



CRNA GORA

MINISTARSTVO ODRŽIVOG RAZVOJA
I TURIZMA

PREDLOG

Politika za društvenu odgovornost u Crnoj Gori

Podgorica, decembar 2013

Sadržaj

Društvena odgovornost: definicije i evolucija koncepta	3
Koristi od sprovođenja društvene odgovornosti u praksi poslovanja svih vrsta organizacija.....	5
Međunarodni standardi, politike i praksa DO	5
Primjena koncepta DO u regionu	10
Primjena koncepta DO u svijetu - <i>primjeri</i>	11
1) Danska – <i>obaveza izvještavanja o DO</i>	11
2) Holandija – <i>oslobađanje od poreza za zelene investicije</i>	12
3) Velika Britanija – <i>oslobađanje od poreza za podsticanje razvoja manje razvijenih regiona</i>	12
4) Velika Britanija – <i>porez u dobrotvorne svrhe</i>	12
5) Austrija – <i>održive javne nabavke</i>	12
Pregled i analiza stanja u Crnoj Gori	13
Dosadašnje aktivnosti.....	13
Koncept DO u postojećim strateškim dokumentima.....	15
Okvir za razvoj DO u Crnoj Gori i rezultati relevantnih istraživanja	16
Preporuke za dalji razvoj koncepta DO u Crnoj Gori	18
Uloge društvenih aktera	19
Ciljevi Politike za društvenu odgovornost	21
Institucionalni okvir za sprovođenje koncepta društvene odgovornosti u Crnoj Gori.....	21
Ključne oblasti za intervenciju i prioritetne mjere	22
Smjernice za uvođenje društvene odgovornosti u Crnoj Gori	23
Javni sektor.....	23
Poslovni sektor	24
Civilni sektor.....	25

Društvena odgovornost: definicije i evolucija koncepta

Koncept društvene odgovornosti u djelovanju različitih organizacija (poslovnih, javnih i drugih) počinje da se razvija i primjenjuje u svijetu od 1990-ih godina, a punu afirmaciju doživljava tokom prethodne decenije kada postaje sastavni dio nacionalnih i politika međunarodnih organizacija i dobija značajno mjesto u praksi velikog broja preduzeća i drugih organizacija širom svijeta. U početnim fazama razvoja, koncept je dominantno bio vezan za privredne subjekte tako da se gotovo isključivo govorilo o društveno odgovornom poslovanju (DOP¹) ili društvenoj odgovornosti preduzeća. U skorije vrijeme, naročito poslije pojave standarda ISO 26000 *Smjernice za društvenu odgovornost*, predmet pažnje postaju sve organizacije čije funkcionisanje rezultira određenim uticajima na okruženje. **ISO 26000** se bavi društvenom odgovornošću (DO) u najširem smislu i definiše je kao **odgovornost neke organizacije za uticaje njenih odluka i aktivnosti na društvo i životnu sredinu**. Principi na kojima se standard zasniva uključuju odgovornost, transparentnost, etičko ponašanje, te poštovanje interesa ostalih društvenih aktera, vladavine prava, međunarodnih normi ponašanja i ljudskih prava. Ovaj pristup predstavlja polaznu osnovu za definisanje Politike za društvenu odgovornost Crne Gore.

Kod tradicionalnog tumačenja koncepta (gdje se društvena odgovornost veže samo za preduzeća) postoji veći broj definicija koje se zasnivaju na istim ili sličnim premisama, ali se zavisno od izvora donekle razlikuju. **Evropska komisija**, na primjer, **definiše DOP kao odgovornost preduzeća za uticaj koji imaju na društvo**, a Svjetska banka kao posvećenost biznisa da upravlja efektima (i da ih poboljšava) svojih aktivnosti na ekonomiju, životnu sredinu i društvo, na nivou firme kao i na lokalnom, regionalnom i globalnom nivou. Svjetski poslovni savjet za održivi razvoj (WBCSD) definiše DOP kao „*stalnu posvećenost poslovnog sektora etičkom ponašanju i doprinosu održivom ekonomskom razvoju, uz istovremeno poboljšanje kvaliteta života zaposlenih i njihovih porodica, kao i zajednice i društva u cjelini*“. Za Međunarodni forum poslovnih lidera (IBLF) DOP predstavlja otvorene i transparente poslovne prakse (zasnovane na etičkim vrijednostima i poštovanju zaposlenih, društvene zajednice i životne sredine) koje će doprinijeti održivom poslovnom uspjehu. Britanska organizacija *Biznis u društvenoj zajednici (Business in the Community)* koja se bavi promocijom društveno odgovornih praksi smatra da „*DOP predstavlja pozitivan uticaj koji kompanije vrše na društvo i životnu sredinu preko svog poslovanja, proizvoda ili usluga, ili kroz interakciju sa ključnim zainteresovanim stranama, kao što su zaposleni, klijenti, investitori, lokalne zajednice i snabdjevači.*“

