treba istaći da, za razliku od EU - koja je u poslednjih nekoliko godina uključila održivi razvoj u široki spektar svojih politika, ali takođe i obaveze za preduzeća da izveštavaju o održivom razvoju, RS i pored gore pomenutih strateških dokumenata i propisa koji afirmišu DOP, još uvek nije sveobuhvatno pravno regulisala ovu oblast, a samim tim nije uvela ni zakonske obaveze izveštavanja, sem delimično u domenu rodne ravnopravnosti. Takođe, i navedeni propisi, kojima je ipak samo parcijalno regulisana ova oblast, više su deklaratornog karaktera, što dodatno doprinosi njihovom slabijem sprovođenju u praksi.



Pomenute društveno odgovorne aktivnosti kompanija, inicirane su od strane njih samih na dobrovoljnoj bazi. Takođe, ove kompanije, još uvek su nedovoljno priznate na domaćem tržištu od strane domaćih potrošača, poslovnih partnera i investitora, ali i od strane medija i Države.

Potrebno je zabeležiti i da pritisak koji na preduzeća u RS vrše mediji, nevladine organizacije, potrošači, sindikati, investitori, poslovni partneri i Država, a koji je reakcija na društveno neodgovorno ponašanje neuporedivo je manji nego u razvijenim zemljama.

Takođe, većina istraživanja vršenih u RS pokazuju da državna uprava ipak ne poklanja dovoljno pažnje promovisanju i primeni DOP, mada se tokom poslednjih godina posvećenost Države odgovornom poslovanju povećavala, što potvrđuje veliki broj planiranih mera u ovom pravcu, ali se u njihovoj primeni javlja veliki broj problema, tako da rezultati nisu zadovoljavajući. Na primer, urađene su i usvojene pomenute: *Strategija za smanjenje siromaštva* i *Strategija održivog razvoja republike Srbije za period 2006-2012. godine*. Međutim, kod primene ovih strategije javlja se veliki broj problema. Pre svega za primenu strategije nije formirana mreža državnih organa koji će organizovano raditi na realizaciji svih navedenih programa i pratiti uspešnost njihovog izvršenja, kao što se to radi u zemljama EU.

Isto tako za podršku primene ovih strategije usvojen je veliki broj zakona, ali nije obezbeđena njihova dosledna primena u praksi. Privredna komora Srbije od 2007. godine dodeljuje nagradu za najodgovornije preduzeće u određenoj godini, ali ove mere nemaju dovoljnu medijsku podršku. Tim potpredsednika Vlade za implementaciju *Strategije za smanjenje siromaštva* i Agencija za strana ulaganja i promociju izvoza, sprovode projekat izrade Baze dobrih praksi DOP (od avgusta 2007. godine), ali ova baza ne sadrži podatke o DOP malih i srednjih preduzeća koja učestvuju sa 99% u ukupnom broju preduzeća.

Posvećenost unapređenju poslovne prakse u navedenim oblastima, mora postati sastavnim delom kompanijskih *core values*, i kao takva se stalno promovisati kroz javne kampanje i medije, izveštavanjem o održivom razvoju, podelom iskustava i sl. Naime, bitno je neprekidno isticati da DOP pozitivno doprinosi konkurentnosti, jer dovodi do konkurentne prednosti, naročito kroz unapređenje imidža kompanija, veću lojalnost korisnika/klijenta i podsticanje motivacije zaposlenih i zadovoljstva na radnom mestu.

U cilju podsticaja za integrisanje principa DOP-a, značajno bi bilo dalje uvođenje drugih konkretnih podsticaja od strane Države za preduzeća koja posluju u skladu sa DOP-om (pored gore pomenutih podsticajnih sredstva za zapošljavanje teže zapošljivih kategorija, koja su ipak zanemarljiva, i nisu dala bitnije rezultate, kada se uzme ukupan broj nezaposlenih lica u RS, kao i opšte stanje u oblasti DOP-a).

3. Da li je Država usvojila domaće mere koje na jasan način navode očekivanja da se preduzeća ponašaju poput onih koja posluju u inostranstvu?

Kao što smo veći istakli, generalno gledano, određeni zakonski okvir, politike i jasno opredeljenje za principe DOP-a od strane Države postoje. Ipak, kod primene usvojenih strategija, javlja se veliki broj problema, iako su one predvidele precizne korake u vezi sa razvojem i sprovođenjem DOP-a u RS.

U kontekstu institucionalizacije i aktivnosti u vezi sa DOP-om, potrebno je istaći da je u *Strategiji razvoja i promocije DOP-a u RS* navedeno da nadležna ministarstva, u skladu sa zakonskim ovlašćenjima, treba da ustanove zajedničko telo za promociju i razvoj DOP-a, radi



spvođenja aktivnosti u vezi sa implementacijom u oblasti DOP-a. Zajedničkim telom rukovodio bi predstavnik ministrastva nadležnog za oblast rada, u čijem delokrugu je pretežni deo poslova zbog kojih se ono osniva. Takođe, to telo bi imalo ulogu da inicira, sprovodi i nadgleda aktivnosti relevantnih organa i organizacija u implementaciji mera koje su predviđene u Strategiji.

U obavljanju svojih zadataka, ovo telo bi se oslanjao na podatke koje dobija od Saveta za implementaciju strategije DOP-a. Pošto koncept DOP-a obuhvata različite politike koje su u nadležnosti različitih organa i organizacija, koordinacija između različitih aktera sprečava razvodnjavanje odgovornosti za mere u okviru određenih oblasti, kao i udvostručavanje napora i resursa, a, takođe, doprinosi određivanju prioriteta kod mera i aktivnosti podrške.

U ovom pogledu, Savet bi, kao savetodavno telo, imalo sledeće zadatke: razmatranje pojedinih pitanja i predlaganje aktivnosti u vezi sa promocijom DOP-a; iniciranje i pripremu informativnog materijala o DOP-u, kao i učešće u organizovanju dešavanja posvećenih edukaciji, dijalogu o zastupanju ciljeva DOP-a; pružanje podrške promotivnim aktivnostima za DOP Privredne komore Srbije i Unije poslodavaca Srbije koji su bitni za uključivanje malih i srednjih preduzeća u DOP, kao i saradnju sa Svetom Privredne komore Srbije za DOP; predstavljanje jedne vrste foruma za razne aktere za dijalog o politici i konsultacije između različitih aktera uključenih u DOP; promovisanje i pružanje podrške i promotivnim aktivnostima DOP-a; razvoj pokazatelja učinka u oblasti DOP-a; pružanje podrške za razvoj istraživanja o DOP-u; promovisanje relevantnih dokumenata Evropske unije i drugih međunarodnih dokumenata koji su od značaja za DOP, privatni sektor, građansko društvo i državne organe; predlaganje mera za stvaranje boljeg okruženja za DOP za organizacije koje rade u RS. Odluka o obrazovanju Saveta biće doneta posle usvajanja Akcionog plana za sprovođenje Strategije. Ali, u ovom trenutku, većina aktivnosti navedenih u Strategiji nije realizovana (još uvek nije donet ni predviđeni Akcioni plan za njeno sprovođenje).

U svetlu ovoga, bitno je istaći potrebu da donosioci odluka na najvišem državnom nivou (prvenstveno članovi Skupštine RS i članovi Vlade), budu apsolutno uvereni da je DOP relevantno za privlačenje stranih ulaganja, iz razloga što se beleži brži rast investicionih fondova koji finansijske ciljeve dopunjuju socijalnim, etičkim i odgovornim ponašanjem prema životnoj sredini pri izboru, realizaciji i zadržavanju investicije. Ovo *društveno odgovorno ulaganje* označava odobravanje zajmova ili ulaganje u hartije od vrednosti preduzeća koja ispunjavaju neke od kriterijuma za društvenu odgovornost.

Na primer, u 2007. godini, ukupna društveno odgovorna investiciona imovina u profesionalno upravljanim portfolijima koji prihvataju određene društveno odgovorne prakse ulaganja skočile su na \$2.710 milijardi¹⁵ u SAD-u. Evropsko tržište za društveno odgovorno ulaganje poraslo je sa €336 milijardi u 2003. godini na €2.665 milijardi na kraju 2007. godine¹⁶. Srpska preduzeća koja imaju nameru da koriste deo ovih fondova biće suočena sa izazovom promene načina na koji vode svoje svakodnevne poslovne aktivnosti kako bi uključila principe DOP-a.

U ovom pravcu se kreće i učešće Agencije za strana ulaganja i promociju izvoza u razvoju Baze podataka o dobrim praksama DOP-a. Naime, Vlada je svesna činjenice da odgovorni strani investitori traže države i kompanije sa dokazanom istorijom DOP-a u naporu da umanje bitne rizike povezane sa poslovanjem u zemljama u razvoju. U današnjem svetu masovnih medija, loše vesti povezane sa neetičkim poslovnim praksama filijala i povezanih preduzeća ili poslovnih partnera nekih kompanija širom sveta imaju potencijal da se brzo šire i negativno utiču na

¹⁵ Forum za socijalna ulaganja, Izveštaj o trendovima (*Trends report*) 2007.

¹⁶ Eurosif, Evropski forum za socijalna ulaganja, Evropska studija o DOU (*European SRY Study*) 2008.



poslovne aranžmane kompanija, njihove neto profite, ugled i vrednost na tržištu. Praćenje i dokumentovanje aktivnosti DOP-a domaćih kompanija, a naročito onih dobrih primera, može da posluži da privuče strane ulagače i poslovne partnere.

U skladu sa Strategijom, predviđeno je da angažovanje Vlade na polju DOP-a treba da prati prioritete koji su skicirani u Evropskom partnerstvu u oblasti privede i socijalne inkluzije sa ciljem unapređenja socijalne inkluzije i socijalne zaštite.

Na primer, kao deo prioriteta socijalne inkluzije, Vlada ističe da relevantne kompanije mogu da usmere svoje šire angažovanje u oblasti DOP-a na profesionalnu obuku osoba sa invaliditetom. Prilikom izrade dokumenata o socijalnoj inkluziji uputno je koristiti DOP kao instrument za poboljšanje socijalne inkluzije, naročito u oblastima koje su identifikovane kao strateške u Izveštaju o monitoringu socijalne inkluzije u Srbiji¹⁷ (zapošljavanje, zdravlje, obrazovanje, socijalni stanovi, učešće).

Jedan od najvećih prioriteta u cilju promocije i razvoja DOP-a, prema Strategiji, trebalo bi da bude organizovanje nacionalne konferencije o DOP-u, po mogućstvu u saradnji sa Evropskom komisijom.

Nedovoljna svest javnosti o DOP-u stvara neophodnost angažovanja medija kako bi se širile informacije o značaju DOP-a, o koristima od koncepta, kao i o primerima iz stvarnog života o dobrim praksama iz Republike Srbije i drugih zemalja. Ovaj složeni zadatak zahteva dodatnu obuku i edukaciju specijalizovanih novinara i urednika i senzibilizaciju za važnost DOP-a i načina na koji oni mogu da doprinesu njegovom razvoju.

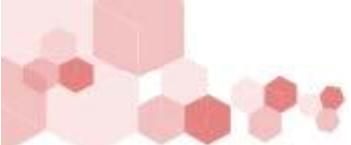
Još jedna važna oblast u promociji DOP-a jeste podsticanje i podrška integrisanju DOP-a u obrazovni proces, naročito u nastavne planove i programe poslovnih škola, kao i fakulteta za javnu upravu i pravo.

Pored aktivnosti u vezi sa promocijom DOP-a, učešće u pružanju pomoći socijalno osetljivim grupama treba da bude jedan od ključnih oblasti mera politike, s obzirom da oko 700.000 građana živi ispod granice siromaštva.

Pošto je status ovih društvenih kategorija dodatno pogoršan procesom privatizacije, tranzicije, kao i svetskom ekonomskom krizom, pored Vlade, koja, u skladu sa zakonskim ovlašćenjima, izvršava svoj deo odgovornosti, poslovni sektor i lokalne samouprave bi, takođe, trebalo da pokažu solidarnost i odgovornost u ovom pogledu. Primeri lokalnih samouprava i kompanija koje zajedno učestvuju u humanitarnim aktivnostima pružanja pomoći najugroženijim porodicama može se smatrati početnim korakom u ovom pravcu. Poslovna zajednica treba da razmotri postojeće partnerstvo između javnog i civilnog sektora i treba da radi, uz podršku javnog sektora, na razvijanju sličnih partnerstava sa javnim i civilnim sektorom koristeći koncept i principe DOP-a kao platformu.

Među prioritetima koje treba istaći jeste podrška Privrednoj komori Srbije u pripremi i promovisanju godišnje nagrade za DOP, kao instrumenta za podizanje svesti poslovnog sektora i opšte javnosti o značaju i važnosti koncepta, da se obezbede ideje za moguće načine angažovanja ostalih kompanija, kao i da se oda priznanje onim kompanijama koje su vodilje u ovom pogledu.

¹⁷ Tim potpredsednika Vlade zadužen za implementaciju Strategije za smanjenje siromaštva, SECONS, CESIC, Republički zavod za socijalnu zaštitu, 2009.



Takođe, promovisanje dodele prava korišćenja eko-znaka za proizvode, procese i usluge koji su umanjili negativan uticaj na životnu sredinu, u skladu sa zakonom, mogao bi da doprinese promeni obrazaca potrošnje, a takođe i da utiče na preference potrošača, nagrađujući kompanije koje su preuzele obaveze prema zaštiti životne sredine.

Međutim, primeri iz zemalja gde je nivo znanja potrošača o ovim oznakama veoma nizak pokazuje da su inicijative etiketiranja ograničene u obimu i potencijalnom uticaju, jer su ograničene na određene grupe na maloprodajnom tržištu i često se odnose samo na uvezene proizvode.¹⁸

Pored eko-znaka koji je uređen *Pravilnikom o bližim uslovima i postupku za dobijanje prava na korišćenje ekološkog znaka, elementima, izgledu i način upotrebe ekološkog znaka za proizvode, procese i usluge* (2009), postoji potreba da se ustanovi nacionalne socijalne oznake, utvrde kriterijumi etiketiranja, odnosno označavanja za različite grupe proizvoda, kao i da se radi na tome da poveća tržišni udeo etiketiranih dobara tako što će se pojačati njihova transparentnost u procesu izdavanja oznaka, kao i podizanjem svesti potrošača o njihovom postojanju i važnosti.

Uključivanje socijalnih i zahteva iz oblasti zaštite životne sredine u procedure javnih nabavki mogao bi da predstavlja još jedan od podsticajnih mehanizama za angažovanje kompanija u DOP. Javne nabavke koje su usredsređene na DOP promovišu kompanije koje se angažuju u DOP-u tako što pospešuju tržišne uslove za njihove aktivnosti. Ovim se nagrađuje određeno ponašanje i naglašava ozbiljnost države po pitanju DOP-a. Prateći pozitivne primere i dobre prakse širom EU, neophodno je preispitati i uneti izmene u sadašnje propise o javnim nabavkama kako bi se promovisali podsticaji za zaštitu životne sredine i zapošljavanje osetljivih grupa, naročito osoba sa invaliditetom.

Imajući u vidu postojeće inicijative čiji je cilj da povežu socijalne potrebe i principe poslovanja (kao što je zapošljavanje osetljivih grupa), angažovanje u DOP-u treba da bude povezano sa promocijom socijalnog preduzetništva, socijalnih preduzeća i zadruga kroz njihovo uključivanje u lance snabdevanja i obezbeđivanjem zakonskih beneficija.

Prioritetne mere i aktivnosti pojedinih ministarstava u okviru promocije DOP-a - Lekcije iz drugih zemalja i iz sadašnjih država članica EU pokazuju da u okruženju, gde su tržišne inicijative za DOP i dalje slabe, Vlada je stala na stanovište da je ona ta koja mora da igra važnu ulogu u podsticanju i omogućavanju promovisanja DOP-a. S obzirom na ograničene resurse i još nedefinisane potrebne kapacitete nadležnog ministarstva za oblast rada, Vlada ističe da je od suštinske važnosti da se jasno odrede ciljevi i prioriteti, što će RS omogućiti da postigne bolje rezultate sa postojećim resursima (npr. ovo može da bude demonstrirano usredsređivanjem na prioritetne opštine, prioritetne usluge sistema za socijalnu zaštitu). U ovom procesu postavljanja prioriteta, nadležni organi državne uprave treba da se legitimišu kao partneri u promovisanju DOP-a i treba da obezbede uslove za komunikaciju sa kompanijama, NVO i lokalnim zajednicama.

¹⁸ ABC glavnih instrumenata društveno odgovornog poslovanja (*ABC of the main instruments of Corporate Social Responsibility*), Evropska komisija, Generalni direktorat za zapošljavanje, socijalna pitanja i jednake mogućnosti, 2004.



Posebne mere i aktivnosti kojima treba da teže određena ministarstva, u skladu sa opredeljenjem Vlade, jesu:

(1) Ministarstvo za rad, zapošljavanje, boračka i socijalna pitanja

- vođenje kampanje sa civilnim sektorom na podizanju svesti kod preduzeća da socijalno blagostanje nije samo briga javnog sektora;
- saradnja sa poslovnim udruženjima i sindikatima na promociji i održavanju slobode udruživanja i prava na socijalnu sigurnost;
- saradnja sa Ministarstvom ekonomije i regionalnog razvoja i privrednim komorama, sindikatima i drugim organizacijama građanskog društva na uspostavljanju i promociji socijalnih oznaka (na primer, kreiranje internet stranice na kojoj će se predstavljati kompanije, organizacije i proizvodi u ovoj oblasti, uspostavljanje socijalnog indeksa da bi se saopštavalo u kojoj je meri neka kompanija društveno odgovorna prema svojim zaposlenima i inostranim partnerima, stepen integrisanosti prakse poslovanja koje omogućuju spajanje posla i porodice, takođe i nagrađivanje kompanija sa visokim ocenama, sertifikatom ili pravom da koriste specijalnu oznaku na svojim proizvodima);
- osnivanje koalicije kompanija i pojedinaca iz svih društvenih grupa koje bi se uključile u borbu protiv nezaposlenosti kroz forume za davanje saveta, informacija i kontakata, kao i uspostavljanje mreže volontera kompanija sa zadatkom nalaženja mesta za obuku i praksu za mlade ljude;
- pokretanje inicijative koja će podstaći kompanije da uklone tehničke, fizičke, odnosno strukturalne, komunikacijske prepreke, kao i prepreke zbog određenih načina ponašanja na radnom mestu koje pogađaju osobe sa invaliditetom, žene i dr, predlaganje poreskih olakšica za takve inicijative u cilju pružanja pomoći za kompenzaciju troškova, za stipendiranje određenog broja učenika i studenata sa invaliditetom, da podršku funkcionisanja servisa podrške za osobe sa invaliditetom poput personalne asistencije, za dnevne boravake i stanovanje uz podršku;
- uvođenje prakse stavljanja oznaka koje su u vezi sa poštovanjem standarda pristupačnosti za sve, u objektima i institucijama;
- uspostavljanje mreže direktora preduzeća koji će predlagati i promovisati aktivnosti za socijalnu inkluziju (na primer, integrisanje etničkih manjina i dugoročno nezaposlenih lica);
- organizovanje takmičenja i dodela godišnjih nagrada preduzećima koja promovišu razne aspekte DOP-a u vezi sa radom, kao što su bezbednost i zdravlje na radu, poboljšanje uslova rada, fleksibilno radno vreme i mesto rada, ravnoteža između posla i privatnog života, politike za podršku dece, socijalne integracije i jednake mogućnosti;
- izrada vodiča za socijalno izveštavanje za Ministarstvo rada i socijalne politike, u kojem bi bilo predstavljeno šta je to socijalni izveštaj, koje su koristi od izveštavanja, u kojem bi, takođe, bila uputstva kako da se počne sa izveštavanjem, kao i iskustva socijalnog izveštavanja drugih kompanija;
- uspostaviti regionalne mreže da bi se inicirala partnerstva između kompanija, organizacija zajednica i lokalnih samouprava da se okrenu rešavanju lokalnih socijalnih i ekonomskih izazova i strategija obnove susedstva koji će ciljati na rešavanje problema socijalne isključenosti, siromaštva i nezaposlenosti u posebnim oblastima sa umanjnim mogućnostima (nerazvijenim sredinama).



