

BOLJI BIZNIS ZA BOLJE DRUŠTVO 2016

Doprinos kompanija članica Foruma za
odgovorno poslovanje održivom razvoju
u 2016. godini



FORUM ZA
ODGOVORNO
POSLOVANJE

BOLJI BIZNIS ZA
BOLJE DRUŠTVO

Korporativna ulaganja u društveno odgovorne aktivnosti

...stvorena je prva metodologija za merenje uticaja ulaganja, koja se uspešno implementira već **pet godina**...

Vodeće kompanije u Srbiji svojim odgovornim odnosom prema lokalnoj zajednici, radnom okruženju, tržištu i životnoj sredini, a potom i odgovornim komuniciranjem, merenjem i izveštavanjem o svojim aktivnostima, unapređuju praksu društveno odgovornog poslovanja.

U okviru Foruma, 2012. godine, pokrenuto je godišnje istraživanje o ulaganjima članica u društveno odgovorne aktivnosti bazirano na upitniku za članice. Na ovaj način stvorena je svojevrsna praksa za merenje doprinosa kompanija društvu, koja se sada uspešno implementira već pet godina. Novina u okviru Istraživanja ove godine jeste merenje doprinosa kompanija članica ostvarivanju Ciljeva održivog razvoja Ujedinjenih nacija.

Učešće kompanija u godišnjem istraživanju je dobrovoljno, a rezultati istraživanja komuniciraju se javno, isključivo u zbirnom iznosu. Prikupljanje podataka za ovogodišnje rezultate sprovedeno je u periodu maj-jun 2017. godine, a podaci se odnose na aktivnosti koje su kompanije sprovodile u prethodnoj godini.

U istraživanju za 2015. godinu učestvovalo je **17 od 30** kompanija članica Forum za odgovorno poslovanje Srbije:

 **BANCA INTESA**

 **Coca-Cola HBC**
Srbija



DELHAIZE  **SERBIA**

Deloitte.

DELTA
HOLDING

direct media
Belgrade • Sarajevo • Skopje • Podgorica • Zagreb • Tirana • Ljubljana • Sofia



 **Eurobank**
Srbija

 **represent**
communications
A Weber Shandwick affiliate

 **SOCIETE GENERALE**
SRBIJA

Telekom Srbija


telenor

 **TITAN**
CEMENTARA KOSJERIĆ

 **UniCredit Bank**

vip 

 **VOJVODANSKA**
BANKA
NBG GROUP

U društveno odgovorne aktivnosti u 2016.
godini uloženo je

1.257.898.487,79 RSD

Podrška lokalnoj zajednici **588.480.594,12 RSD**

Poboljšanje radnog okruženja **501.592.698,07 RSD**

Zaštita životne sredine **167.825.195,60 RSD**

Šta sve možemo saznati iz istraživanja?

Podrška razvoju lokalne zajednice

Teme podrške
Ciljne grupe
Partneri iz lokalne zajednice
Vrednost novčanih i nenovčanih davanja

Poboljšanje radnog okruženja

Razvoj zaposlenih
Zdravlje i bezbednost na radu
Korporativno volontiranje
Zapošljavanje OSI

Upravljanje

Dobre upravljačke politike i procedure
Uključivanje stejkholdera u donošenje odluka

Posvećenost Ciljevima održivog razvoja

Izveštavanje o održivosti

Podsticanje dobrih praksi na tržištu

Principi odgovornog oglašavanja
Zelene nabavke
Uključivanje poslovnih partnera
Širenje odgovornosti kroz lanac nabavke

Zaštita životne sredine

Vrednost ulaganja
Reciklaža
Računanje karbonskog otiska
Klimatske promene

U FOKUSU

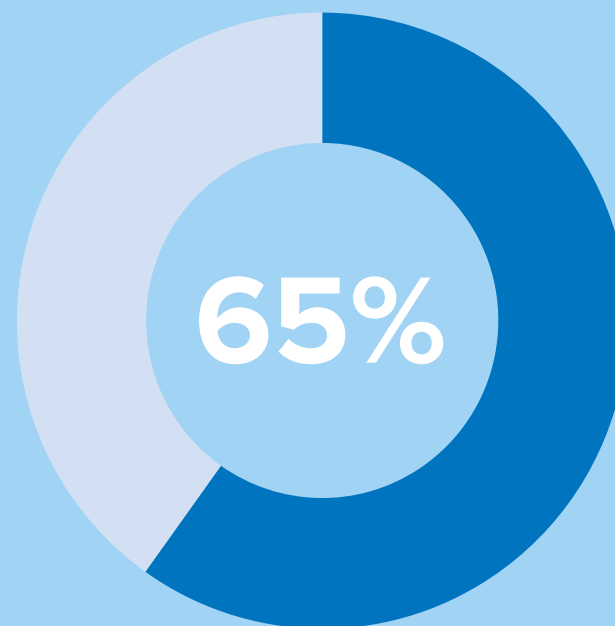
Nova Agenda za održivi razvoj do 2030.

Kako članice doprinose ostvarivanju Ciljeva održivog razvoja

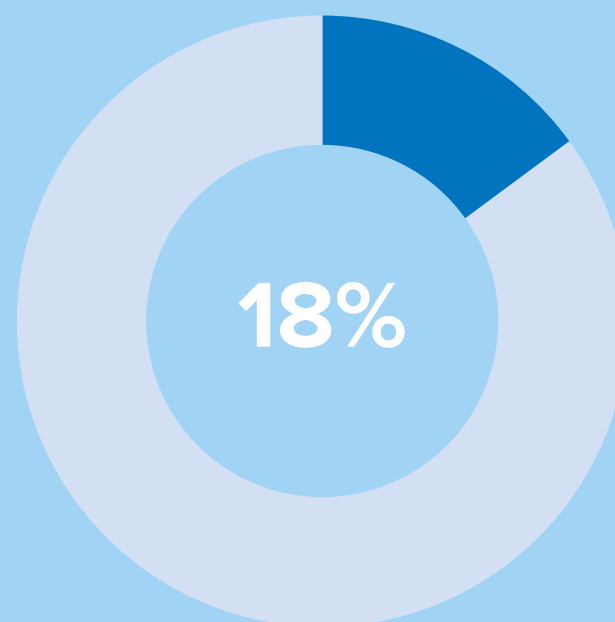


88%

kompanija je izrazilo svoje opredeljenje da doprinese realizaciji Ciljeva održivog razvoja



kompanija je već preduzelo neke akcije usmerene ka njihovom ostvarivanju



kompanija je uključeno u kreiranje ili implementaciju javnih politika koje se tiču Ciljeva održivog razvoja

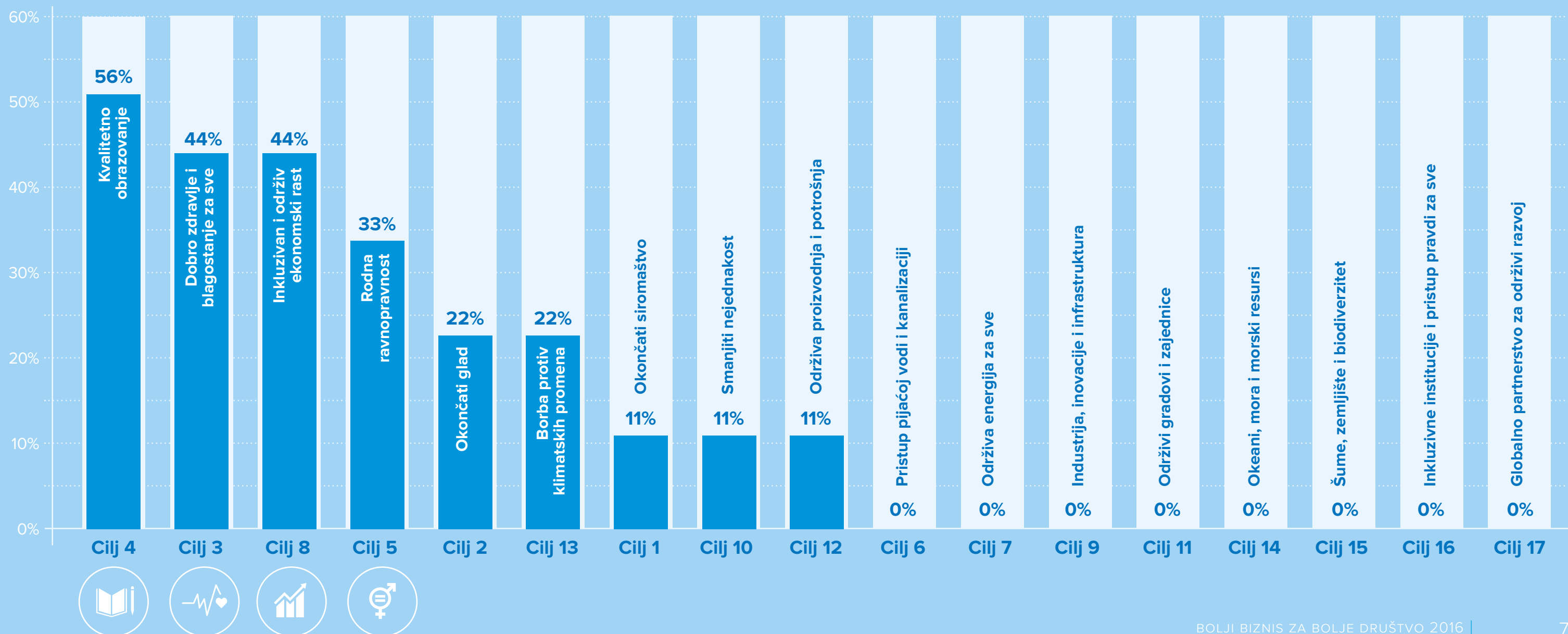
Ujedinjene nacije su u septembru 2015. godine usvojile novu Agendu za održivi razvoj do 2030, uključujući univerzalni skup ciljeva i podciljeva koji će usmeravati buduće akcije i razvojne politike. Ciljevi održivog razvoja, njih ukupno 17 sa 169 pripadajućih podciljeva, nadovezuju se i proširuju na Milenijumske ciljeve donete 2000. godine. Za razliku od Milenijumskih ciljeva, finalnih 17 Ciljeva održivog razvoja nastalo je dugotrajnim konsultativnim procesom, u koji je privatni sektor bio uključen u značajnoj meri. Takođe, novi globalni ciljevi stavljaju mnogo veći akcenat na ulogu korporacija u dostizanju ciljeva i ostvarivanju željene promene.

U FOKUSU

Koje Ciljeve održivog razvoja su kompanije izabrale kao svoje prioritete?

65%

kompanija je među 17 Ciljeva održivog razvoja i pripadajućih podciljeva odredila prioritete za realizaciju aktivnosti



U FOKUSU

Koje Ciljeve održivog razvoja su kompanije izabrale kao svoje prioritete?



56% — Obezbediti inkluzivno i kvalitetno obrazovanje i promovisati mogućnosti celoživotnog učenja



44% — Obezbediti zdrav život i promovisati blagostanje za ljude svih generacija



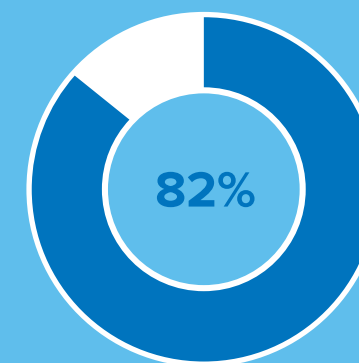
44% — Promovisati inkluzivan i održiv ekonomski rast, zaposlenost i dostojanstven rad za sve



33% — Postići rodnu ravnopravnost i osnaživati sve žene i devojčice

Jedini Cilj odnosno podcilj koji se direktno odnosi samo na biznis je podcilj **12.6:**

Podsticati kompanije, posebno velike i međunarodne kompanije, da usvoje održive prakse i da integrišu informacije o održivosti u svoj ciklus izveštavanja.

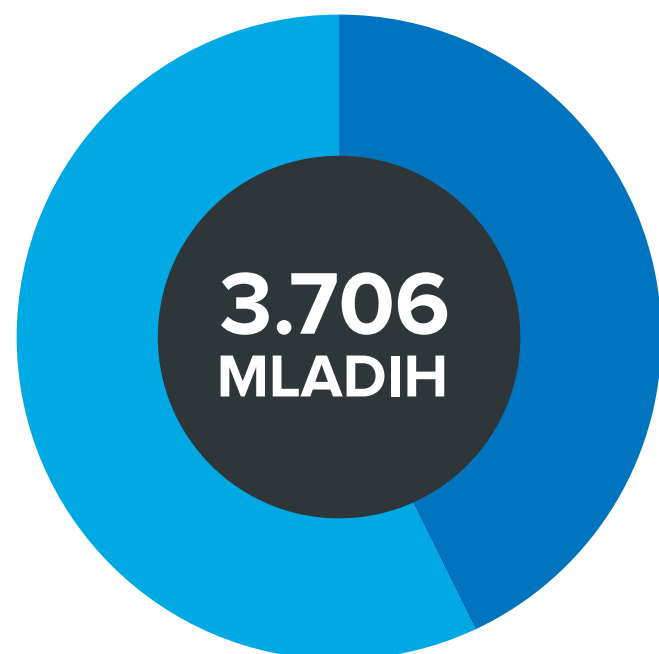


kompanija članica Foruma za odgovorno poslovanje izveštava javnost o društvenoj odgovornosti kroz izveštaj.

Pakt za mlade

Podrška Evropskom paktu za mlade

Članice Foruma za odgovorno poslovanje su i prethodne godine radile na ostvarivanju ciljeva Pakta za mlade



3.706 mladih

- 1.686 učenika
- 2.020 studenata

Broj mladih koji su prošli kroz različite programe usmerene na poboljšanje zapošljivosti

Evropski pakt za mlade je inicijativa koju je pokrenuo CSR Europe u saradnji sa Evropskom komisijom, sa ciljem da razvije i učvrsti partnerstva između poslovne zajednice, društvenih aktera, obrazovnih institucija i drugih zainteresovanih strana, a sve u nameri da pruži podršku zapošljavanju mladih i njihovoj inkluziji. Pakt za mlade ima za ciljeve: 1) pospešivanje broja i kvaliteta partnerstava između biznis sektora i obrazovnih institucija kako bi se pospešila zapošljivost i inkluzija; 2) poboljšanje veština mladih koje se direktno odražavaju na njihovu zapošljivost; 3) razvoj nacionalnih i evropskih politika za razvoj konkurentnosti i zapošljivosti. Kao nacionalni partner mreže CSR Europe, Forum za odgovorno poslovanje priključio se ovoj inicijativi.

142

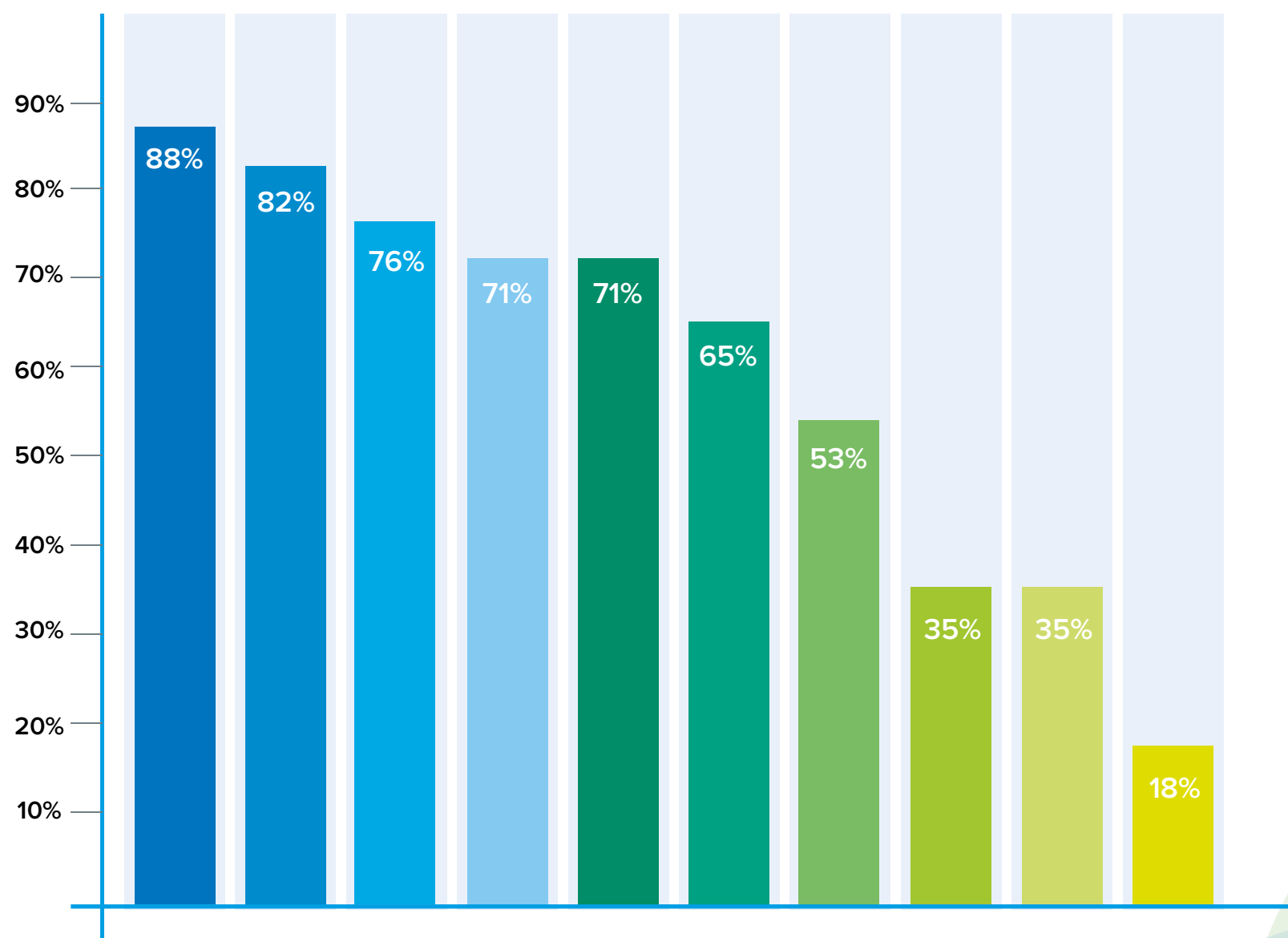
Zaposlenih nakon programa prakse

15% učenika

85% studenata

Pakt za mlade

Aktivnosti usmerene na rad sa mladima

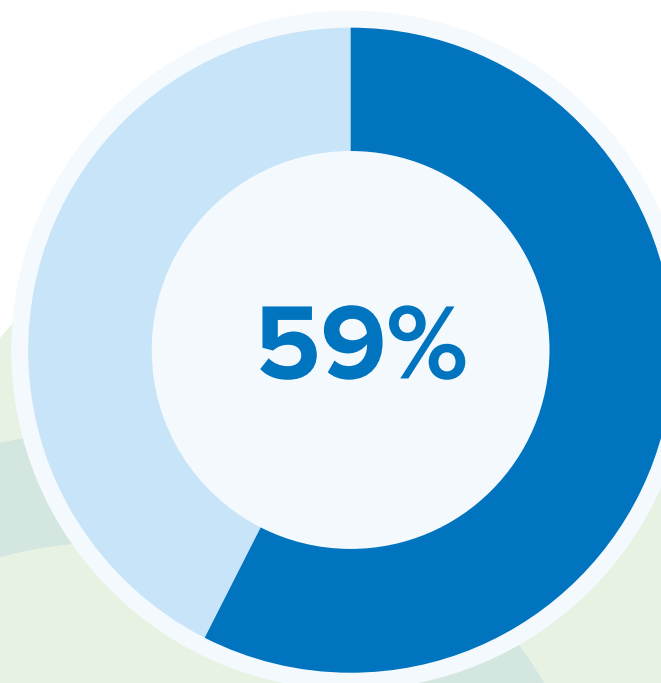


- 88% Radna praksa za đake, studente ili diplomce
- 82% Predavanja/obuke za eksterne obrazovne projekte
- 76% Obavezna stručna praksa za đake ili studente
- 71% Talent/menadžment program
- 71% Učeničke/studentske posete kompaniji
- 65% Upoznavanje sa poslovnim okruženjem
- 53% Interni mentorski programi (za zaposlene na juniorskim pozicijama)
- 35% Job shadowing
- 35% Program prve šanse
- 18% Nešto drugo

program kompanije 73%

jednokratna aktivnost 27%

Programi za mlade organizuju se kao jednokratne i kao programske aktivnosti



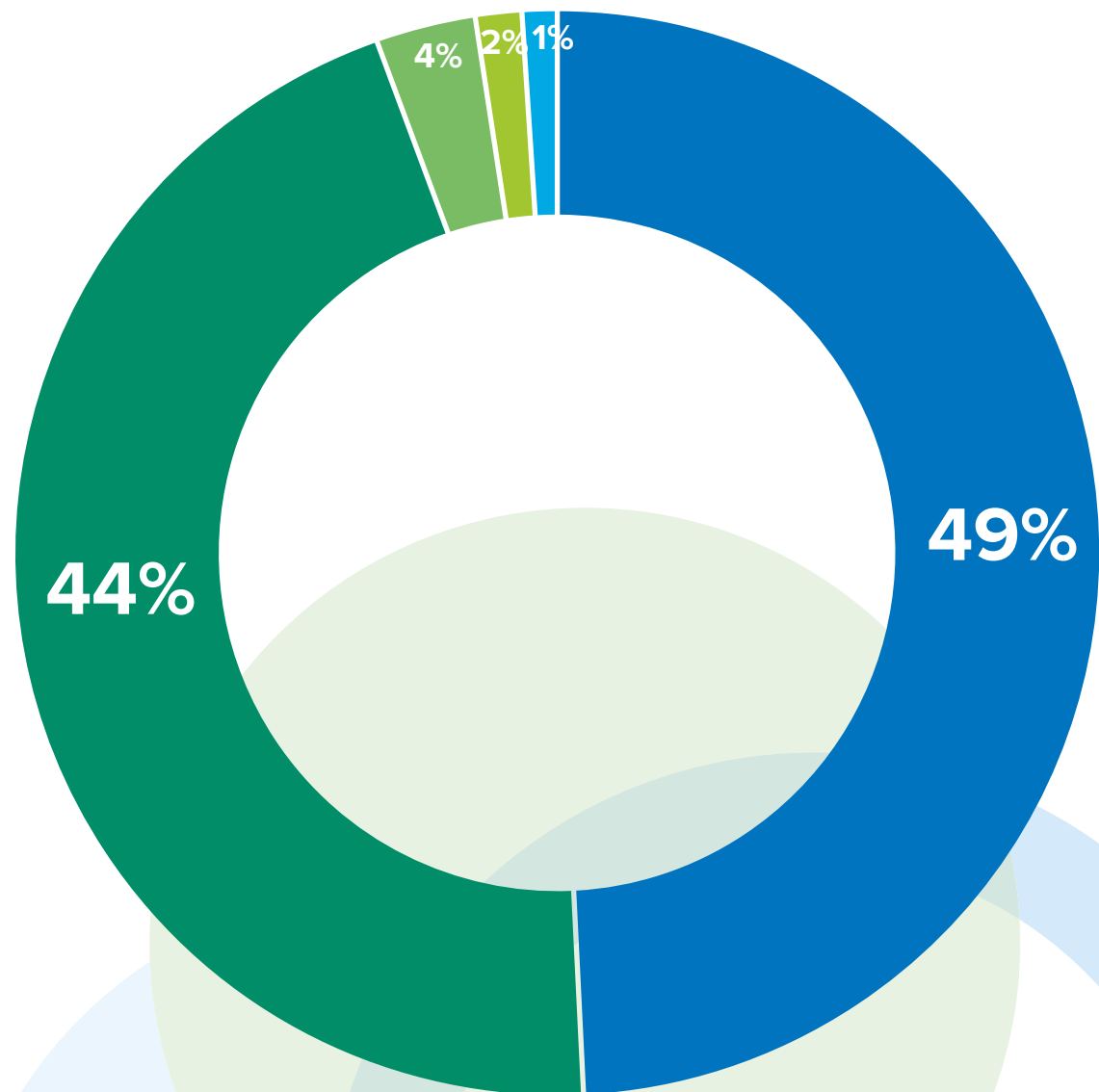
kompanija sprovodi aktivnosti u pravcu podsticanja preduzetničke kulture mladih