Definisanjem DOP-a bavili su se i domaći teoretičari koji, na primjer², smatraju da društvena odgovornost preduzeća obuhvata tri vrste odgovornosti: zakonsku, kvazizakonsku i filozofsku (ili prirodnu/ moralnu odgovornost). Prava i obaveze definisani zakonom predstavljaju minimum pravila po kojima bi preduzeća trebala da se ponašaju. Kvazizakonska pravila odnose se na kodekse ponašanja raznih organizacija, izjave autoritativnih tijela i poluobavezujuće dogovore unutar samih firmi (kao što su izjave o misiji, politika firme i sl.), dok filozofska (moralna) odgovornost podrazumijeva aktivnosti koje nadilaze okvire zakonskih i kvazizakonskih pravila i to u različitim (ne nužno svim) aspektima poslovanja preduzeća: odnos prema zaposlenima, životnoj sredini, dobavljačima, klijentima, zajednici u kojoj preduzeće posluje, transparentnost, antikorupcijsko poslovanje i sl. Nezavisno od toga koja definicija se koristi, neki od zajedničkih elemenata koji predstavljaju osnov za dalji razvoj društvene odgovornosti u Crnoj Gori su *dobrovoljnost* sprovođenja koncepta odnosno aktivnosti i mjere koje *nadilaze zakonom propisane standarde* i obaveze svake organizacije.

¹ Upotrebljava se i skraćenica CSR od engleskog Corporate Social Responsibility

² Mirjana Kuljak, *Korporacije i njihovi ciljevi*, 2007, prenijeto u dokumentu „Društvena odgovornost: osnovne informacije sa fokusom na odgovornost preduzeća“ koji je objavila Mreža za društvenu odgovornost 2012. godine.

Tokom proteklih par decenija društvena odgovornost je postala važan element kako u političko-ekonomskim debatama tako i u poslovnim strategijama velikog broja kompanija širom svijeta. UN Globalni sporazum (*UN Global Compact*) lansiran 2000. godine predstavlja najveću međunarodnu inicijativu za društveno odgovorno poslovanje kojom je definisano deset osnovnih (i široko prihvaćenih) principa DOP-a u oblastima ljudskih i radnih prava, zaštite životne sredine i borbe protiv korupcije. Principi *Global Compact*-a izvedeni su iz Opšte deklaracije o ljudskim pravima, Deklaracije Međunarodne organizacije rada o osnovnim načelima i pravima iz radnog odnosa, Rio Deklaracije o životnoj sredini i razvoju, i Konvencije Ujedinjenih nacija protiv korupcije.

DOP se u Evropskoj uniji (EU) povezuje sa održivim razvojem, podsticanjem konkurentnosti, ekonomskim rastom i otvaranjem novih radnih mjesta. U inoviranoj Strategiji društveno odgovornog poslovanja za period 2011-2014. godine³ Evropska komisija (EK) tumači DOP kao sprovođenje aktivnosti koje prevazilaze zakonom propisane obaveze preduzeća prema društvu i životnoj sredini i koje donose koristi kako za samo preduzeće tako i za zajednicu. Strateški pristup DOP-u se smatra značajnim za podizanje konkurentnosti kroz doprinos smanjenju troškova, upravljanju rizicima, pristupu kapitalu, odnosu sa klijentima, upravljanju ljudskim resursima i kapacitetu za inovacije. Kad je riječ o društvenim koristima, preduzeća kroz DO doprinose postizanju ciljeva održivog razvoja. EK takođe naglašava da je odgovorno ponašanje poslovnih subjekata posebno važno kada privatna preduzeća pružaju javne usluge kao i da je dio društvene odgovornosti preduzeća da pomognu da se ublaže efekti trenutne ekonomske krize. U inoviranoj EU Strategiji se zaključuje da DOP nudi set vrijednosti na kojima se može graditi povezanije društvo i bazirati prelazak na održivi ekonomski sistem.