(2) Ministarstvo privrede:

1. Pitanja vezana za korporativnu upravu:
 - promovisanje kodeksa etičkog ponašanja i dobre korporativne uprave kod kompanija, kao i pružanje podrške za implementaciju istih;
 - pružanje pomoći, u skladu sa nadležnostima ministarstva, kompanijama koje prihvataju principe DOP-a, u sastavljanju strategije i politika i integrisanju DOP-a u njihovu opštu strategiju poslovanja;
 - inicijativa za izmenu Zakona o privrednim društvima kako bi se uvela obaveza da godišnji izveštaji listiranih i velikih kompanija sadrže informacije o tome kako kompanija uzima u obzir socijalne posledice i posledice po životnu sredinu svojih aktivnosti (na primer, odnosi sa zaposlenima, korisnicima i dobavljačima, kao i uticaj kompanije na širu zajednicu i okolinu).
2. Odgovorno vađenje minerala, energetska efikasnost i obnovljivi izvori minerala:
 - obezbeđivanje podsticaja za obnovljivu energiju i energetska efikasnost (na primer, obezbeđivanjem podrške, u skladu sa nadležnostima, malim i srednjim preduzećima da razviju politike koje uzimaju u obzir aspekte uticaja na životnu sredinu pomoću konsultantskih usluga o uštedi energije, kroz obuke, uvođenje programa upravljanja zaštitom životne sredine, kao i investiranjem u obnovljive energije).
3. Tehnički propisi:
 - organizovanje i podrška obuci o uvođenju standarda i najboljim praksama DOP-a;
 - delimičnom kompenzacijom troškova preduzećima koja uvode i sertifikuju sisteme upravljanja vezane za DOP.
4. Monitoring DOP-a:
 - inicijativa za mogućnošću održavanja i ažuriranja registra kompanija koje su sertifikovane prema standardima vezanim za DOP, kao i onih kojim je dodeljeno pravo korišćenja socijalnih oznaka i eko oznaka;
 - ustanovljavanje nacionalnih pokazatelja DOP-a i redovni nadzor nad situacijom.
5. Promocija podsticaja za DOP:
 - promocija uvođenja preferencijalnog tretmana u javnim nabavkama, finansijska podrška za obuku i sertifikaciju, pojednostavljene administrativne procedure i finansijski podsticaji kompanijama koje su dobile sertifikate za standarde vezane za DOP, eko-znak ili socijalne oznake;
 - uspostavljanje i dodela godišnje nagrade za društvenu odgovornost najboljim izveštajima o društvenoj odgovornosti;
 - razmatranje mogućnosti dodele javne finansijske pomoći kompanijama za kompenzaciju troškova za implementaciju kodeksa ponašanja u skladu sa Globalnim dogovorom Ujedinjenih Nacija, za godišnje izveštavanje o DOP-u ili održivosti, kao i sertifikovanje za SA 8000 i druge standarde rada povezanih sa DOP-om.
6. Širenje informacija o DOP-u:
 - organizovanje i pružanje podrške ciljanim kampanjama o DOP-u, informisanje o obimu, konkurentnim prednostima koje stvara DOP i kako ključni principi mogu da budu prevedeni u praksu;
 - pružanje podrške izgradnji kapaciteta lokalnih savetodavnih kompanija za ponudu usluga vezanih za DOP, u skladu sa nadležnostima ministarstva;



(3) Ministarstvo poljoprivrede i zaštite životne sredine

- promovisanje organske proizvodnje, pružanje podrške poljoprivrednicima i kompanijama za vreme procesa implementacije i sertifikacije, kampanja za odgovarajuće finansijske podsticaje;
- ubrzanje procesa usvajanja kriterijuma za eko-znak, kao i promocija dodele prava korišćenja eko-znaka (na primer, kreiranjem internet-stranice na kojoj će biti predstavljene organizacije i proizvodi u ovom polju, ili zastupanjem preferencijalnog tretmana u javnim nabavkama, pojednostavljenjem administrativnih procedura i finansijski podsticaji vezani za korišćenje eko-znaka;
- podrška uvođenju Sistema upravljanja zaštitom životne sredine SRPS ISO 14001, razmatranjem mogućnosti da se obezbedi podsticaj organizacijama i delimičnom kompenzacijom troškova za organizacije koje su u procesu implementacije i sertifikacije sistema upravljanja životnom sredinom;
- promovisanje uvođenja sistema upravljanja životnom sredinom među vladinim agencijama i preduzećima u državnom vlasništvu i godišnje izveštavanje o njihovom napretku;
- održavanje i ažuriranje registra kompanija koje su sertifikovane za sisteme upravljanja životnom sredinom, kao i onih koje su dobile pravo korišćenja eko-znaka.

(4) Ministarstvo finansija

- razmatranje uvođenja socijalnih i kriterijuma iz oblasti životne sredine, kao što je sertifikovanje za standarde povezane sa DOP-om, poštovanje osam fundamentalnih konvencija Međunarodne organizacije rada ili principa Globalnog dogovora Ujedinjenih nacija), u skladu sa nadležnostima, kod kriterijuma za predizbor i izbor pobednika na velikim javnim tenderima;
- uključivanje socijalnih i obaveza iz oblasti životne sredine u klauzule ugovora o javnim nabavkama (na primer, davanje prednosti inkluziji grupa koje imaju manje mogućnosti u realizaciji ugovora);
- inicijativa za izmenu Zakona o investicionim fondovima da bi se uključio i zahtev da institucionalni investitori obelodanjuju da li uzimaju u obzir etičke, socijalne aspekte i aspekte zaštite životne sredine u svoje investicione odluke, kao i obezbeđivanje godišnje evidencije o tome šta su postigli u tom pogledu.

(5) Ministarstvo trgovine, turizma i telekomunikacija

Zaštita potrošača i odgovorna potrošnja:

- iniciranje razvoja kodeksa za dalje regulisanje praksi komercijalnog reklamiranja i promocije prodaje u interesu potrošača;
- podsticajne podizanja svesti kod potrošača i dobrovoljnih organizacija o društveno odgovornoj potrošnji (na primer, kroz materijal za obuke i organizovanje okruglih stolova sa akterima).

(6) Ministarstvo prosvete, nauke i tehnološkog razvoja

- podsticanje i pružanje podrške integrisanju DOP-a u obrazovni proces, naročito u nastavni plan poslovnih škola;
- pružanje podrške i koordinisanje istraživanja o DOP-u.

4. Da li su DOP politike, ukoliko postoje, bile predmet procene? Ako jesu, kakvi su rezultati procene?

Već su načinjeni neki pokušaji¹⁹ istraživanja nivoa angažovanosti preduzeća u Srbiji u pogledu društveno odgovornog poslovanja. Godine 2005. Smart Kolektiv, kao deo *Inicijative za odgovorno poslovanje*, a u saradnji sa Fondom za otvoreno društvo u Srbiji i Privrednom komorom Srbije, sproveo je prvo istraživanje situacije u pogledu društveno odgovornog poslovanja u RS. Po rezultatima ove analize, poslovni ljudi razumeju DOP kao poklanjanje pažnje pitanjima zaštite životne sredine, kao filantropiju, podršku zajednici i kao poštovanje zakona. Istraživanje je otkrilo da su filantropija i učestvovanje u različitim projektima podržavanja zajednice jedine aktivnosti u okviru DOP-a na koje se odlučuju kompanije u RS. Javnost nema poverenja ni u preduzeća, ni u Vladu i njihovu odgovornost prema društvenom dobru.

Očigledno je da postoji svest o DOP-u u RS, ali mnoge kompanije još uvek ne shvataju dugoročne prednosti ponašanja u skladu sa principima DOP-a, dok različiti poslovni ljudi i preduzetnici veruju da nemaju dovoljno resursa ili znanja potrebnih da bi se angažovali u primeni drugačijih strategija. Javnost nije dovoljno informisana o vrednostima DOP-a, a svest potrošača je još uvek nedovoljno razvijena. Ako klijenti ne vrše pritisak na preduzeća da usvoje održive prakse u svom poslovanju, preduzeća će imati manje ekonomskog podsticaja da planiraju dugoročnu strategiju svoje društvene odgovornosti.

Drugi glavni element koji treba poboljšati je stepen saradnje NVO sa preduzećima. Zbog humanitarne katastrofe devedesetih godina i potrebe da region razvije osnove za ekonomski razvoj, velika finansijska sredstva i donacije međunarodnih organizacija, pre svega onih iz SAD, stigle su u ovaj region. To je za posledicu imalo podsticanje zavisnosti od donacija. Nakon što je otpočeo proces ekonomskog razvoja na Balkanu, sredstva međunarodnih fondacija su počela da se povlače sa Balkana zbog ulaganja u zemlje u razvoju u drugim regionima. U određenom smislu, razvijanje DOP-a znači razvijanje novih oblika partnerstva sa preduzećima, što potencijalno može da dovede do toga da obe strane budu na dobitku i da dovedu do pozitivnih posledica, kako po životnu sredinu, tako i po društvo. Iako korporativna filantropija i dalje može da bude izvor finansiranja za NVO, važno je osmisliti i alternativne pristupe društveno odgovornom poslovanju u regionu.

Potreba za razvijenijim kontekstom u kome bi moglo da se razvija DOP je prepoznata, pa je u RS pokrenuto nekoliko međunarodnih inicijativa koje imaju za cilj da unaprede DOP na nacionalnom nivou. Te inicijative su UN Global Compact, UNIDO's Development of CSR i IFC inicijative koje imaju za cilj prihvatanje međunarodnih standarda i tehničku regulaciju u jugoistočnoj Evropi. Osim toga, neka srpska i međunarodna preduzeća i državne institucije (npr. Hemofarm, Narodna banka Srbije i dr.), bila su među prvima koje su uvela principe DOP-a u svoj rad. Da bi bile uspešne i da bi podstakle razvoj održivije privrede zemlje, te inicijative moraju biti deo povoljnog okruženja, inače bi štrčale kao izuzeci, dok bi njihov uticaj na društvo i okruženje ostao prilično ograničen.

¹⁹ Uvod u društveno odgovorno poslovanje i korporativnu filantropiju

5. Da li su informacije o DOP rezultatima preduzeća koja su u vlasništvu ili pod kontrolom Države uključene u izveštaje o poslovanju koji se podnose nadležnim državnim organima i ministarstvima?

Bez obzira na navedene propise, koji afirmišu DOP, isključivo je *Zakon o ravnopravnosti polova* (2009) - propisao obavezu za poslodavca koji ima u radnom odnosu više od 50 zaposlenih na neodređeno vreme da usvoji Plan mera za otklanjanje ili ublažavanje neravnomerne zastupljenosti polova za svaku kalendarsku godinu, a po isteku godine poslodavac je dužan da podnese godišnji Izveštaj o sprovođenju plana mera iz prethodne godine. Bitno je napomenuti da ovaj zakon ne pravi razliku između preduzeća koja u vlasništvu ili pod kontrolom Države i preduzeća u privatnom vlasništvu.

Takođe, nije zakonska obaveza, ali velike kompanije koja su pod državnom kontrolom, bilo po osnovu većinskog državnog vlasništva ili po osnovu efektivne upravljačke kontrole, u svoje izveštaje o poslovanju, uključuju i informacije o DOP-u, koje su svakako dostupne javnosti (npr. JP EPS, JP *Pošta Srbije*, JP Telekom Srbija, NIS, Air Serbia i dr.).

6. Da li državna kreditna agencija uzima u obzir DOP kada obezbeđuje finasije za projekte?

Agencija za strana ulaganja i promociju izvoza Republike Srbije (SIEPA) je javna agencija koja svojim aktivnostima pomaže srpskim preduzećima da izvezu svoje proizvode i usluge i postanu konkurentniji na stranim tržištima. S druge strane, promovisanjem mogućnosti za ulaganja i pružanjem pomoći stranim investitorima da započnu poslovanje u Srbiji, SIEPA aktivno radi na otvaranju novih radnih mesta, pokretanju domaće privrede, transferu tehnologija i prenošenju novih znanja i veština. U cilju povećanja konkurentnosti, kako domaćih preduzeća, tako i Srbije, SIEPA organizuje nastup srpskih preduzeća na najprestižnijim međunarodnim sajmovima i pomažemo u uspostavljanju poslovnih kontakata i upoznavanju sa aktuelnim trendovima u različitim industrijama. Takođe, organizuje posete stranih preduzeća koja su zainteresovana da nađu poslovne partnere u Srbiji i sa njima ostvare različite vidove saradnje.

Nadalje, organizovanjem seminara, treninga, kurseva, pomaže domaćim izvoznim preduzećima da napreduju kako bi na najbolji način iskoristila poslovne šanse na stranim tržištima i ostvarila maksimalne rezultate. Tokom svog rada, SIEPA je izradila batzu podataka, koja sadrži oko 500 primera dobre prakse u oblasti DOP-a. Takođe, prilikom raspisivanja poziva, kao kriterijumi se uzimaju u obzir i poslovanje u skladu sa DOP-om, a prvenstveno da se izabrani dobavljači i konsultanti pridržavaju najviših etičkih standarda, kako tokom procesa selekcije, tako i tokom sprovođenja ugovora. Ipak, možemo reći da su kriterijumi uži, i obično se isti uzimaju u odnosu na konkretan cilj projekta (npr. određeni broj zaposlenih na neodređeno vreme, da poslodavac nije imao viškove zaposlenih u poslednje dve godine, inovativni potencijala, korisnost i jedinstvenost usluge, zahtev za popunjavanjem upitnika o proceni uticaja na životnu sredinu i sl.).

7. Da li je neka određena agencija ili ministarstvo nadležno za promociju DOP? Ako jeste, koje?

Ne postoji određena agencija ili ministarstvo nadležno za promociju DOP-a. Naime, Vlada je u Strategiji, zauzela stanovište da je ona ta koja mora da ima važnu ulogu u podsticanju i omogućavanju promovisanja DOP-a, ali takođe da bi konkretan stub-oslonac za DOP-a trebao da bude u ministarstvu nadležnom za oblast rada. Ipak, zbog ograničenih resursa ovog ministarstva, Vlada smatra da bi deo mera i aktivnosti u oblasti DOP-a, a u skladu sa njihovim nadležnostima



mogla da ponesu i druga ministarstva, kao što su: Ministarstvo privrede, Ministarstvo poljoprivrede i zaštite životne sredine, Ministarstvo trgovine, turizma i telekomunikacija i Ministarstvo prosvete, nauke i tehnološkog razvoja (o ovim merama i aktivnostima bilo je reči u jednoj od predhodnih tačaka).

8. Ko su glavni akteri i inicijative koje promovišu DOP u zemlji?

Kao što je napred rečeno, Vlada je stala na stanovište da je ona ta koja mora da igra važnu ulogu u podsticanju i omogućavanju promovisanja DOP-a. Neke od mera i aktivnosti, ista je delegirala i na posebna ministarstva.

Baza podataka o dobrim praksama DOP-a prati informacije o praksi DOP-a u Republici Srbiji i to u sledećim oblastima: sistem DOP-a, angažovanje u zajednici, radna okolina, korporativna uprava i tržišne prakse. Projekat su inicirali Tim potpredsednika Vlade Srbije zadužen za implementaciju Strategije za smanjenje siromaštva, kao i Agencija za strana ulaganja i promociju izvoza, a sprovodi ga NVO Smart Kolektiv. Baza podataka predstavlja pregled aktivnosti najvećih kompanija, iako one ne predstavljaju reprezentativni uzorak, sačinjen na osnovu percepcija predstavnika kompanija koje nisu verifikovane od strane nezavisnog subjekta. Glavni cilj projekta jeste da se identifikuju i sistematizuju prakse DOP-a kako bi javnosti bile dostupnije, kao i da se podstakne dalje uključivanje srpskih kompanija u DOP. Osim toga, cilj projekta je takođe da sistematski uključi poslovni sektor u napore za smanjenje siromaštva, kao i da stimuliše saradnju između poslovnog sektora i javnog sektora u aktivnostima DOP-a. Takođe, pošto je elektronska baza podataka javna i dostupna javnosti, ona doprinosi podizanju svesti o DOP-u, a takođe olakšava pristup informacijama vezanim za DOP za sve zainteresovane strane. Dodatni cilj bio je da se sve informacije o stanju DOP-a učine dostupnim uz samo jedan pritisak tastera, kao i da se analiziraju kako bi se napravile preporuke za dalje učešće Vlade sa merama podrške. Projekat je započet u avgustu 2007. godine, a osmišljen kao prvi korak u kontinuiranom naporu da se prate, nadgledaju, kao i da se izveštava o aktivnostima DOP-a vodećih srpskih kompanija, sa idejom povećavanja broja kompanija koje su uključene u DOP.

Narodna banka Srbije je osnovala Centar za zaštitu korisnika finansijskih usluga putem kog pruža pomoć korisnicima u ostvarivanju njihovih prava. U skladu sa tim, NBS je počela da objavljuje preporuke za finansijske institucije čiji je cilj da doprinesu razvoju preciznijih i jasnije definisanih ugovornih uslova za korisnike. U septembru 2008. godine, NBS je lansirala internet stranicu (www.tvojnovac.nbs.rs) koja je namenjena korisnicima finansijskih usluga i koja pruža različite informacije ljudima koji se suočavaju sa sve više finansijskih potreba, kao i instrumente koji će im pomoći pri izboru usluga. Na početku 2009. godine, NBS je osnovala informativne šaltere u svim svojim filijalama koji pružaju besplatne informacije o finansijskim proizvodima na srpskom tržištu, kao i o povezanim obrazovnim materijalima koji će zainteresovanim građanima omogućiti da bolje razumeju i uporede usluge kako bi odluke donosili uz veću informisanost.

Sekreterijat mreže pomaže rad Globalnog dogovora u Srbiji ima sedište u Privrednoj komori Srbije.

Nastavljajući aktivnosti u skladu sa svojom početnom ulogom u promociji DOP-a, Privredna komora Srbije inicirala je projekat Nacionalne nagrade za DOP. Projekat je započet u 2007. godini, sa kompanijama koje su se prijavile za nagradu sa posebnim projektima i praksama koje su preduzele. Nagrada se dodeljuje u dve kategorije (velika preduzeća i MSP) na bazi kompleksne metodologije i bodovanja koje vrši žiri stručnjaka, a ocenjuje se uspešnost



preduzeća u 5 ključnih oblasti DOP-a. Žiri se sastoji od predstavnika relevantnih ministarstava, privrednih komora, univerziteta, nevladinih organizacija, medija i međunarodnih organizacija.

Privredna komora Srbije, takođe je ustanovila Savet za DOP (2009), kao svoje stručno savetodavno telo, sa ciljem da razmotri važna pitanja DOP-a koja su od zajedničkog interesa svim članovima Komore. Ovo telo će se sastojati od predstavnika kompanija koje su vodeće po aktivnostima DOP-a (velika preduzeća i MSP), NVO-a, međunarodnih organizacija i univerziteta. Uloga Saveta je da se promoviraju pozitivna iskustva u oblasti DOP-a, da se druge kompanije inspirišu da usvoje principe etičkog poslovanja, poboljša dijalog i partnerstva sa Vladinim telima u procesu ustanovljavanja nacionalnih strategija DOP-a i politika, kao i da se unaprede procesi obuke za DOP i novi ISO 26000.

Pored aktivnosti NVO i Globalnog dogovora Srbije, postoje još dva programa koje sprovodi Forum poslovnih lidera Srbije: DOP kao biznis praksa, u okviru koga se organizuju edukativni događaji i radionice za privredu i NVO, kao i godišnja DOP konferencija. Forum izdaje jedinu redovnu publikaciju o DOP-u u Republici Srbiji – BLF Newsletter. Pored ovog programa Forum je inicijator programa Engage u Srbiji, koji promovira volonterski angažman zaposlenih u podršci lokalnoj zajednici, kao međunarodni program pokrenut od strane Business in the Community. Program pruža podršku kompanijama da animiraju svoje zaposlene da volontiraju u zajednici, organizuje i volonterske dane.

Takođe, postoji i program Podrška zapošljavanju mladih koji sprovode Forum poslovnih lidera, agencija za MSP uz podršku Ministarstva omladine i sporta, a kroz koji se mobiliraju biznis mentori da pružaju savetodavnu podršku mladim preduzetnicima koji su dobili polazne (start up) kredite od Fonda za razvoj. Kroz ovaj program se razvijaju i sistemski programi prakse za studente i mlade ljude u svim kompanijama članicama.

Ovom prilikom pominjemo i Manifest Društveno odgovornog poslovanja, donet od strane Saveta stranih investitora, kao i ustanovljenu Virtus nagradu Fondacije *Trag*, nagradu Ekonomist medija grupe (EMG), nagradu USAIDE-a, nagradu ERSTE BANKE i sl.

9. Da li u vašoj zemlji postoji UN Global Kompakt mreža? Ako postoji, ko predstavlja fokus tačku? Od trenutka osnivanja mreže, koliko učesnika se uključilo?

Globalni dogovor Ujedinjenih nacija predstavlja dobrovoljnu inicijativu koja uključuje predstavnike kompanija, akademskih institucija, civilnog društva, gradova i sindikata koji su svoje delovanje posvetili poštovanju deset univerzalnih principa iz oblasti ljudskih prava, radnih prava, zaštite životne sredine i borbe protiv korupcije. Globalni dogovor podržava kompanije da učestvuju u partnerskim projektima sa svojim inersesnim grupama u cilju podrške širim ciljevima Ujedinjenih nacija, kao što su Milenijumski ciljevi razvoja.

Učlanjenje u Globalni dogovor predstavlja posvećenost deset principa. Kompanija koja pristupi Globalnom dogovoru se obavezuje na: set promena u poslovanju kako bi Globalni dogovor i njegovi principi postali deo menadžmenta, strategije, kulture i svakodnevnih aktivnosti; štampanje u svom godišnjem izveštaju ili sličnom javnom korporativnom izveštaju (npr. Izveštaj o održivosti) objašnjenje na koji način podržavaju Globalni dogovor i njegove principe (Communication on Progress), javno zagovaranje Globalnog dogovora i njegovih principa kroz sredstva komunikacije, kao što su saopštenja za štampu, govori, itd.