Pakt za mlade

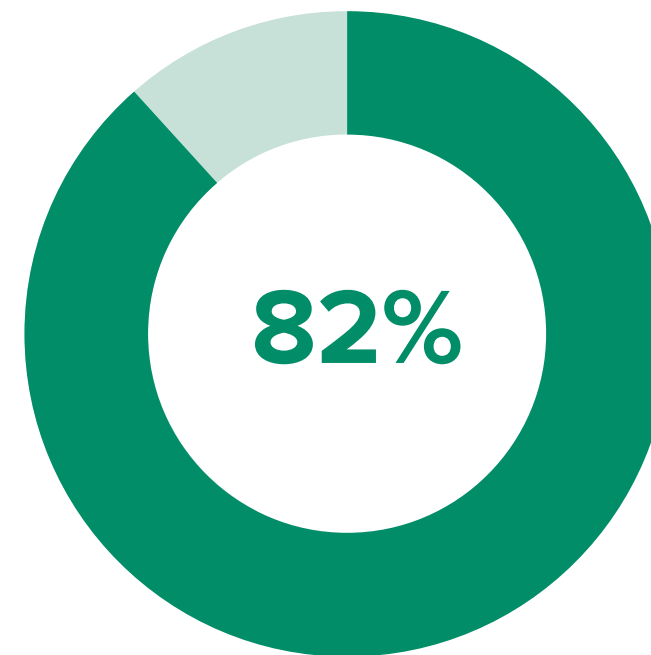
Partnerstva sa
obrazovnim institucijama

120

Broj sklopljenih formalnih partnerstava
između kompanija i obrazovnih institucija



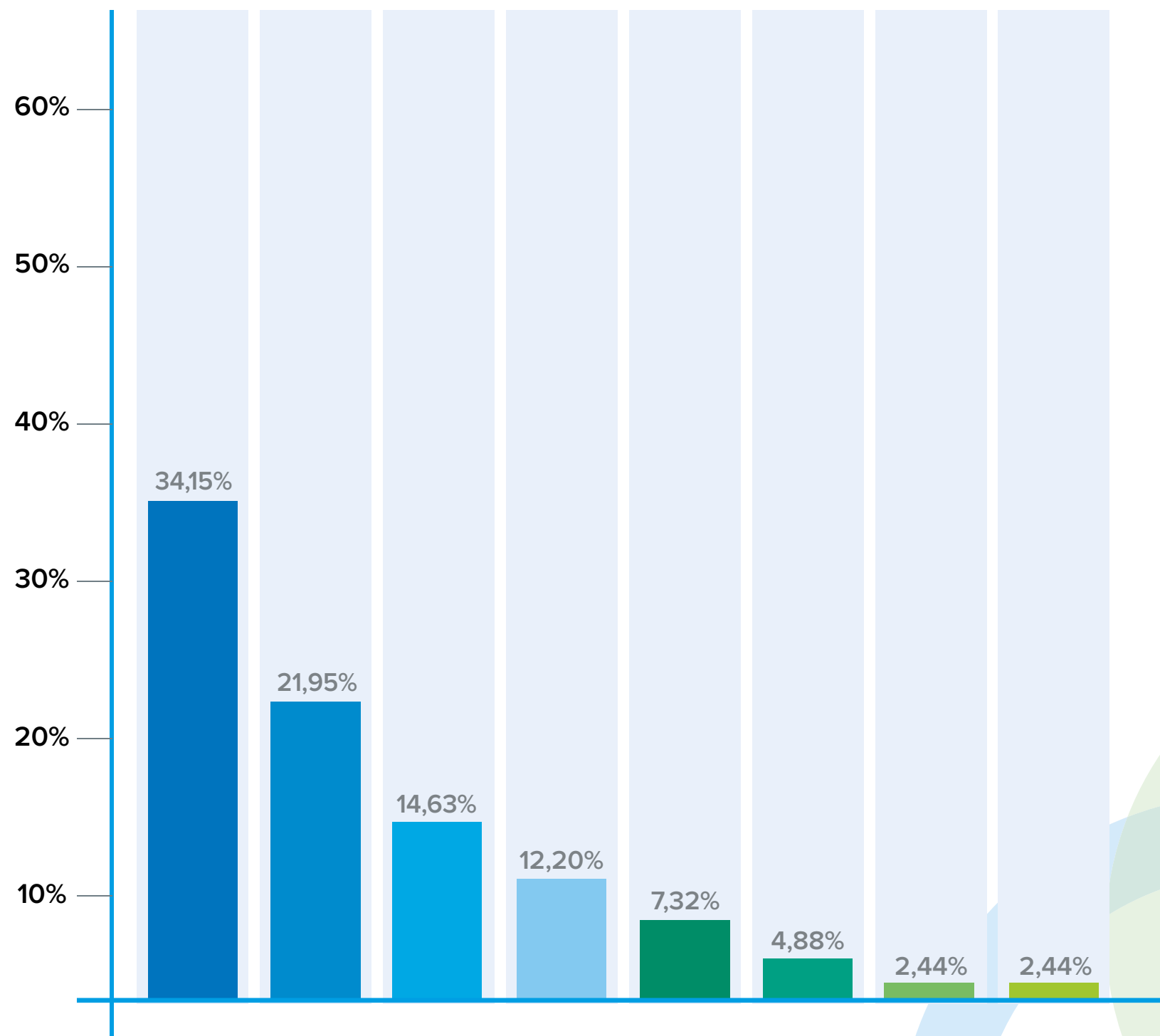
- 49% Srednje škole
- 44% Fakulteti
- 4% Univerziteti
- 2% Studentske organizacije
- 1% Centri za obrazovanje odraslih



kompanija je sklopilo
formalna partnerstva
sa obrazovnim
institucijama

Pakt za mlade

Partnerstva sa obrazovnim institucijama



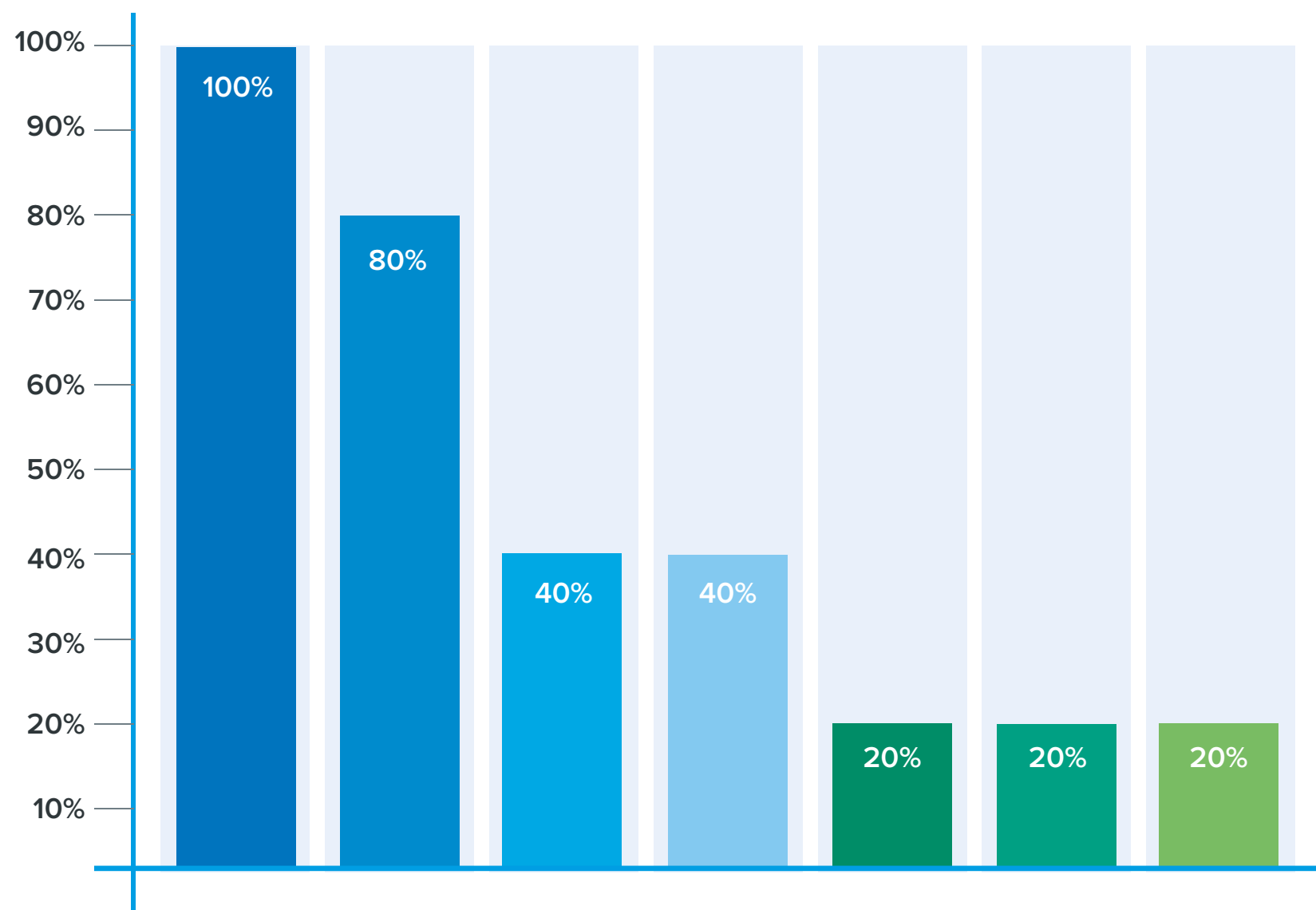
- **34,15%** Obavezne stručne prakse
- **21,95%** Sticanje stručnih znanja učenika
- **14,63%** Angažovanje zaposlenih u nastavi
- **12,20%** Radne prakse
- **7,32%** Zapošljavanje učenika/studenata
- **4,88%** Nešto drugo
- **2,44%** Unapređenje kurikuluma
- **2,44%** Stručno usavršavanje nastavnika

Pakt za mlade

Uticaji na javne politike

35%

kompanija je na neki način uključeno u konsultativni proces/ inicijativu koja ima za cilj unapređenje javnih politika kada je u pitanju poboljšanje obrazovanja i zapošljivosti mladih.



- 100% Škole i visokoškolske ustanove
- 80% Nacionalna služba za zapošljavanje
- 40% Ministarstvo rada, zapošljavanja i socijalne politike
- 40% Privredna komora Srbije
- 20% Ministarstvo prosvete, nauke i tehnološkog razvoja
- 20% Ministarstvo omladine i sporta
- 20% Zavod za unapređivanje obrazovanja i vaspitanja – Centar za stručno obrazovanje i obrazovanje odraslih

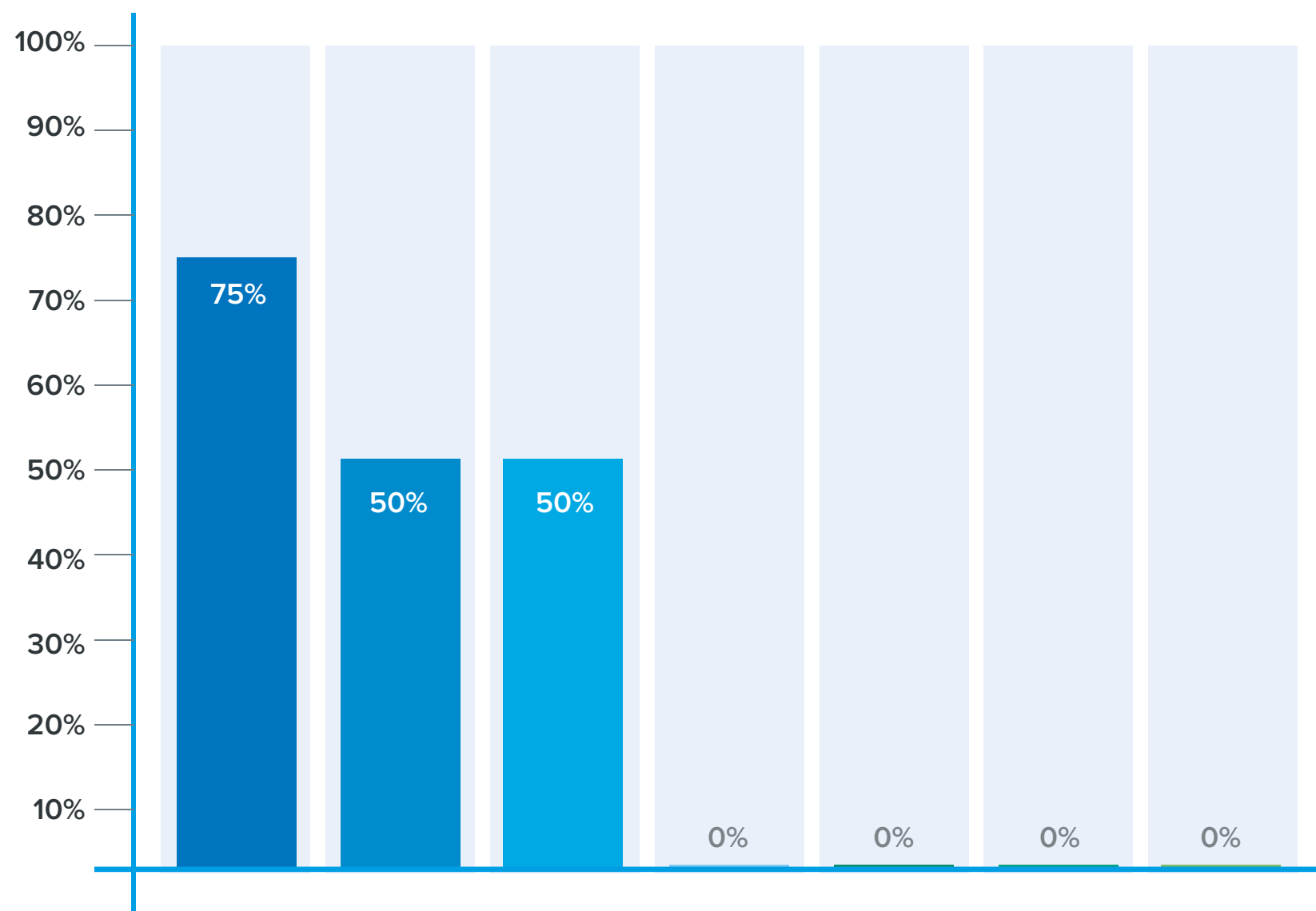
Pored škola i visokoškolskih ustanova, najčešći partner kompanija pri kreiranju javnih politika za mlade jeste **Nacionalna služba za zapošljavanje.**

Pakt za mlade

Uticaji na javne politike – Dualno obrazovanje

24%

kompanija je uključeno u razvoj srednjeg stručnog obrazovanja po modelu dualnog obrazovanja.



Načini uključivanja kompanija u razvoj dualnog obrazovanja*

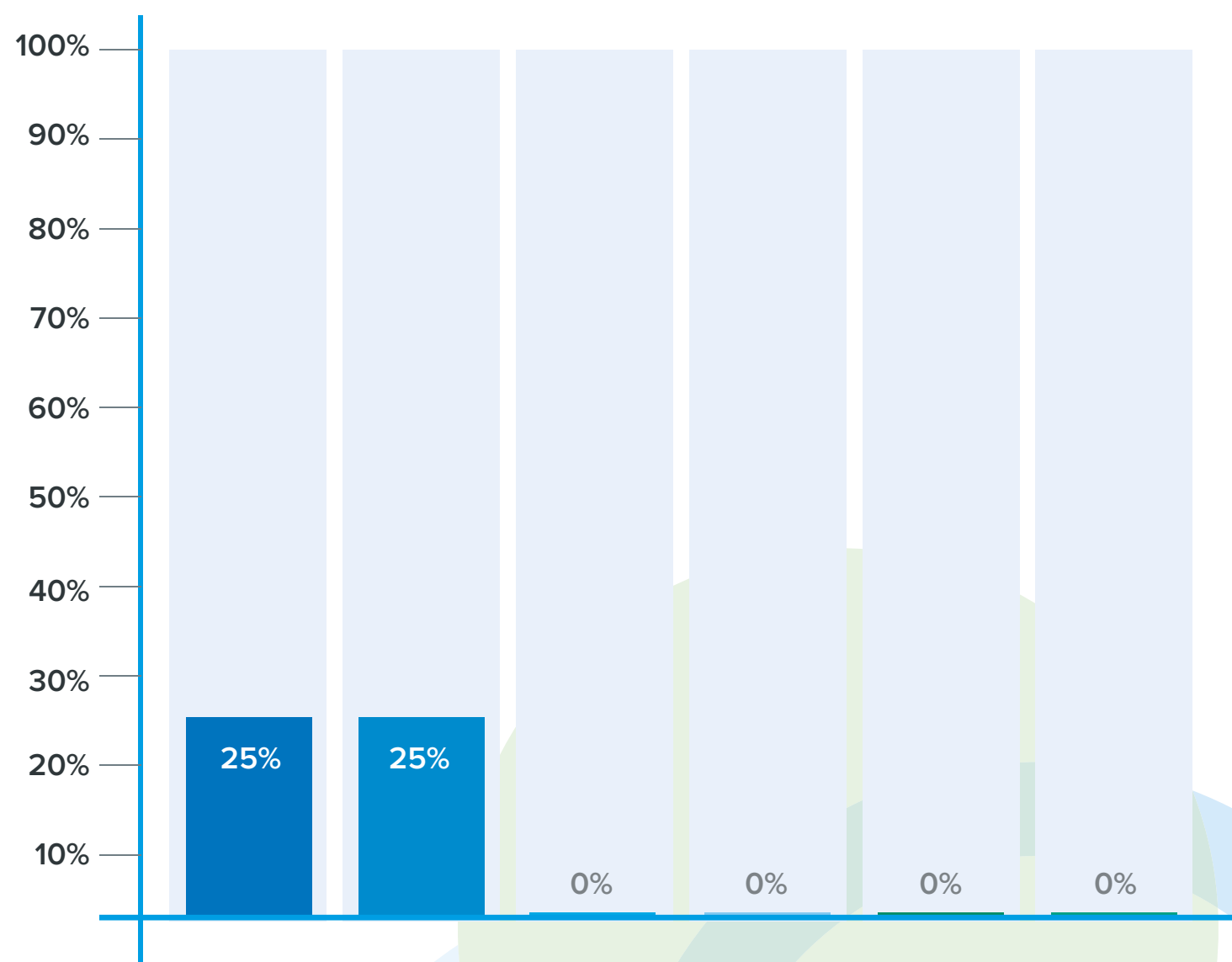
- **75%** Realizacija praktičnog dela nastave u kompaniji
- **50%** Uključivanje kompanije u razvoj plana i programa
- **50%** Identifikacija potreba za zanimanjima na tržištu rada
- **0%** Participacija u radu Sektorskih veća
- **0%** Učešće u kreiranju standarda kvalifikacija
- **0%** Participacija u ispitnim komisijama (eksterni završni ispit)
- **0%** Donacije školama u vidu opreme

* Načini uključivanja kompanija u razvoj srednjeg stručnog obrazovanja i podsticaji za kompanije su predviđeni Strategijom razvoja obrazovanja u Srbiji do 2020. godine

Pakt za mlade

Uticaji na javne politike – Dualno obrazovanje

Podsticaji koje su kompanije dobile od države za uključivanje u razvoj dualnog obrazovanja*



- **25%** Akreditacija instruktora praktične nastave iz preduzeća kao nastavnika
- **25%** Nešto drugo (podrška institucija)
- **0%** Članstvo u školskim odborima
- **0%** Nadoknade za rad u komisijama
- **0%** Akreditacija radnih mesta za realizaciju praktične nastave
- **0%** Finansijske stimulacije (poreske olakšice)

* Načini uključivanja kompanija u razvoj srednjeg stručnog obrazovanja i podsticaji za kompanije su predviđeni Strategijom razvoja obrazovanja u Srbiji do 2020. godine

Reforma srednjeg stručnog obrazovanja u Srbiji je započela u aprilu 2013. godine kroz projekat Nemačke organizacije za međunarodnu saradnju - GIZ. Reforma je podrazumevala uvođenje elemenata dualnog obrazovanja u obrazovni sistem kako bi se rešila pitanja nedovoljno kvalifikovane radne snage i nezaposlenosti mladih. Ovakav model podrazumeva mnogo veće uključivanje privrede u sve segmente obrazovanja, od kreiranja kurikuluma, do realizacije praktične nastave. Po završetku projekta, Ministarstvo prosvete, nauke i tehnološkog razvoja definisalo je uvođenje i razvoj dualnog obrazovanja kao jedan od svojih prioritarnih ciljeva. Prema novom nacrtu Zakona o dualnom obrazovanju koji je u periodu maj-jun 2017. godine prošao javnu raspravu, dualno obrazovanje predstavlja deo sistema srednjeg obrazovanja i vaspitanja u kome se kroz teorijsku nastavu i vežbe u školi i učenje kroz rad kod poslodavca, stiču, usavršavaju i izgrađuju znanja, veštine, sposobnosti i stavovi u skladu sa standardom kvalifikacije i planom i programom nastave i učenja.

