

# CSR u Srbiji

## Trenutno stanje i postojeće inicijative

*Neven Marinović, Smart Kolektiv,  
Beograd 26. Jun 2007.*

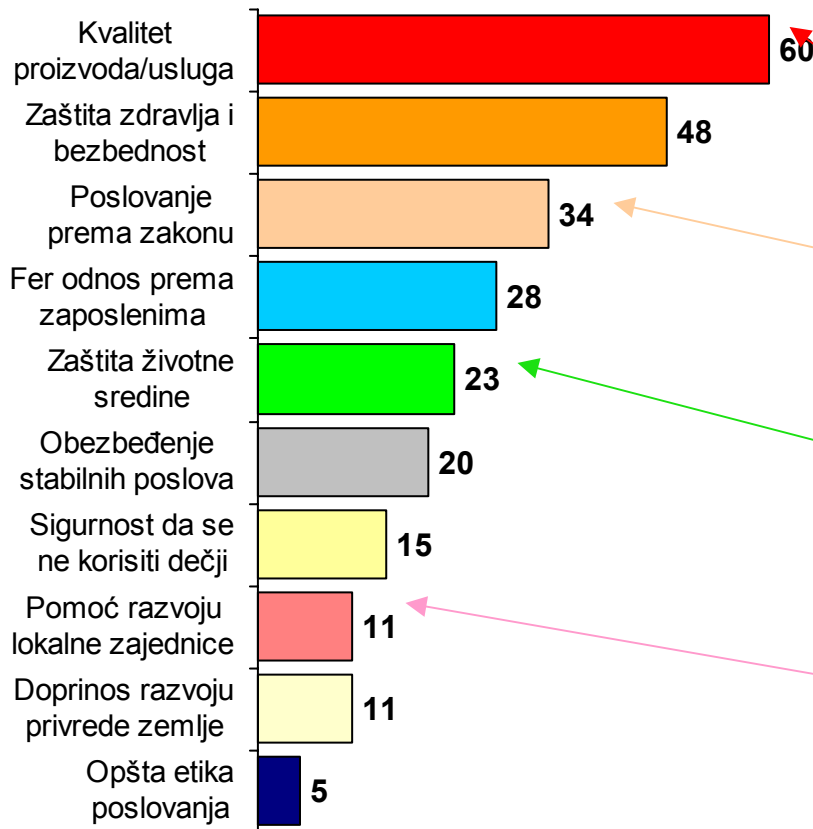


# Godišnje CSR istraživanje

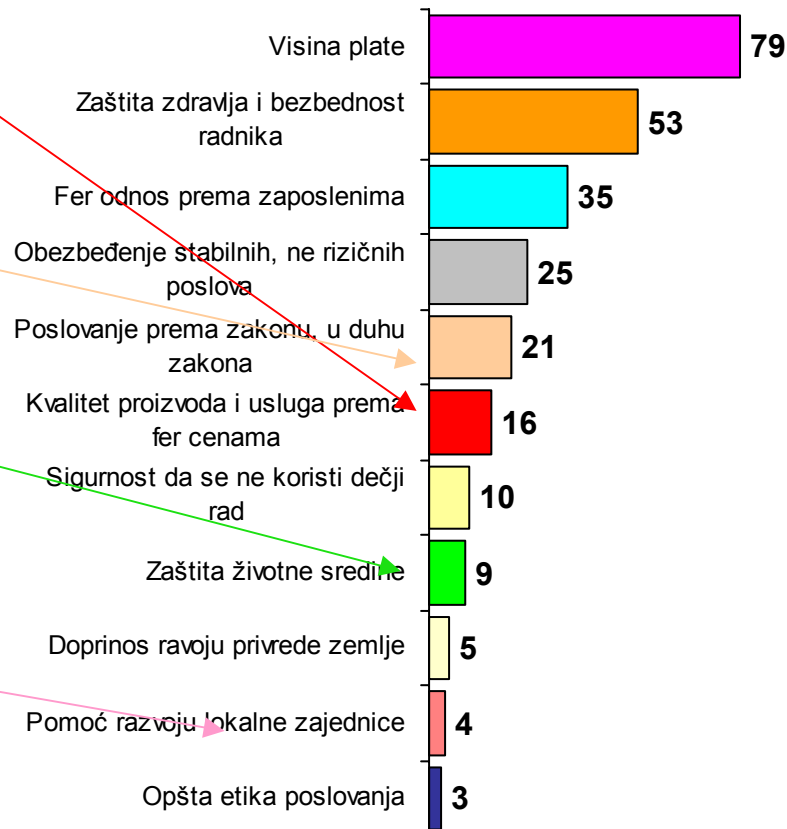
- 2005. –  
javnost, biznis lideri, predstavnici državne uprave, međunarodnih organizacija i civilnog sektora
- 2006. – stavovi biznis lidera o CSR-u (World Bank, DevComm)