Kao odgovor na rastući interes za društveno odgovornim poslovanjem, 6. decembra 2007. godine u prostorijama Narodne banke Srbije u Beogradu, kancelarija UNDP u Srbiji i Narodna banka Srbije promovisali su inicijativu Ujedinjenih nacija za unapređnje društveno odgovornog poslovanja pod nazivom *Globalni dogovor*. Na taj način i Srbija se priključila najmasovnijem dobrovoljnom udruženju u svetu posvećenom društveno odgovornom poslovanju, koje uključuje više od 8.700 učesnika i interesnih grupa iz više od 130 zemalja. Promovisanju Globalnog dogovora Ujedinjenih nacija prisustvovao je veliki broj predstavnika vladinog i nevladinog sektora, kompanija, organizacija civilnog društva i akademskih institucija.

Tom prilikom Globalnom dogovoru Ujedinjenih nacija pristupile su i prve kompanije: BFC Lafarge, Holcim, Deloitte i Cisco System; banke: Eurobank EFG, Pireaus Banka, Societe Generale Banka i Credite Agricole-Meridian Banka; kao i nevladina organizacija SMART Kolektiv.

U međuvremenu, mreži Globalnog dogovora u Srbiji je pristupilo više od 70 članica posvećenih principima društveno odgovornog poslovanja. Tako da danas u Srbiji, Globalni dogovor broji više od 90 članica i funkcioniše preko sledećih tela: Upravni odbor Globalnog dogovora (pet članova: Erste bank, Telenor, Ernst and Young, Privredna komora Srbije, Balkanski fond za lokalne inicijative); Sekreterijat Globalnog dogovora i šest radnih grupa (Radna grupa za socijalno uključivanje, Radna grupa za borbu protiv korupcije, Radna grupa za KDO u bankarstvu i finansijama, Radna grupa za edukaciju i razvoj društveno odgovornog poslovanja, Radna grupa za životnu sredinu, Radna grupa za medije i Radna grupa za radna prava).

Sekreterijat mreže pomaže rad Globalnog dogovora u Srbiji ima sedište u Privrednoj komori Srbije. Zadužen je za internu i eksternu komunikaciju mreže, podržava kreiranje i implementaciju godišnjeg radnog plana, informiše potencijalne članove o Globalnom dogovoru i proceduri učlanjenja, održava kontakte sa medijima kako bi se povećala svest javnosti o značaju ove inicijative, obezbeđuje neophodan materijal za svakodnevnu komunikaciju i edukaciju i obavlja i dr. poslove.

10. Da li postoje druge inicijative na nivou industrije, uz učešće više stejkholdera ili u obliku saradnje, koje promovišu DOP?

Ovde je bitno istaći, da je reprezentativno udruženje poslodavaca u Republici Srbiji - Unija poslodavaca Srbije, uz podršku Agencije Ujedinjenih nacija za rodnu ravnopravnost i osnaživanje žena (UN Women), u okviru regionalnog projekta *Promocija Principa osnaživanja žena u poslovanju*, realizovalo Projekat *Šansa za ravnopravnost, šansa za rast*. Principi osnaživanja žena su nastali kroz zajedničku inicijativu UN Women-a i Globalnog dogovora UN, i isti donose ideje i smernice privatnom sektoru da se usredsredi na ključne elemente promovisanja rodne ravnopravnosti na radnom mestu, na tržištu i u društvenoj zajednici.

Principi podrazumevaju sledeće: na visoke upravljačke pozicije postavljati rukovodioce posvećene rodnoj ravnopravnosti; prema svim ženama i muškarcima na poslu pravedno postupati - poštovati i podržavati ljudska prava i nediskriminaciju; obezbediti zdravlje, bezbednost i blagostanje svih zaposlenih; promovisati obrazovanje, obuku i stručno usavršavanje žena; razvijati kompaniju, lanac snabdevanja i marketing na način koji osnažuje žene; promovisati ravnopravnost kroz inicijative u društvu i zagovaranje i meriti napredak rodne ravnopravnosti i javno izveštavati o njemu. Glavni rezultati projekta su: kroz održanih 11 seminara u RS sa



principima je upoznato oko 300 predstavnika kompanija; identifikovano je 30 primera dobre prakse, a Principe su potpisale 24 kompanije koje posluju u RS.

Takođe, Privredna komora je uvela nacionalnu nagradu u oblasti DOP-a koja se dodeljuje n agodišnjem nivou od 2007. godine.

Ista organizacija je donela i *Kodeks korporativnog upravljanja* (2012), koji ima za cilj da postane efikasno sredstvo za unapređenje sistema korporativnog upravljanja u društvima kapitala u RS. U ovom dokumentu je istaknuto da korporativno upravljanje omogućava privrednom društvu da privuče ljudski i finansijski kapital, da efikasno vodi poslovanje i obezbedi dugoročni i održivi razvoj, uzimajući u obzir interese vlasnika i interese drugih strana koje imaju legitimne interese u poslovanju društva. Kao direktnu korist od ovakvog načina upravljanja, navode se sledeći benefiti: bolji učinak, lakši pristup tržištu kapitala, povoljniji uslovi za prikupljanje novog kapitala i bolja reputacija.

11. Da li su glavni alati (UN Guiding Principles on Business and Human Rights, OECD MNE Guidelines, ISO 26000, UN Global Compact, ILO MNE Declaration, GRI) prevedeni na nacionalni jezik?

Od strane Međunarodne organizacije poslodavaca i Međunarodne konfederacije sindikata, a uz podršku Međunarodne organizacije rada, izrađena je publikacija na srpskom jeziku *Principi rada Globalnog dogovora Ujedinjenih nacija: vodič za kompanije*, u okviru koje su prezentovani Principi Globalnog dogovora UN, kao i prošireni spisak principa kojih bi preduzeća trebalo da budu svesna, te su date smernice za njihovo sprovođenje u poslovnoj praksi. U okviru ove publikacije, istaknuto je da informacije MOR za poslovne krugove o Međunarodnim standardima rada predstavljaju usputnu stanicu koja objedinjuje sve potrebne podatke za menadžere i radnike kompanija zainteresovane za bolje vođenje poslova po međunarodnim standardima rada, i kao osnovu koriste *Deklaraciju MOR-a o multinacionalnim kompanijama* (ova tripartitna deklaracija nije zvanično prevedena od strane nadležne institucije u RS, ali je dostupna na hrvatskom jeziku na internetu).

Takođe, *Principi Globalnog dogovora* su prevedeni i nalaze se na internet stranici Mreže globalnog dogovora u RS.

Ovde je bitno još jednom istaći, da su na srpskom jeziku dostupni i *Principi osnaživanja žena* su nastali kroz zajedničku inicijativu UN Women-a i Globalnog dogovora UN, a koji su promovisani kroz gore pomenuti projekat.

Principi korporativnog upravljanja Organizacije za ekonomsku saradnju i razvoj, predstavljaju merilo za kreatore politike, investitore, korporacije i druge zainteresovane strane i isti unapređuju program korporativnog upravljanja i obezbeđuju posebne smernice za zakonske i regulatorne inicijative, kako u zemljama OECD-a, tako i van njih, i dostupni su na srpskom jeziku, u okviru istomene publikacije, izdate od strane Misije OEBS-a u Srbiji i Crnoj Gori - Sektora za ekonomska pitanja i politiku životne sredine (2004).

Standard ISO 26000, predstavljaju smernice za društvenu odgovornost i postoje u prevodu na srpski jezik.



Pored navedenih, na srpskom jeziku je izradjen i dokument *Preporučeni principi i smernice za pitanja ljudskih prava i trgovine ljudima* koji predstavlja dodatak izveštaju koji je podnet Ekonomskom i socijalnom savetu (E/2002/68/Dodatak 1) od strane Meri Robinson, visokog komesara za ljudska prava, u cilju da se obezbede praktična uputstva za kreatore politike koja se zasnivaju na poštovanju prava, a u domenu prevencije trgovine ljudima i zaštite žrtava. Svrha ovog dokumenta jeste da poboljšaju i omoguće integrisanje modela poštovanja ljudskih prava u nacionalne, regionalne i međunarodne zakone, politike i procedure iz domena borbe protiv trgovine ljudima. Principi i smernice služe kao okvir i referentni dokument u radu Kancelarije Visokog komesara za ljudska prava u borbi protiv trgovine ljudima. U njemu se savetuje državama i međuvladinim organizacijama da koriste Principe i smernice u svom radu na prevenciji trgovine ljudima i zaštiti prava žrtava trgovine ljudima.

UN principi integracije ljudskih prava u poslovni menadžment, nisu zvanično prevedeni na srpski jezik, ali su korišćeni kao osnova za pripremu i izradu godišnjih izveštaja o održivom razvoju pojedinih kompanija u Srbiji, i isti se pominju kao deo publikacija u vezi sa DOP-om.

Metodološka pravila i principi za primenu standarda *Globalne inicijative o izveštavanju (GRI)*, korišćeni su kao osnova za pripremu i izradu godišnjih izveštaja o održivom razvoju pojedinih kompanija u Srbiji, i prevedene su srpski jezik od strane pomentog Smart kolektiva.

12. Da li postoje prethodne, starije studije i analize u vezi DOP? Ako postoje, koje su?

U oblasti DOP-a prva istraživanja u RS, počinju da se sprovode početkom XXI veka. Ovom prilikom navodimo neka od najznačajnijih.

Kao što smo već spomenuli, Smart kolektiv je bio jedan od pionirskih organizacija, koja je radila više studija i analiza u vezi sa DOP-om. Jedno od njihovih prvih istraživanja je sprovedeno 2005. godine, kao deo Inicijative za odgovorno poslovanje, a u saradnji sa Fondom za otvoreno društvo u Srbiji i Privrednom komorom Srbije.

U okviru Projekta Efektno umrežavanje: osnaživanje civilnog društva kroz evropsku saradnju za finansijsku održivost, realizovanom od strane Euclid Network u saradnji sa lokalnim partnerima Centrom za razvoj neprofitnog sektora, Edukativnim centrom Roma i Urban-in, uz finansijsku podršku EU, izadjena je publikacija Uvod u društveno odgovorno poslovanje i korporativnu filantropiju, u okviru koje je takođe prikazano stanje u ovoj oblasti.

Američka privredna komora u Srbiji (2009, Beograd) je izdala pregled *Najbolje prakse društveno odgovornog poslovanja u Srbiji u 2009.*

CSR vodič - tumačenje i procena ispunjenosti indikatora CSR sertifikacije, 2012. Nacionalna alijansa za lokalni ekonomski razvoj (NALED) i SMart kolektiv, sadrži analizu stanja u oblasti DOP-a.

Istraživanje koje je sproveo IPSOS Stratedžik marketing na zahtev Smart kolektiva u 2013. godini

Takođe, analizom stanja u vezi sa DOP-om u RS, bavili su se i studenti akademskih master i doktorskih studija na univerzitetima u RS, u okviru svojih završnih teza.



Informacije o izveštavanju o održivom poslovanju

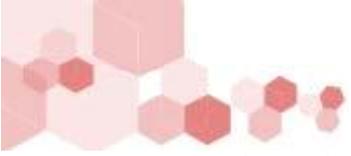
1. Da li postoje regulatorni zahtevi u vezi otkrivanja ne-finansijskih informacija (generalno, specifični za sektor, u vezi prodaje akcija, itd.)?

Prema *Zakonu o računovodstvu i reviziji* (2006), za pravna lica i preduzetnike je predviđena obaveza priznavanja i procenjivanja imovine i obaveza, prihoda i rashoda, sastavljanje, prikazivanje, dostavljanje, obelodanjivanje i obrada godišnjih finansijskih izveštaja, uslovi i način vršenja revizije finansijskih izveštaja i interna revizija, u skladu sa zakonskom, profesionalnom i internom regulativom (pod zakonskom regulativom podrazumevaju se zakoni i podzakonski propisi koji se donose za izvršavanje zakona; pod profesionalnom regulativom podrazumevaju se Okvir za pripremanje i prikazivanje finansijskih izveštaja; Međunarodni računovodstveni standardi – MRS (International Accounting Standards - IAS), odnosno Međunarodni standardi finansijskog izveštavanja - MSFI (International Financial Reporting Standards - IFRS), tumačenja koja su sastavni deo standarda, Međunarodni standardi revizije - MSR (International Standards on Auditing - ISA) i Kodeks etike za profesionalne računovođe (Code of Ethics for Professional Accountants); pod internom regulativom podrazumevaju se opšti akti koje donosi pravno lice, odnosno preduzetnik, a koji sadrže posebna uputstva i smernice za vođenje poslovnih knjiga, računovodstvenu politiku za priznavanje, procenjivanje imovine i obaveza, prihoda i rashoda, uputstva i smernice za usvajanje, dostavljanje i obelodanjivanje finansijskih izveštaja, kao i druga pitanja vođenja poslovnih knjiga i sastavljanja finansijskih izveštaja za koja je ovim zakonom propisano da se uređuju opštim aktom pravnog lica, odnosno preduzetnika, u skladu sa zakonskom i profesionalnom regulativom. Malo pravno lice i preduzetnik može, a veliko pravno lice, srednje pravno lice, pravno lice koje u skladu sa zakonom sastavlja konsolidovane finansijske izveštaje, pravno lice koje javnom ponudom izdaje hartije od vrednosti ili čijim se hartijama trguje na organizovanom tržištu hartija od vrednosti, obavezno primenjuju MRS, odnosno MSFI.

Pravno lice i preduzetnik sastavljaju i prikazuju finansijske izveštaje za tekuću poslovnu godinu sa stanjem na dan 31. decembra tekuće godine. Pravno lice, odnosno preduzetnik, kod koga nastanu statusne promene (spajanje, podela i odvajanje), sastavlja finansijske izveštaje na dan utvrđen u odluci o promeni.

Finansijski izveštaji obuhvataju: bilans stanja, bilans uspeha, izveštaj o tokovima gotovine, izveštaj o promenama na kapitalu, napomene uz finansijske izveštaje i statistički aneks. Bilans stanja predstavlja pregled imovine, obaveza i kapitala na određeni dan. Bilans uspeha predstavlja pregled prihoda, rashoda i rezultata ostvarenih u određenom vremenskom periodu. Izveštaj o tokovima gotovine pruža informacije o primanjima i izdavanjima gotovine i gotovinskih ekvivalenata tokom određenog obračunskog perioda. Izveštaj o promenama na kapitalu pruža informacije o promenama na kapitalu pravnih lica tokom određenog obračunskog perioda.

Ministar finansija propisuje sadržinu i formu obrazaca finansijskih izveštaja za potrebe jedinstvenog informisanja i statističke obrade za privredna društva, zadruge, preduzetnike i druga pravna lica. Guverner Narodne banke Srbije propisuje sadržaj i formu obrazaca finansijskih izveštaja za Narodnu banku Srbije, banke i druge finansijske organizacije, društva



za osiguranje, davaoce finansijskog lizinga, dobrovoljne penzijske fondove i društva za upravljanje dobrovoljnim penzijskim fondovima. Komisija za hartije od vrednosti propisuje sadržaj i formu obrazaca finansijskih izveštaja za investicione fondove, društva za upravljanje investicionim fondovima i berze i brokersko-dilerska društva.

Pravna lica, odnosno preduzetnici dužni su da redovne godišnje finansijske izveštaje za izveštajnu godinu dostave Agenciji za privredne registre, najkasnije do kraja februara naredne godine. Primljene finansijske izveštaje Agencija registruje u Registru finansijskih izveštaja i podataka o bonitetu pravnih lica i preduzetnika. Primljene finansijske izveštaje Agencija obrađuje i objavljuje podatke iz tih izveštaja, na osnovu kojih se sagledavaju rezultati poslovanja i finansijski položaj pravnih lica i preduzetnika.

Registar finansijskih izveštaja je centralna, javna, jedinstvena elektronska baza podataka iz finansijskih izveštaja, kao i podataka o bonitetu pravnih lica i preduzetnika, na osnovu kojih se sagledavaju rezultati poslovanja i finansijski položaj pravnih lica i preduzetnika, kao i privredna kretanja u Republici Srbiji. Agencija je dužna da finansijske izveštaje čuva deset godina.

Takođe, kao što smo već napomenuli, *Zakon o ravnopravnosti polova* je propisao obavezu za poslodavca koji ima u radnom odnosu više od 50 zaposlenih na neodređeno vreme da usvoji Plan mera za otklanjanje ili ublažavanje neravnomerne zastupljenosti polova za svaku kalendarsku godinu, a po isteku godine poslodavac je dužan da podnese godišnji Izveštaj o sprovođenju plana mera iz prethodne godine.

2. Da li postoji neka mera podrške za preduzeća u vezi objavljivanja ne-finansijskih informacija na nacionalnom nivou?

Mere podrške za preduzeća u vezi objavljivanja ne-finansijskih informacija na nacionalnom nivou još uvek nepostoje, iako je Vlada istakla svoju opredeljenost ka podršci DOP-a i gleda na kompanije kao ključne aktere u predstavljanju i unapređenju ove oblasti.

3. Da li je objavljivanje ne-finansijskih informacija važna tema u kampanjama, pritiscima NVO grupa, itd.?

Kao što smo napred napomenuli, pritisak koji na preduzeća u RS vrše mediji, nevladine organizacije, potrošači, sindikati, investitori, poslovni partneri i Država, a koji je reakcija na društveno neodgovorno ponašanje, neuporedivo je manji nego u razvijenim zemljama. Delom zahvaljujući tome, prisutna je nedovoljna posvećenost kompanija unapređenju poslovne prakse u oblastima: ljudskih prava, standardima rada, zaštiti životne sredine i borbi protiv korupcije, a koje oblasti bi mogle da procese prilagođavanja na tržišni model ekonomskih odnosa učine bar delom pravednijim i inkluzivnijim. Ovo sve i s obzirom da kompanije u Srbiji prolaze težak period, suočavajući se sa ekonomskim posledicama ratnih razaranja, svetske finansijske krize itd, a one kompanije koje su uspele da opstanu nalaze se pred ekonomskim izazovom pristupanja EU u bliskoj budućnosti.



Ipak, možemo reći da se ovakva klima menja, čemu doprinose i same kompanije koje sve više shvataju da je njihova održivost povezana sa održivošću društva u celini, i na sopstvenu inicijativu sačinjavaju, javno objavljuju i promovišu svoje ne-finasijske izveštaje.

4. Da li postoje dostupne informacije o tome koliko preduzeća objavljuje ne-finasijske informacije?

Kao što smo već napred napomenuli, same kompanije koje sačinjavaju nefinasijske izveštaje, iste i objavljuju i javno promovišu samostalno ili tokom različitih kampanja. Treba napomenuti, da članice mreže Globalnog dogovora u Srbiji, koja trenutno broji 94 pravna subjekta, redovno podnose izveštaje o napretku i angažovanju u oblasti DOP-a.

5. Koliko preduzeća izveštava u skladu sa GRI-okvirom? Koliko preduzeća podnosi "saopštenje o izveštaju o napretku" u okviru UN Global Kompakta?

S obzirom da ne postoje obavezujući nacionalni standardi i zakoni za kompanije da izveštavaju u skladu sa sa GRI-okvirom i standardima u okviru UN Globalnog dogovora, ova obaveza kompanija je volontaristička, te precizna statistika ne postoji.

Ovom prilikom je bitno istaći i da postoji mnogo načina na koji principi DOP-a mogu biti praktično sprovedeni i svaka kompanija treba da ima izbor da se odluči za onaj metod koji ima najviše smisla u kontekstu njenog poslovanja i okolnosti u kojima posluje.

Ipak, članice mreže Globalnog dogovora u Srbiji (94), redovno podnose izveštaje o napretku i angažovanju u oblasti DOP-a u skladu sa Principima globalnog dogovora, kojom prilikom se kao osnova za pripremu i izradu godišnjih izveštaja o održivom razvoju koriste GRI standardi.

6. Da li postoje neki nacionalni standardi u izveštavanju?

U Republici Srbiji postoji duga istorija podrške kompanija lokalnim zajednicama i dokazano socijalno angažovanje u poslovanju kompanija u prošlosti, kao što je razvijen sistem bezbednosti i zdravlja na radu, poboljšanje obrazovnog i profesionalnog nivoa zaposlenih, objekti za zdravstvenu negu i obdaništa u okviru većih preduzeća i dr.

Ipak, koncept DOP-a ne može da se izjednači sa načinom na koji su kompanije uzimale u obzir socijalna pitanja u prošlosti u okviru njihovog poslovanja, pošto ovaj moderan koncept zahteva razvoj takvog angažmana i uvođenje odgovornih praksi u svim segmentima poslovnih delatnosti i u proizvodima i uslugama, a ne samo angažman u eksternim manifestacijama socijalne odgovornosti. Primeri kompanija koje shvataju ovu razliku nisu toliko rasprostranjeni, tako da može da se tvrdi da ne postoji dovoljno znanja o tome kako treba da se primeni DOP, naročito po pitanju tačnih aktivnosti koje bi kompanije mogle da preduzmu. Uopšteno govoreći, kompanije, a naročito kompanije u domaćem vlasništvu i dalje nedovoljno razlikuju DOP od korporativne filantropije i poštovanja zakona.