Kompanije uključene u razvoj dualnog modela obrazovanja u Republici Srbiji retko dobijaju podsticaje od strane države.

PODRŠKA LOKALNOJ ZAJEDNICI

Članice Foruma za odgovorno poslovanje razvijaju programe korporativne filantropije donirajući novčana sredstva, proizvode i usluge, vreme i veštine svojih zaposlenih.



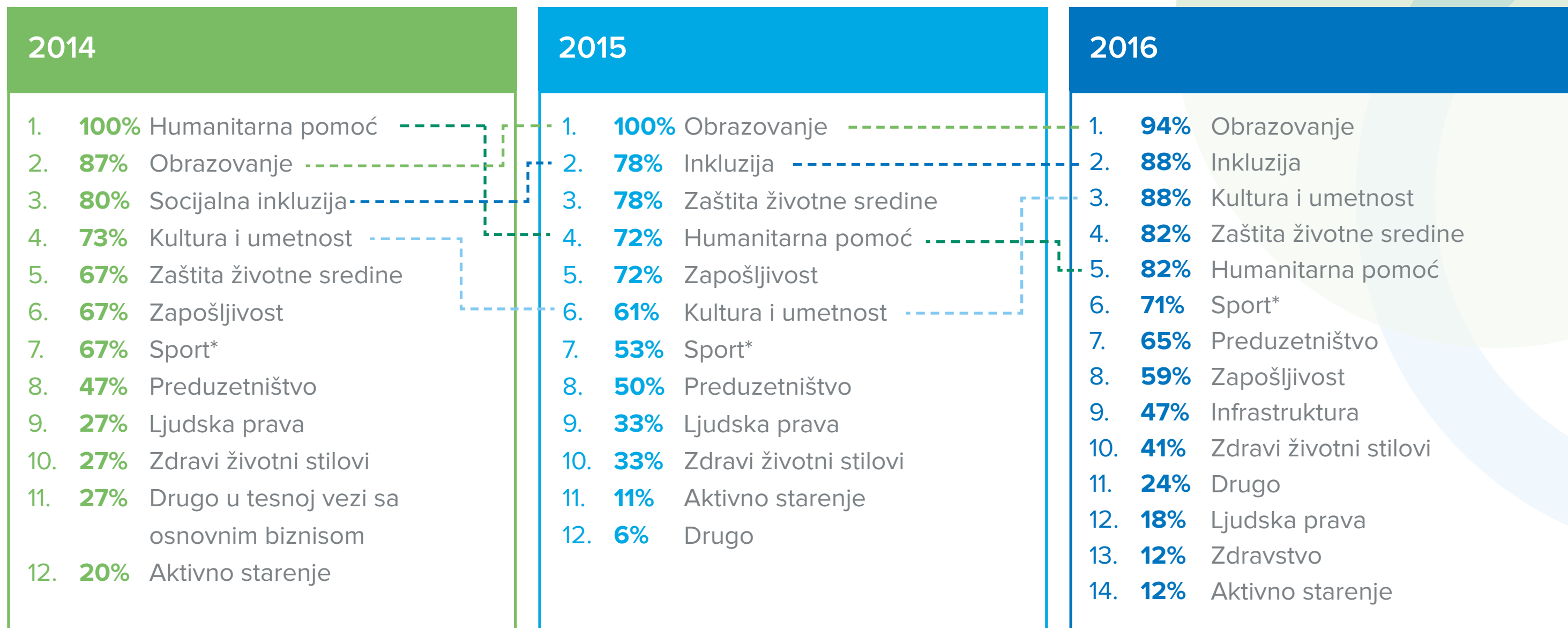
FORUM ZA
ODGOVORNO
POSLOVANJE

BOLJI BIZNIS ZA
BOLJE DRUŠTVO

Korporativna filantropija

predstavlja više od trenutne reakcije na potrebe zajednice - ona predstavlja strateško ulaganje u razvoj zajednice u kojoj kompanija posluje i zasniva se na određivanju oblasti podrške koje su istovremeno prioriteti i za lokalnu zajednicu, i za kompaniju.

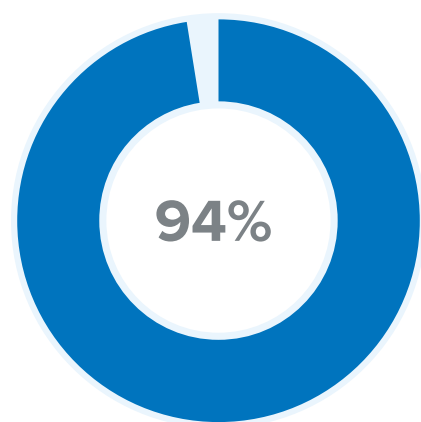
Koje oblasti kompanije podržavaju?



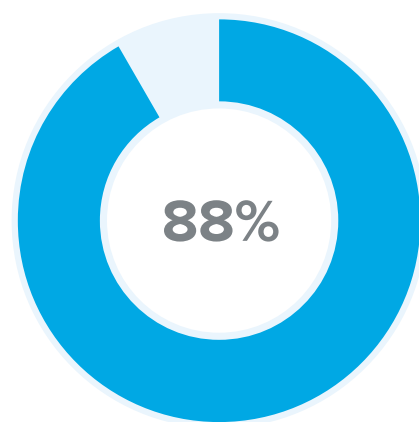
Godinama unazad najveći broj kompanija podržava projekte iz oblasti obrazovanja. Inkluzija, kultura, zaštita životne sredine i humanitarna pomoć i dalje su u vrhu liste prioriteta. U ovogodišnjem upitniku unapređena je metodologija dodavanjem dve nove oblasti – infrastruktura i zdravstvo. Gotovo polovina kompanija je podržavala projekte iz oblasti infrastrukture.

* amaterski, omladinski, školski i sport za osobe sa invaliditetom.

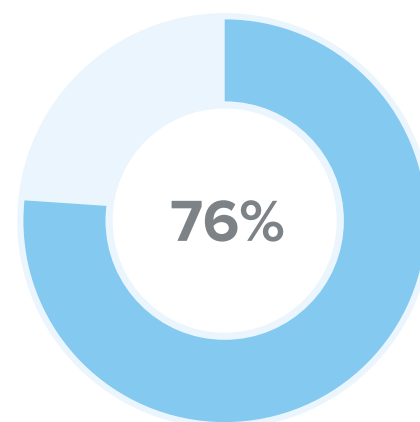
Koje ciljne grupe kompanije najčešće podržavaju?



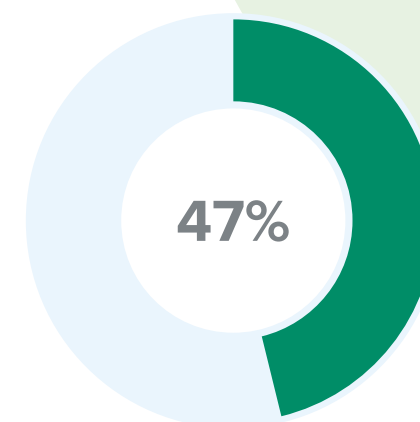
Mladi (od 19 do 30 godina)



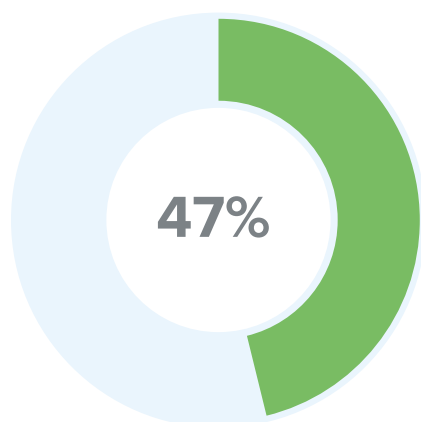
Deca (do 18 godina)



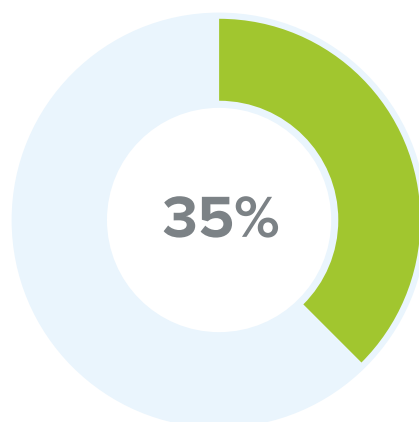
Osobe sa invaliditetom



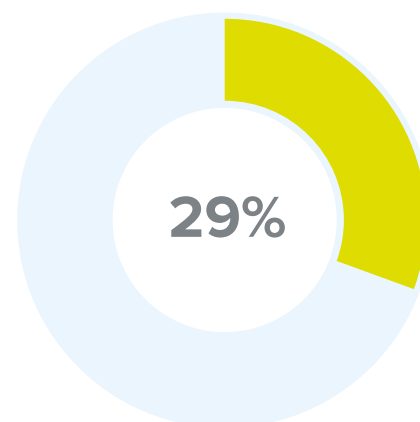
Žene



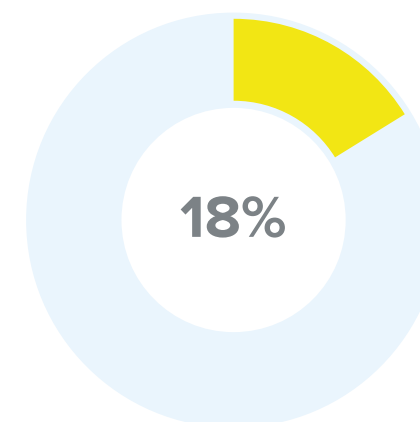
Stari



Siromašni



Romi

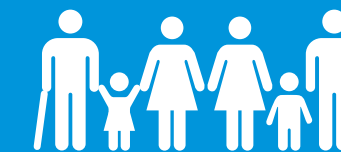


Drugo

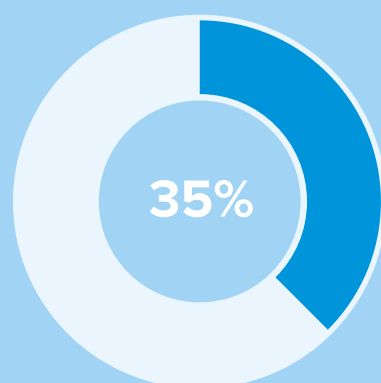
Kompanije članice usmeravaju podršku najviše ka projektima namenjenim mladima od 19 do 30 godina.

Kako članice ostvaruju Cilj broj 1.

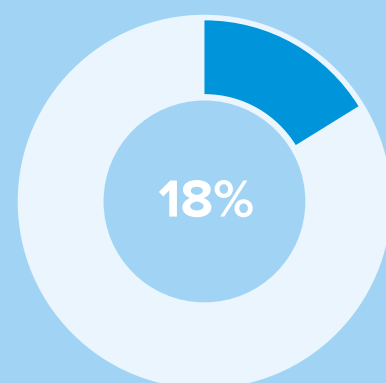
1. Okončati siromaštvo svuda i u svim oblicima



Investicije u zajednicu namenjene siromašnima

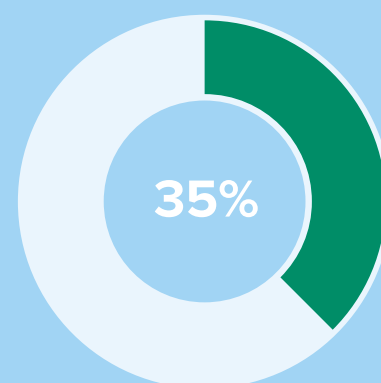


kompanija ulaže u projekte namenjene siromašnima

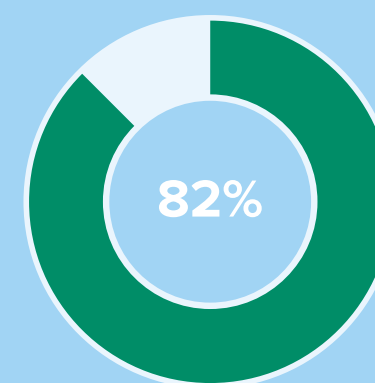


kompanija meri socijalni povraćaj na investicije (SROI)

Inkluzivni biznis modeli

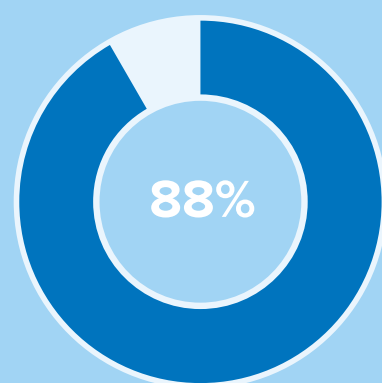


kompanija nudi posebne pogodnosti socijalno ugroženim grupama kada su u pitanju njihovi proizvodi ili usluge

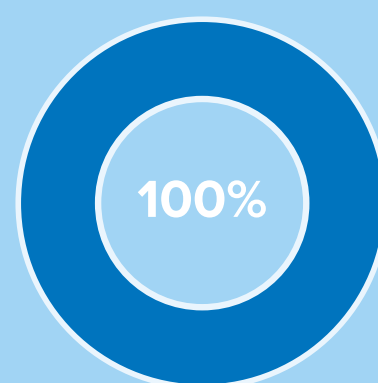


kompanija uključilo je socijalna preduzeća u svoj lanac dobavljača

Fer nadoknade za sve zaposlene



procenat kompanija u kojima je prosečna plata veća od republičkog proseka



kompanija koje koriste usluge agencija za lizing/outsorsing radnika zahteva od agencija korektnu politiku kada su u pitanju zarade

Kompanije mogu uticati na smanjenje stope siromaštva kroz fer nadoknade kako za svoje direktno zaposlene, ali tako i za radnike zaposlene preko agencija. Inkluzivni biznis modeli pomažu siromašnima i ugroženim socijalnim grupama tako što im omogućavaju lakši pristup proizvodima i uslugama kompanija, i uključujući ih u svoj lanac dobavljača. Još jedan način da se osnaže socijalno ugroženi jeste usmeravanje filantropskih davanja ka projektima za siromašne, dok merenje socijalnog povraćaja na investicije omogućava da se sa alociranim sredstvima postigne maksimalni efekat.

Teme relevantne za biznis:

Investicije u zajednicu namenjene siromašnima

Inkluzivni biznis modeli

Fer nadoknade za sve zaposlene

Na koje lokalne zajednice je bila usmerena podrška

Novi Sad (6)

Sombor (2)

Bečej (1)

Zrenjanin (1)

Šabac (2)

Beograd (5)

Vršac (1)

Pančevo (2)

Arandelovac (1)

Petrovac na Mlavi (1)

Kladovo (1)

Veliko Gradište (1)

Jagodina (2)

Gornji Milanovac (1)

Čačak (1)

Bajina Bašta (1)

Kosjerić (1)

Užice (1)

Kragujevac (2)

Priboj (1)

Kraljevo (3)

Prijepolje (1)

Novi Pazar (1)

Bor (1)

Paraćin (2)

Niš (7)

Kuršumlija (1)

Leskovac (2)

Grdelica (1)

Vranje (3)

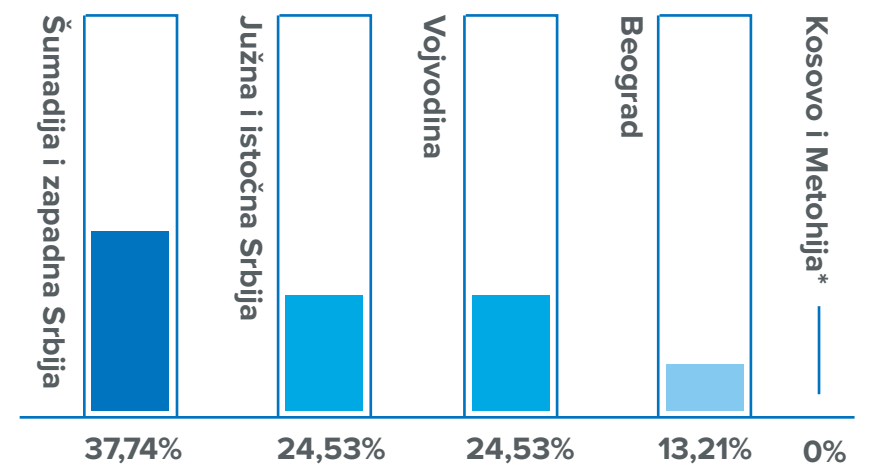
Bosilegrad (1)

*Broj pored naziva mesta označava broj kompanija koje su pružile podršku

U 2016. podržano je 743 organizacija i 1.154 projekta.