Iako ograničena, praktična iskustva sa primjenom DOP-a u malim i srednjim preduzećima u Crnoj Gori i regionu rezultirala su prepoznavanjem niza koristi kao što su:

- efikasnije korišćenje resursa preduzeća, povećanje profita uz smanjenje troškova;
- kreiranje dobre atmosfere za rad u preduzeću, povećana produktivnost i doprinos zaposlenih u pronalaženju novih rješenja;
- konkurentna prednost zasnovana na kvalitetu proizvoda i usluga i etičkim principima;
- izgradnja korporacijskog identiteta, imidža i reputacije;
- sposobnost da se privuku i zadrže zaposleni, potrošači, klijenti i korisnici⁴.

Na društvenu odgovornost preduzeća se može gledati kao na uspjeh u poslovanju mjeren ne samo ostvarenim profitom nego i postignutom ravnotežom između ekonomskih, socijalnih i ciljeva vezanih za životnu sredinu na način koji je od koristi za građane, lokalnu zajednicu i društvo u cjelini. DOP podrazumijeva odluku preduzeća da ide dalje od poštovanja minimalnih zakonskih i uslova i obaveza koje proizlaze iz kolektivnih ugovora. Krajnji cilj DOP-a nije da firme na sebe preuzmu brigu o društvu već da svoje poslovanje organizuju tako da pozitivni efekti za društvo i okruženje budu akcelerator njihovog poslovnog uspjeha na duži rok. DOP nije rezervisan samo za velike i bogate firme

³ Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions, COM(2011) 681 final, *A renewed EU Strategy 2011-14 for Corporate Social Responsibility* (Komunikacija Komisije prema Evropskom parlamentu, Savjetu, Evropskom ekonomskom i socijalnom komitetu i Komitetu regiona, COM(2011) 681 finalna, *Inovirana EU strategija za društveno odgovorno poslovanje 2011-2014*)

⁴ Izvor: Priručnik za MSP, Mreža za društvenu odgovornost

jer kvalitet aktivnosti na polju DOP-a često više zavisi od kreativnosti i inventivnosti privrednika nego od uloženog budžeta⁵.

Koristi od sprovođenja društvene odgovornosti u praksi poslovanja svih vrsta organizacija

U cilju motivisanja svih vrsta organizacija da sprovedu društvenu odgovornost u praksi, potrebno je već na početku naglasiti koje su to direktne koristi koje organizacija dobija ukoliko se društveno odgovorno ponaša:

- 1) Efikasnije korišćenje resursa organizacije i ostvarivanje uštede povećanjem produktivnosti i efikasnog korišćenja resursa, manje potrošnje energije i vode, smanjene količine otpada i reciklaža vrijednih nusproizvoda;
- 2) Sposobnost da se privuku i zadrže zaposleni, potrošači, klijenti ili korisnici;
- 3) Unapređenje odnosa organizacije sa zainteresovanim stranama, čime se organizacija izlaže novim perspektivama i kontaktima sa različitim zainteresovanim stranama;
- 4) Poboljšanje ugleda organizacije i podsticanje većeg povjerenja javnosti;
- 5) Kreiranje dobre atmosfere za rad u organizaciji, povećana produktivnost i doprinos zaposlenih u pronalaženju novih rješenja;
- 6) Konkurentska prednost zasnovana na kvalitetu proizvoda i usluga i etičkim principima;
- 7) Izgradnja korporacijskog identiteta, imidža i reputacije;
- 8) Podsticanje donošenja odluka zasnovanog na boljem razumijevanju očekivanja društva, mogućnostima vezanim za društvenu odgovornost (uključujući bolje upravljanje pravnim rizicima) kao i rizicima društveno neodgovornog ponašanja;
- 9) Stvaranje inovacija;
- 10) Poboljšanje lojalnosti, morala, posvećenosti i doprinosa zaposlenih;
- 11) Povećanje bezbjednosti i zdravlja zaposlenih i muškog i ženskog pola;
- 12) Unapređenje pouzdanosti i pravednosti transakcija kroz odgovorno političko angažovanje, fer konkurenciju i odsustvo korupcije, i
- 13) Sprečavanje ili smanjenje mogućih sukoba sa potrošačima u vezi sa proizvodima ili uslugama.