Broj kompanija koje ugrađuju koncept i praksu DOP-a kao integralni deo njihove poslovne strategije je i dalje relativno nizak i ne omogućava poslovnom sektoru da iskoristi činjenicu da neke aktivnosti DOP-a nisu samo odgovornost prema društvu, već takođe i prilika za razvoj



konkurentnih prednosti. Kao rezultat ovoga, samo mali broj kompanija uveo je u svoju organizacionu strukturu poziciju menadžera DOP-a.

Kao što smo već rekli, ne postoje obavezujući nacionalni standardi za kompanije da izveštavaju, sem obaveza po Zakonu o računovodstvu i reviziji, koji se, u skladu sa svojom osnovnom svrhom donošenja, ipak više odnosi na finansijsko izveštavanje pravnih lica i preduzetnika, odnosno obaveza u skladu sa Zakonom o ravnopravnosti polova.

I zato, najslabija tačka u sistemu DOP-a kod kompanija jeste izveštavanje o nefinansijskim aspektima poslovanja, odnosno o uticaju na životnu sredinu i socijalnu sredinu. Većina kompanija i dalje ne obezbeđuje takve izveštaje, a neke od njih ni ne prepoznaju značaj i svrhu takvog izveštavanja. Štaviše, kompanije koje ulažu napore u ovoj oblasti retko koriste međunarodno priznate standarde ili sisteme opsežnog izveštavanja, tako da napori da se ovi izveštaji otvore i za širu publiku ostavljaju dosta prostora za poboljšanje.

Ovom prilikom moramo takođe napomenuti, da je u RS, čak šta više, prisutno i kršenje osnovnih zakona u odnosima sa zaposlenima, prema životnoj sredini, te je s toga teško govoriti o društvenoj odgovornosti kompanija.

Ipak, činjenica je da se vremenom nameću izvesni standardi dobre prakse i da društvena odgovornost dodatno dobija na značaju u vremenu finansijske krize kroz koju Srbija prolazi budući da je DOP jedan od načina za stvaranje uslova za ekonomski razvoj. Slika se takođe lagano menja, i iz razloga što određeni broj multinacionalnih korporacija koje posluju u regionu imaju svoja sedišta za Jugoistočnu Evropu u Beogradu, što obezbeđuje priliv inostranog znanja i iskustva, uključujući i znanje i iskustvo iz oblasti DOP-a.

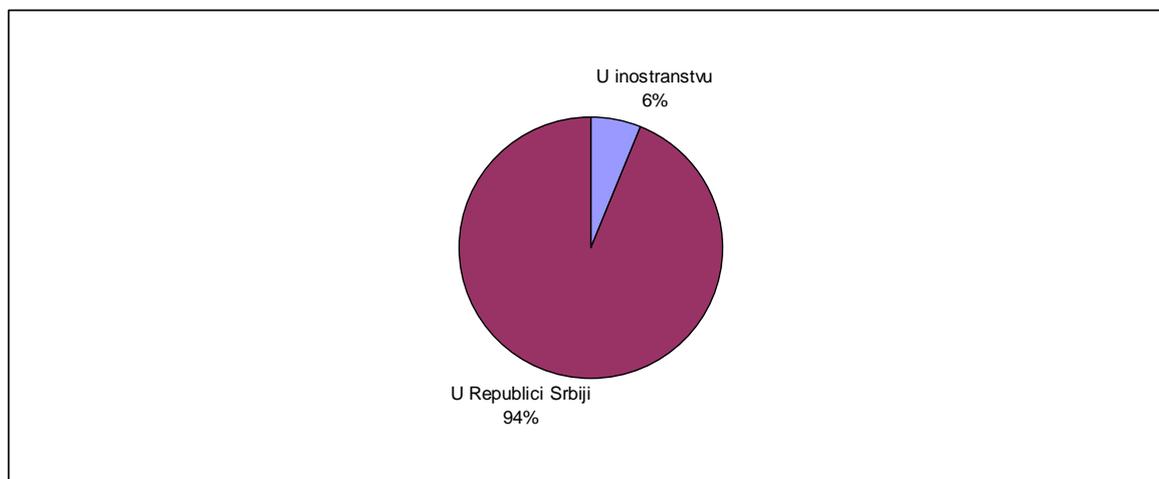
Iz svega se nameće zaključak, da je usled nedostatka nacionalnih standarda, potrebno nastaviti sa daljom promocijom i poboljšanjem razumevanja principa DOP-a, kao i ključnih resursa uz pomoć kojih bi ovi principi mogli da se integrišu u poslovanje, i to od strane samih kompanija koje ih sprovode.



IV. Rezultati ankete

Informacije o preduzeću

1. Gde je sedište vašeg preduzeća?

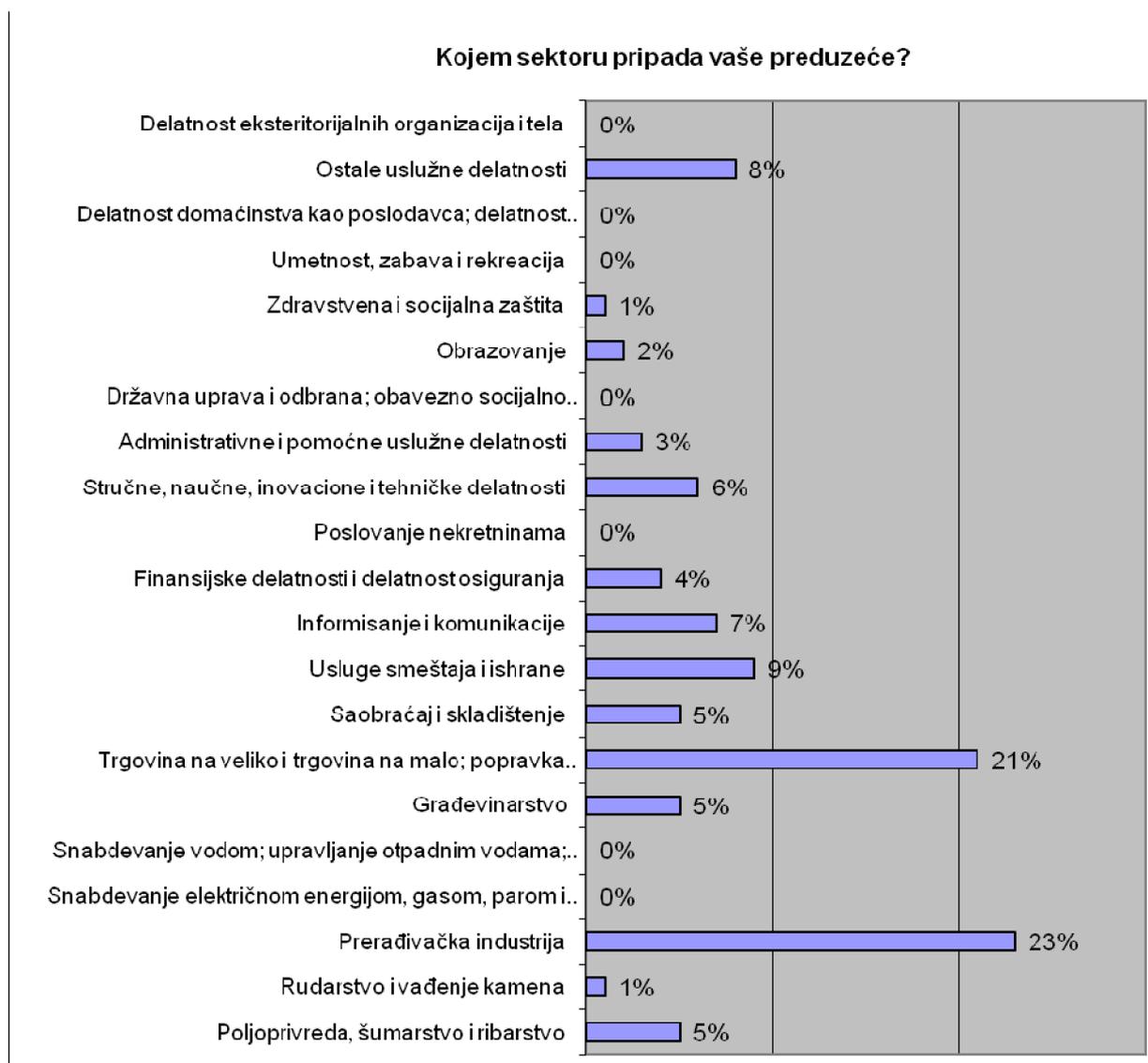


Većina preduzeća iz uzorka (94%) je sa sedištem u Republici Srbiji.

Od preduzeća iz uzorka sa sedištem u Srbiji, u skladu sa kategorizacijom Republičkog zavoda za statistiku, 17% preduzeća ima više od 250 zaposlenih (velika preduzeća), 19% preduzeća imaju od 50 do 249 zaposlenih (srednja preduzeća), 41% zapošljava od 10 do 49 zaposlenih (mala preduzeća), a 23% zapošljava do 10 zaposlenih (mikro preduzeća).

Od preduzeća sa sedištem u inostranstvu, u skladu sa kategorizacijom Republičkog zavoda za statistiku, 83% preduzeća ima više od 250 zaposlenih (velika preduzeća), dok 17% zapošljava od 10 do 49 zaposlenih (mala preduzeća).

2. Kojem sektoru pripada vaše preduzeće?



Što se tiče delatnosti preduzeća, odnosno sektora kojemu preduzeća pripadaju, potrebno je istaći da preduzeća u Republici Srbiji imaju pretežnu delatnost, koja se registruje u skladu sa zakonom o registraciji, ali da ista mogu obavljati i sve druge delatnosti koje nisu zakonom zabranjene nezavisno od toga da li su određene osnivačkim aktom preduzeća, odnosno statutom.

Sektorski gledano, najviše preduzeća sa sedištem u Srbiji je iz sektora prerađivačke industrije (23%), zatim slede preduzeća iz sektora trgovine na veliko i malo, popravka motornih vozila i motocikala (21%), onda preduzeća čija je pretežna delatnost usluge smeštaja i ishrane (9%), tako da 45% preduzeća obavlja ostale delatnosti.

U odnosu na preduzeća sa sedištem u inostranstvu, slika je drugačija, odnosno većina preduzeća je iz sektora finansijske delatnosti i osiguranja (50%), zatim informisanja i komunikacije (30%), dok je 20% iz sektora prerađivačke industrije.



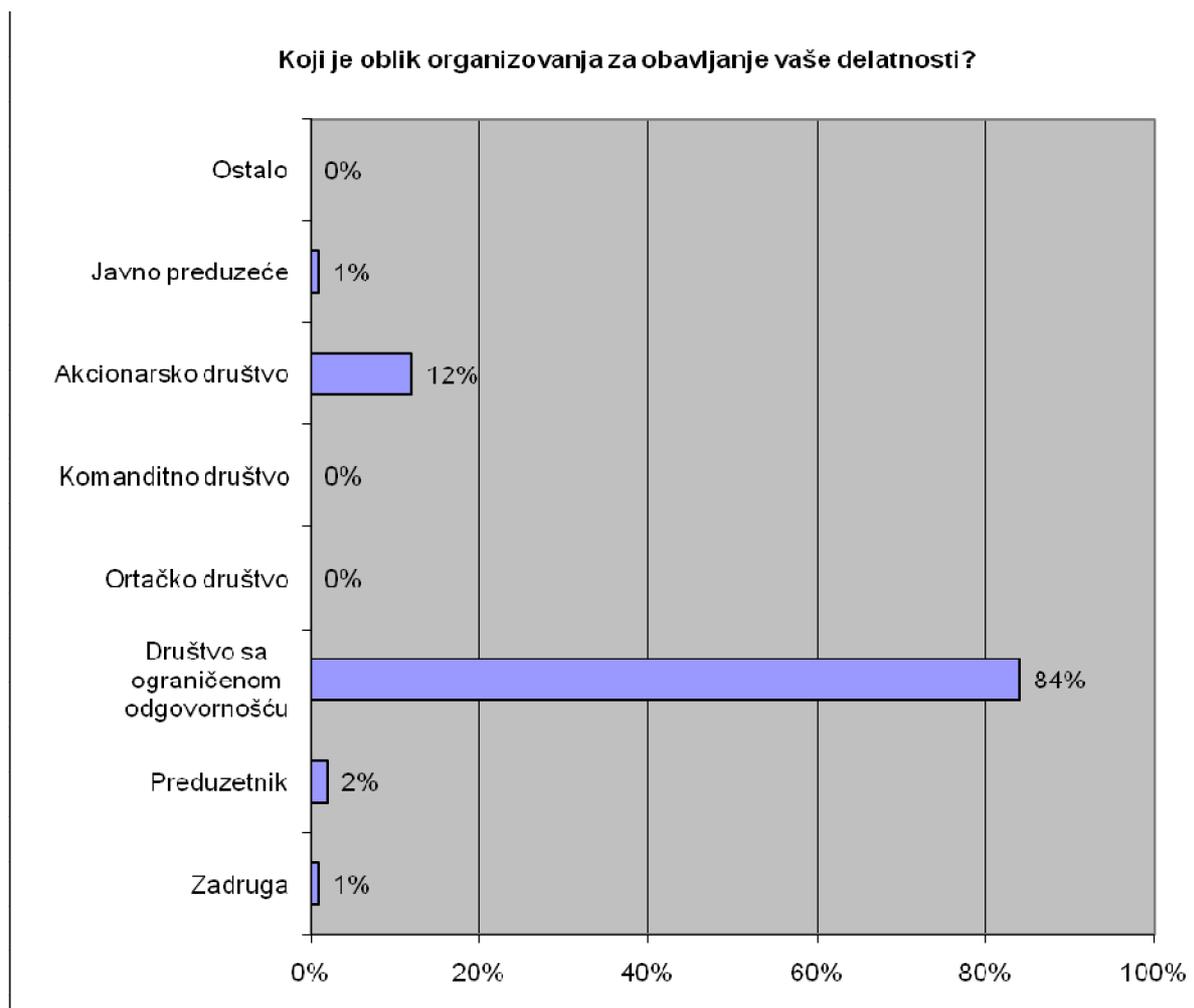
3. Da li možete da navedete šestocifrenu šifru delatnosti za koju je vaše preduzeće registrovano u skladu sa NACE klasifikacijom?

U vezi ovog pitanja iz upitnika, potrebno je istaći da je svega nekoliko ispitanika navelo šifru delatnosti svog preduzeća u skladu sa NACE klasifikacijom, što upućuje na zaključak da je među preduzećima (poslodavcima) u Republici Srbiji još uvek nizak nivo znanja o standardima, koji su uslov za registraciju/obavljanje delatnosti u Evropskoj uniji i da je neophodno širenje svesti o potrebi usvajanja ovih standarda radi mogućnosti poslovanja na tržištu EU.

4. Koji je oblik organizovanja za obavljanje vaše delatnosti?

Kao mali uvod, potrebno je istaći da se u Republici Srbiji *Zakonom o privrednim društvima* uređuje pravni položaj privrednih društava (preduzeća), a naročito njihovo osnivanje, upravljanje, statusne promene, promene pravne forme, prestanak i druga pitanja od značaja za njihov položaj, kao i pravni položaj preduzetnika. Odredbe ovog zakona se takođe primenjuju na sve ekonomske delatnosti koje su uspostavljene i obavljaju se u skladu sa posebnim zakonom, osim ako tim zakonom nije drugačije propisano.

Osnivanje javnih preduzeća i zadruga je regulisano posebnim zakonima.



Većina preduzeća iz uzorka, čak 84%, osnovano je i posluje u pravnoj formi društva sa ograničenom odgovornošću (društvo u kome jedan ili više članova društva imaju udele u osnovnom kapitalu društva, s tim da članovi društva ne odgovaraju za obaveze društva osim u slučaju zloupotrebe pravila o ograničenoj odgovornosti).

Nadalje, 12% preduzeća svoju delatnost obavlja u pravnoj formi akcionarskog društva (društvo čiji je osnovni kapital podeljen na akcije koje ima jedan ili više akcionara koji ne odgovaraju za obaveze društva osim u slučaju zloupotrebe pravila o ograničenoj odgovornosti).

Takođe, 2% predstavljaju preduzetnici (poslovno sposobno fizičko lice, koja obavlja delatnost u cilju ostvarivanja prihoda i koje je kao takvo registrovano u skladu sa zakonom o registraciji).

Treba dodati i to da je u uzorku bilo i 1% javnih preduzeća, kao i 1% zadruga.

5. Koliko zaposlenih zapošljava vaše preduzeće?

Grafikon u skladu sa kategorizacijom Republičkog zavoda za statistiku, odnosno podelom na mikro, mala, srednja i velika preduzeća:



Prema podacima iz uzorka, najviše zaposlenih - 41% je zaposleno u malim preduzećima (od 10 do 49 zaposlenih), zatim u mikro preduzećima (do 10 zaposlenih) - 23%, u srednjim (od 50 do 249) - 19%, a najmanje u velikim preduzećima (250 i više zaposlenih) - 17%.

Sektorski gledano prema uzorku, najviše zaposlenih je u sektoru prerađivačke industrije - 22%, u sektoru finansija i osiguranja - 19%, trgovine na veliko i malo, popravke motornih vozila i motocikala - 16%, da sektor informisanja i komunikacije zapošljava 8%, te da ostali sektori zapošljavaju preostalih 35% zaposlenih.

Velika preduzeća su iz sektora proizvodnje (35%), po 18% ih je iz sektora finansija i osiguranja i trgovine na veliko i malo, po 12% je iz sektora informacija i komunikacije i poljoprivrede, a 6% ih je iz sektora rudarstva.

Sva srednja preduzeća su u domaćem vlasništvu a većina ih je iz sektora proizvodnje (32%), za kojim slede trgovina na veliko i malo (26%), dok su drugih iz raznih sektora.



Većina malih preduzeća je takođe iz sektora proizvodnje i trgovine na malo i veliko, sa po 27% preduzeća u svakom od njih, dok su druga preduzeća ih raznih sektora.

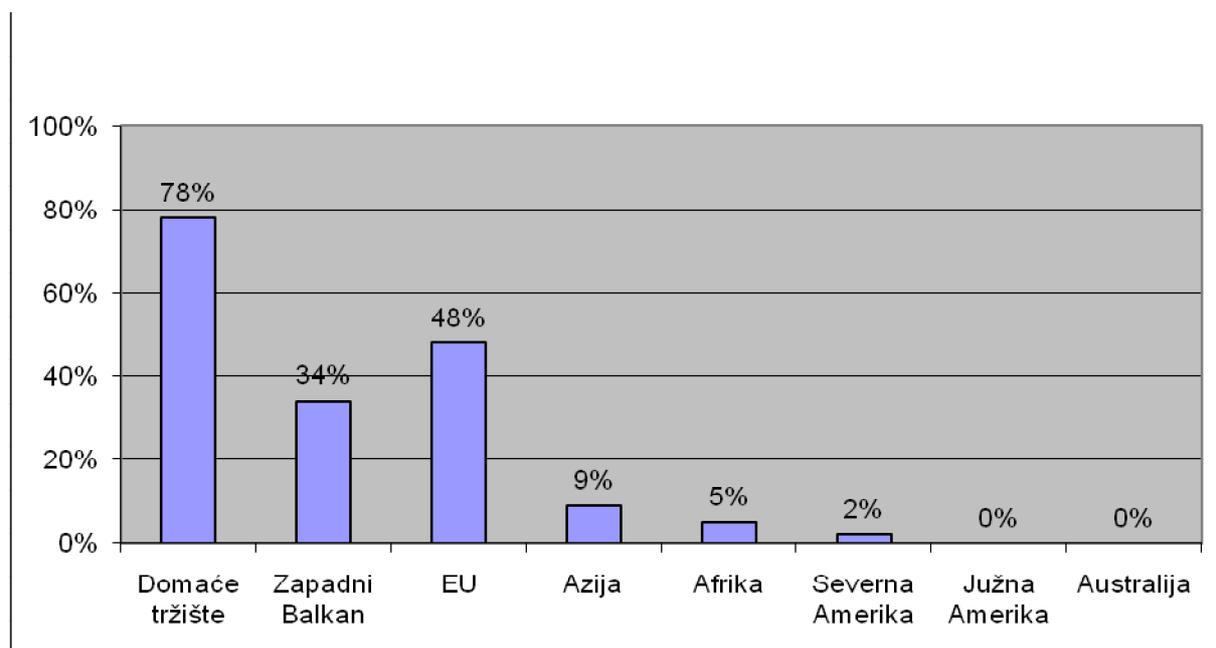
Mikro preduzeća su iz raznih sektora, a najzastupljeniji su sektori smeštaja i ishrane i trgovine na veliko i malo, sa po 5% svaki.

6. Navedite broj zemalja u kojima vaše preduzeće ima aktivnosti

Prema podacima iz uzorka, može se zaključiti da najviše, čak 31% preduzeća svoju delatnost obavljaju isključivo u Republici Srbiji, da 15% svoju delatnost obavljaju u dve zelje, 21% svoju delatnost obavljaju u 5 zemalja, 16% u 10 zemalja, ostalih 16 % u više od 10 zemalja, a jedno preduzeće u čak 40 zemalja.