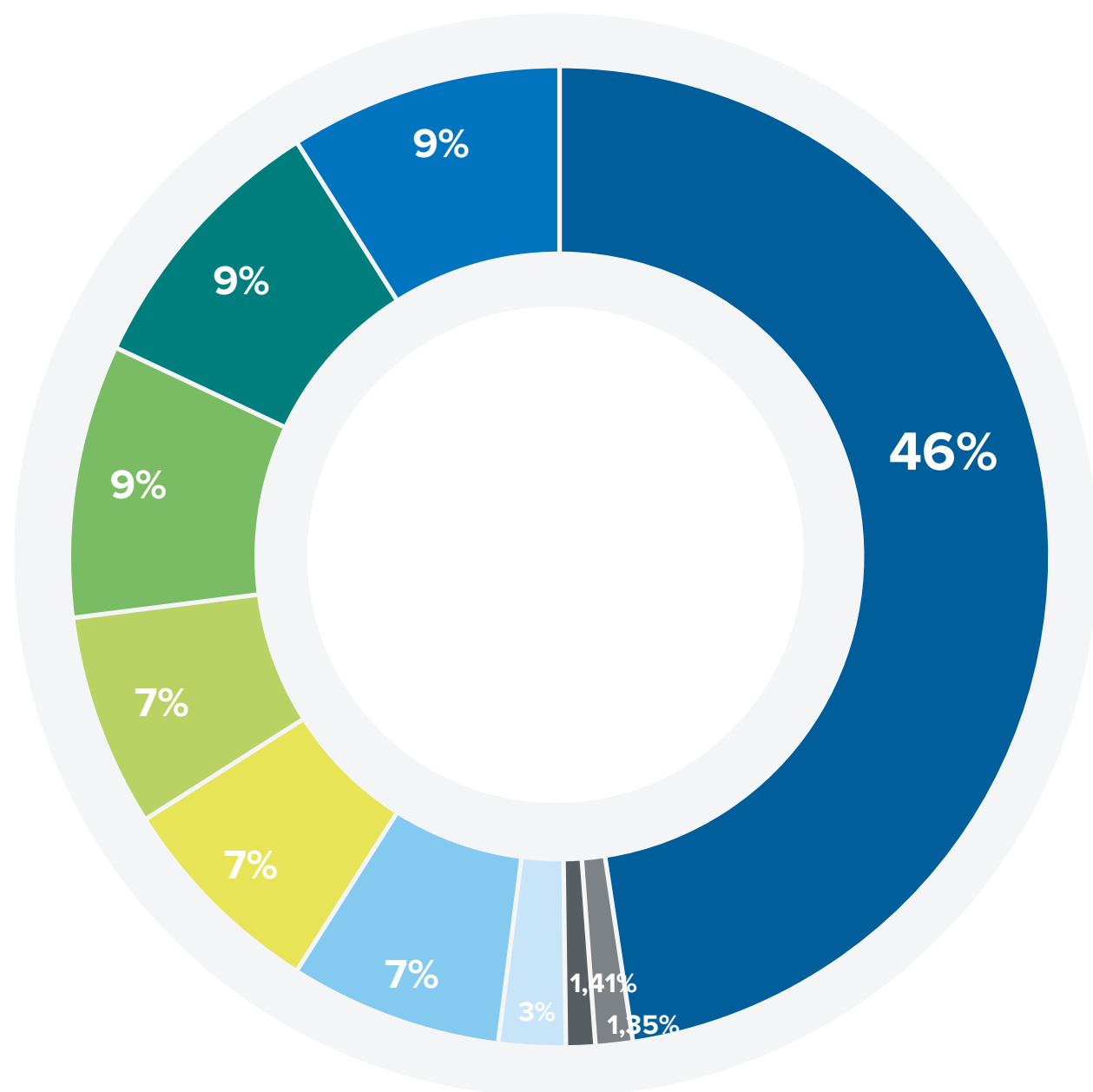
Kompanije su u 2016. godini podržale različite lokalne zajednice, a najveći broj projekata realizovan je u Nišu, Novom Sadu i Beogradu, a zatim Kraljevu, Vranju i Leskovcu. Najviše podržanih projekata sprovedeno je u regionu Šumadije i Zapadne Srbije.

Podržani projekti prema Statističkim regionima Srbije:



Više od **126.755** direktnih korisnika podržano je kroz različite projekte korporativne filantropije u toku 2016. godine

Ko su strateški partneri kompanija u programima angažovanja u lokalnim zajednicama?

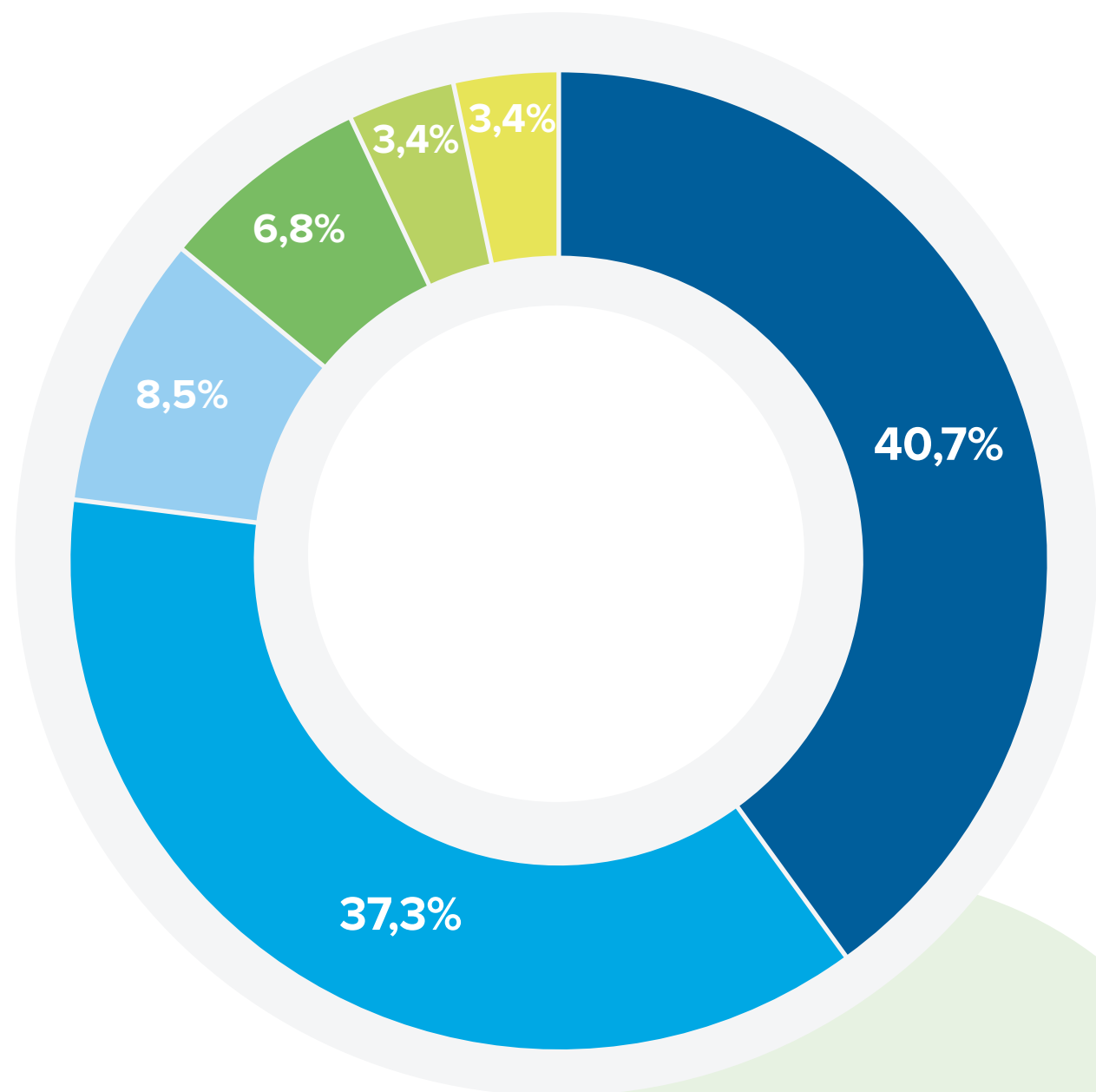


Organizacije civilnog društva najčešći su partneri kompanija pri realizaciji programa korporativne filantropije sa zastupljenošću od 46%. Kao novi strateški partneri kompanija pojavljuju se poslovno – tehnološki inkubatori.

- **46% organizacije civilnog društva**
- **9% državne institucije**
- **9% fondacije**
- **9% obrazovne institucije**
- **7% kulturne institucije**
- **7% zdravstvene institucije**
- **7% sportske organizacije**
- **3% poslovno - tehnološki inkubatori**
- **1,35% kompanije**
- **1,41% lokalna samouprava**

Prethodne godine porastao je broj kulturnih institucija sa kojima su kompanije ostvarile saradnju na projektima korporativne filantropije. Isto tako, kultura i umetnost kao oblast je prethodne godine dobila najveću podršku od kompanija od kada se sprovodi istraživanje.

Koji su najčešći vidovi saradnje sa strateškim partnerima iz lokalne zajednice?



U 2016. godini najčešći vidovi saradnje su bili zajednički projekti i direktna podrška organizacijama.

- **40,7% direktna podrška**
- **37,3% zajednički projekat**
- **8,5% implementacija projekta kompanije**
- **6,8% promocija i razvoj određene društvene teme**
- **3,4% saradnja na projektima volontiranja**
- **3,4% zajednička kampanja**



Cilj 17. Učvrstiti globalno partnerstvo za održivi razvoj

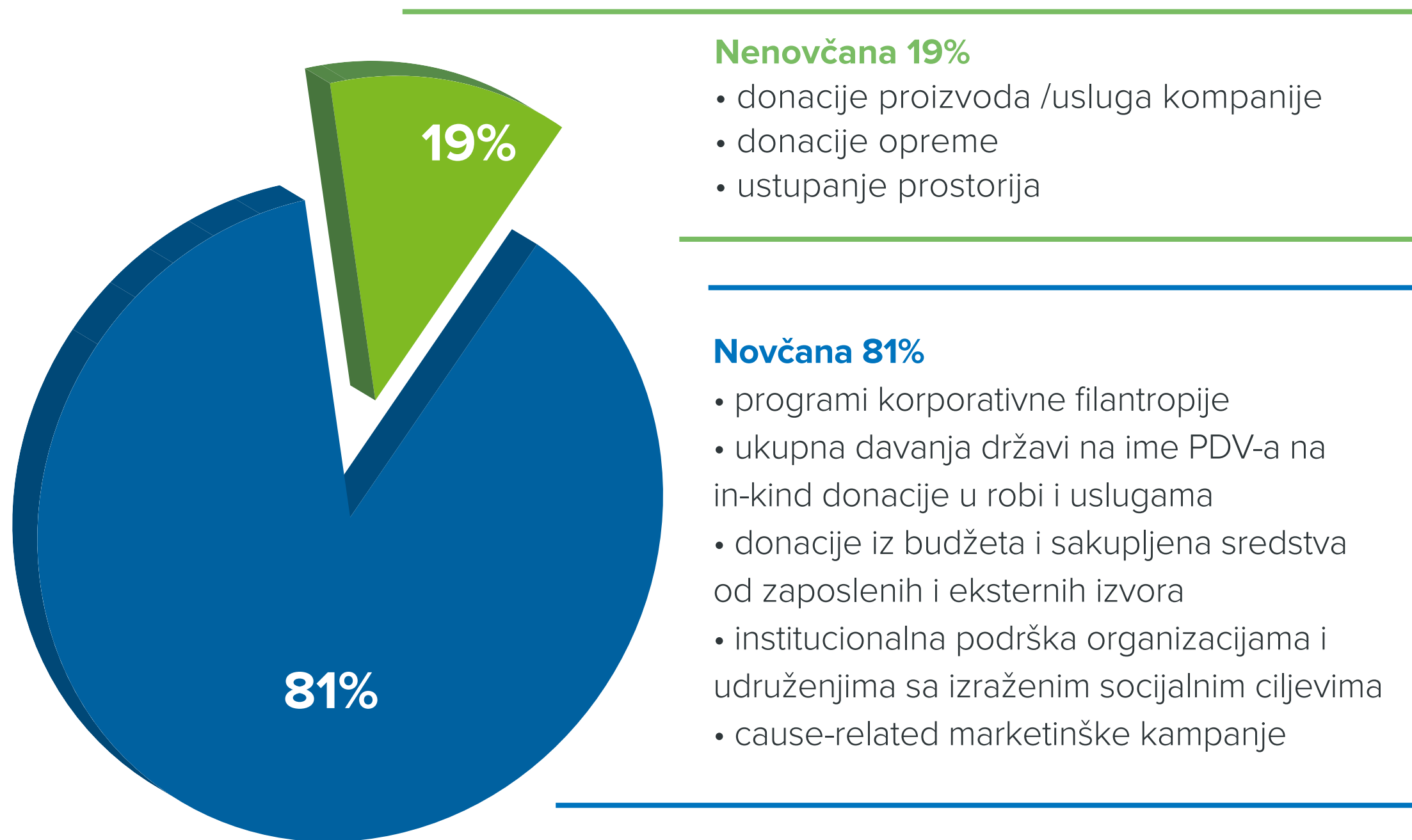
Teme relevantne za biznis:
Multisektorska partnerstva

37%

među najčešćim vidovima saradnje sa partnerima jeste realizacija zajedničkog projekta

Socijalnim dijalogom sa raznovrsnim socijalnim akterima i zajedničkom akcijom kompanije odgovaraju na različite društvene izazove.

Koliko je iznosila ukupna podrška zajednici?



Nenovčana 19%

- donacije proizvoda /usluga kompanije
- donacije opreme
- ustupanje prostorija

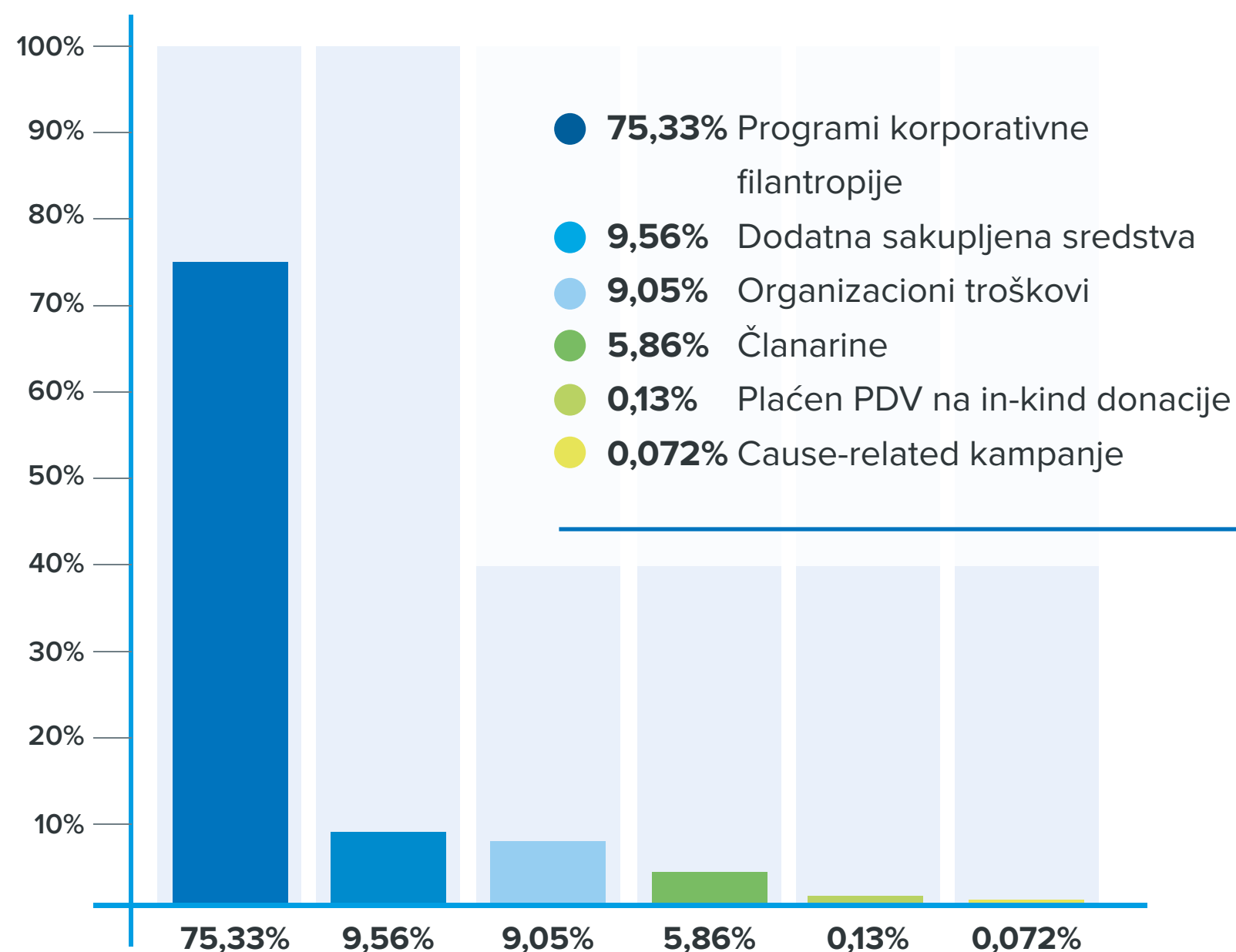
Novčana 81%

- programi korporativne filantropije
- ukupna davanja državi na ime PDV-a na in-kind donacije u robi i uslugama
- donacije iz budžeta i sakupljena sredstva od zaposlenih i eksternih izvora
- institucionalna podrška organizacijama i udruženjima sa izraženim socijalnim ciljevima
- cause-related marketinške kampanje

Ukupna podrška lokalnim zajednicama iznosi **588.480.594,12 RSD** od čega 61% jesu direktne donacije iz budžeta.

Vrednost novčane podrške

Ukupna novčana sredstva namenjena podršci zajednice

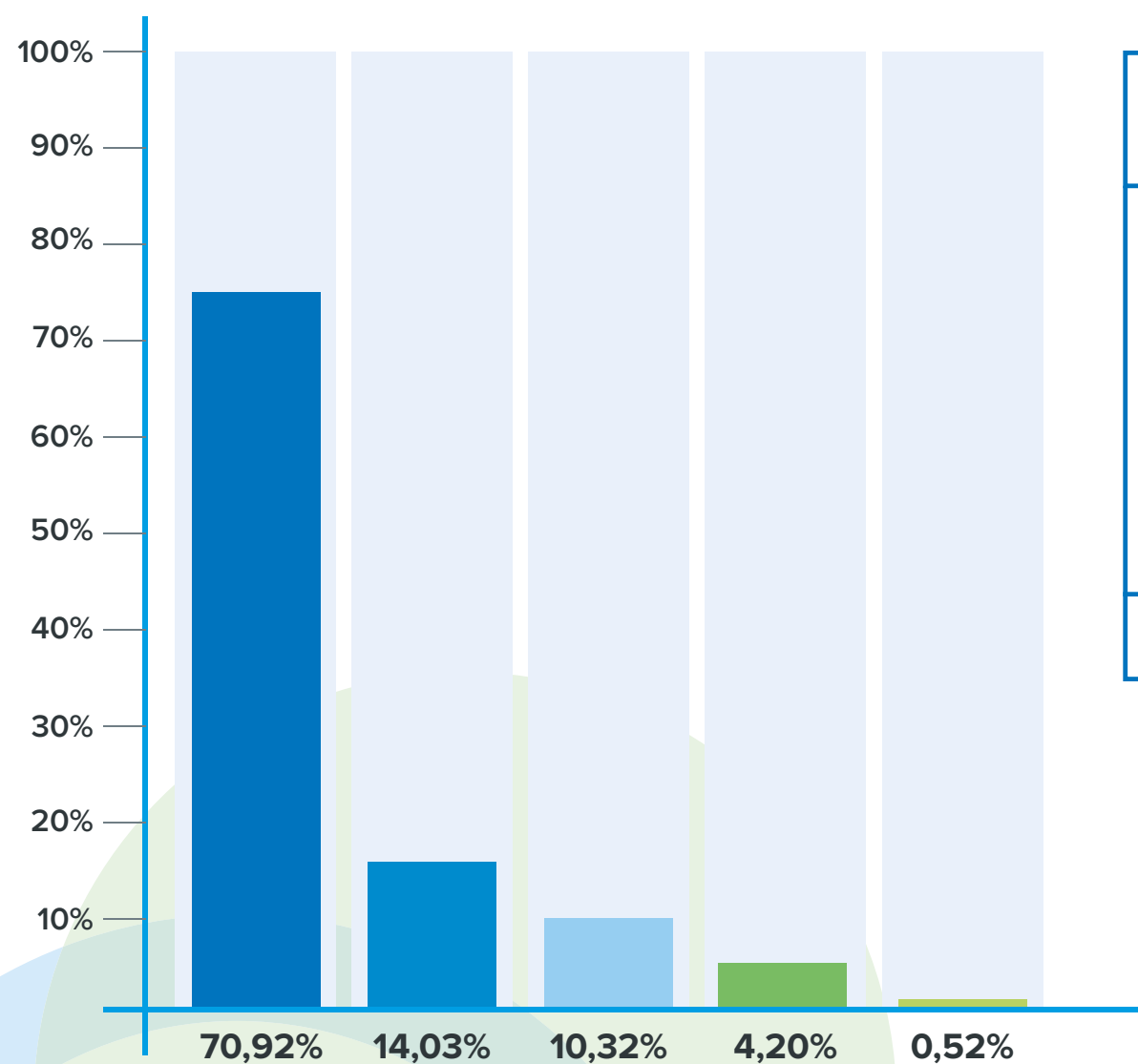


Vrsta novčanih davanja	Iznos u dinarima
Sredstva izdvojena za programe korporativne filantropije iz budžeta kompanije	360.268.107,36
Sredstva sakupljena iz drugih izvora zahvaljujući aktivnostima kompanije*	45.700.016,00
Organizacioni troškovi sprovođenja filantropskih aktivnosti	43.278.857,00
Institucionalna podrška organizacijama iz lokalne zajednice kroz članarine	28.047.333,88
Ukupna davanja državi na ime PDV-a na in-kind donacije u robi i uslugama	611.966,61
Sredstva sakupljena kroz cause-related marketinške kampanje	343.430,20
Ukupno:	478.249.711,05

*Pored izdvajanja iz budžeta kompanije koja su najzastupljenija, kompanije su svojim angažovanjem podstakle i uključile zaposlene, potrošače ili poslovne partnere u sakupljanje dodatnih sredstava za konkretne društvene ciljeve

Vrednost nenovčane podrške

- **70,92%** Donacije proizvoda i usluga
- **14,03%** Donacije opreme
- **10,32%** Donacije prehrambenih proizvoda
- **4,20%** Nenovčane donacije koje su sakupili zaposleni
- **0,52%** Ustupanje prostora



Vrsta nenovčanih ulaganja	Iznos u dinarima
Donacije proizvoda/usluga	78.177.796,53
Donacija opreme	15.468.784,54
Donacije prehrambenih proizvoda	11.380.302,00
Nenovčane donacije koje su sakupili zaposleni	4.634.000,00
Ustupanje prostorija	570.000,00
Ukupno:	110.230.883,07



Cilj 2. Okončati glad, postići bezbednost hrane i poboljšanu ishranu i promovisati održivu poljoprivredu

Teme relevantne za biznis:
Podrška malih lokalnih proizvođača,
Inovacije u poljoprivredi,
Pomoć zajednici po pitanju prehrane

13.680.302,00 RSD

iznose donacije prehrambenih proizvoda zajednici

83% **17%**

83% donacije kompanija
 17% proizvodi koje su prikupili zaposleni

Uključivanje zaposlenih

u programe korporativne filantropije u direktnoj je vezi sa građenjem kulture društveno odgovornog poslovanja. Angažovani zaposleni direktno doprinose stvaranju i negovanju korporativnih vrednosti koje donose korist i kompaniji, i zajednici.