Međunarodni standardi, politike i praksa DO

Međunarodni standard ISO 26000 objavljen je 2010. godine sa ciljem da podstakne društvenu odgovornost širom svijeta. Standard predstavlja alatku za praktičnu primjenu principa i zahtjeva DO (kao i za izvještavanje) i omogućava ostvarivanje sljedećih koristi organizacijama koje ga primjenjuju:

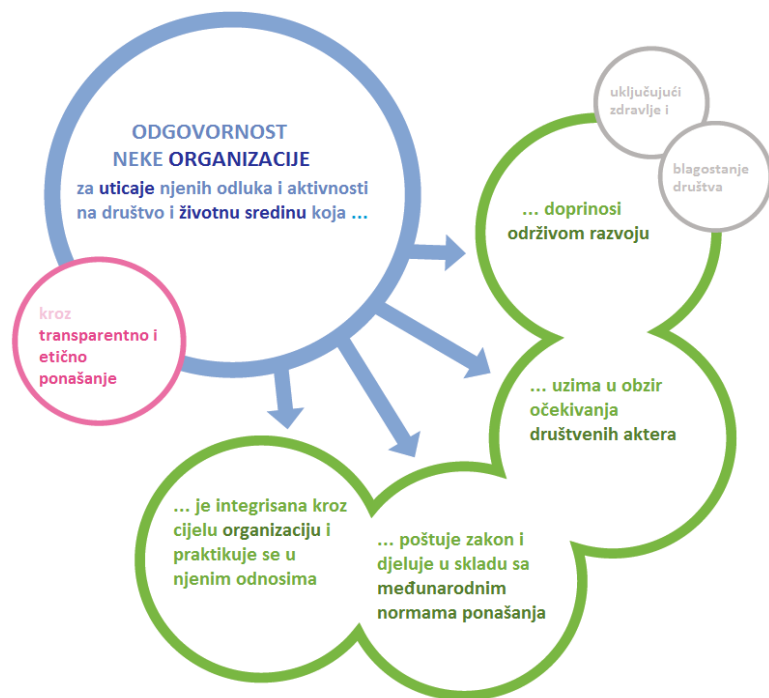
- Konkurentska prednost;

⁵ Ocjene iz studije „Uvođenje principa društveno odgovornog poslovanja u nacionalne politike u Crnoj Gori“ koju je 2012. godine za potrebe Kancelarije Ujedinjenih nacija za razvoj (UNDP), Kabineta potpredsjednika za ekonomsku politiku i Ministarstva održivog razvoja i turizma (Odjeljenja za podršku Nacionalnom savjetu za održivi razvoj) pripremi makedonski stručnjak Goran Lazarevski.

- Prepoznatljiva reputacija;
- Sposobnost da se privuku i zadrže radnici ili članovi organizacije, potrošači, klijenti ili korisnici;
- Održanje morala, posvećenosti i produktivnosti radnika;
- Pozitivan stav investitora, vlasnika i finansijera;
- Dobri odnosi sa kompanijama, vladinim sektorom, medijima, dobavljačima, saradnicima, potrošačima i društvenom zajednicom i dr., a sve u cilju održivog razvoja.

Slika 0-1: ISO 26000

ISO 26000 definiše društvenu odgovornost kao



Primjena standarda je dobrovoljna. Za razliku od menadžment standarda (kakvi su npr. ISO 9001, ISO 14001, ISO 22000) ISO 26000 ne sadrži zahtjeve nego dobrovoljne smjernice i nije predviđen za sertifikaciju. Puna definicija društvene odgovornosti po ovom standardu prikazana je na [slici 2-1](#).

Standard se zasniva na holističkom pristupu i uzima u obzir međuzavisnosti koje se javljaju u djelovanju određene organizacije u datom okruženju, a ključna pitanja koja obrađuje su organizaciono upravljanje, ljudska prava, radne prakse, životna sredina, fer poslovne prakse, potrošačka pitanja i uključivanje i razvoj zajednice.

ISO 26000 može pomoći svim vrstama organizacija, bez obzira na njihovu veličinu, aktivnost ili lokaciju, da djeluju na društveno odgovoran način, pružajući im uputstvo o:

- konceptima, terminima i definicijama vezanim za društvenu odgovornost;
- pozadini, trendovima i karakteristikama društvene odgovornosti;
- principima i praksama koje se odnose na društvenu odgovornost;
- ključnim temama i pitanjima društvene odgovornosti;
- integrisanju, implementaciji i promovisanju društveno odgovornog ponašanja u cijeloj organizaciji i kroz politike i prakse, u okviru njene sfere uticaja;
- identifikovanju i uključivanju zainteresovanih strana;
- informisanju o obavezama, performansama i ostalim informacijama vezanim za društvenu odgovornost.