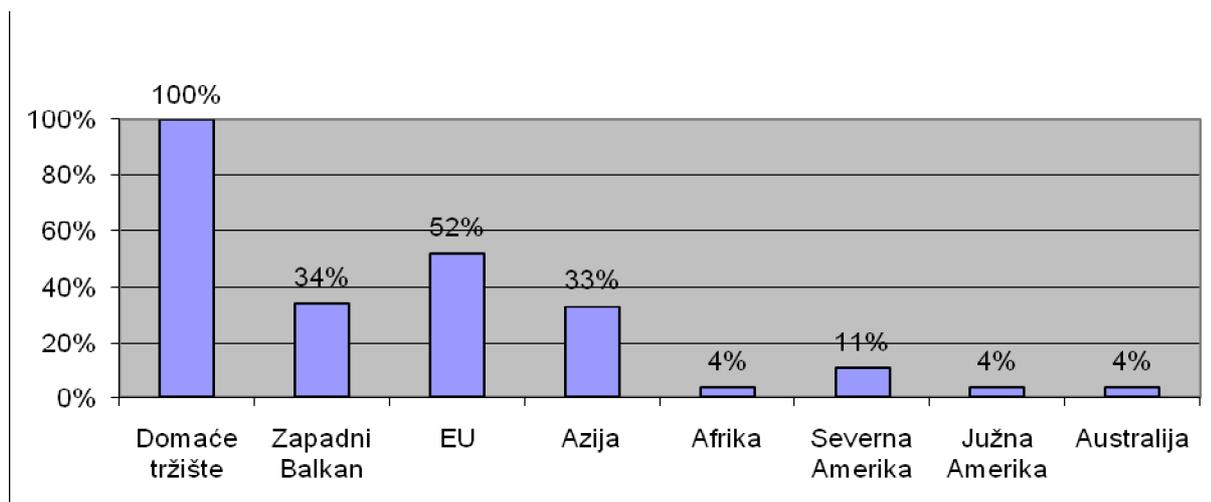
Gledano sa aspekta veličine preduzeća, može se zaključiti da veličina preduzeća nije presudna za poslovanje preduzeća van granica Srbije (npr. kod sektora trgovine (koji zapošljava veliki broj zaposlenih), s obzirom da su ispitanici bili pretežno domaći trgovinski lanci i mala preduzeća, i koji su još uvek isključivo okrenuti ka domaćem potrošaču), dok je ista bitna u sektoru finansija i osiguranja, sektoru informisanja, prerađivačkoj industriji, što je i logično.

7. Označite regionalnu prisutnost vaših poslovnih partnera (npr. partneri u zajedničkom ulaganju). Označite sve što je primenljivo.



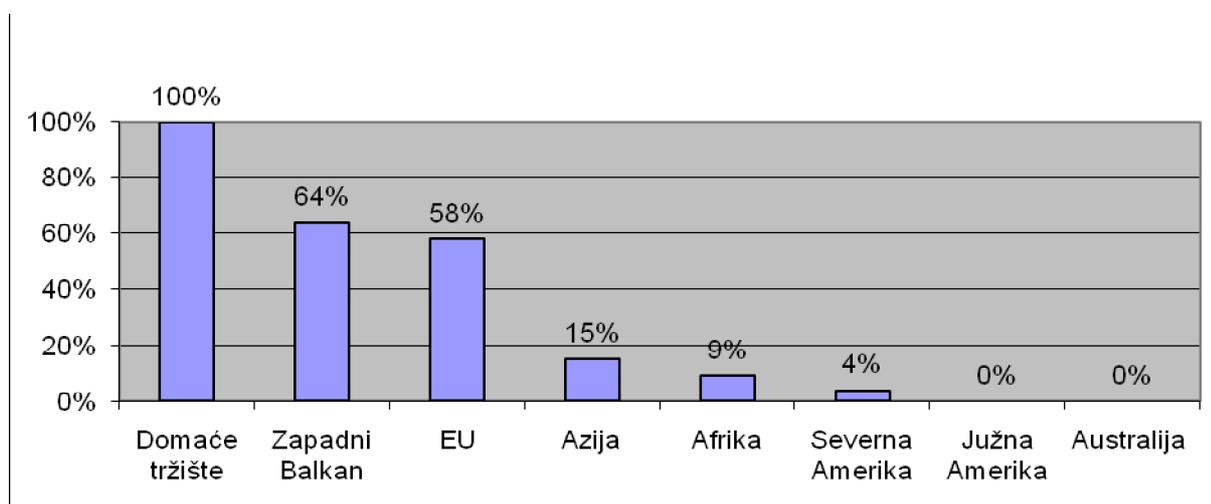
Iz dobijenih podataka se jasno može zaključiti da su poslovni partneri anketiranih preduzeća većinom iz Republike Srbije, i to čak 78%, da je 48% poslovnih partnera preduzeća iz uzorka iz Evropske unije, da je 34% iz zemalja Zapadnog Balkana, 9% iz Azije, 5% iz Afrike, samo 2% iz Severne Amerike, kao i da poslovnih partnera među preduzećima - ispitaniciima iz zemalja Južne Amerike i Astralije nema.

8. Označite regionalnu prisutnost vaših direktnih snabdevača. Označite sve što je primenljivo.



U odnosu na regionalnu prisutnost direktnih snabdevača preduzeća iz uzorka možemo konstatovati da svi oni imaju svoje direktne dobavljače u Republici Srbiji. Takođe većina (52%) ima direktne dobavljače u zemljama Evropske unije, 34% njih je ove dobavljače našla u zemljama Zapadnog Balkana, 33% u zemljama Azije, 11% u zemljama severne Amerike, a po 4% u zemljama Afrike, Južne Amerike i Australije.

9. Kakva je regionalna prisutnost klijenata? Označite sve što je primenljivo.



U odnosu na regionalnu prisutnost klijenata, preduzeća iz uzorka su sva okrenuta ka domaćem tržištu/klijentu/potrošaču. Takođe, ista su dobrim delom prisutna i u zemljama Zapadnog Balkana, čak 64%, u zemljama EU - 58%, ali i zemljama Azije - 15%, afrike - 9%, Severne Amerike - 4%, dok tržišta zemalja Južne Amerike i Azije, za preduzeća iz uzorka još uvek nisu dostupna/atraktivna.

DEO 1 – Društveno odgovorno poslovanje

1.1 Opšta svest o DOP

1. Da li ste upoznati sa značenjem pojma DOP?



Prema dobijenom uzorku, može se zaključiti da je većina preduzeća (87%) upoznata sa značenjem pojma *Društveno odgovorno poslovanje*, odnosno da samo 13% preduzeća nije upoznato.

Upoznatost preduzeća s DOP-om	Mikro	Malo	Srednje	Veliko
Da	70%	95%	79%	100%
Ne	30%	5%	21%	0%
Ukupno	100%	100%	100%	100%

U odnosu na veličinu preduzeća, može se zaključiti da je najveći nivo znanja o pojmu DOP, kod velikih preduzeća (odnosno da su sve kompanije iz uzorka upoznate sa značenjem pojma, kao i da su standarde ugradile u svoj korporacijski *Core (jezgro)*). Takođe, gotovo ista slika (95%) je kod malih preduzeća, nešto manja (79%) kod srednjih, a najmanji, ali ipak ne i zanemarljivi nivo (70%) beleži se kod mikro preduzeća.

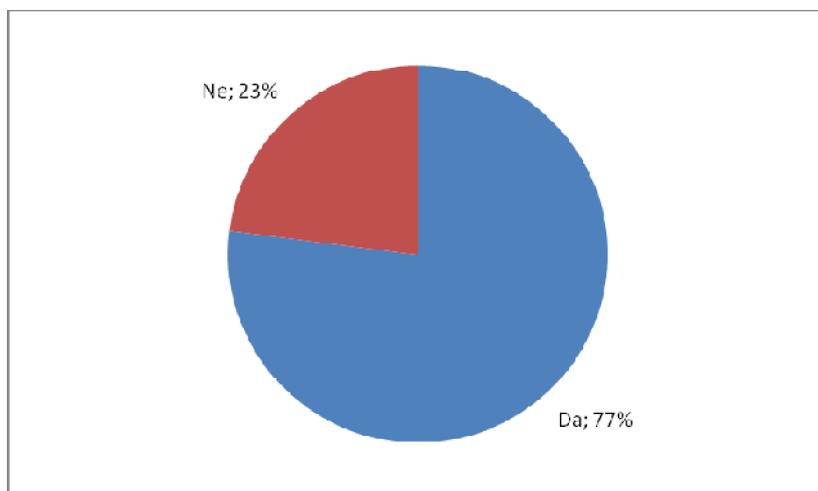
Ako jeste, od kada je vaše preduzeće upoznato?

Analizom odgovora iz uzorka, dolazi se do zaključka da se većina preduzeća izjašnjava da posluje kao društveno odgovorna kompanija od samog svog osnivanja. Ipak, ako bi se dao kratak pregled, može se zaključiti da su se u pravom smislu reči sa DOP-om kompanije u Srbiji upoznale tokom 90-ih godina prošlog veka, ali da ima i onih koje se sa istim konkretno upoznavaju tek od 2000. godina pa na ovamo.

Uzrok niskog nivoa znanja o DOP-u i njegovim prednostima, kao i kasnom upoznavanja sa istim, treba tražiti u društveno-političkoj i ekonomskoj situaciji u Republici Srbiji od 90-ih godina prošlog veka pa naovamo (ratovima na prostoru bivše Jugoslavije, periodu strukturnog

prilagođavanja tržišnim uslovima privređivanja i dr. činiocima, a koje je pomenuto u prvom delu našeg istraživanja).

2. Da li je vaše preduzeće aktivno u oblasti DOP?



Podaci iz uzorka pokazuju da je stepen aktivnosti u oblasti DOP-a u preduzećima prilično visok - čak 77%, odnosno da 23% preduzeća nisu aktivna u oblasti DOP-a.

U odnosu na veličinu preduzeća, potrebno je istaći da su sva anketirana velika preduzeća aktivna u oblasti DOP-a, ali takođe da je kod mikro, malih i srednjih preduzeća ta slika šarolika.

Aktivni u oblasti DOP-a	Mikro	Mala	Srednja	Velika
Da	61%	78%	74%	100%
Ne	39%	22%	26%	0%
Ukupno	100%	100%	100%	100%

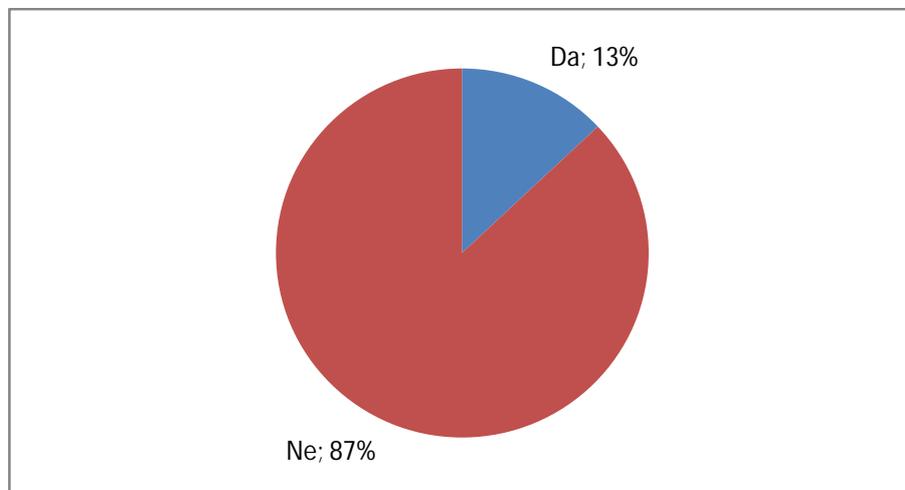
Gledano u odnosu na tri najzastupljenija sektora, možemo reći da je u oblasti DOP-a najaktivniji sektor prerađivačke industrije sa 24%, zatim sektor trgovine na veliko i malo, popravke motornih vozila i motocikala sa 21%, i na kraju sektor usluga sa 7%.

Generalno gledano, na osnovu dobijenih podataka, možemo zaključiti da je u Republici Srbiji prilično značajan nivo aktivnosti preduzeća u oblasti DOP-a, uprkos činjenici da je srpska privreda sa zakašnjenjem ušla u procese prilagođavanja na tržišni model ekonomskih odnosa, koji proces je praćen značajnim troškovima, koji se odnose na pad društvenog proizvoda, pad zaposlenosti i pojavu inflacije, i koje troškove je moralo da *plati* celokupno društvo. Ali, kao što smo u i uvodnom delu rekli, srpska ekonomija se danas nalazi na važnoj prekretnici, i Vlada intenzivira svoj program pro-biznis reformi, koje bi trebale da daju dobre rezultate i utiču na oporavak i stabilizaciju privrede, što bi sigurno trebalo da se odrazi i na povećanje aktivnosti preduzeća u oblasti DOP-a.



1.2 DOP upravljanje u vašem preduzeću

1. Da li vaše preduzeće ima odeljenje koje je nadležno za upravljanje društvenom odgovornošću?



Podaci iz uzorka jasno pokazuju da većina kompanija – 87% nema odeljenje nadležno za pitanja socijalne odgovornosti, a da samo 13% kompanija ima takvo odeljenje.

Kada je u pitanju veličina kompanija, treba primetiti da su, kao što je očekivano, kompanije koje imaju takva odeljenja gledano po veličini ili velike ili srednje, odnosno njihov udeo je 69% odnosno 31%. Obzirom na sektore, skoro jedna četvrtina ovih preduzeća su iz finansijskog sektora (23%), dok su sektori informacija i komunikacija, proizvodnja, druge usluge, poljoprivreda podjednako zastupljeni sa 15%.

Ako ima, koje?

Većina kompanija se izjasnila da su organizacijom poslova nadležnosti za upravljanje društvenom odgovornošću poverile Službi za marketing i komunikacije. Neke od kompanija ove nadležnosti imaju u okviru Odeljenja za zaštitu životne sredine i odeljenja za zaštitu i bezbednost na radu, neke u okviru odeljenja nadležnih za opšte, pravne i poslove ljudskih resursa, druge u okviru odeljenja nadležnih za opšte i finansijske poslove, dok pojedini ispitanici u ovoj oblasti angažuju spoljne saradnike (konsultantske kuće/savetnike).

Takođe, bitno je da istaknemo da su neke od velikih kompanija organizovale odeljenja posebno za oblast DOP-a, ili su osnovali fondaciju sa namerom da se pruži pomoć u rešavanju određenih problema sa kojima se suočava srpsko društvo.

1.3 DOP prioriteti u vašem preduzeću

1. Koje od sledećih oblasti su visoko prioritete za vaše preduzeće u vezi DOP? Rangirajte od 1 (visoki prioritet) do 6 (nizak prioritet)

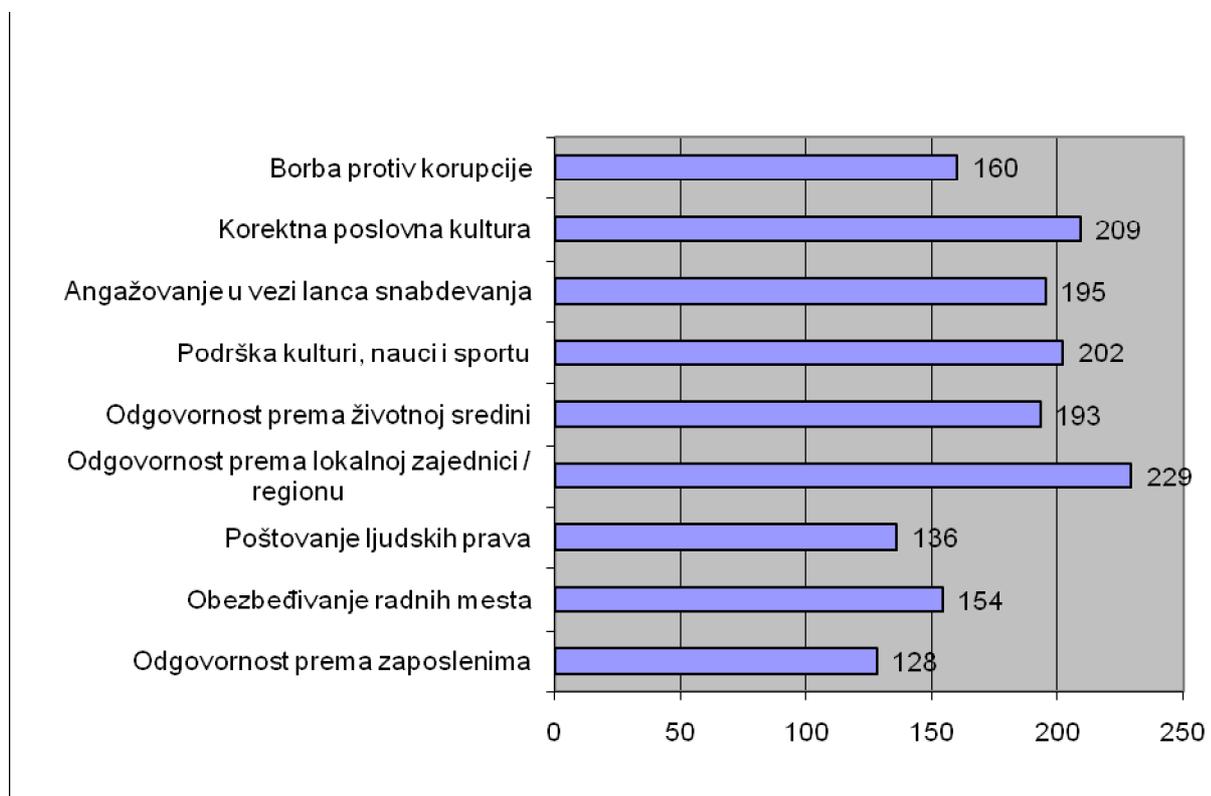


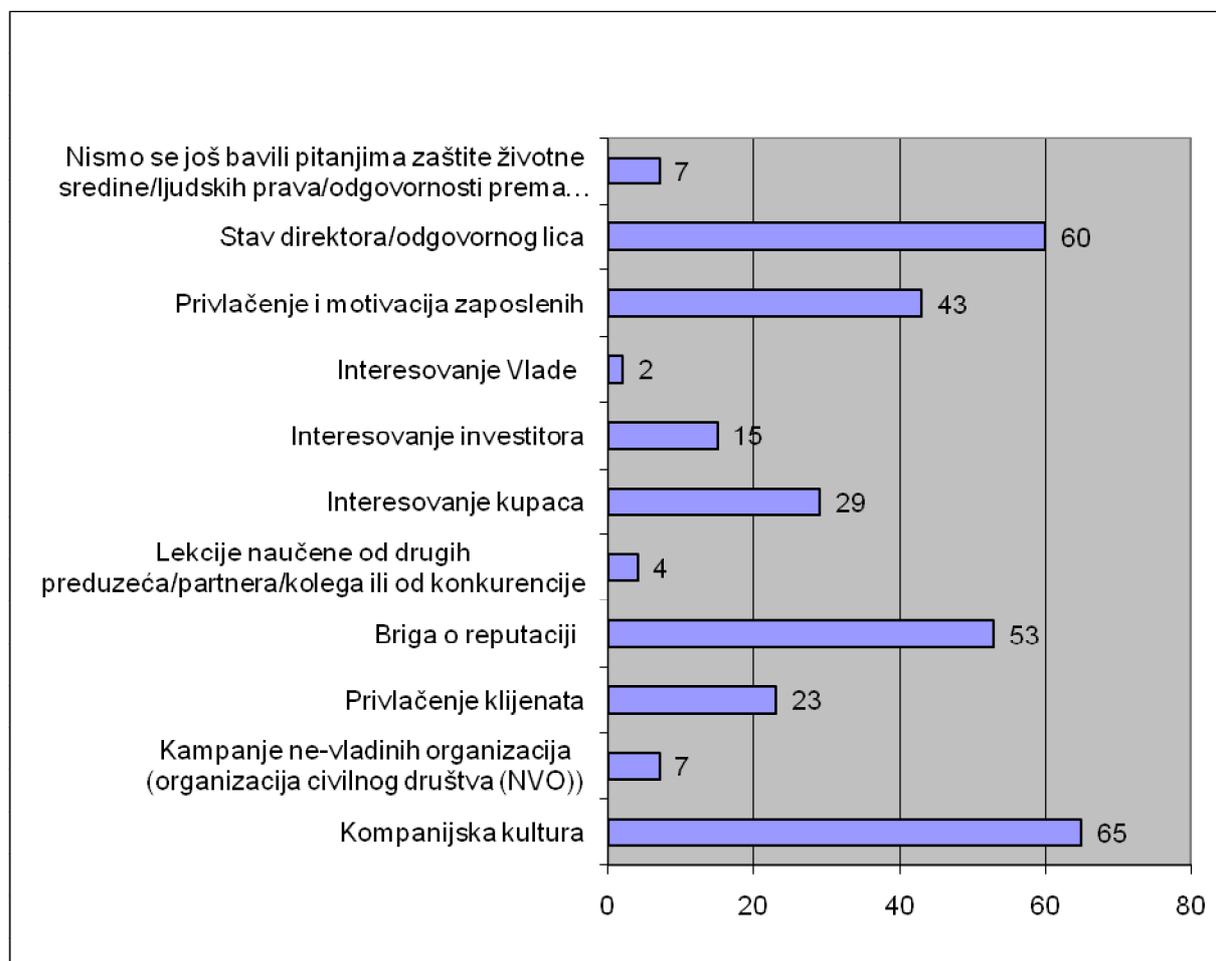
Tabela pokazuje da je briga kompanija najviše skoncentrisana na odgovornost prema zaposlenima i poštovanje ljudskih prava, dok je odgovornost prema lokalnoj zajednici ubedljivo od najmanje važnosti.