Koliko su zaposleni doprineli programima korporativne filantropije?

7.926.408,00 RSD

iznose novčane i nenovčane donacije zaposlenih

1.780 zaposlenih

bilo je uključeno u neku vrstu volonterskih aktivnosti

16.662 sati ili 2.082,75 dana

rada posvetili su zaposleni društvenim ciljevima

6.007.731,82 RSD

iznosila bi monetarna vrednost volonterskog rada ukoliko bi bio računat na osnovu prosečne zarade u 2016. godini*

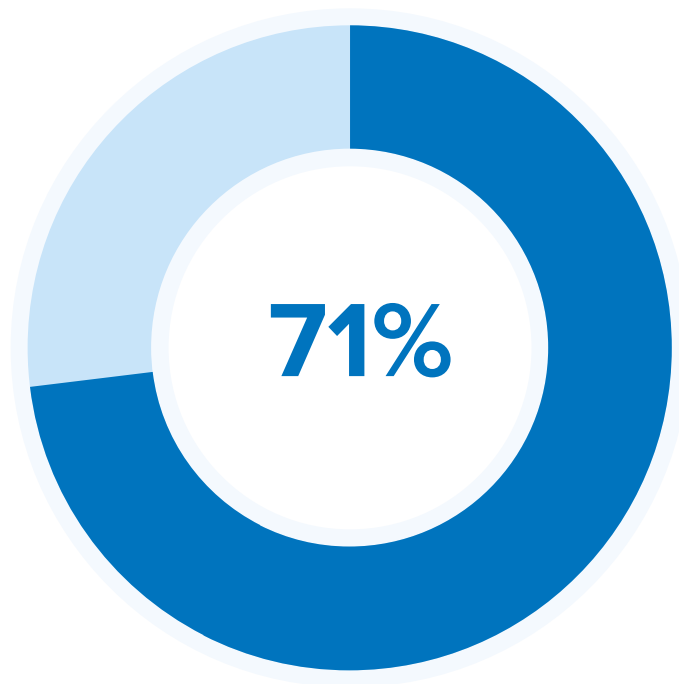
**Izračunato na osnovu prosečne godišnje zarade po zaposlenom u Republici Srbiji koja je isplaćena u 2016. godini, i iznosi 63.459,42 dinara mesečno, odnosno 360,56 dinara po satu.*

Korporativno volontiranje

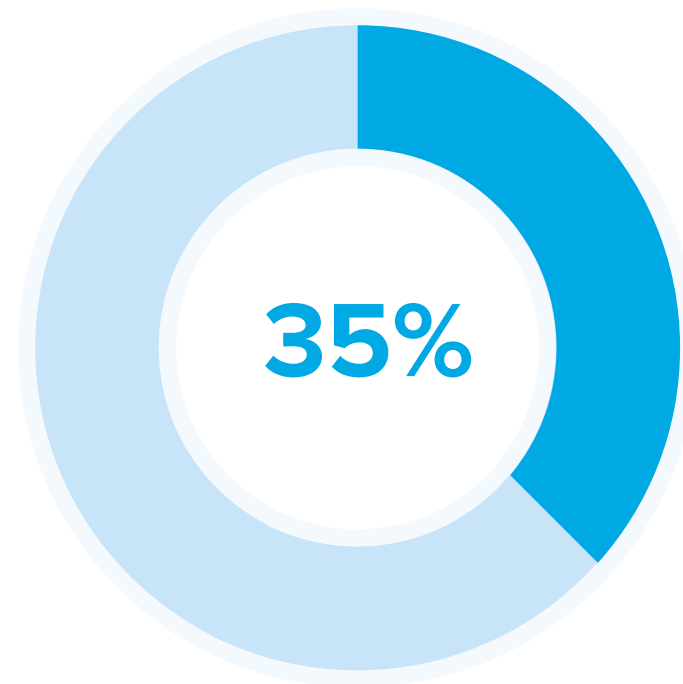
se zasniva na planiranim i koordinisanim nastojanjima kompanije da svojim zaposlenima omogući da se uključe u aktivnosti koje doprinose ostvarivanju širih društvenih ciljeva, pod pokroviteljstvom ili u organizaciji kompanije.

Zastupljenost korporativnog volontiranja

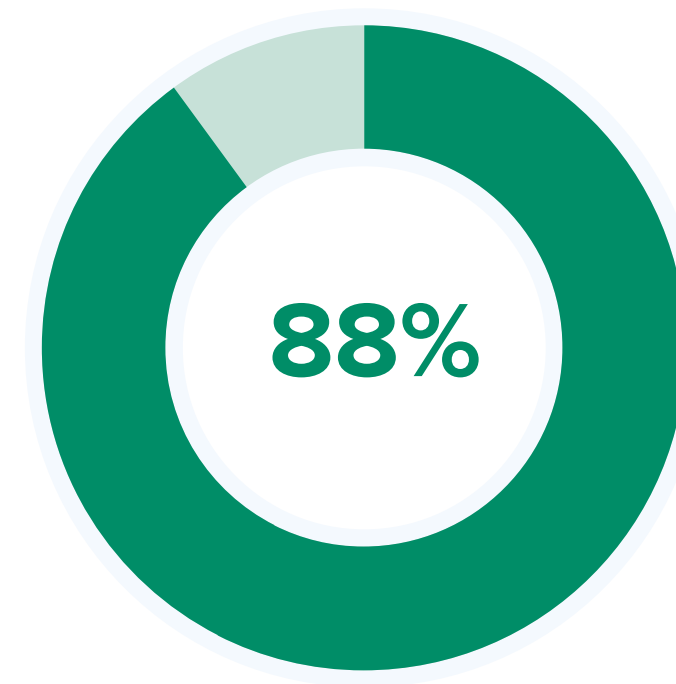
Kompanije su realizovale ukupno **85** volonterskih projekata u svojoj organizaciji, i učestvovala u još **25** eksternih volonterskih akcija.



71% kompanija ima program korporativnog volontiranja



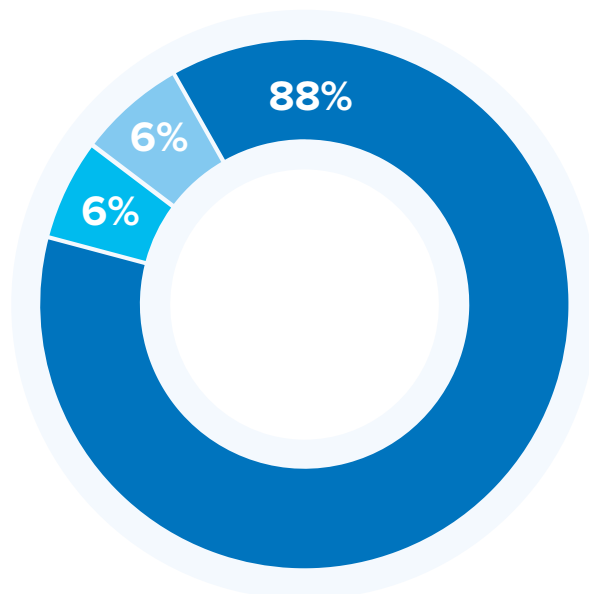
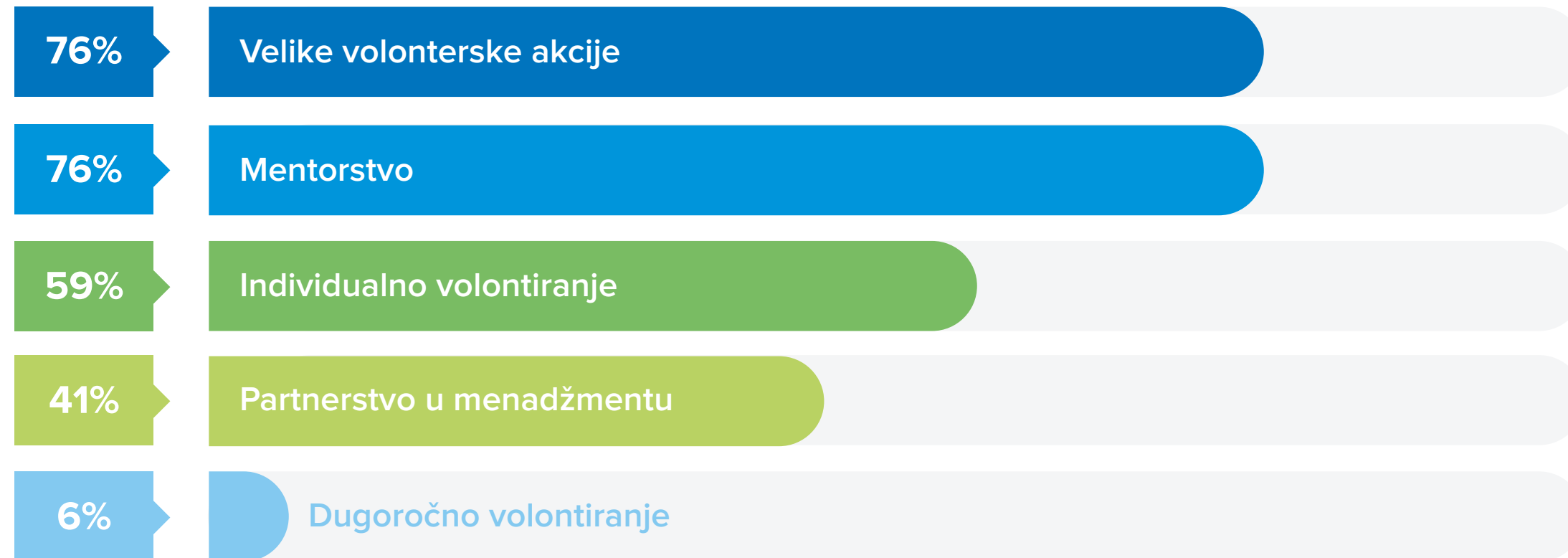
35% kompanija ima politiku kojom reguliše ovu oblast



U 88% kompanija najviši menadžment volontira

Zastupljenost korporativnog volontiranja

Tipovi volontiranja po zastupljenosti u kompanijama



Prema internim pravilima, korporativno volontiranje se odvija tokom

- I tokom radnog i van radnog vremena **88%**
- Samo tokom radnog vremena **6%**
- Samo van radnog vremena **6%**

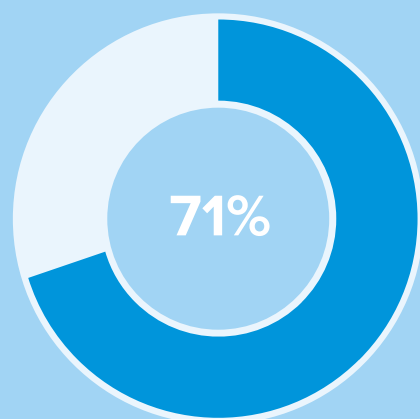
Kako članice ostvaruju Cilj broj 3.

3. Obezbediti zdrav život i promovisati blagostanje za ljude svih generacija

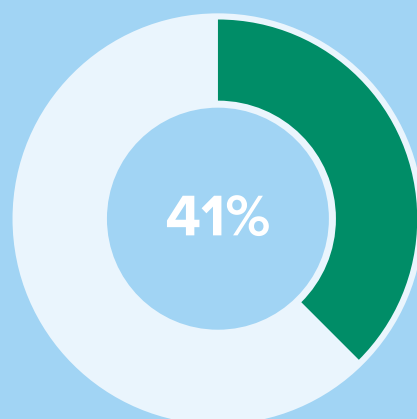


Ulaganje u zdravstvo i zdrave životne stilove

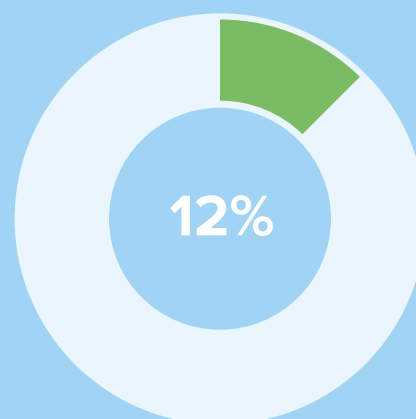
Kompanije ulažu u cilj broj tri podržavajući nekoliko tema:



podrška amaterski sport



podrška zdrave životne stilove



podrška zdravstvo

Zdravlje i bezbednost na radu

142.935.845,00 RSD

je uloženo u poboljšanje zdravlja zaposlenih i bezbednosti na radu iznad zakonske obaveze

88%

kompanija ima politike i programe za prevenciju nesreća i bolesti na radnom mestu

Teme relevantne za biznis:

Ulaganje u zdravstvo i zdrave životne stilove

Zdravlje i bezbednost na radu

Kompanije će doprineti promovisanju zdravog života i blagostanja najpre kroz podršku svojim zaposlenima, procenom zdravstvenih rizika, ulaganjem u zdravlje i bezbednost kako na radnom mestu, tako i u slobodnom vremenu. Za biznis su posebno značajne oblasti poput sprečavanja nezaraznih bolesti, negovanja mentalnog zdravlja i bezbednosti u saobraćaju. Kompanije proširuju svoj uticaj ako o ovim temama edukuju dobavljače, partnere i potrošače.

četiri od pet kompanija koje imaju programe osnaživanja dobavljača usmeravaju svoje aktivnosti na oblast Zdravlja i bezbednosti na radu

RADNO OKRUŽENJE

Kompanije članice Foruma za odgovorno poslovanje ulažu u razvoj svojih zaposlenih obezbeđivanjem obuka, treninga i finansiranjem dodatnog formalnog obrazovanja. Kompanije takođe ulažu u poboljšanje uslova bezbednosti i zdravlja na radu.



FORUM ZA
ODGOVORNO
POSLOVANJE

BOLJI BIZNIS ZA
BOLJE DRUŠTVO

36.346 zaposlenih

3.706 studenata i učenika na praksama i obukama

142.935.845,00 RSD uloženo u poboljšanje uslova i
bezbednosti na radu iznad zakonske obaveze

25 sati obuke u proseku je dobio svaki zaposleni

88% kompanija ima politike i programe za prevenciju
nesreća i bolesti na radnom mestu

Koliko su kompanije uložile u razvoj zaposlenih i poboljšanje uslova rada?

Kompanije članice su u 2016. godini uložile ukupno 501.592.698,07 dinara u **usavršavanje zaposlenih i poboljšanje uslova bezbednosti i zdravlja na radu.**

Vrsta ulaganja:	Iznos u dinarima
Ulaganja u usavršavanje i edukaciju zaposlenih	358.656.853,07
Investicije u poboljšanje zdravlja i bezbednosti na radu iznad zakonske obaveze	142.935.845,00
Ukupno:	501.592.698,07

Kako članice ostvaruju Cilj broj 4.

4. Osigurati inkluzivno i kvalitetno obrazovanje i promovirati doživotno učenje



Teme relevantne za biznis:

Razvoj buduće radne snage

Usavršavanje zaposlenih

Osnaživanje dobavljača i zajednice

Razvoj buduće radne snage

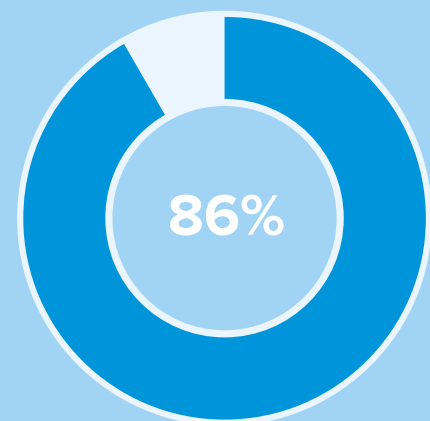
3.706 mladih

je u toku prethodne godine prošlo neki program usmeren na smanjivanje jaza između potrebnih i postojećih znanja na tržištu rada

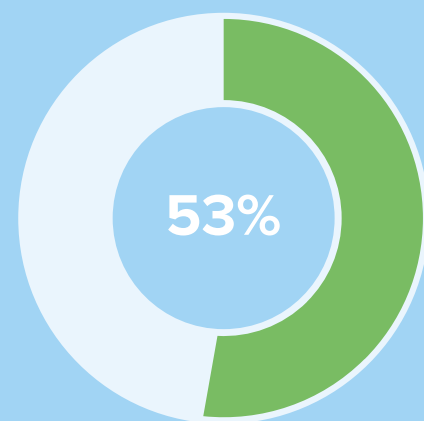
22% partnerstava

između kompanija i obrazovnih institucija je usmereno na sticanje stručnih znanja učenika i studenata, a **15%** na angažovanje stručnjaka u nastavi

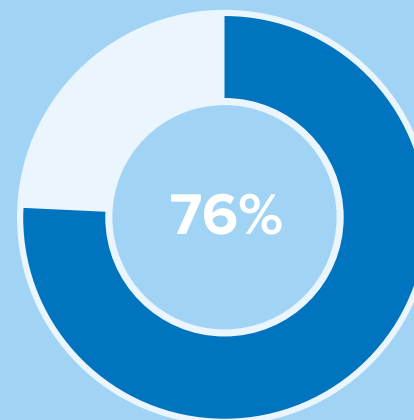
Usavršavanje zaposlenih



86% zaposlenih je u proseku obuhvaćeno nekim vidom obuke u kompaniji



53% kompanija sprovodi interni mentorski program za zaposlene na junior pozicijama



kompanija ima volonterske akcije zasnovane na mentorskoj podršci

25 sati obuke je prosečno prošao svaki zaposleni u kompaniji

Kako članice ostvaruju Cilj broj 4.

4. Osigurati inkluzivno i kvalitetno obrazovanje i promovirati doživotno učenje



Oснаživanje dobavljača

29%

kompanija ima program osnaživanja/obuke lokalnih dobavljača

343 dobavljača

je prošlo kroz ovakav program obuke prethodne godine

Za kompanije članice **OBRAZOVANJE** je godinama unazad **prioritetna oblast** podrške lokalnoj zajednici.

94%

87%

100%

94%

2013

2014

2015

2016

Procenat kompanija koje podržavaju oblast obrazovanja kroz korporativnu filantropiju

Teme relevantne za biznis:

Razvoj buduće radne snage

Usavršavanje zaposlenih

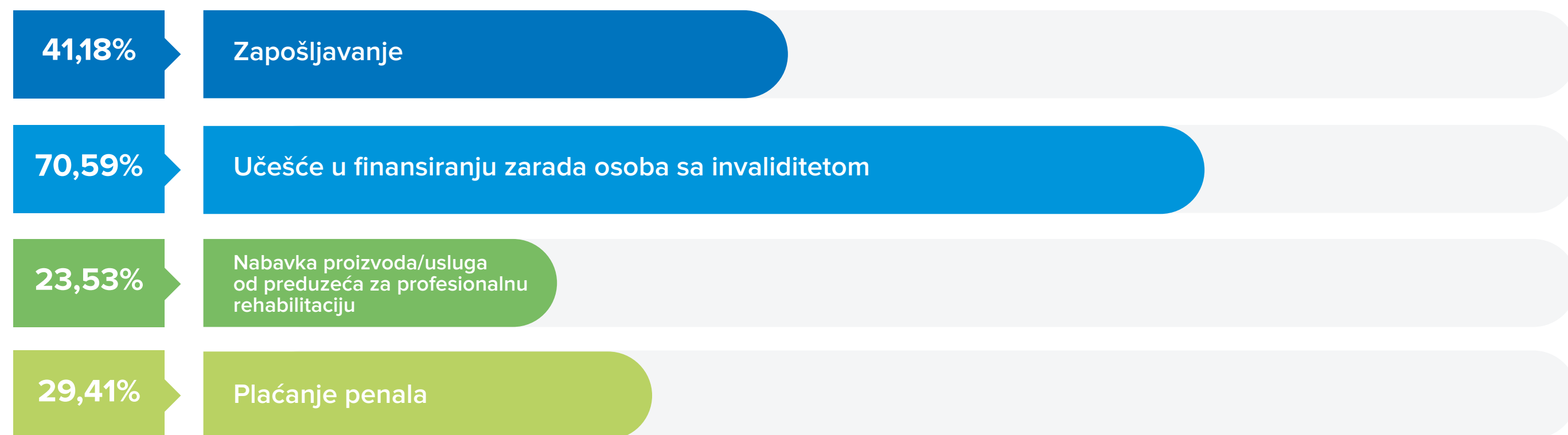
Oснаživanje dobavljača i zajednice

Ulaganjem u obrazovanje kompanije doprinose kreiranju kvalitetne buduće radne snage. Razvoj zaposlenih podstiče produktivnost, inovacije i zadržavanje talenata. Podržavanje oblasti obrazovanja kroz korporativnu filantropiju na duži rok doprineće kreiranju održivih i stabilnijih tržišta za proizvode i usluge kompanija.