# Dve perspektive "svesti" građana o društveno odgovornom poslovanju

Tri najvažnija faktora pri formiranju mišljenja o nekoj kompaniji- uloga potrošača



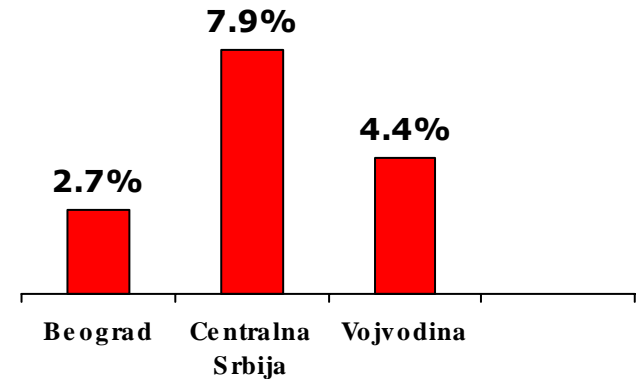
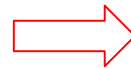
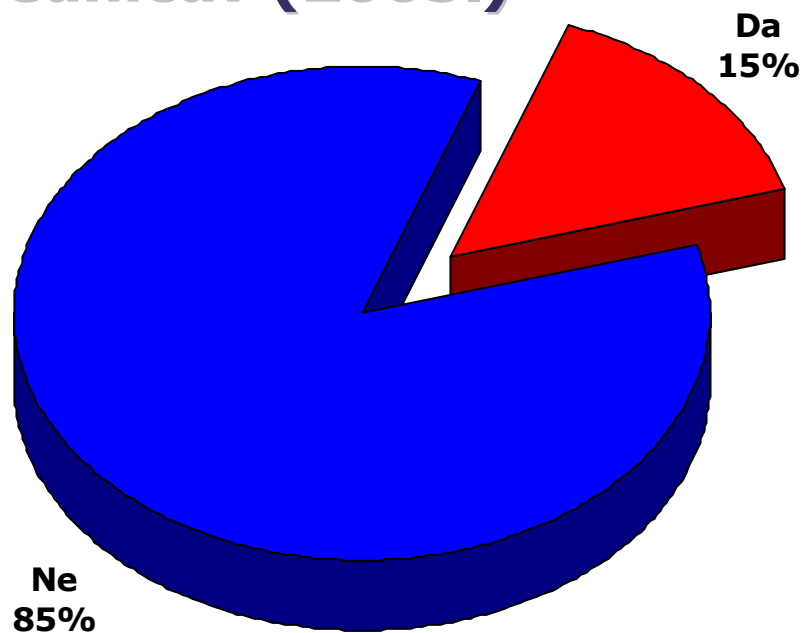
Tri najvažnija faktora pri izboru kompanije za koju će raditi - uloga "prodavca"



Građani, nisu u stanju da ideju sopstvene dobrobiti vide u celini, već sopstveni interes posmatraju kroz trenutnu ulogu u kojoj se nalaze, jednom kao potrošači, drugi put kao članovi (zaposleni) kompanije, suprotstavljajući se tako sopstvenom interesu u alternativnoj ulozi.