Za 55% ispitanika odgovornost prema zaposlenima je najveća briga i takođe je važno napomenuti da su ovde zastupljena naročito mikro preduzeća (40%) i za 87% njih ova briga ima apsolutan prioritet. Među preduzećima za koja je poštovanje ljudskih prava kotirano najviše na skali, većina su srednja preduzeća (35%), dok je za mala preduzeća od važnosti zaštita životne sredine i korektna poslovna kultura. Za velika preduzeća najvažniji su odgovornost prema zaposlenima, poštovanje ljudskih prava i obezbeđivanje radnih mesta.



1.4 Razlozi za angažovanje u DOP

1. Koji su razlozi za angažovanje vašeg preduzeća u DOP? Označite sve što je primenljivo.

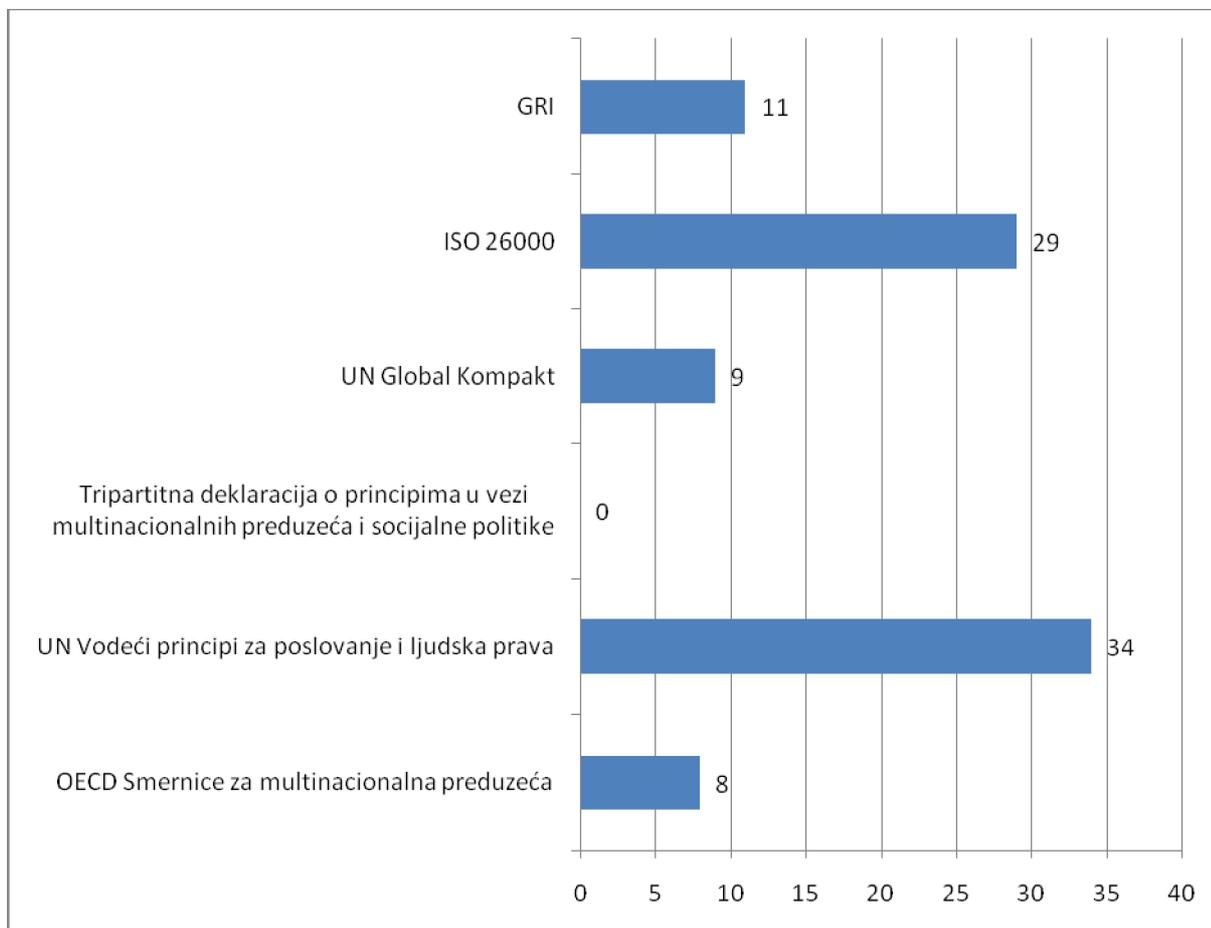


Među razlozima za angažovanje u oblasti DOP-a preduzeća su stavila na prvo mesto kompanijsku kulturu, potom stav direktora/odgovornog lica, brigu o reputaciji i drugo. Neki ispitanici su iskreno priznali da se još uvek nisu bavili pitanjima životne sredine / ljudskih prava / odgovornosti prema društvu.

Iz gore navedenog se može zaključiti da su aktivnosti u oblasti DOP-a u Srbiji još uvek isključivo rezultat vlastite inicijative kompanije, a ne toliko rezultat kampanja i zagovaranja ne-vladinih organizacija, predstavljanja javnosti dobrih praksi drugih kompanija, a ponajmanje rezultat mera / Vladine podrške.

1.5 Korišćenje DOP instrumenata, alata i inicijativa

1. Da li ste upoznati sa nekim od sledećih instrumenata i alata? Izaberite



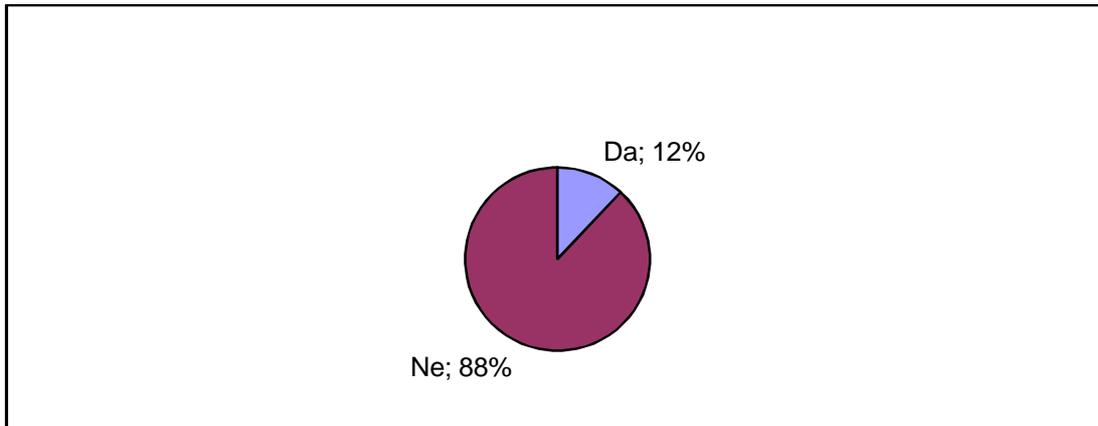
Pre davanja kratke analize dobijenih rezultata po ovom odgovoru, bitno je istaći da su preduzeća imala mogućnost da izaberu više međunarodnih instrumenata, alata i inicijativa u oblasti DOP-a, koji su ponuđeni kao primer, ali i da navedu i druge opcije.

Najviše kompanija se izjasnilo da su upoznati i da u svom poslovanju koriste *UN vodeće principe za poslovanje i ljudska prava*, zatim *ISO 26000*, *GRI smernice*, *UN global kompakt principe*, *OECD smernice za multinacionalna preduzeća*, s tim da se niti jedna kompanija nije decidno izjasnila da koristi *Tripartitnu deklaraciju o principima u vezi multinacionalnih preduzeća i socijalne politike*.

Odgovori dati za opciju *Drugo* uključuju odgovore kao što je izjava da je DOP moralna obaveza svakog poslodavca, dok je jedna kompanija istakla da je oslanjajući se na principe DOP-a, usvojila vlastiti *Kodeks ponašanja*, kao i zaseban dokument kao strategiju za dalja poboljšanja.



2. Da li koristite neki od prethodno navedenih instrumenata i alata u vezi sa vašom politikom društvene odgovornosti?



Iako su kompanije upoznate sa navedenim instrumentima i alatima, većina njih – 88%, ne koristi neke od instrumenata u vezi sa svojom politikom DOP-a, dok samo 12% kompanija koristi ove instrumente i alate.

Ako koristite, navedite koje:

Kompanije su se najviše izjašnjavale da se u svom poslovanju koriste UN vodećim principima za poslovanje i ljudska prava, UN Global Kompakt principima, ISO 2600, GRI, a neke su takođe dodale da koriste i ISO 14 2001, ISO 9000 : 2008, HACCP. Kao što je očekivano, ove kompanije su mahom iz kategorije velikih, mada je zabeležen nešto manji broj srednjih i malih. Takođe napominjemo, da su pojedine kompanije, uz svoj odgovor istakle i činjenicu da se u svom poslovanju ne samo ponašaju u skladu sa ovim najvišim principima i standardima u oblasti DOP-a, već ih u svemu dosledno sprovode, s obzirom da uredno izveštavaju u skladu sa njima.

3. Da li učestvujete u dobrovoljnim inicijativama kao što su UN Global Kompakt ili BSCI?



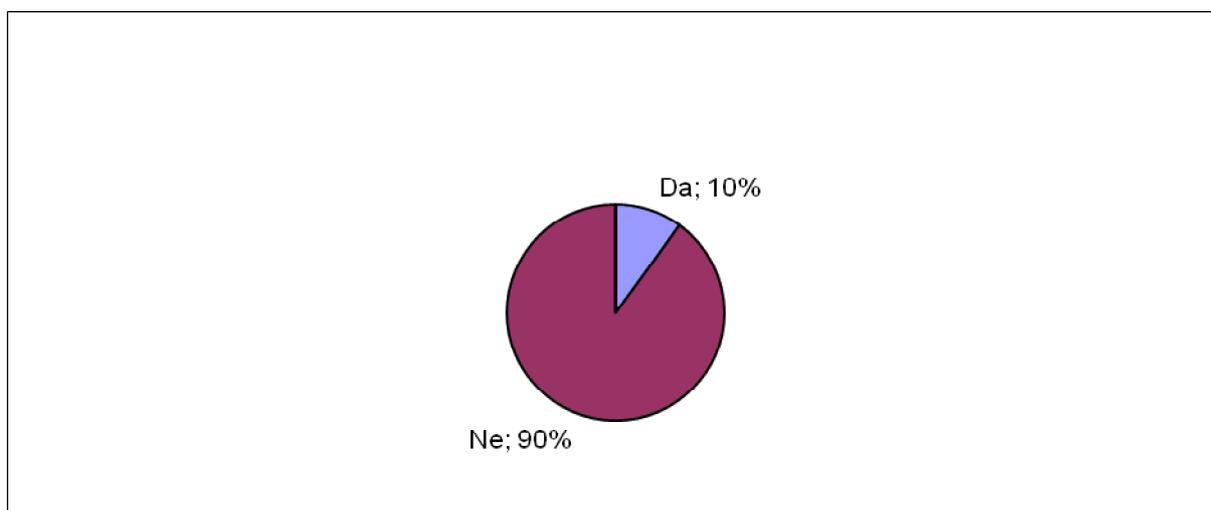


Po ovom pitanju, najviše kompanija (95%), je reklo da ne učestvuju u dobrovoljnim inicijativama kao što su UN Global Kompakt ili BSC, dok se pozitivno izjasnilo tek 5% njih. Ovom prilikom podsećamo da je u Republici Srbiji samo 94 kompanije uključeno u mrežu UN Global Kompakta.

Ako učestvujete, u kojima i od kada?

Kao što smo istakli, UN Global Kompakt mreža postoji u Republici Srbiji i čine je 94 kompanije. Mreža je ustanovljena 2007. godine i samo dvoje ispitanika je navelo godinu uključivanja, a to je upravo 2007. godina.

4. Da li vaše preduzeće ima izjavu o obavezivanju i/ili kodeks ponašanja u vezi DOP-a?



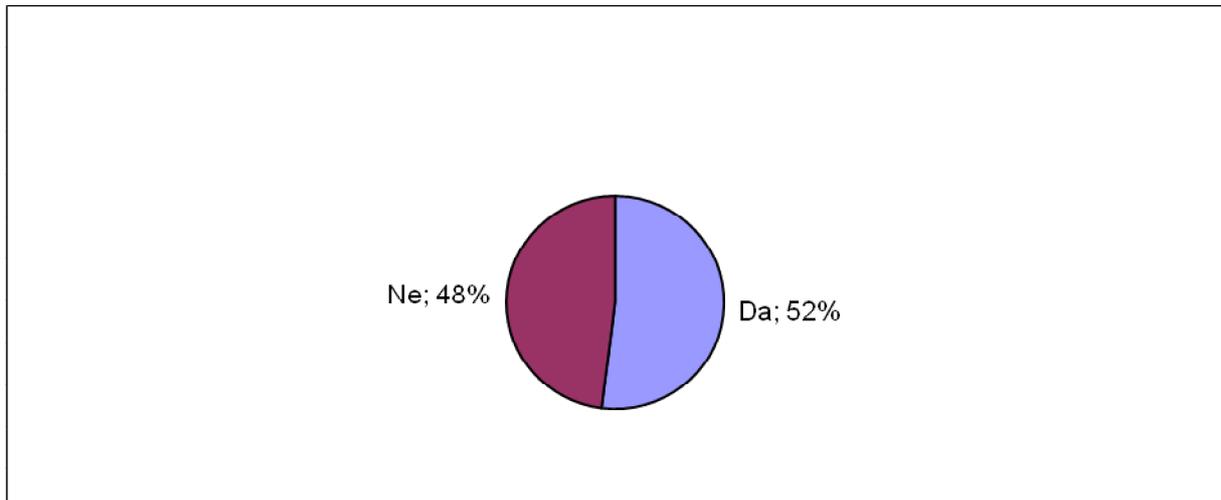
U okviru ovog pitanja, dobijeni podaci kažu da samo 10% kompanija ima izjavu o obavezivanju i/ili kodeks ponašanja u vezi DOP-a, kao i da 90% kompanija ove dokumente nema. Kao što je očekivano, to su velike kompanije. Sa druge strane, neke kompanije su navele da pripremaju takav dokument ili razmatraju o tome da ga sačine.

Ako ima, i ako je dostupno preko interneta, navedite link.

Odgovor na ovo pitanje je uslovljen pozitivnim odgovorom iz prethodnog pitanja. U nekima od primljenih odgovora je naveden link, dok su neki dokumenti dostupni u štampanoj formi, a neki su interne prirode.

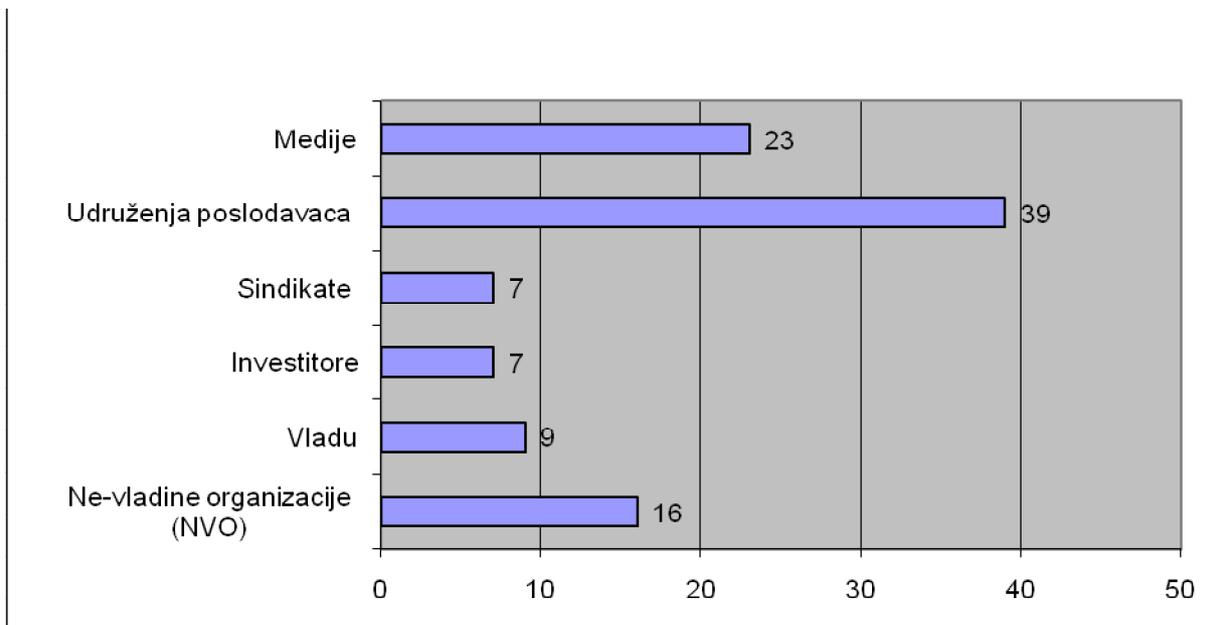


5. Da li vaše preduzeće konsultuje spoljne zainteresovane strane kako bi razumelo svoje obaveze?



Povodom ovog pitanja, slika je praktično crno/bela - 52% preduzeća se izjasnilo da konsultuje spoljne zainteresovane strane kako bi razumelo svoje obaveze, dok je 48% izjavilo da to ne čine. Mikro kompanije su najmanje zastupljene u prvoj grupi, dok su 85% onih iz druge grupe mikro i mala preduzeća, kao što je očekivano.

6. Ako konsultuje, koje? Izaberite sve što je primenljivo.

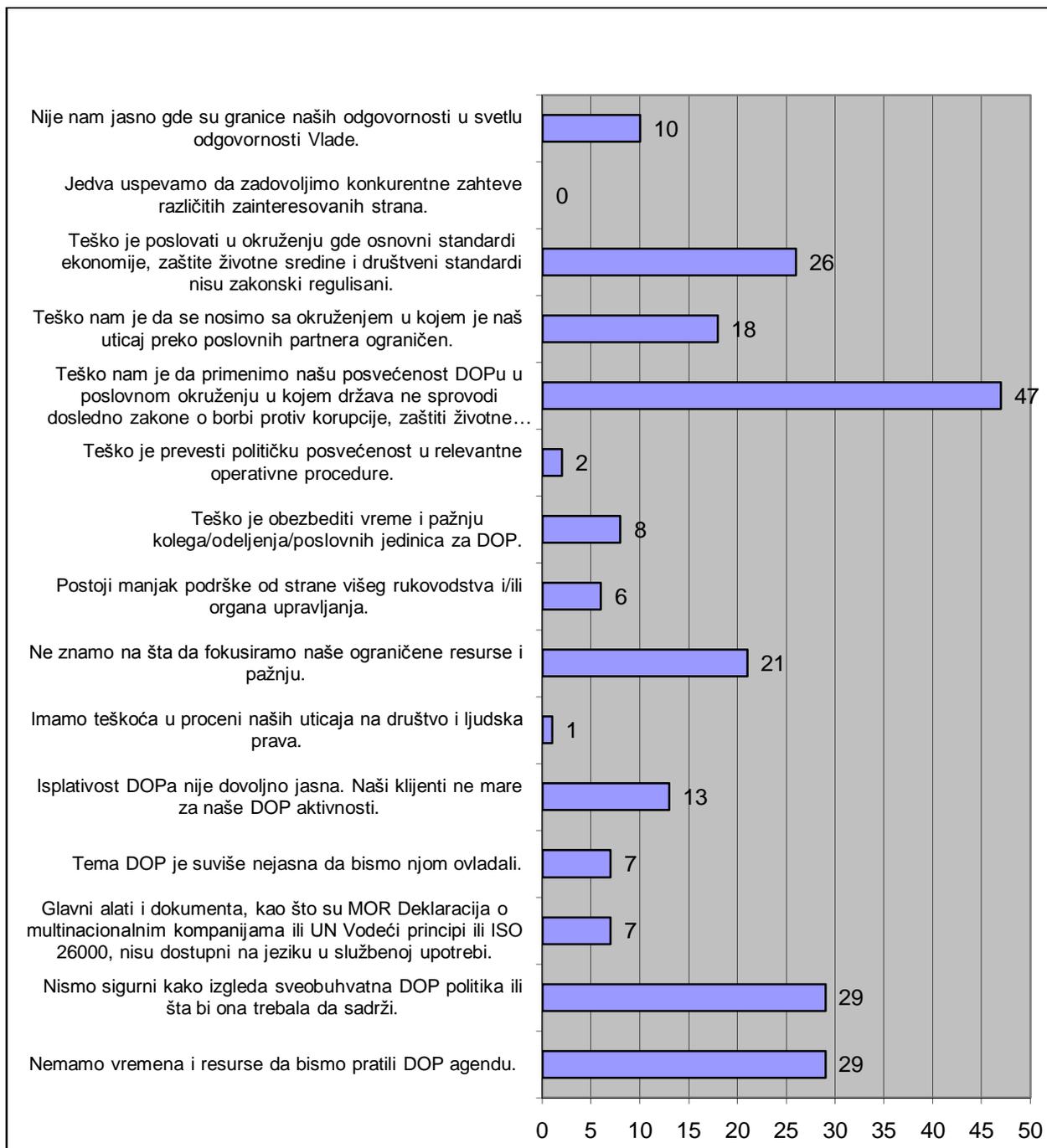


Udruženja poslodavaca i biznis klubovi su na prvom mestu, u rasponu od 18-31% u 4 grupe preduzeća razvrstanih po veličini. Mediji su drugi važan izvor informacija, pri čemu ne privlače pažnju malih preduzeća ali su podjednako važni za preostale tri grupe preduzeća po veličini. Slična je slika, kao sa medijima, i sa ne-vladinim organizacijama. Sindikati i investitori su važni samo za velike kompanije.