Privatni sektor
posmatra obrazovanje
kao **vrhovni globalni**
razvojni prioritet.

Zapošljavanje osoba sa invaliditetom

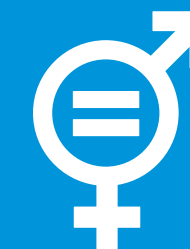
Izabran način odgovora na zakonsku obavezu zapošljavanja OSI:



U kompanijama članicama zaposleno je 443 osobe sa invaliditetom što je manje od broja propisanog zakonom koji iznosi 742 za obuhvaćene kompanije. Kompanije pored zapošljavanja u najvećoj meri biraju učešće u finansiranju zarada osoba sa invaliditetom kao odgovor na zakonsku obavezu.

Kako članice ostvaruju Cilj broj 5.

5. Postići rodnu ravnopravnost i osnaživati sve žene i djevojčice



Osnaživanje žena

47%

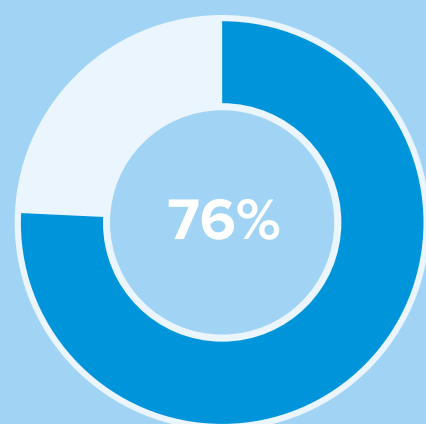
kompanija podržava žene kao ciljnu grupu u okviru filantropskih davanja

Diverzitet u organima upravljanja

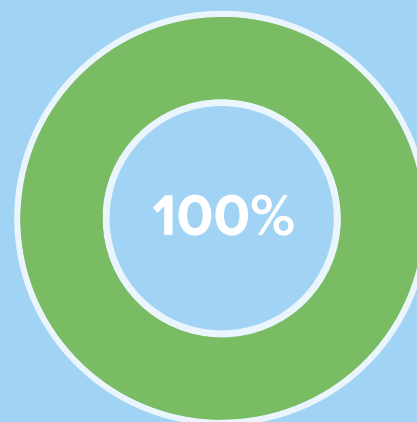
45%

žena se u proseku nalazi u najvišem menadžmentu

Politike i prakse u vezi sa porodijskim odsustvom



kompanija meri povraćaj žena na radno mesto nakon porodijskog odsustva



sve kompanije članice poštuju principe ravnopravnosti, jednakih mogućnosti i nediskriminacije

88,24%

kompanija daje muškarcima mogućnost korišćenja porodijskog odsustva

7

muškaraca je u 2016. godini koristilo ovu mogućnost

Teme relevantne za biznis:

Diverzitet u organima upravljanja

Politike i prakse u vezi sa porodijskim odsustvom

Osnaživanje žena

Ekonomsko osnaživanje žena, jednake prilike za žene i djevojčice u obrazovanju, sprečavanje nasilja nad njima i kršenja ljudskih prava jesu teme u koje kompanije ulažu kada podržavaju žene kao ciljnu grupu. Vršanjem bilo kog vida diskriminacije nad ženama kompanije zatvaraju sebi pristup polovini kvalifikovane i talentovane radne snage.

ULAGANJE U ZAŠTITU ŽIVOTNE SREDINE

Pored ulaganja u unapređenje tehnoloških i organizacionih procesa u vezi sa uticajima na životnu sredinu, kompanije su sprovodile i projekte usmerene na podizanje svesti i unapređenje navika zaposlenih i drugih ciljnih grupa u vezi sa ovom temom.



FORUM ZA
ODGOVORNO
POSLOVANJE

BOLJI BIZNIS ZA
BOLJE DRUŠTVO

U projekte usmerene
na zaštitu životne
sredine investirano je
167.825.195,61 RSD

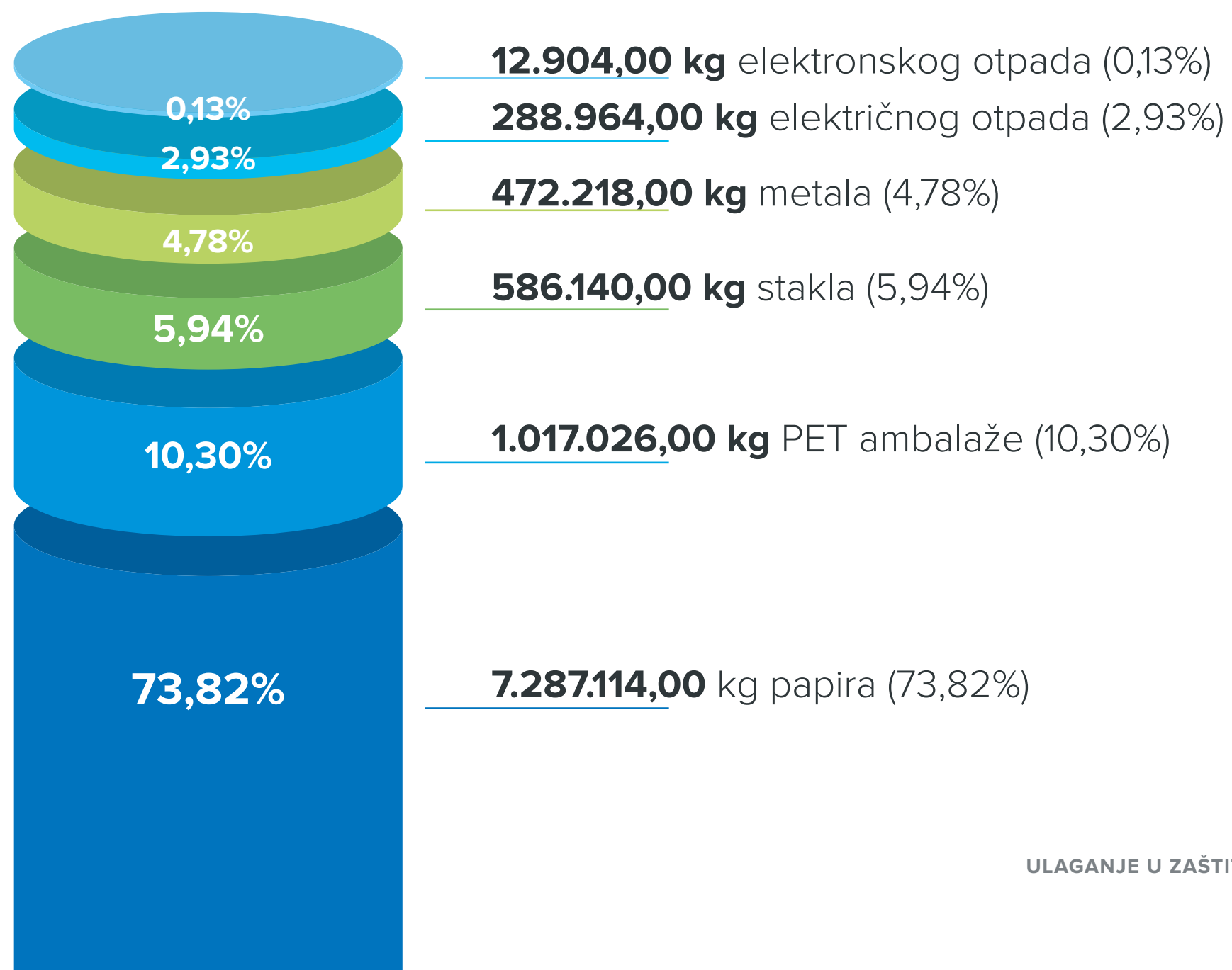
Uključivanje principa **ekološke održivosti**

u redovno poslovanje kompanija, pored toga što dovodi do očuvanja prirodnih resursa, često i za kompanije predstavlja isplativije rešenje na dugi rok.

Predato na reciklažu

9.871.520,00 kg

različitih vrsta otpada



Kako članice ostvaruju Cilj broj 13.

13. Preduzeti hitnu akciju u borbi protiv klimatskih promena i njenih posledica



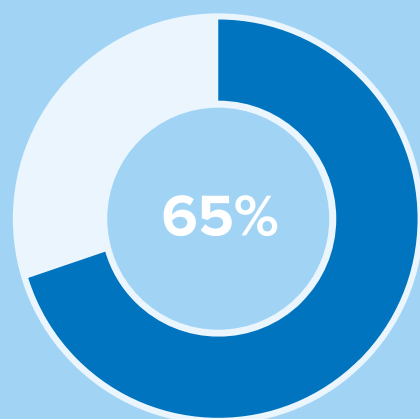
Teme relevantne za biznis:

Svest o uticaju klimatskih promena

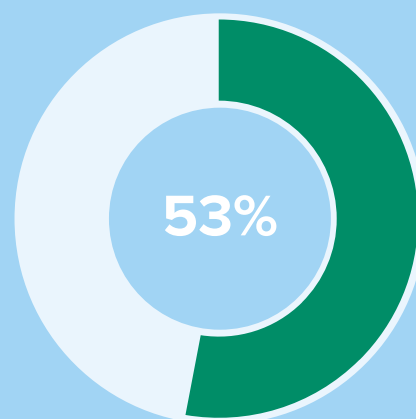
Procena rizika

Ublažavanje uticaja klimatskih promena

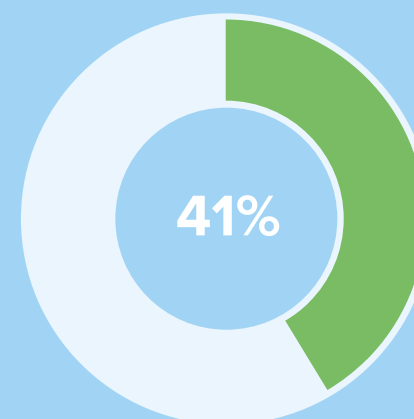
Svest o uticaju klimatskih promena



kompanija oglašava inicijative za zaštitu životne sredine u medijima i na društvenim mrežama



kompanija je organizovalo posebne treninge za zaposlene na temu zaštite životne sredine



kompanija zahteva od dobavljača primenu ekoloških standarda koji su iznad trenutnih zakonskih obaveza

Procena rizika

65%

kompanija je nekim strateškim dokumentom prepoznala klimatske promene kao faktor rizika

Klimatske promene na mnogo načina utiču na povećanje troškova poslovanja. Zato je na kompanijama da daju svoj doprinos podizanju nivoa svesti, kao i ljudskih i institucionalnih kapaciteta u vezi sa ublažavanjem i smanjivanjem uticaja klimatskih promena, odnosno sa prilagođavanjem i ranim upozoravanjem na njih. Kompanije mogu da u svoje politike i procedure integrišu mere u vezi sa klimatskim promenama, ali i da se uključe u kreiranje javnih politika na ovu temu.

Kako članice ostvaruju Cilj broj 13.

13. Preduzeti hitnu akciju u borbi protiv klimatskih promena i njenih posledica



Ublažavanje uticaja klimatskih promena

53%

53% kompanija računa karbonski otisak. Ukupan karbonski otisak za 2016. godinu, u ovih 9 kompanija, iznosio je **863.280,13 tCO²/god.**

Teme relevantne za biznis:

Svest o uticaju klimatskih promena

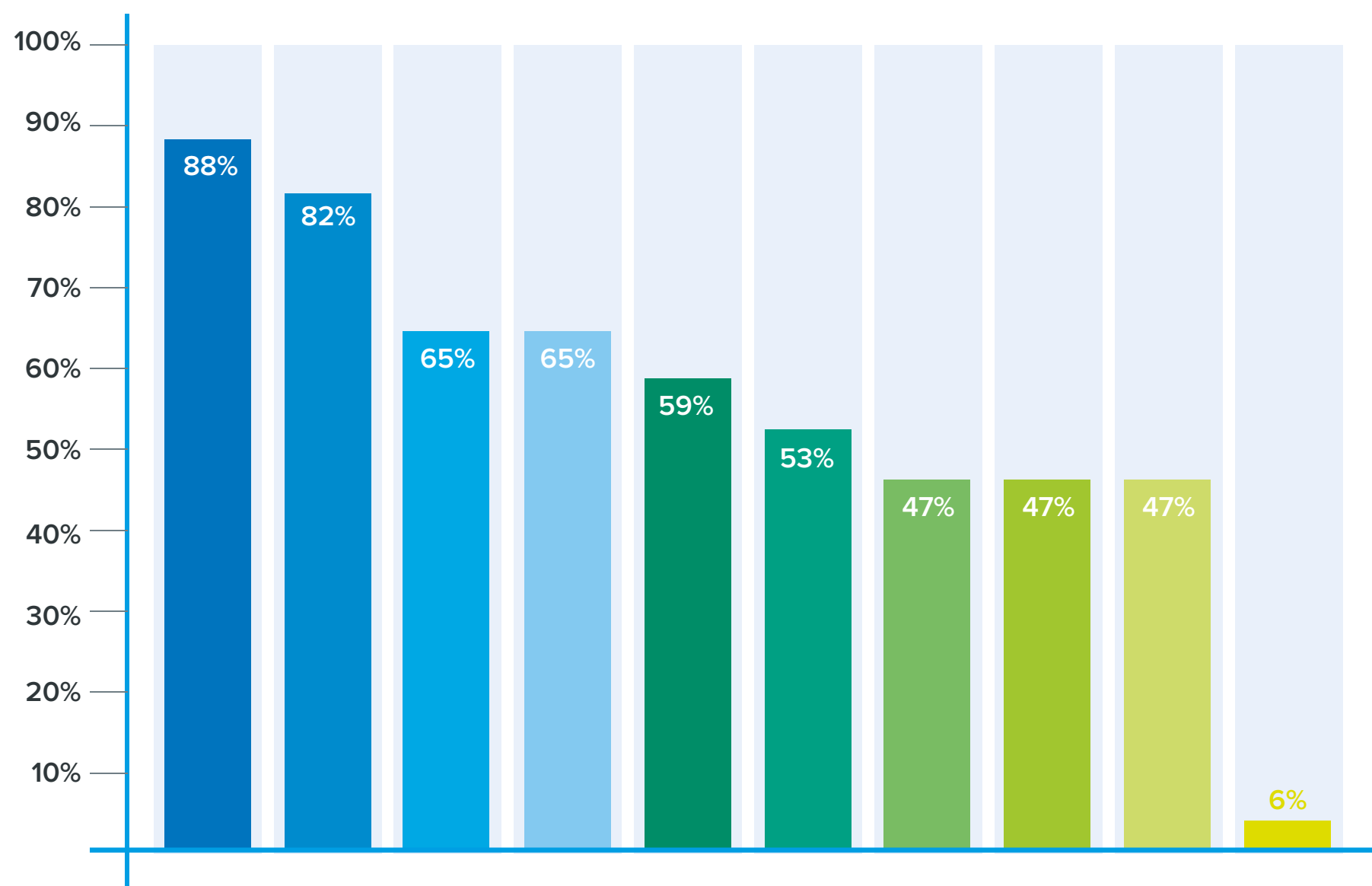
Procena rizika

Ublažavanje uticaja klimatskih promena

Klimatske promene na mnogo načina utiču na povećanje troškova poslovanja. Zato je na kompanijama da daju svoj doprinos podizanju nivoa svesti, kao i ljudskih i institucionalnih kapaciteta u vezi sa ublažavanjem i smanjivanjem uticaja klimatskih promena, odnosno sa prilagođavanjem i ranim upozoravanjem na njih. Kompanije mogu da u svoje politike i procedure integrišu mere u vezi sa klimatskim promenama, ali i da se uključe u kreiranje javnih politika na ovu temu.

Promocija principa zaštite životne sredine kod zaposlenih i javnosti

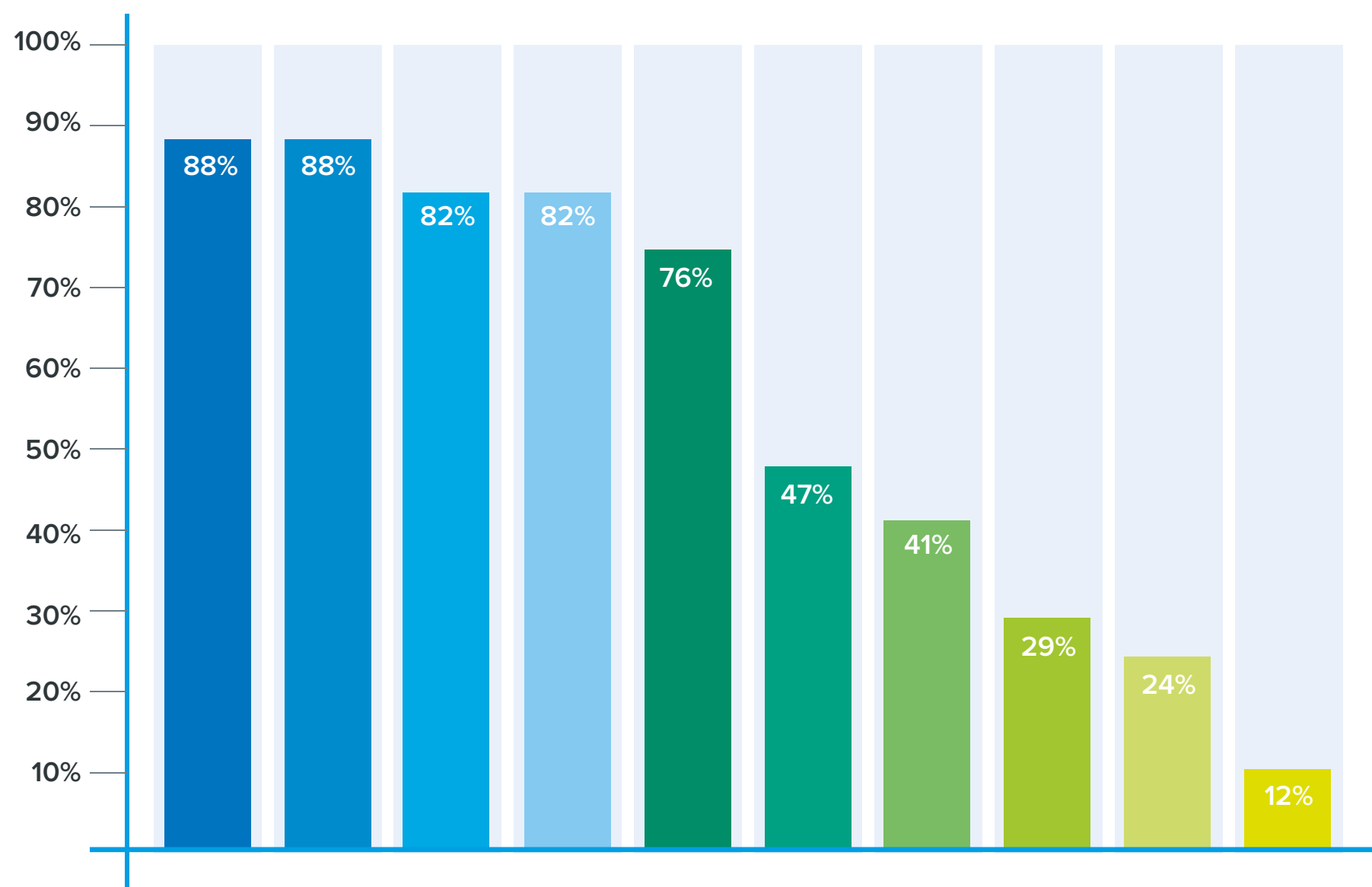
Promocija principa zaštite životne sredine po zastupljenosti u kompanijama



- **88%** uključivanje zaposlenih u projekte zaštite životne sredine
- **82%** podržavanje inicijativa i organizacija u oblasti zaštite životne sredine
- **65%** interne kampanje informisanja zaposlenih o merama uštede energije u kompaniji
- **65%** oglašavanje inicijativa za zaštitu životne sredine u medijima i na društvenim mrežama
- **59%** uvodni trening za novozaposlene uključuje deo o zaštiti životne sredine
- **53%** organizovanje posebnih treninga za zaposlene na temu zaštite životne sredine
- **47%** korišćenje proizvoda dobijenih reciklažom ili drugih ekološki odgovornih proizvoda
- **47%** obeležavanje datuma značajnih za životnu sredinu
- **47%** obuka potrošača o bezbednom korišćenju proizvoda ili usluga
- **6%** nešto drugo

Koje mere kompanije primenjuju u cilju uštede resursa?

Mere uštede resursa po zastupljenosti u kompanijama



- **88%** upravljanje opasnim i neopasnim otpadom
- **88%** aktivne mere uštede potrošnih materijala
- **82%** telefonske konferencije koje smanjuju troškove poslovnih putovanja
- **82%** kratkoročno i dugoročno planiranje potrošnje
- **76%** aktivne mere u pogledu povećavanja energetske efikasnosti
- **47%** korišćenje ekološki prihvatljivijih vozila
- **41%** korišćenje obnovljivih izvora energije
- **29%** prečišćavanje vode/sakupljanje kišnice
- **24%** zelena gradnja
- **12%** nešto drugo

Kako članice ostvaruju Cilj broj 6.