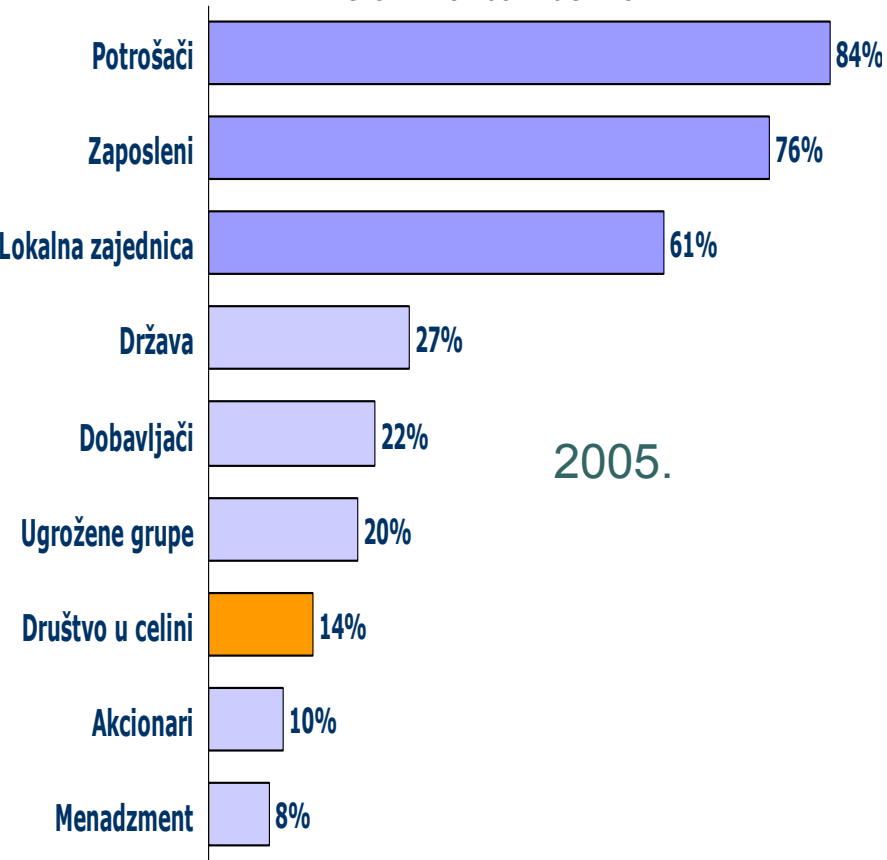
# Stavovi javnosti:

**Da li znate za neku kompaniju, koja je  
Finansijski, ili na bilo  
koji drugi način, podržala vašu lokalnu  
zajednicu? (2005.)**



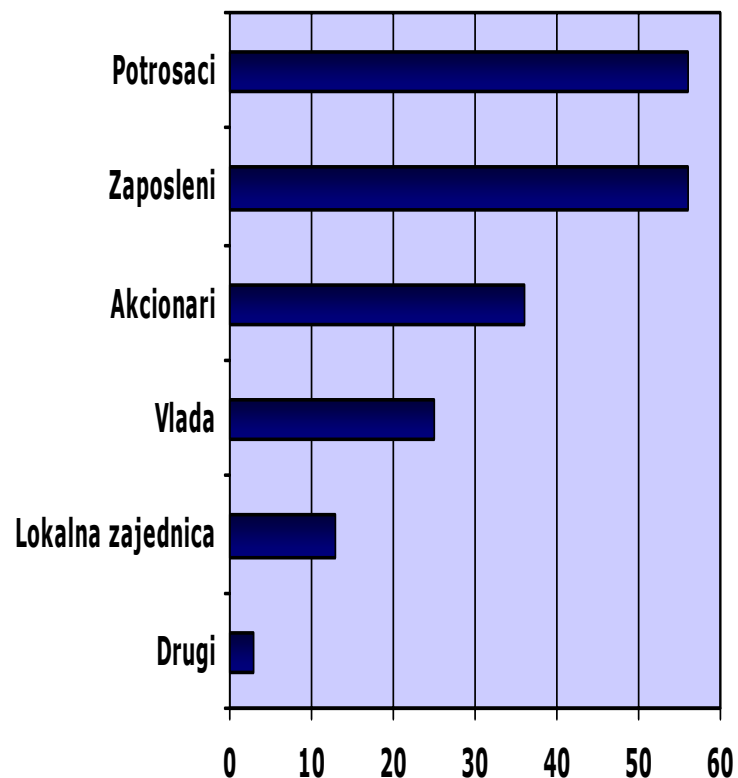
Predstavници biznisa – menadžment:  
Percepcija stakeholders-a kompanije (aktera,  
zainteresovanih strana)