Neke kompanije, većinom velike, su navele da konsultuju druge zainteresovane strane, na primer zaposlene, članove, kupce/klijente/potrošače, snabdevače, udruženja potrošača, biznis udruženja, regulatorna tela, vladine institucije, inspekcije, centar za socijalni rad.

1.6 Izazovi u primeni DOP

1. Izaberite do 3 konstatacije ili dodajte druge



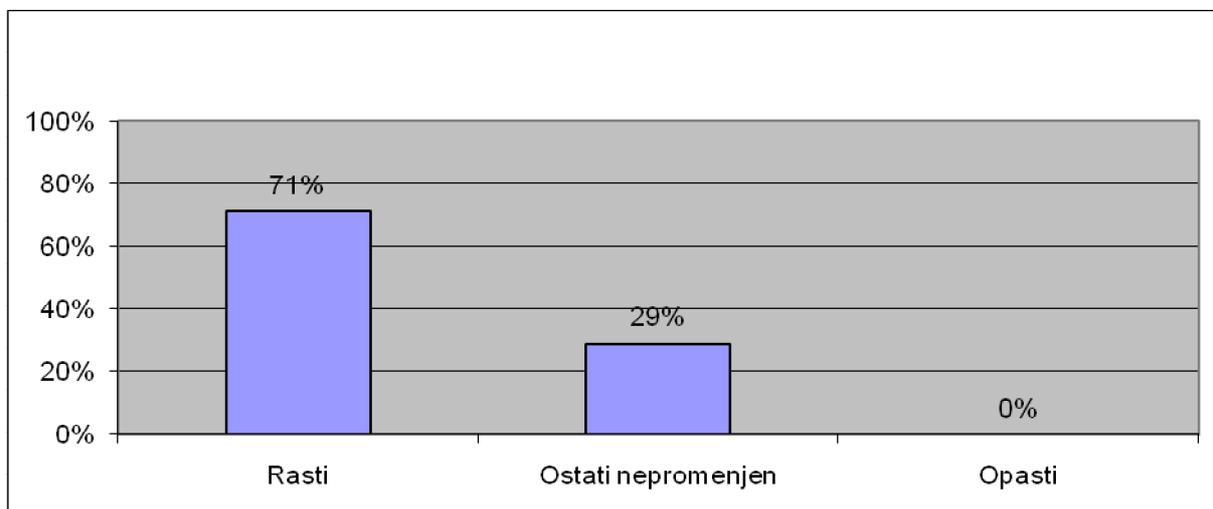


Pored gornje tabele, dobijene informacije ukazuju da je za mikro i male kompanije nedosledno sprovođenje zakona o borbi protiv korupcije, zaštiti životne sredine i socijalnim pravima najveća prepreka da se posvete DOP-u (za 65%, odnosno 39%). Za ove kompanije takođe su problem vreme i resursi (61%, odnosno 39%) i one zajedno čine 90% preduzeća koja su izabrala ovu opciju. Interesantno je da je većina preduzeća koja su izabrala opciju da nisu sigurni šta je DOP politika i šta ona obuhvata iz grupe malih i srednjih preduzeća (90%), i da je ovo problem za 52% malih preduzeća i 38% srednjih. Velika preduzeća su najviše zabrinuta u vezi sprovođenja zakona (53%), fokusiranja resursa (53%) i činjenice da fundamentalni standardi nisu deo nacionalnog zakona (35%).

Pod opcijom “drugo” jedna kompanija je navela da je teško poslovati u okruženju gde osnovni standardi ekonomije, zaštite životne sredine i društveni standardi jesu zakonski regulisani, ali se slabo poštuju, čime se stvara mogućnost da nelojalna konkurencija vrši plasman proizvoda i usluga, tj. kupci se rukovode principom “dobro je jeftino” i “najveći profit uz najjeftinije proizvode”. Druga kompanija je istakla da je ponekad teško poslovati kao međunarodna kompanija u okruženju u kojem društveni standardi i zakonska regulativa u oblasti zaštite životne sredine nisu usklađeni sa zakonima EU.

1.7 Dalji razvoj DOP

1. Po vašem mišljenju, značaj DOPa za vaše preduzeće će:



Gornja tabela odgovora pokazuje da je većina preduzeća (71%) navela da će značaj DOP-a za njih rasti u budućnosti, pri čemu većinu zastupljenih čine mala preduzeća (38%). Stav preostale tri kategorije preduzeća po veličini je prilično sličan, u rasponu od 20% - 23%.

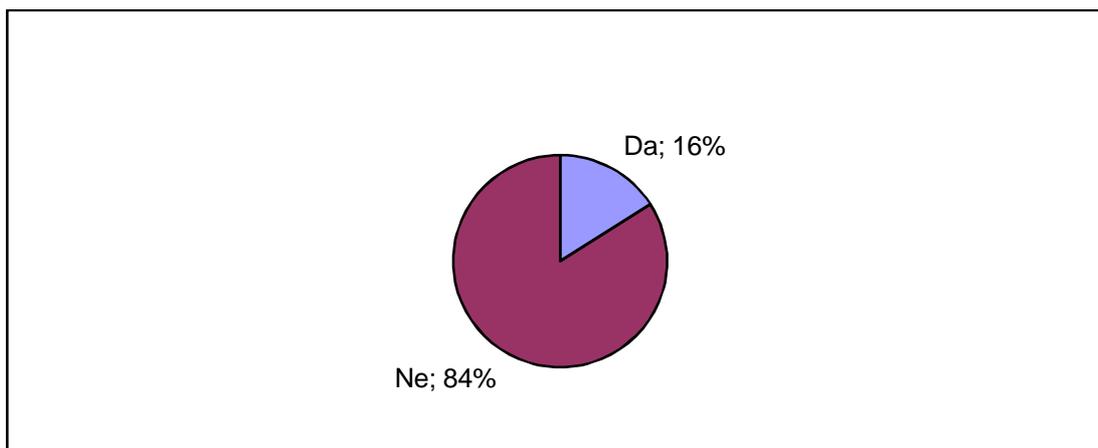
Manji broj preduzeća (29%) veruje da će značaj DOP-a za njih ostati nepromenjen, a među njima većina su mala (48%) i mikro (32%) preduzeća, dok 3% čine velika a 17% srednja preduzeća.

Ohrabrujuća je činjenica da nijedno preduzeće nije navelo da će značaj DOP-a opasti.

DEO 2 – IZVEŠTAVANJE O ODRŽIVOM POSLOVANJU

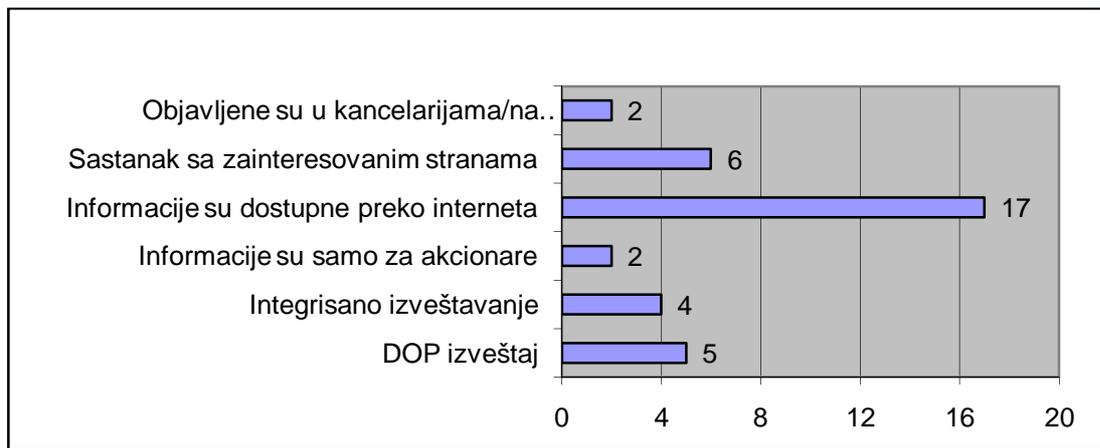
2.1 Aktivnosti u vezi izveštavanja

1. Da li vaše preduzeće objavljuje ne-finansijske informacije?



Većina preduzeća (84%) ne objavljuje svoje ne-finansijske izveštaje. Kao što se i očekivalo, među onima koje to čine, velika i srednja preduzeća čine većinu sa 43% odnosno 38%. Ova preduzeća su najčešće iz finansijskog sektora, sektora proizvodnje i sektora trgovine na veliko i malo.

2. Ako objavljuje, kojim pristupom se vaše preduzeće rukovodi u izveštavanju?



Internet koriste najviše srednja preduzeća (41%), a slično je i kod malih i velikih (29% i 24%), a najmanje mikro preduzeća (6%) što je verovatno posledica slabog korišćenja od strane malih preduzeća nasuprot ogromnim potencijalima koje internet nudi.

DOP izveštaj je najčešći među velikim preduzećima, koja takođe koriste internet. Srednja preduzeća se uglavnom oslanjaju na internet a sastanci sa zainteresovanim icima su njihov drugi izbor. Mala preduzeća se većinom oslanjaju na internet dok se sastanci retko koriste kao drugi izbor. 1 mikro preduzeće je navelo upotrebu interneta.

3. Da li vaše preduzeće objavljuje informacije u skladu sa standardom/unutar nekog okvira?

Od ponuđenih standarda, samo 3 preduzeća koriste GRI principe i sva su velika preduzeća, 4 koriste UN Global kompakt (1 srednja i 3 velike) i 1 koristi ISO 26000 (srednja), pri čemu dva velika preduzeća koriste dva prva navedena standarda. 4 preduzeća su pod opcijom “drugo” navela da koriste vlastite interne standarde. Takođe, jedno malo preduzeće je navelo da informacije šalje u centralnu bazu podataka kojom upravljaju centralna kancelarija i revizori.

4. Ako ne koristite nijedan poseban standard/okvir, kakve ne-finansijske informacije vaše preduzeće objavljuje?

Samo mali broj preduzeća se izjasnio da izveštava o ne-finansijskim informacijama koje nisu obuhvaćene posebnim standardima / okvirima. 6 preduzeća, sva velika, je navelo da izveštava o informacijama koje se tiču njihove DOP politike / aktivnosti, primeni politike/aktivnosti i rezultatima, dok je 1 preduzeće (srednje veličine, prerađivačka industrija) navelo da izveštava o ključnim indikatorima kao što su CO2 emisija, zadovoljstvo zaposlenih, ulaganje u obuku, BZR rezultate, jednakost i raznolikost. Jedno malo proizvodno preduzeće je navelo da izveštava o CO2 emisiji u skladu sa vlastitim standardom.

5. Da li postoje ne-finansijske informacije koje verifikuju spoljni revizori?

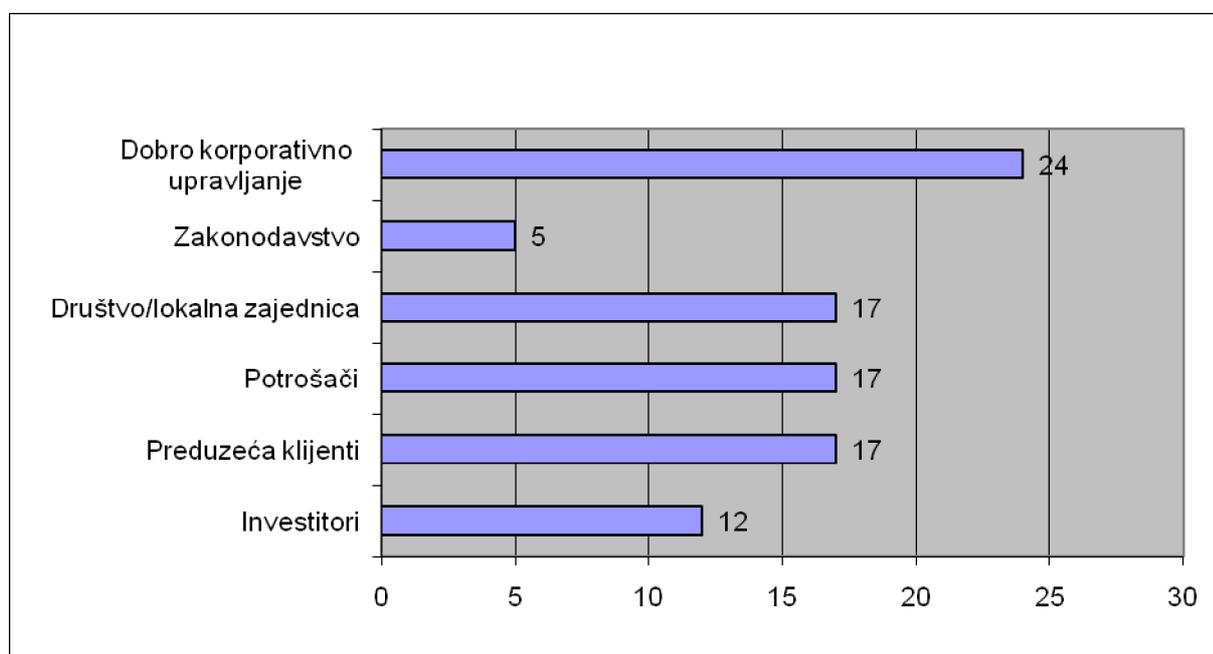
Samo 6 kompanija, od čega su 4 velike, jedna srednja i jedna mala, ima ne-finansijske informacije koje verifikuju spoljni revizori. Od toga su 3 iz sektora prerađivačke industrije, 1 iz

sektora trgovine, 1 iz sektora informatike i komunikacija i 1 iz sektora finansija. Takođe, od pomenutih 6 kompanija, koje su se izjasnile pozitivno po ovom pitanju, 4 kompanije su sa sedištem u inostranstvu, a 2 su iz Srbije.

2.2 Razlozi za objavljivanje ne-finansijskih informacija

1. Šta motiviše objavljivanje ne-finansijskih informacija?

Kao uvod, bitno je napomenuti da je uz ovo pitanje, kompanijama napomenuto da mogu da daju i više odgovora, jer se pretpostavilo da ima više razloga koji ih motivišu na objavljivanje ne-finansijskih izveštaja.



Iz prikazane tabele vidi se da su kompanije najčešće isticale dobro korporativno upravljanje, što je prioritet za 41% velikih preduzeća, 53% srednjih i 17% malih preduzeća. Društvo, potrošači i preduzeća klijenti su podjednako ocenjeni, dok je zakonodavstvo na dnu lestvice. Ovakvi odgovori ukazuju da je briga preduzeća o njihovom uticaju na društvo rezultat njihove vlastite inicijative, odnosno da posluju u skladu sa modernim konceptom DOP-a gde su ključna pitanja u vezi sa moralnim principima i etičkim ponašanjem, ali se takođe rukovode zahtevima društva, potrošača i preduzeća klijenata, uključujući investitore.

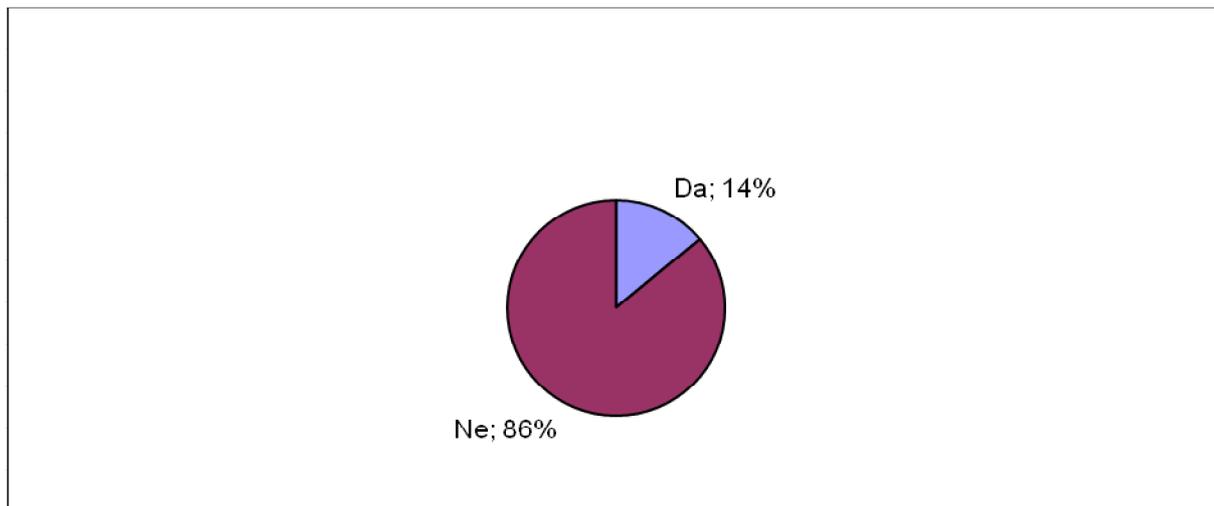
Ovo je u skladu sa nalazima Opšteg dela ovog istraživanja, koje kaže da je pritisak medija, NVO-a, potrošača, sindikata, investitora, itd. u Srbiji i dalje niži nego u razvijenim zemljama.

Pored ponuđenih opcija, jedno preduzeće je navelo da objavljuje ne-finansijske informacije da bi izvestilo zaposlene, što ukazuje na to da je dostojanstvo na poslu prioritet, dok je druga navela transparentnost kao razlog.



2.3 Troškovi objavljivanja ne-finansijskih informacija

1. Da li vaše preduzeće bilo kada procenjuje troškove izveštavanja o ne-finansijskim informacijama?



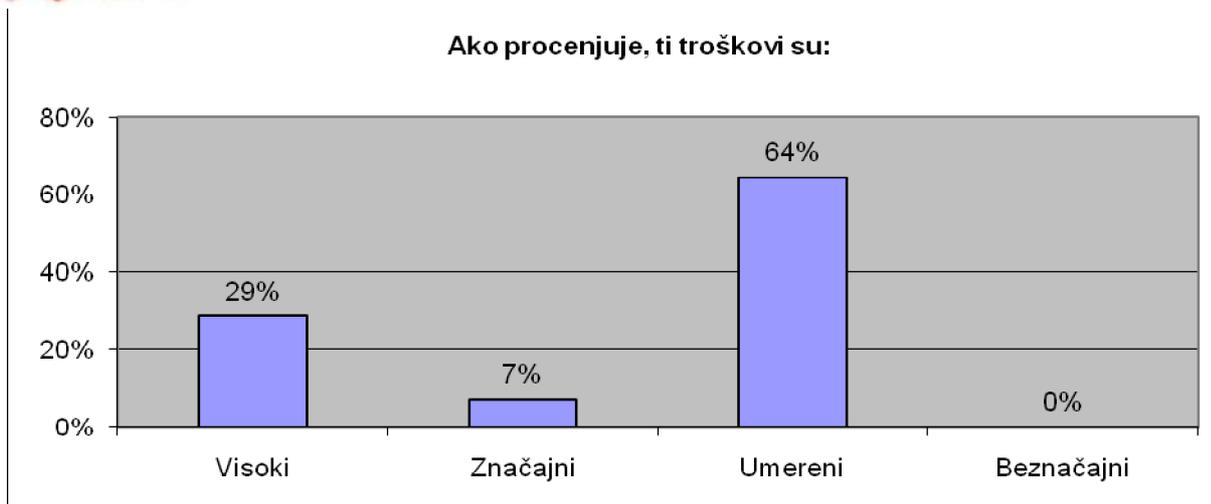
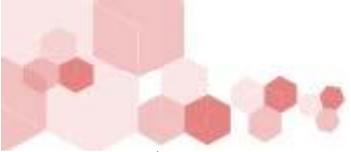
U skladu sa dobijenim nalazima da se zaključiti da većina kompanija ne vrši procenu troškova izveštavanja o ne-finansijskim informacijama. Među onima koji vrše procenu podjednako su zastupljene velike i srednje.

Svest o potrebi merenja ovih troškova je prisutnija kod velikih i srednjih kompanija verovatno iz razloga što im njihova veličina pruža mogućnost da sagledaju krupnu sliku njihovog položaja u lancu dobavljača i u lancu vrednosti. One su postale svesne da društveno odgovorno poslovanje obezbeđuje konkurentsku prednost, kojom se kao i svakim drugim segmentom poslovanja mora strateški, taktički i operativno upravljati.

Takođe, većina kompanija sa sedištem u inostranstvu vrši procenu troškova izveštavanja o ne-finansijskim informacijama, a ti standardi su svakako uvedeni kao rezultat jedinstvene politike i standarda koji se primenjuju od strane tih multinacionalnih kompanija u svakoj od zemalja u kojoj posluju.