6. Obezbediti sanitarne uslove i pristup pijaćoj vodi za sve



Teme relevantne za biznis:

Upravljanje vodnim resursima

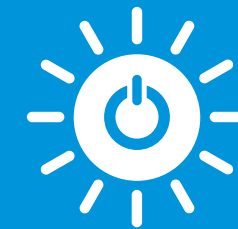
29%

29% kompanija sprovodi aktivnosti poput prečišćavanja vode ili sakupljanja kišnice

Industrija, kao jedan od najvećih potrošača vode, suočava se sa potencijalnom krizom jer posledice zagađenja ili nestašice mogu ozbiljno ugroziti poslovanje.

Kako članice ostvaruju Cilj broj 7.

7. Osigurati pristup dostupnoj, pouzdanoj, održivoj i modernoj energiji za sve



Teme relevantne za biznis:

Energetska efikasnost

Obnovljivi izvori energije



76%

76% kompanija sprovodi aktivne mere u pogledu povećavanja energetske efikasnosti

Unapređenjem energetske efikasnosti kompanije ostvaruju uštede i u isto vreme ulažu u zaštitu životne sredine.

Kako članice ostvaruju Cilj broj 9.

9. Izgraditi prilagodljivu infrastrukturu, promovisati održivu industrijalizaciju i podsticati inovativnost



Teme relevantne za biznis:

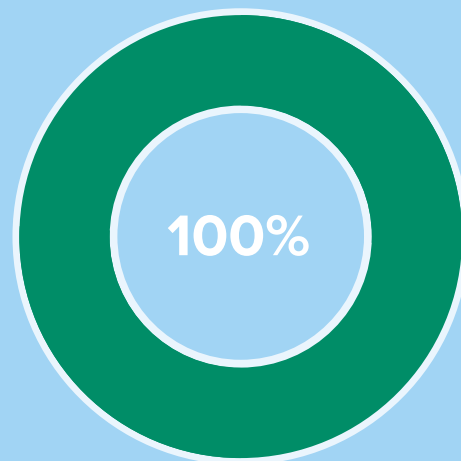
Ulaganje u infrastrukturu

47%

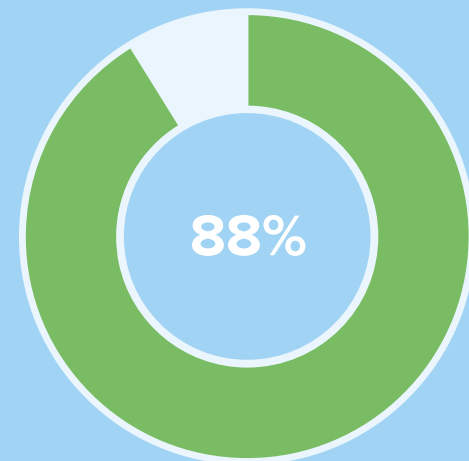
skoro polovina kompanija ulaže u infrastrukturu kroz korporativnu filantropiju

Ulaganje u infrastrukturu

Tehnološke inovacije i digitalizacija



sve kompanije digitalizuju svoje operacije i procese gdje je to moguće



kompanija omogućava i podstiče svoje zaposlene da inoviraju radne procese i operacije unutar kompanije

1 / 5 kompanija

jedna od pet kompanija koje imaju programe osnaživanja dobavljača usmeravaju svoje aktivnosti na oblast Tehnologija za biznis

Tehnološke inovacije i digitalizacija

Kompanije mogu doprineti izgradnji infrastrukture kako direktnim novčanim ulaganjima, tako i svojom ekspertizom. Inovacije predstavljaju veliki potencijal za rast biznisa, dok istovremeno utiču na rast ekonomije i razvoj zajednice.

PODSTICANJE DRUŠTVENO ODGOVORNIH PRAKSI NA TRŽIŠTU

Kao lideri društveno odgovornog poslovanja kompanije članice Foruma imaju i obavezu da u saradnji sa drugim akterima promovišu principe koji doprinose boljitku društva u celini.



FORUM ZA
ODGOVORNO
POSLOVANJE

BOLJI BIZNIS ZA
BOLJE DRUŠTVO

12.714 je ukupan broj dobavljača

65% kompanija uključuje partnere u

svoje društveno odgovorne aktivnosti

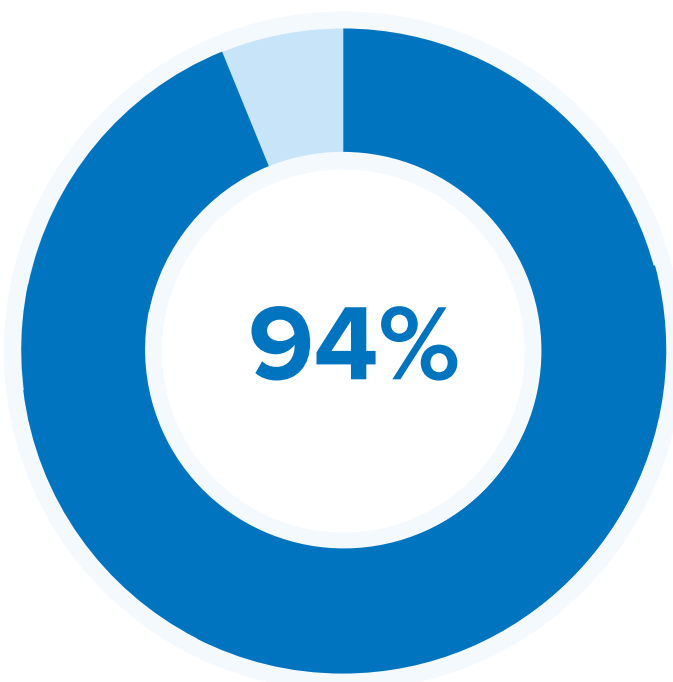
3/4 dobavljača u proseku u kompaniji jesu

lokalni dobavljači

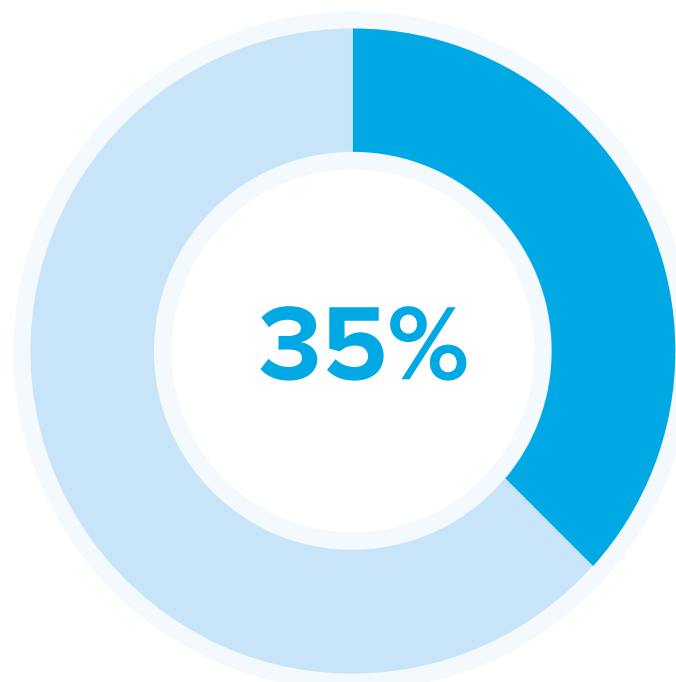
343.430,20 RSD uloženo u cause-related

marketinške kampanje

Kako kompanije podstiču dobre prakse društvene odgovornosti na tržištu?



94% kompanija se pri ugovaranju sponzorstava, pored poslovnih interesa, rukovodi i kriterijumima opšte društvene koristi



35% kompanija primenjuje princip zelenih nabavki



Cilj 12. Obezbediti održive oblike potrošnje i proizvodnje

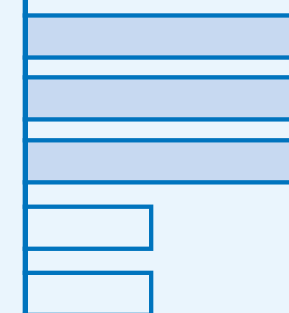
Ušteda resursa, Upravljanje otpadom, Izveštavanje o održivosti, Edukacija šire javnosti o održivom razvoju

18%

kompanija edukuje svoje partnere na temu društveno odgovornog poslovanja

65%

kompanija oglašava inicijative za zaštitu životne sredine u medijima i na društvenim mrežama



3/5 kompanija koje imaju programe osnaživanja dobavljača usmeravaju svoje aktivnosti na oblast Društveno odgovorno poslovanje

Izveštavanjem o društveno odgovornom poslovanju, kao i edukacijom potrošača, javnosti, partnera i dobavljača o održivosti, kompanije mogu uticati na promenu ponašanja pojedinaca i biznisa ka smanjivanju negativnih uticaja na životnu sredinu.

Podsticanje dobrih praksi društveno odgovornog poslovanja kod dobavljača

94%

ima definisane etičke principe
čije se poštovanje očekuje od dobavljača

76%

kompanija je uvrstilo ove etičke principe
u ugovor koji sklapaju sa dobavljačima

59%

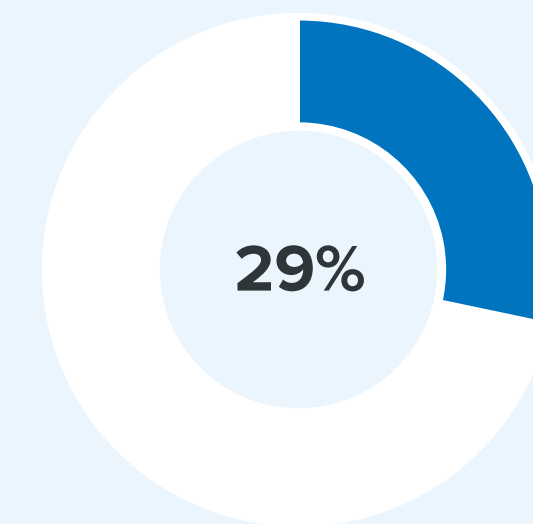
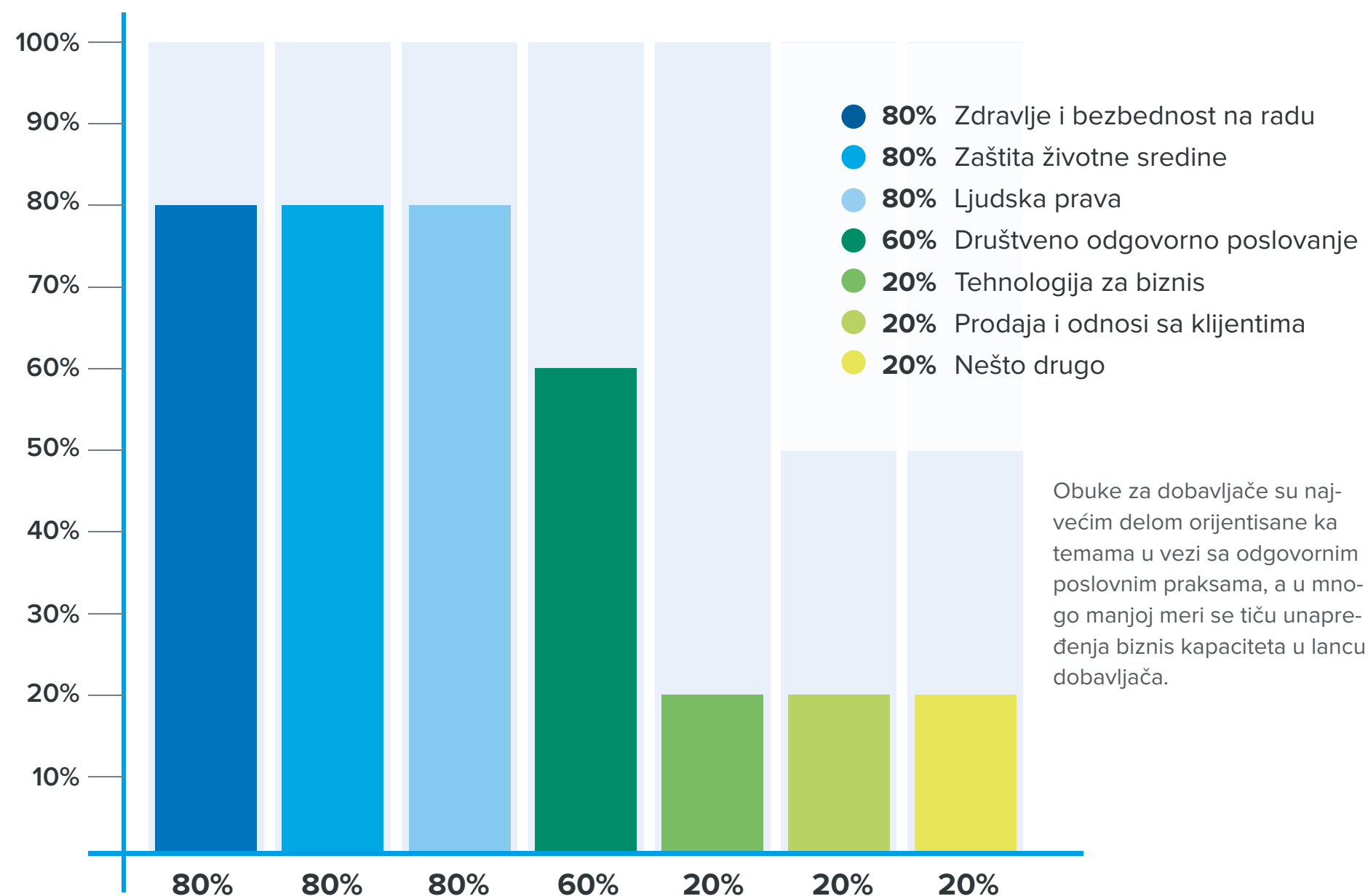
kompanija periodično vrši proveru dobavljača
u pogledu ispunjenosti etičkih principa

74%

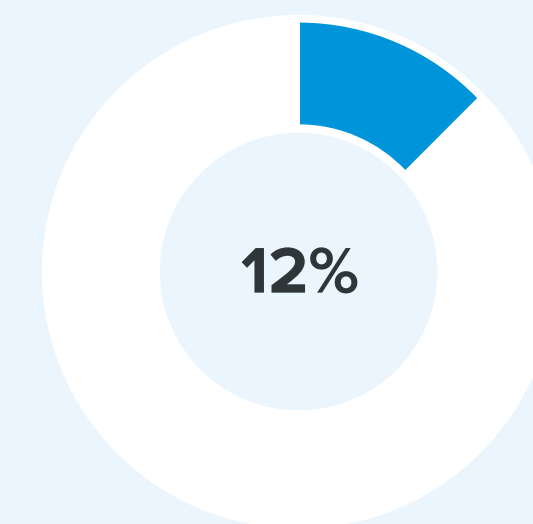
dobavljača je u proseku bilo podvrgnuto
ovoj proveri u toku 2016. godine

Odgovornost prema dobavljačima

Oblasti na koje je usmeren program osnaživanja dobavljača po zastupljenosti u kompanijama



29% kompanija ima program osnaživanja/obuke lokalnih dobavljača



12% njihovih dobavljača je prošlo kroz ovakav program

Kako članice ostvaruju Cilj broj 8.

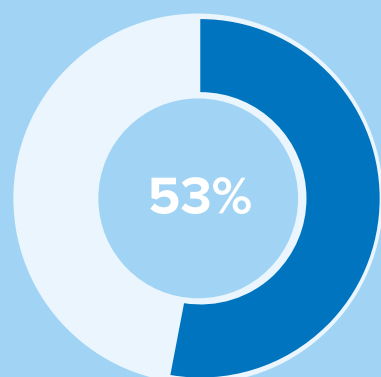
8. Promovisati inkluzivan i održiv ekonomski rast, zaposlenost i dostojanstven rad za sve



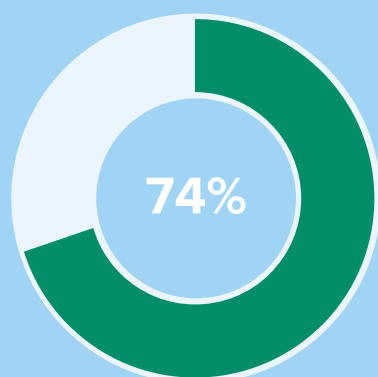
Podsticanje ekonomskog rasta

13.873.474.752,22 RSD

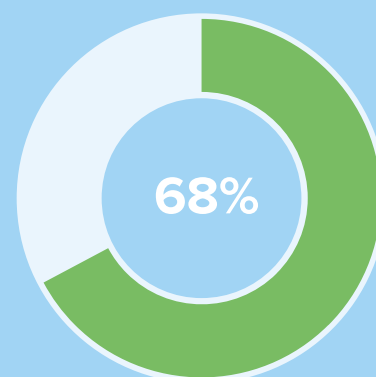
iznosi ukupan iznos davanja državi na ime taksi i poreza



kompanija ima politiku davanja prednosti lokalnim dobavljačima



u proseku iznosi udeo lokalnih dobavljača u lancu nabavke



sredstava u ukupnom budžetu za nabavke je u proseku usmereno na lokalne dobavljače

Raznovrsnost u lancu dobavljača

82%

kompanija kupuje proizvode ili koristi usluge od socijalnih preduzeća

1698

broj dobavljača svrstanih u kategoriju malih i srednjih preduzeća

4 / 5 kompanija



koje imaju programe osnaživanja dobavljača usmeravaju svoje aktivnosti na oblast Ljudska prava

Podsticanje ekonomskog rasta

Raznovrsnost u lancu dobavljača

Kreiranje radnih mesta

Zapošljavanje osoba sa invaliditetom

Zaštita ljudskih prava i prava radnika

Kako članice ostvaruju Cilj broj 8.

8. Promovisati inkluzivan i održiv ekonomski rast, zaposlenost i dostojanstven rad za sve



Kreiranje radnih mesta

297

je više osoba u radnom odnosu nego prethodne godine u ispitanim kompanijama

142

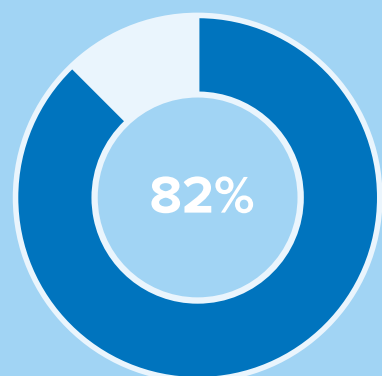
zaposlenih mladih bez radnog iskustva

Zapošljavanje osoba sa invaliditetom

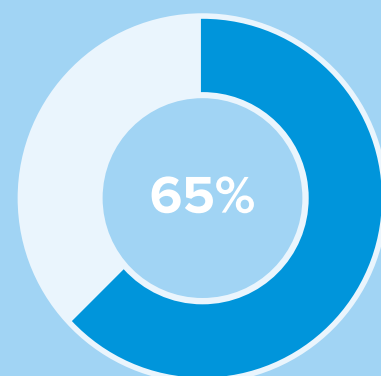
60%

mera do koje su kompanije ispunile obaveznu meru zapošljavanja osoba sa invaliditetom propisanu zakonom

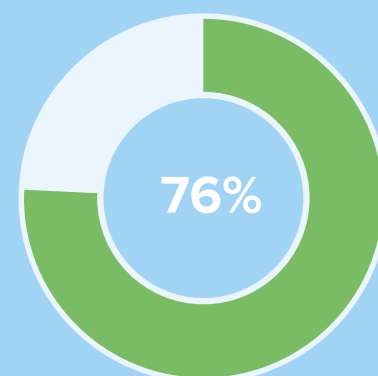
Zaštita ljudskih prava i prava radnika



kompanija ima politike usmerene na prevenciju kršenja ljudskih prava



kompanija ima due diligence procedure koje se odnose na ljudska prava



kompanija zahteva poštovanje etičkih principa od dobavljača putem sklapanja ugovora