*Glavni akteri CSR-a*



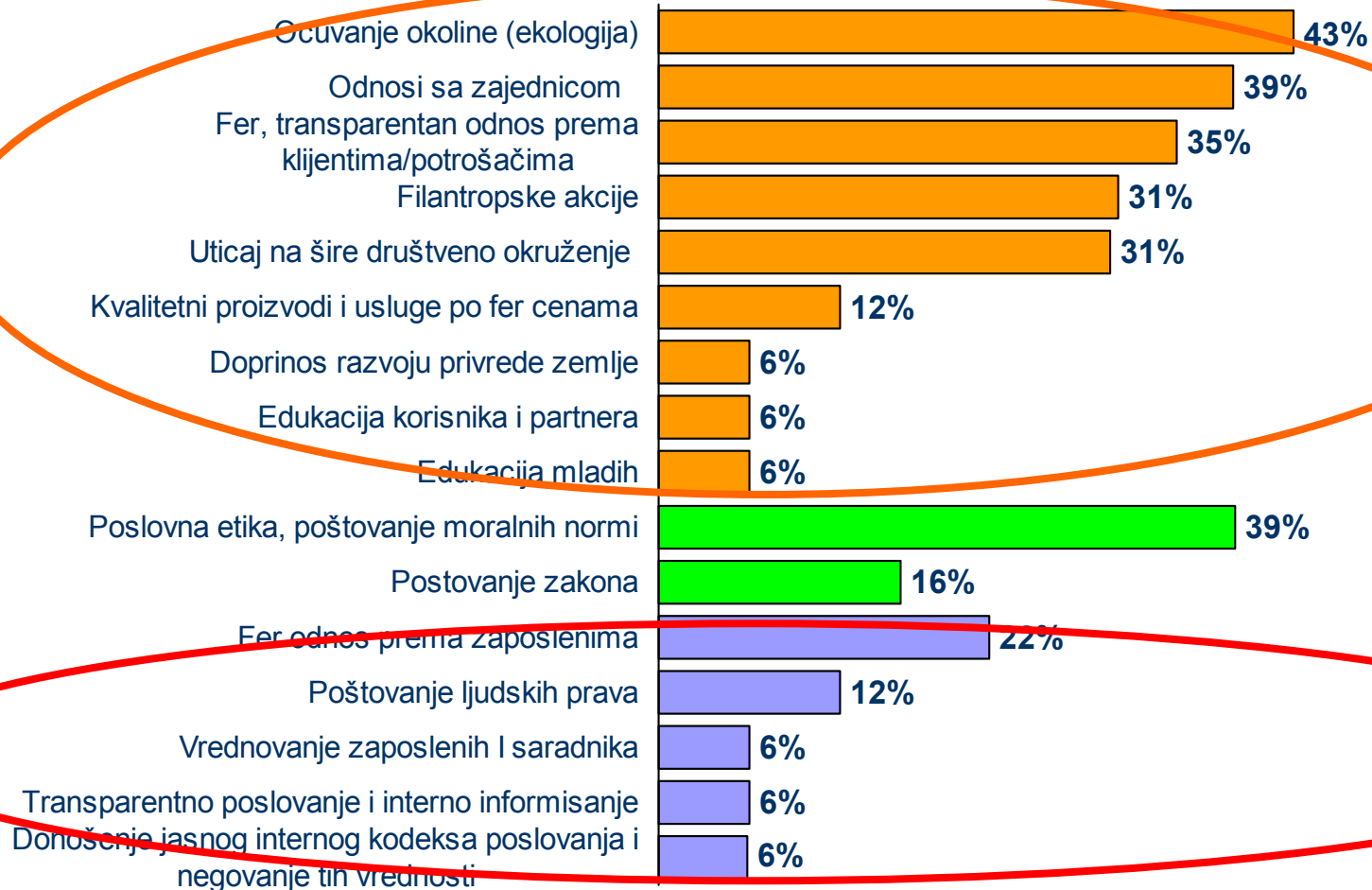
2005.

2006.