2. Ako procenjuje, ti troškovi su:

Grafikon u prilogu, prikazuje ocenu troškova ne-finansijskog izveštavanja onih preduzeća koja su se izjasnila da te troškove procenjuju (14%).



Iz prikazanog se vidi da najveći broj preduzeća smatra troškove usmerene na ne-finansijsko izveštavanje umerenima, mada ima i nezanemarljiv procenat onih (29%), koji ove troškove procenjuju kao visoke.

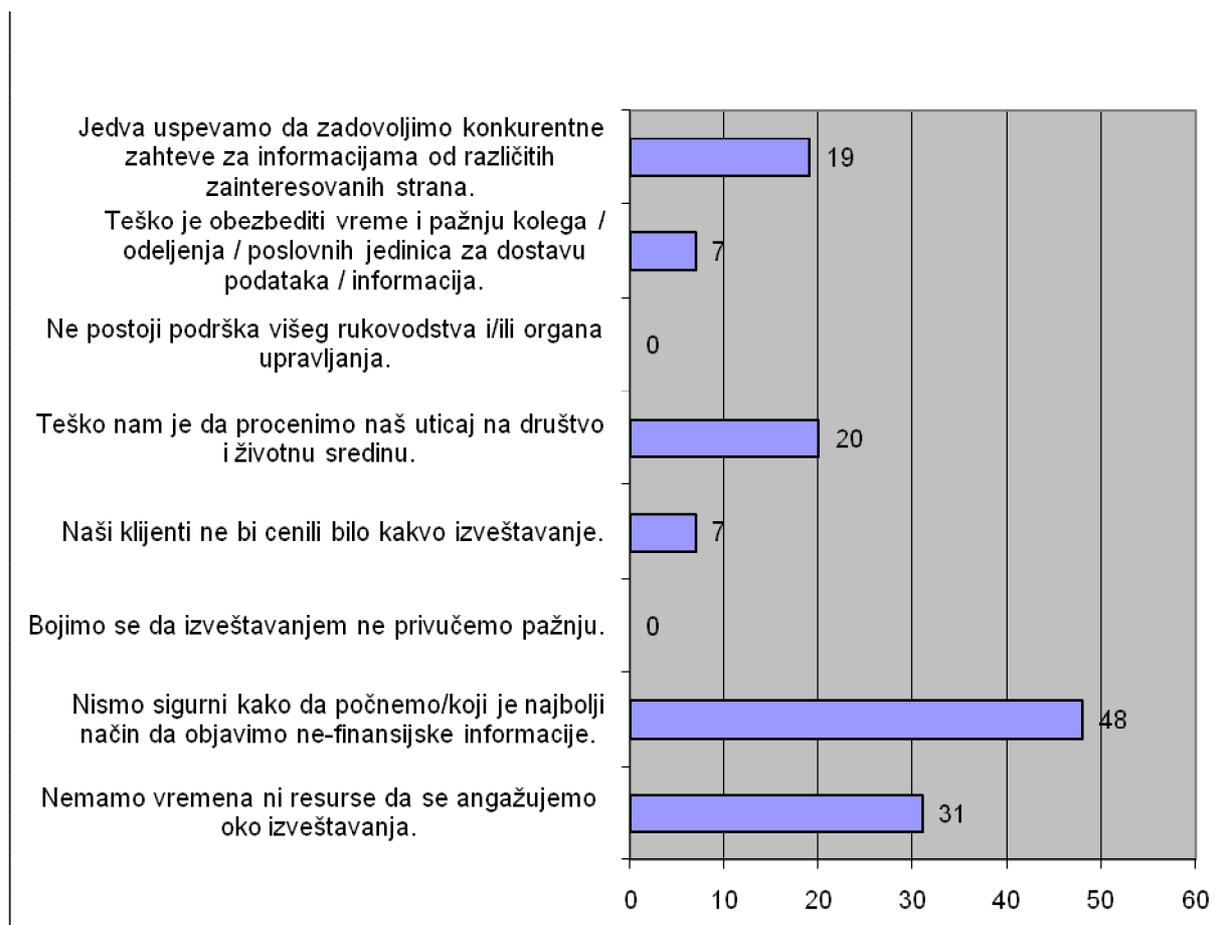
Ovom prilikom treba istaći da su se većinom velike kompanije, i to pretežno one sa sedištem u inostranstvu, izjasnile da su troškovi objavljivanja ne-finasijskih izveštaja umereni. Navedena ocena delom verovatno leži u razlozima većeg profita koje ove kompanije ostvaruju na tržištu, zbog čega ih izdvajanja za DOP-a sigurno manje opterećuju nego male kompanije, ali je svakako i rezultat višeg nivoa svesti o svim benefitima koji kompanije imaju od poslovanja u skladu sa DOP principima.



2.4 Izazovi u vezi objavljivanja ne-finansijskih informacija

1. Izaberite do 3 konstatacije ili dodajte druge.

Kompanije su imale mogućnost da daju više odgovora, pa da date cifre predstavljaju broj odgovora po svakom ponuđenom odgovoru.



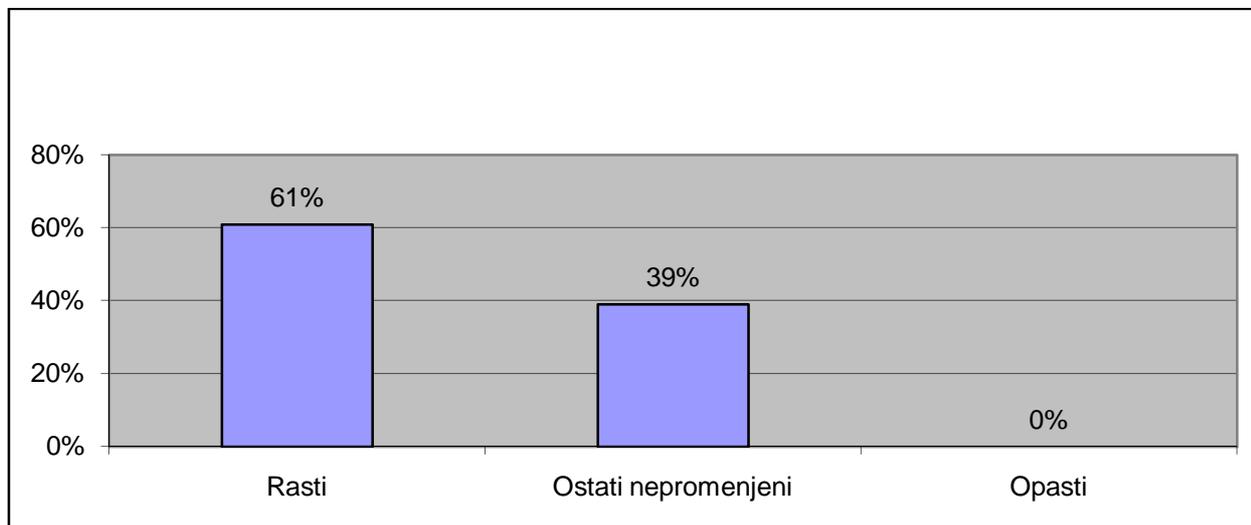
Među onima koji nisu sigurni kako da počnu/koji je najbolji način za objavljivanje ne-finansijskih informacija, kao što je očekivano, većina su mikro (25%) i male kompanije (47%), ali takođe ima i velikih (16%) i srednjih (12%). Vreme i resursi nisu problem za velike kompanije, ali jesu prepreka za male (42%), mikro (32%) i srednje (26%). Tri četvrtine onih koje imaju teškoće u proceni svog uticaja na društvo i životnu sredinu su male kompanije, a prte ih srednje. Ove kompanije su takođe opterećene, sa istim brojem odgovora, zahtevima za informacije od različitih zainteresovanih strana.

Kako početi/koji je najbolji način za objavljivanje ne-finansijskih informacija i nedostatak vremena i resursa su od podjednake i skoro jedine brige za mikro kompanije, male nisu sigurne kako da počnu, srednje najviše brinu vreme i resursi, dok veliki takođe navode brigu o tome kako da započnu.

U okviru opcije “drugo” naveden je komentar da GRI principi uključuju puno tema i informacija o zaštiti životne sredine u kojoj kompanija posluje.

2.5 Dalji razvoj izveštavanja o održivom poslovanju

1. Po Vašem mišljenju, napori vašeg preduzeća da objavi ne-finansijske informacije će



Dati grafikon prikazuje da su kompanije mahom uverene da će rasti njihovo zalaganje u cilju objavljivanja ne-finansijskih informacija, odnosno da će se izveštavanje o održivom razvoju unapređivati u budućnosti. Ohrabruje činjenica, da se niti jedna od kompanija nije izjasnila pesimistički - da će doći do opadanja zalaganja u ovoj oblasti. Nalazi upućuju da su kompanije u Srbiji, i pored napred navedenih ekonomskih i administrativnih prepreka i okruženja koje je još uvek nedovoljno afirmativno, prepoznale značaj DOP-a.

2.6 Posebna iskustva sa izveštavanjem o održivom poslovanju

1. Da li postoje neka posebna iskustva koja ste stekli u vezi objavljivanja ne-finansijskih informacija koja biste podelili sa drugima?

Jedan od predstavnika poslovne zajednice je istakao da je zveštavanje u skladu sa GRI principima omogućilo da kompanija u potpunosti sagleda kompleksne poslovne procese i dalo osnov da iste dalje unapređuje. Unapređenjem procesa u budućnosti se očekuje i povećanje operativne efikasnosti.

Takođe, jedna od kompanija je istakla da smatra da postoji nezainteresovanost opštinskih, regionalnih i državnih institucija, a koje bi inače trebale da afirmišu o DOP-u.



DEO 3 – POTREBA ZA DALJOM PODRŠKOM

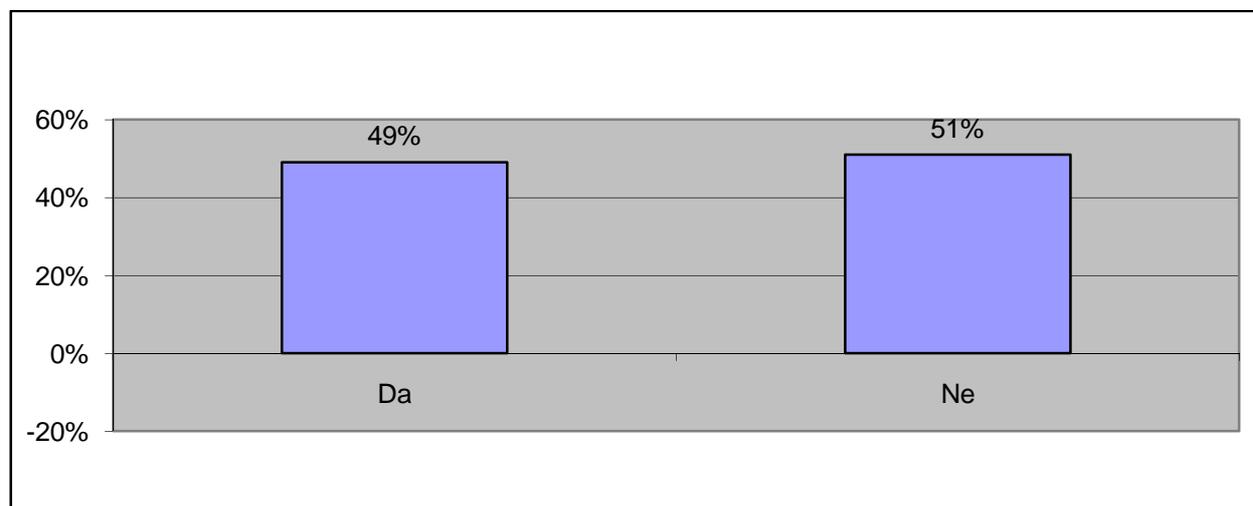
3.1 Kakva podrška je neophodna?

1. Šta bi bilo potrebno da bi vam se pružila podrška u vezi DOP uopšte ili u vezi izveštavanja o održivom poslovanju?

Kompanije su istakle potrebu za edukacijom kroz (besplatne/finansijski povoljne) radionice, treninge, seminare (npr. kroz obuku o izveštavanju u skladu sa GRI smernicama za izveštavanje, razmenu iskustava i ideja, predstavljanjem primera dobre prakse), potrebu za širenjem informacija u javnosti putem medija, konferencija, davanjem smernica u oblasti primene DOP-a, i to ne samo sagledavajući globalni aspekt, već primerenih tradiciji i trenutnom stanju razvijenosti privrede u RS, različitim vidovima državne pomoći i podrške ili pak pomoći i podsticaja od strane lokalnih samouprava, podsticajnoj zakonskoj regulativi, donetoj uz konsultacije i konsenzus svih zainteresovanih strana i sl.

3.2 Potreba za obukom

1. Bio bih zainteresovan da učestvujem u obuci kasnije tokom Projekta:



Navedeni grafikon prikazuje, da je otprilike polovina ispitanika iskazala svoju zainteresovanost za obukom u oblasti DOP-a u kasnijim fazama Projekta.

2. Fokus obuke treba da bude na sledećim oblastima:

Fokus obuke u oblasti DOP-a kompanije vide u oblastima kao što su: odgovornost prema zaposlenima, obezbeđivanje radnih mesta, odgovornost prema lokalnoj zajednici/regionu, odgovornost prema životnoj



sredini, integrisanje DOP u QMS, načinu uključivanja zainteresovanih strana, podrška kulturi, nauci i sportu, najefikasnijim i najefektivnijim načinima ne-finansijskog izveštavanja i sl.

Pojedini predstavnici poslovne zajednice dodali su da ovakva obuka treba da bude prilagođena delatnosti kompanije, da pruži znanja kako teoriju primeniti u praksi, sa posebnim akcentom na proizvodne kompanije gde zaposleni ostvaruju norme i rokove isporuka proizvoda, rade po smenama i DOP im nije u prvom planu te ih treba motivisati i dr.

3.3 Povratna informacija

1. Da li želite da nas obavestite o nekoj drugoj činjenici posebno u vezi sa temom ankete?

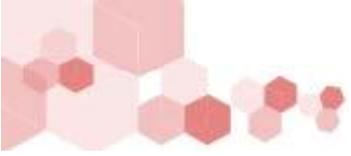
U okviru ovog pitanja, jedan predstavnik poslovne zajednice je istakao da DOP ne smatra “posebnom kategorijom”, već da to je nešto što spada u opštu kulturu koja je na žalost zaboravljena. Ali, ako se želimo kretati u nekim postavljenim okvirima i pravilima da bi barem mogli svoje napore adekvatno “pravilima” prikazati, potrebno je bolje poznavanje i razumevanje tih pravila.

Takođe, značajno je primetiti i da baš jedna od velikih i veoma aktivnih kompanija u oblasti DOP-a, koja pripada sektoru trgovine na veliko i malo, smatra da bahatost i neodgovornost vlasti i birokratije ekonomski ometa primenu i razvoj DOP-a. To se verovatno odnosi na obavezu Države da obezbedi mikro i makro konkurentnost za sve privredne subjekte, da smanji fiskalne i parafiskalne namete koji su veoma visoki i brojni, da obezbedi efikasnost uprave na republičkom i lokalnom nivou, da smanji sivu ekonomiju, a što će sve doprineti rasterećenju privrede, koja će kao takva svakako postati zainteresovanija za DOP i razvoj ove oblasti, što svakako podrazumeva i veća ulaganja u istu (s obzirom da će ostajati i više finansijskih sredstava koja se mogu usmeravati u ovu oblast), a samim tim i povećanje kvantiteta (broja društveno odgovornih subjekata) i kvaliteta (broja reprezentativnih aktivnosti u ovoj oblasti).



V. Zaključci

- Društveno odgovorno poslovanje predstavlja relativno nov koncept za Srbiju, koji počinje da se promovise tokom poslednje decenije. Praksa u ovoj oblasti je nedovoljno razvijena, osim malog broja preduzeća koja vode računa o uticaju svog poslovanja na društvo i životnu sredinu i izveštavaju o efektima tih aktivnosti.
- U Srbiji, kao zemlji u procesu prilagođavanja tržišnoj privredi i zemlji Jugoistočne Evrope, posvećenost države pitanju DOP – a je istaknuta, ali samo na nivou strateških dokumenata, za koje još uvek ne postoje akcioni planovi, a pogotovo ne podsticajni pravni okvir. Naime, u *Strategiji društveno odgovornog poslovanja*, Vlada se deklarise da je upoznata sa aktivnostima i dostignućima u oblasti društveno odgovornog poslovanja kod poslovnog sektora i drugih aktera i da je opredeljena ka razmatranju mogućnosti za stvaranje uslova, u skladu sa našim zakonodavnim sistemom, za razvoj osnovnih podsticaja i mehanizama za podršku DOP-u. Međutim, sa druge strane, analiza stanja i stav poslovne zajednice pokazuju da trenutni propisi ne sadrže dovoljno ekonomskih podsticaja za DOP, i da je prisutan nedostatak komplementarne mešavine zakona i podsticaja za kompanije koji će ih motivisati da preduzimaju akcije DOP-a.
- Ipak, značajan broj preduzeća, ima saznanja o DOP-u.
- Veliki broj preduzeća koja posluju u sektoru prerađivačke industrije, poljoprivrede, rudarstva i energetike, a koje industrije su od velikog uticaja na životnu sredinu, integrisala su u svoj sistem DOP (i to poštujući međunarodne standarde u ovoj oblasti, ali i uvodeći svoje spostvene korporacijske standarde).
- Bolje poznavanje DOP-a je prisutnije kod multinacionalnih kompanija.
- Velika i srednja preduzeća imaju dužu tradiciju poštovanja DOP-a, dok mala i mikro preduzeća ovu praksu poznaju tek od nedavno i više se oslanjaju na sopstvene korporacijske kodekse u kojima je težište na poštovanju ljudskih prava i prava u vezi sa radom.
- Pretežno velika i srednja preduzeća, a što je verovatno rezultat i njihove veće finasijske moći, češće ulažu u projekte lokalne zajednice.
- U odnosu na izveštavanje, samo manji broj preduzeća (mahom velikih, multinacionalnih kompanija i onih koja su prisutna i na stranim tržištima), izveštava u skladu sa DOP principima.
- Ohrabruje pozitivan stav kompanija o dobrobiti poštovanja DOP principa i neminovnosti uvođenja istih u budućnosti, te zanimanju za edukaciju u ovoj oblasti;
- U smislu stvaranja podsticajnog okruženja za DOP, posebna pažnja mora se posvetiti preduzetništvu, mikro, malim i srednjim preduzećima, jer ona igraju ključnu ulogu u srpskoj privredi. Uz adekvatno podsticajno okruženje MSP mogu da rastu, podižu produktivnost i unapređuju uslove rada, što će svakako doprineti i ugradnji DOP principa u njihove poslovne vizije, ali i sprovođenju istih u praksi na opštu dobrobit.

- 
- Potrebno je da se korporativna znanja i prakse dodatno unaprede u oblasti DOP-a, kao i da se izgradi snažna koalicija aktera iz različitih sektora, uključujući poslovnu zajednicu, državni sektor i civilno društvo, koja će konzistentno promovisati DOP i međunarodno priznate standarde kao mapu puta u ovim naporima.

Preporuke

Ovo istraživanje je prepoznalo prioritete i rezultate u oblasti DOP-a, koje treba postići u budućnosti putem zajedničke akcije Vlade Republike Srbije, poslovne zajednice, organizacija civilnog društva, organizacija zaposlenih, medija i drugih.

Njegov sveukupni cilj je da unapredi društveno odgovorno poslovanje putem jednog usklađenog političkog pristupa koji se sprovodi kroz čitav niz prioriteta i rezultata.

- Uspostavljanje i podsticanje dijaloga sa svim zainteresovanim stranama;
- Prepoznavanje nedostataka u postojećim državnim politikama;
- Usvajanje podsticajnog pravnog okvira na liniji međunarodnih i evropskih standarda u oblasti DOP-a i stalna promocija koristi od poslovanja u skladu sa istim;
- Formiranje nadležnih državnih institucija i tripartitnih (tripartizam +) tela zaduženih za promociju i praćenje napretka u DOP-u;
- Pružanje dobrog primera korporativnog upravljanja i transparentnosti u svim aspektima poslovanja od strane samih preduzeća;
- Prepoznavanje dobrih inicijativa i praksi, koje se mogu drugde primeniti i promocija istih;
- Promovisanje ne-finasijskog izveštavanja, zasnovanog na praćenju i merenju efekata aktivnosti u oblasti DOP-a, u cilju unapređenja postojećih sistema u preduzećima;
- Pružanje podrške medijima u promovisanju DOP-a i koristi od poslovanja u skladu sa istim, te podizanju svesti javnosti o DOP-u;
- Organizovanje medijskih kampanja, konferencija (uz medijsku podršku);
- Podizanje svesti o značaju DOP-a i stalni rad na edukaciji svih zainteresovanih strana, a naročito zalaganje za uvođenje društveno odgovornog poslovanja u nastavne planove, sa ciljem edukacije budućih generacija;
- Stalni rad na unapređenju poslovnog ambijenta, čime će se i oblast DOP-a unaprediti;
- Praćenje generalnog napretka u odnosu na zadate rezultate iz strateških dokumenata i izveštavanje o tome.