Podsticanje ekonomskog rasta

Raznovrsnost u lancu dobavljača

Kreiranje radnih mesta

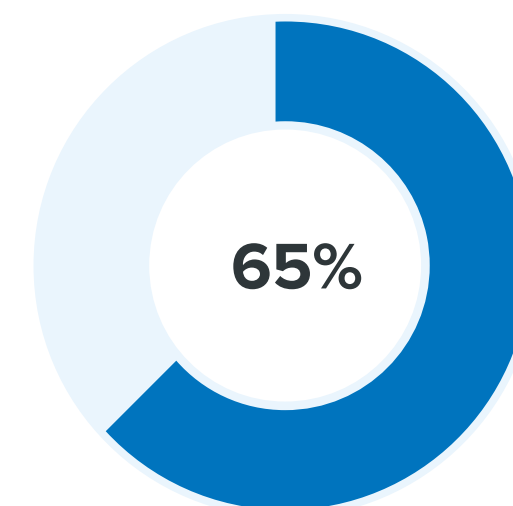
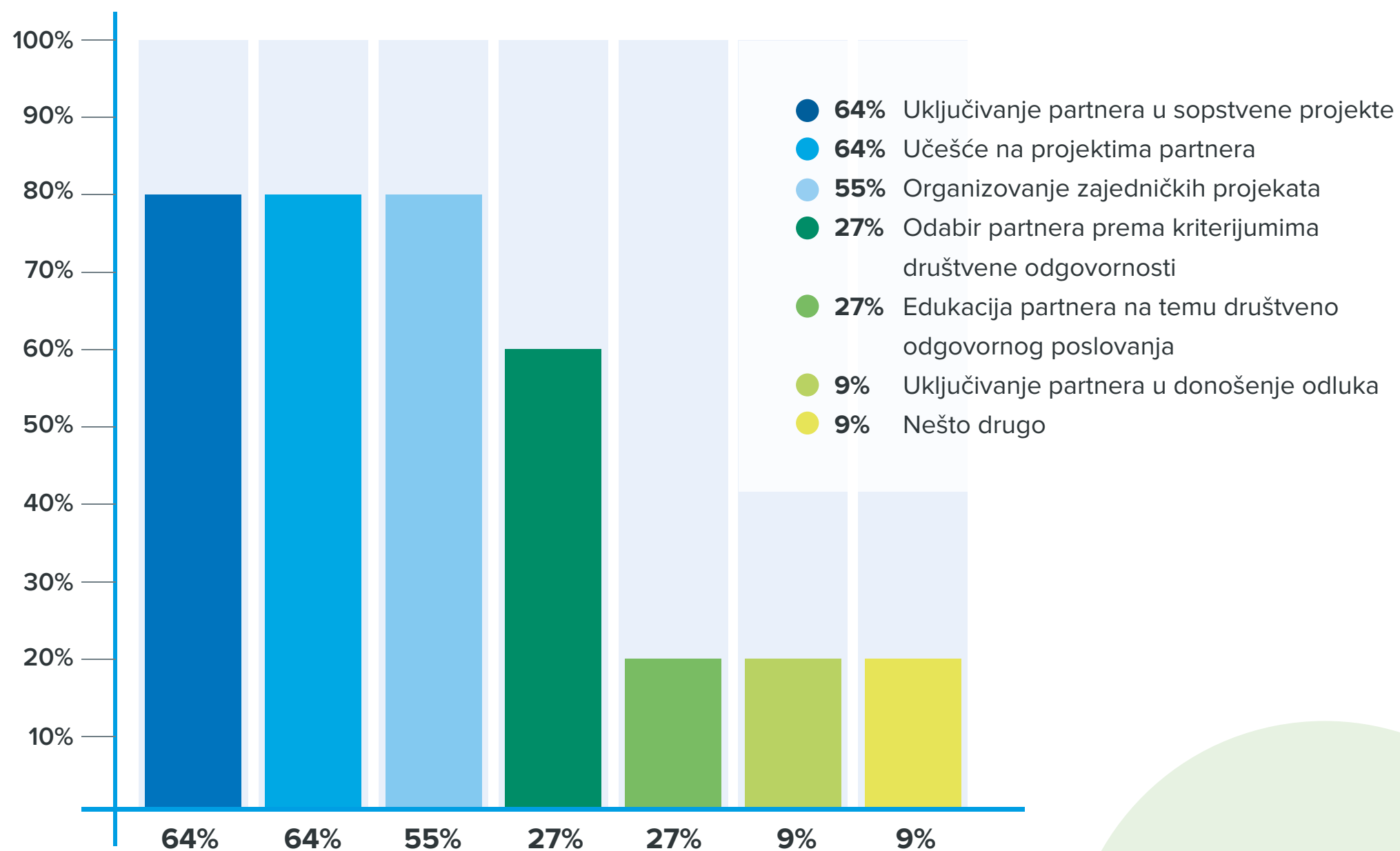
Zapošljavanje osoba sa invaliditetom

Zaštita ljudskih prava i prava radnika

Kreiranje radnih mesta poštujući ljudska prava i prava radnika jeste najbolji način na koji biznis podržava ekonomski rast. Kompanija takođe utiče na povećanje bruto društvenog proizvoda kroz politike koje favorizuju lokalne dobavljače, a posebno lokalne biznise koje vode ili zapošljavaju pojedince iz ugroženih grupa poput socijalnih preduzeća.

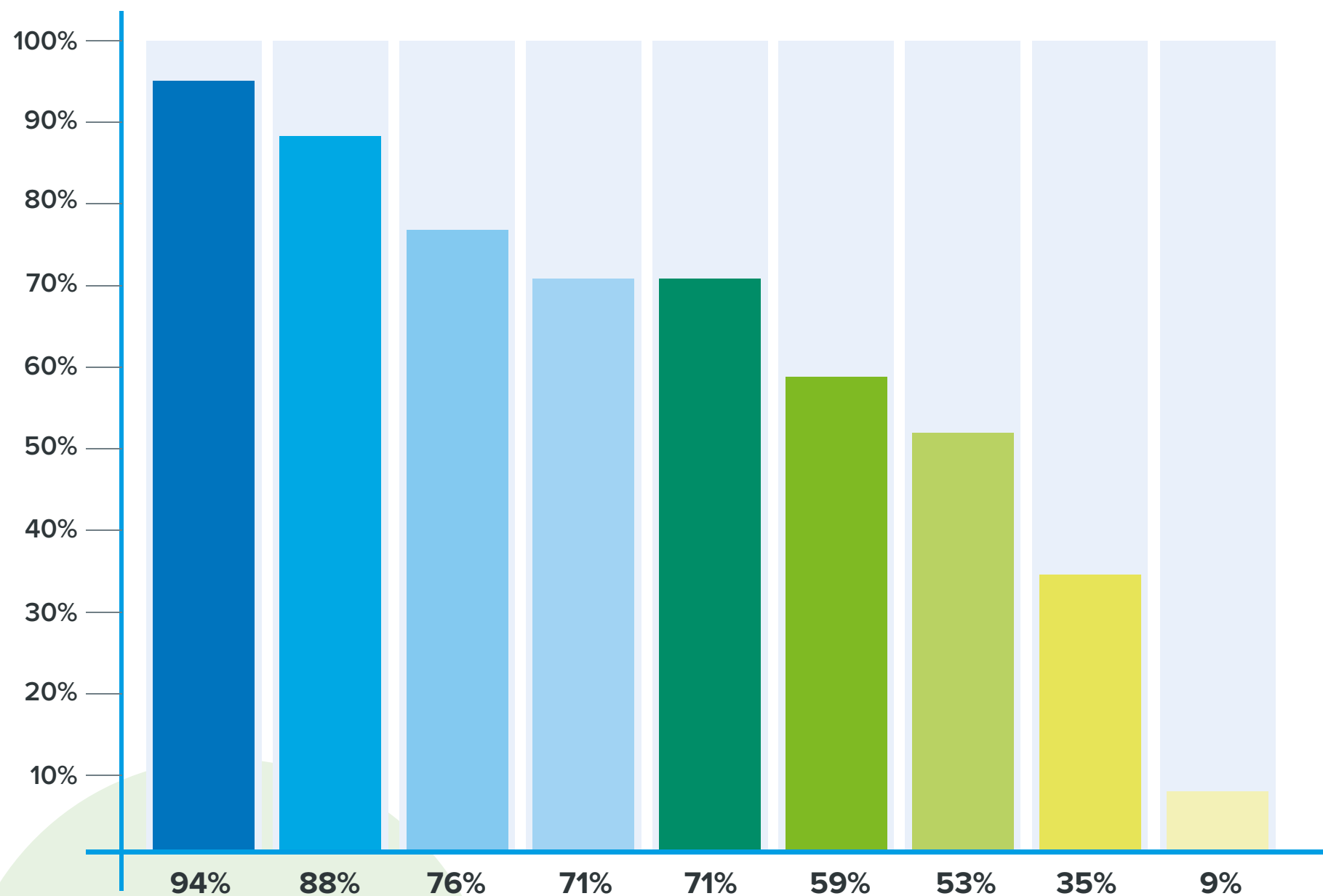
Podsticanje dobrih praksi društveno odgovornog poslovanja kod partnera

Načini uključivanja partnera prema zastupljenosti u kompanijama:



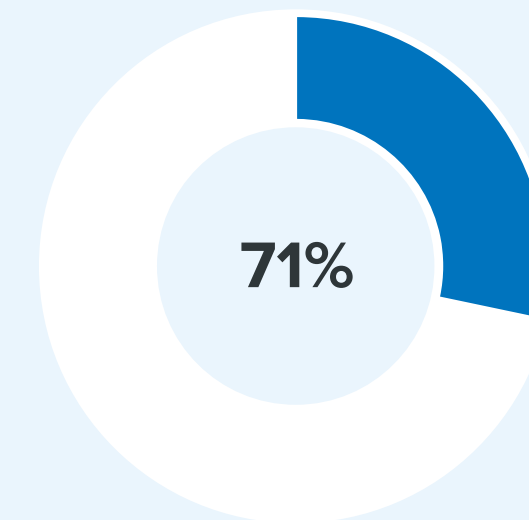
65% kompanija uključuje poslovne partnere u svoje društveno odgovorne aktivnosti

Zastupljenost dobrih praksi u odnosima sa potrošačima/klijentima



3

kompanije su u 2016. godini sprovele cause-related marketinšku kampanju



71% kompanija je usvojila i posluje u skladu sa Politikom odgovornog oglašavanja

- 94% Praćenje zadovoljstva potrošača
- 88% Istraživanje potreba klijenata
- 76% Call centar
- 71% Edukacija potrošača preko web sajta
- 71% Organizovanje treninga, seminara, predavanja
- 59% Izdavanje brošura, edukativnih časopisa
- 53% Posebne pogodnosti za određene ciljne grupe
- 35% Posebne pogodnosti za ugrožene socijalne grupe
- 6% Nešto drugo

KORPORATIVNO UPRAVLJANJE

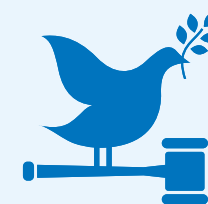
Pored toga što gotovo sve kompanije imaju etički kodeks, sve više kompanija posebnim politikama i procedurama uređuje i teme kao što su ljudska prava, antikorupcija i izveštavanje.



FORUM ZA
ODGOVORNO
POSLOVANJE

BOLJI BIZNIS ZA
BOLJE DRUŠTVO

Kako kompanije uspostavljaju dobre prakse korporativnog upravljanja?



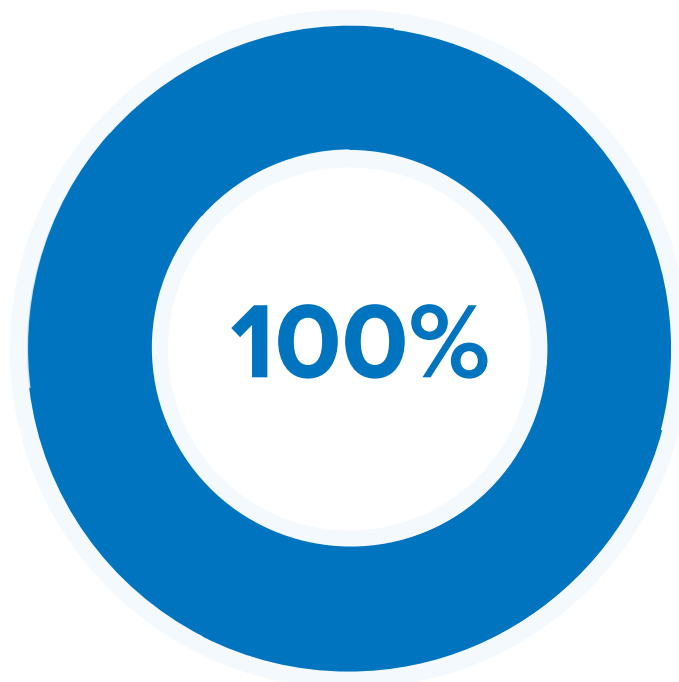
Cilj 16. Promovisati miroljubiva i inkluzivna društva za održivi razvoj, obezbediti pristup pravdi za sve i izgraditi efikasne, pouzdane i inkluzivne institucije na svim nivoima

Borba protiv korupcije, Transparentnost i integrisano izveštavanje, Socijalni dijalog i uključivanje stejkholdera

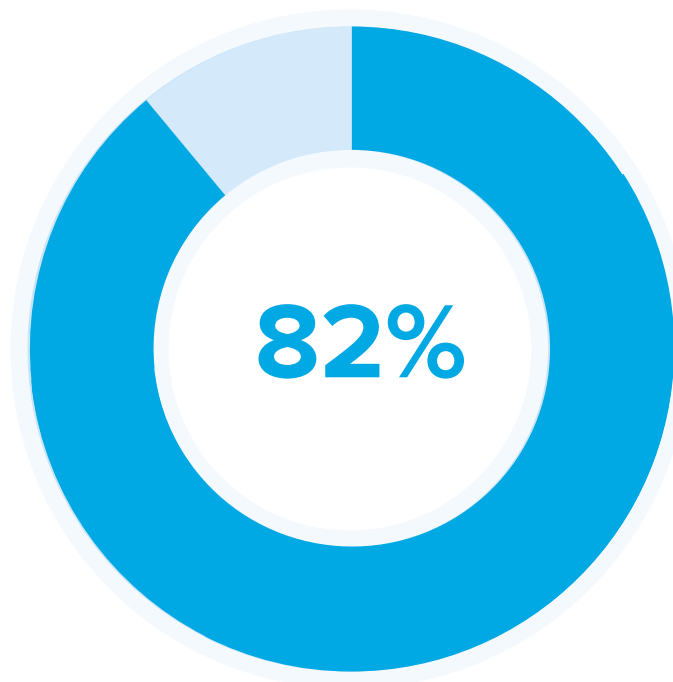
94%

kompanija ima anti-korupcijsku politiku i procedure

Fer, snažne i inkluzivne institucije kreiraju pozitivnu i kompetitivnu poslovnu klimu, u kojoj sve kompanije imaju podjednake šanse za razvoj. Podrška institucijama u kreiranju ove klime, usklađenost sa zakonima i propisima, kao i uređeno interno okruženje jesu ključ za ostvarivanje ovog cilja.



100% sve kompanije imaju etički kodeks



82% kompanija uključuje stejkholdere u proces donošenja odluka

Kako članice ostvaruju Cilj broj 10.

10. Smanjiti nejednakost između i unutar država



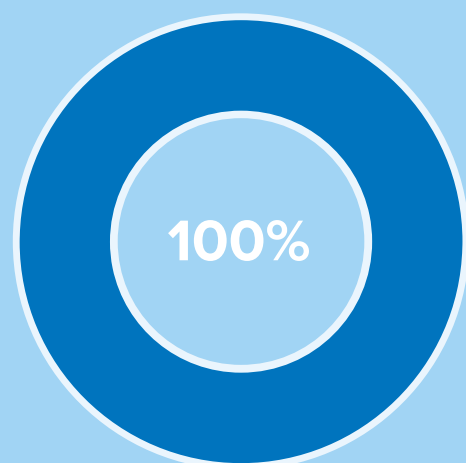
Teme relevantne za biznis:

Jednakost i nediskriminacija

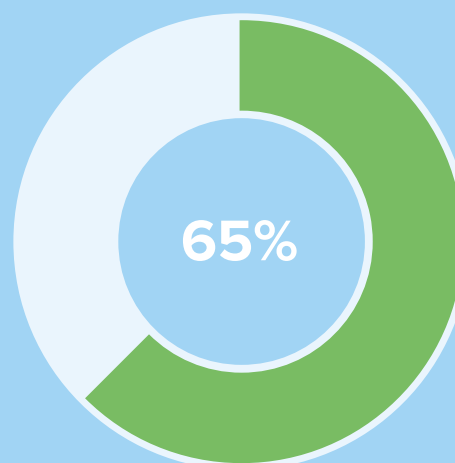
Fer nadoknade za sve zaposlene

Ulaganje u inkluziju

Jednakost i nediskriminacija



kompanija poštuje principe ravnopravnosti, jednakih mogućnosti i nediskriminacije



kompanija zapošljava osobe sa invaliditetom

Fer nadoknade za sve zaposlene

88%

kompanija ima prosečnu platu veću od republičkog proseka

Ulaganje u inkluziju

88%

kompanija podržava oblast Inkluzija kroz korporativnu filantropiju

Usled procesa globalizacije biznisa, pitanje globalne raspodele poreskih prihoda postaje sve značajnije pitanje za smanjivanje nejednakosti među zemljama, a posebno je važno u zemljama u razvoju. Kompanije koje posluju u Srbiji doprinose ovom cilju uplaćivanjem poreza, kreiranjem radnih mesta, fer nadoknadama za sve zaposlene i smanjivanjem razlike između najbolje i najlošije plaćenih zaposlenih unutar kompanije.

Pregled ključnih rezultata u 2014. 2015. i 2016.*

***VAŽNA NAPOMENA:**

Podaci u ukupnom iznosu za za 2014, 2015. i 2016. godinu, nisu direktno uporedivi s obzirom da je po godinama različit broj kompanija dostavio podatke, kao i da nisu uvek u pitanju iste kompanije.

	2014	2015	2016
Ukupno za društveno odgovorno poslovanje	1.241.004.139,81 RSD	1.210.978.907,41 RSD	1.257.898.487,79 RSD
Podržanih projekata	1037	883	1154
Podržanih organizacija	633	650	743
Novčanih donacija iz budžeta kompanije	246.890.142,43	323.312.771,42 RSD	360.268.107,36 RSD
Sakupljeno uključivanjem eksternih stejkholdera	103.071.630,00 RSD	78.870.130,94 RSD	42.407.608,00 RSD
Donacije zaposlenih	8.534.010,84 RSD	3.185.305,45 RSD	7.926.408,00 RSD
Sredstva sakupljena kroz cause-related kampanje	24.540.000,00 RSD	5.347.211,24 RSD	343.430,20 RSD
Vrednost nenovčanih donacija	248.382.626,18 RSD	201.947.916,48 RSD	110.230.883,07 RSD
Broj volontera i volonterskih sati	3.153; 25.426	5.654; 14.561	1.780; 16.662
Sredstva za usavršavanje zaposlenih	313.856.411,51 RSD	395.104.007,34 RSD	501.592.698,07 RSD
Investicije u projekte zaštite životne sredine	174.482.347,69 RSD	144.674.928,09 RSD	167.825.195,60 RSD

Forum za odgovorno poslovanje je

mreža vodećih kompanija koje doprinose razvoju zajednice, podstičući razvoj društveno odgovornog poslovanja i uspostavljanje trajnih i stabilnih etičkih praksi u poslovnom sektoru. Forum predstavlja platformu koja povezuje lidere iz poslovnog sveta s predstavnicima drugih delova društva, podstičući time međusektorski dijalog, saradnju i razmenu dobrih iskustava. Kroz programe koje sprovodi **Forum za odgovorno poslovanje** angažuje kompanije članice i njihove zaposlene da na konkretne načine doprinesu društvu i zajednicama u kojima posluju, motivišući istovremeno i ostale predstavnike poslovnog sektora da snažnije integrišu principe društvene odgovornosti u svakodnevno poslovanje. Čvrsto verujući da je odgovornost neodvojiv deo svakodnevnog poslovanja, članice Foruma za odgovorno poslovanje razvijaju praktična i održiva rešenja na sva četiri polja koja čine stubove društveno odgovornog poslovanja:

lokalna zajednica

životna sredina

radno okruženje

tržište

Forum za odgovorno poslovanje je nacionalni je partner vodećih svet-skih CSR udruženja – CSR Europe, CSR360 GPN. Za više informacija posetite www.odgovornoposlovanje.rs.

Članice Foruma za odgovorno poslovanje Srbije:



Zahvalnost

Zahvaljujemo se svim kompanijama koje su učestvovala u ovom i prošlogodišnjem istraživanju i doprinele ukupnim rezultatima. Upravnom odboru i Predsedništvu Foruma zahvaljujemo se na podršci pri uvođenju ove prakse i prepoznavanju značaja ove inicijative.

Posebno se zahvaljujemo članicama koje su uzele aktivno učešće u razvoju i unapređenju metodologije: Marijani Pavlović iz KPMG, Sonji Jovanović iz EY, Sonji Konakov Svirčev iz Erste Banke, Miroslavi Tešin Popović iz Telekom Srbija, Olji Stojanović i Jovani Tufegdžić iz Coca-Cola Hellenic Srbija, Ljiljani Spasojević iz Titan Cementare Kosjerić, Aleksandri Nenadović iz Societe Generale Srbija.

Ispred administrativne kancelarije u razvoju metodologije i promociji rezultata učestvovali su: Neven Marinović, Natalija Gostović, Ljubica Marinović, Svetlana Damjanović, Aleksandra Mitrović, Dejana Dodik i Milica Mišković. Zahvalnost dugujemo i velikom broju naših kolega i saradnika koji su bili uključeni u pojedine faze pripreme i promocije rezultata istraživanja.



FORUM ZA
ODGOVORNO
POSLOVANJE



kancelarija@odgovornoposlovanje.rs



facebook.com/odgovorno.poslovanje



FOP_Srbija



Forum za odgovorno poslovanje



www.odgovornoposlovanje.rs

smart
KOLEKTIV



office@smartkolektiv.org



facebook.com/SmartKolektiv



twitter.com/SmartKolektiv



www.smartkolektiv.org

Izdavač:

Smart kolektiv, 2017.

Za izdavača:

Neven Marinović, direktor

Projektni tim:

Dejana Dodik

Milica Mišković

Aleksandra Mitrović

Aleksandra Bojović

Dizajn:

Vjeko Sumić