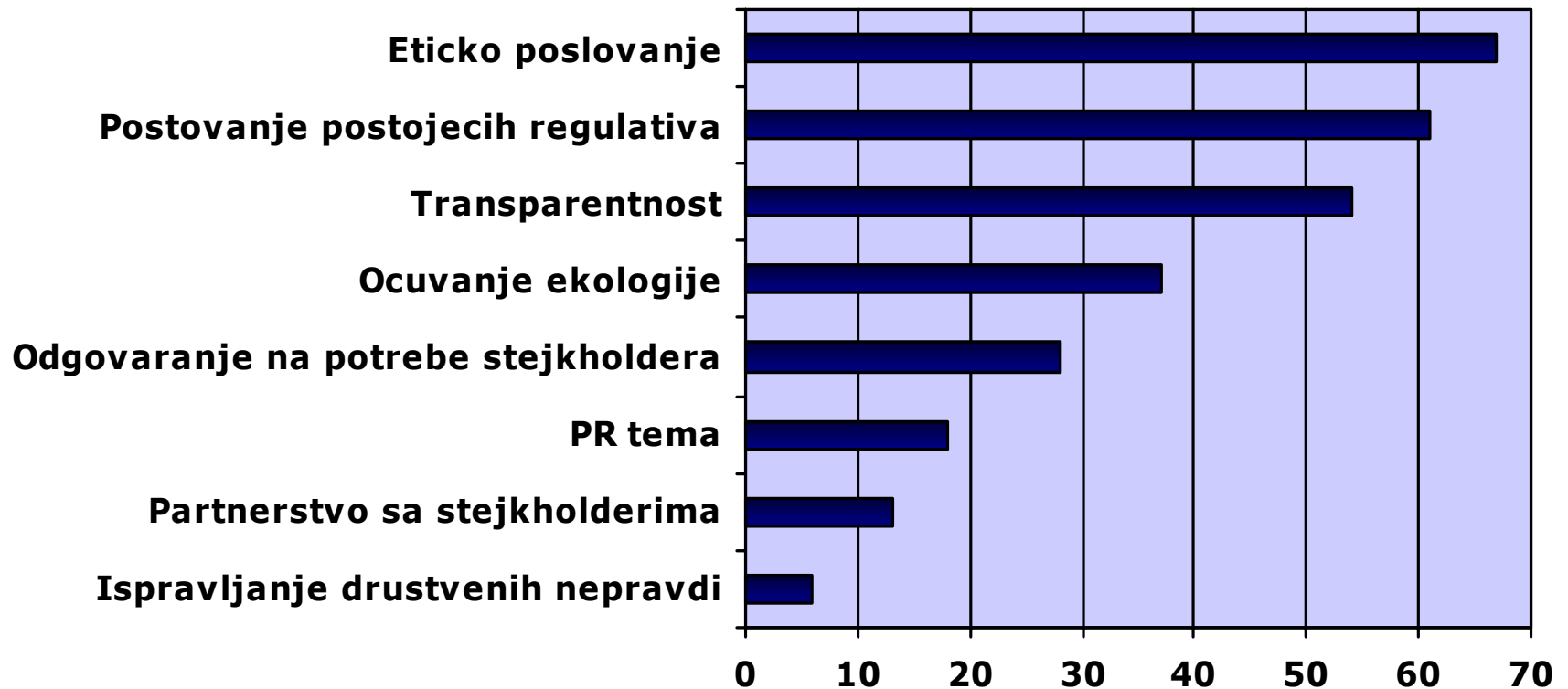
# Razumevanje CSR-a

## Osnovne teme 2005.



# Razumevanje CSR-a

## Osnovne teme 2006.





# Razumevanje CSR-a

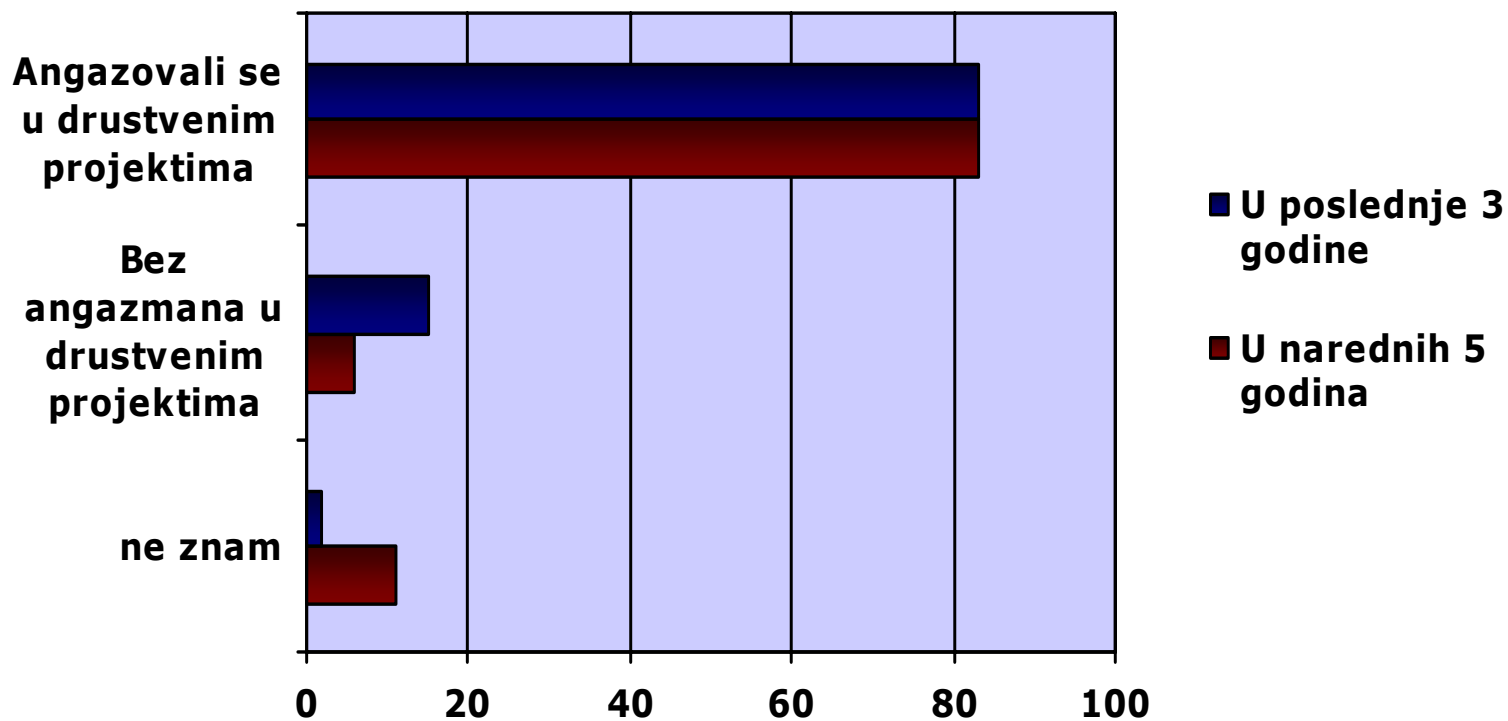
- Interna dimenzija uzima primat
- Jasniji odnosi sa “stakeholder-ima”
- Transparentnost dobija na značaju
- Funkcija CSR-a kao čistog PR oruđa opada



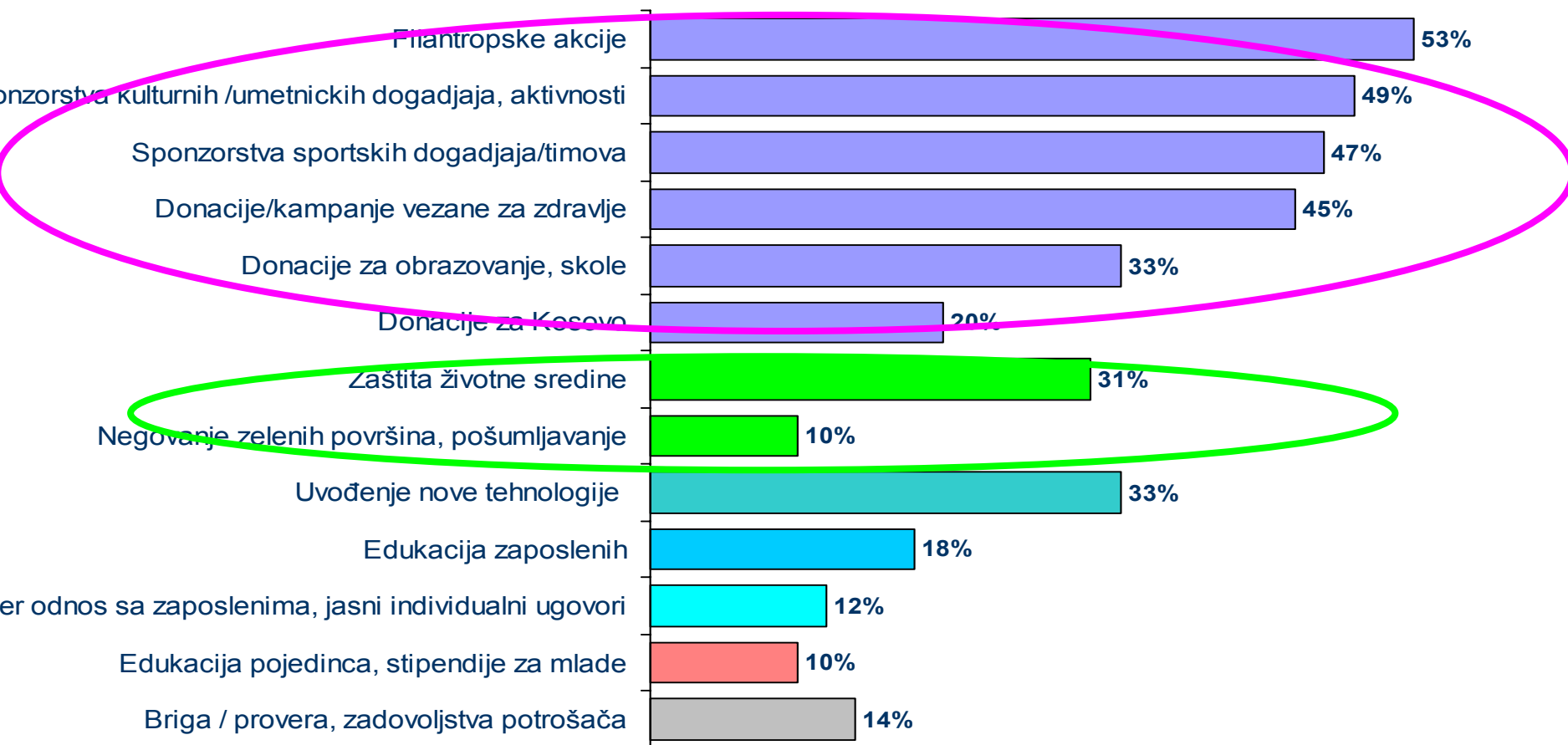
# CSR u praksi

- Učešće u društvenim projektima
- Tipovi angažmana
- Vrste projekata

# Učešće u društvenim projektima



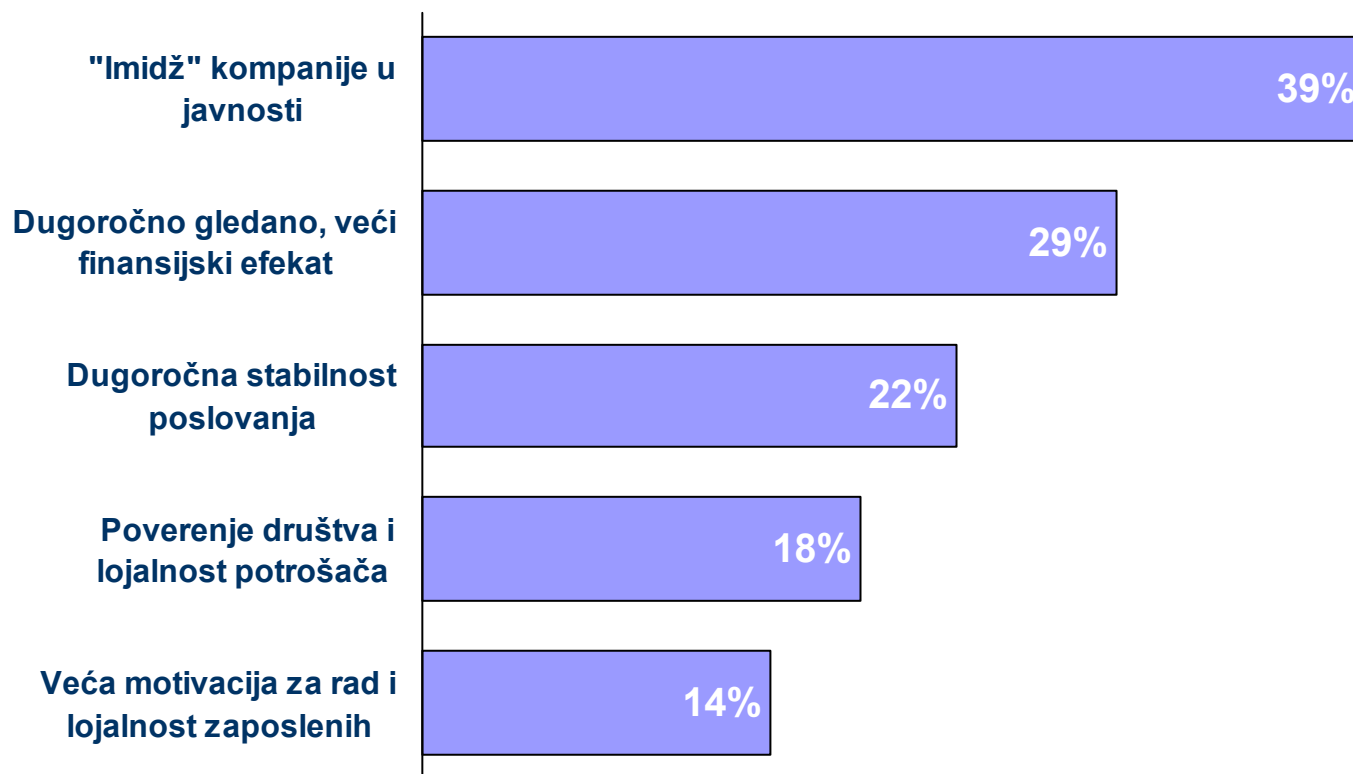
# Šta su kompanije do sada uradile na polju CSR-a 2005.



Do sadašnji angažman na polju DOP koji je većina kompanija mogla da navede uglavnom se svodi na povremene filantropske akcije (donacije i sponzorstva)



## Razlozi kompanija za angažovanje na društvenim projektima 2005.





# Razlozi kompanija za angažovanje u CSR-u

- Imidž – stabilnost
- Dugoročni uspeh
- Obaveza



## CSR u Srbiji – ključne inicijative i postojeći resursi

- Inicijativa za Odgovorno Poslovanje (2004.)
  - Privredna Komora Srbije
  - Fond za Otvoreno Društvo
  - SMart Kolektiv



## CSR u Srbiji – ključne inicijative i postojeći resursi

- Poslovna udruženja
- Privredna Komora Srbije
  - Odbor za zaštitu životne sredine i održivi razvoj



## CSR u Srbiji – ključne inicijative i postojeći resursi

- Poslovna udruženja

- Savet Stranih Investitora (FIC)
- Američka Privredna Komora (AmCham)



## CSR u Srbiji – ključne inicijative i postojeći resursi

- Ne profitne organizacije
- Integra Partner – etički kodeks za MSP
- Balkanski Fond za lokalne Inicijative (BCIF) – razvoj filantropije
- SMart Kolektiv – vodič za CSR



## CSR u Srbiji – ključne inicijative i postojeći resursi

- Državne institucije
- SIEPA
- Tim podpredsednika vlade za implementaciju strategije za smanjenje siromaštva
- Ministarstvo ekonomije
- Institut za standardizaciju (ISO 26000)



## CSR u Srbiji – ključne inicijative i postojeći resursi

- Međunarodne organizacije
- UNDP (GSB, Global Compact)
- USAID - ISC



## CSR u Srbiji – ključne inicijative i postojeći resursi

- Velike korporacije
- Institucionalizacija – umrežavanje BLF

- 
- [www.smartkolektiv.org](http://www.smartkolektiv.org)
  - Mail: [neven@smartkolektiv.org](mailto:neven@smartkolektiv.org)