Standard je doprinio postizanju međunarodnog konsenzusa o tome šta znači društvena odgovornost i koja su to pitanja kojima se organizacije moraju baviti da bi bile društveno odgovorne. Pored toga, standard je unaprijedio prethodne napore i postignute rezultate u oblasti DO davanjem konkretnih

uputstava kako da se principi prevedu u praksu i efikasne akcije, odnosno redefinisanjem najboljih praksi i širenjem informacija o njima.

Strategija za period 2011-2014, kao nova **EU politika** o društveno odgovornom poslovanju, naglašava da je poštovanje relevantnih propisa i kolektivnih ugovora među socijalnim partnerima preduslov za ispunjavanje odgovornosti preduzeća. Pored toga, preduzeća treba da uspostave procese za integraciju socijalnih, zatim etičkih i pitanja životne sredine, ljudskih i prava potrošača u svoje poslovne operacije i strategiju, sa ciljem da:

- maksimiziraju stvaranje zajedničkih vrijednosti za svoje vlasnike/dioničare, ostale zainteresovane strane i društvo u cjelini;
- identifikuju, preduprije i ublaže moguće negativne uticaje.

Kompleksnost procesa zavisi od faktora kao što su veličina preduzeća i priroda njegovih operacija tako da će za većinu malih i srednjih preduzeća (posebno za mikropreduzeća) DOP proces biti neformalan i intuitivan. Da bi se maksimiziralo stvaranje zajedničke vrijednosti, preduzeća se ohrabruju da usvoje dugoročan i strateški pristup DOP-u i da ispitaju mogućnosti za razvoj inovativnih proizvoda, usluga i poslovnih modela koji doprinose blagostanju društva i vode do kvalitetnijih i produktivnijih radnih mjesta. Za identifikaciju, prevenciju i ublažavanje mogućih negativnih uticaja, velika i preduzeća za koje postoji rizik da generišu takve uticaje se ohrabruju da sprovedu adekvatne procedure, da ispitaju i procijene uticaje svog poslovanja i da tu uključe i svoje lance nabavke.

U procesu pripreme inovirane EU Strategije društveno odgovornog poslovanja posvećena je značajna pažnja usklađivanju sa međunarodnim dokumentima o DOP-u, uključujući ažurirane Smjernice za multinacionalna preduzeća Organizacije za ekonomsku saradnju i razvoj (Organisation for Economic Cooperation and Development - OECD), UN Globalni sporazum, Tripartitnu deklaraciju principa Međunarodne organizacije rada (International Labour Organisation - ILO), UN Usmjeravajuće principe o biznisu i ljudskim pravima i ISO 26000 Smjernice za društvenu odgovornost. Prema principima i smjernicama iz ovih dokumenata, DOP ima višedimenzionalni karakter i kao minimum pokriva ljudska prava, radnu i praksu zapošljavanja (pitanja kao što su obuke, raznovrsnost, rodna jednakost, zdravlje i dobrobit zaposlenih), problematiku životne sredine (biodiverzitet, klimatske promjene, efikasno korišćenje resursa, procjena životnog ciklusa proizvoda i sprečavanje zagađenja) i borbu protiv podmićivanja i korupcije. Uključenost u život i razvoj zajednice, integracija osoba sa invaliditetom i interesi potrošača (uključujući privatnost) su takođe dio DOP agende. Promovisanje socijalne i odgovornosti prema životnoj sredini kao i objavljivanje ne finansijskih informacija su isto tako pitanja od značaja za više DOP tema. U komunikaciji Evropske komisije o EU politikama i volontiranju, volonterski rad zaposlenih u određenom preduzeću prepoznat je kao jedan od vidova DOP-a.

Evropska politika definiše agendu za djelovanje za period 2011-2014. za sljedećih 8 oblasti:

- Unapređenje vidljivosti DOP-a i širenje primjera dobre prakse: uspostavljanje evropske nagrade i sektorskih platformi za preduzeća i društvene aktere da preuzmu obaveze i zajedno prate napredak.
- Poboljšanje i praćenje nivoa povjerenja u biznis: lansiranje javne rasprave o ulozi i potencijalu preduzeća i organizovanje istraživanja o povjerenju građana u biznis.

- Poboljšanja u procesima samoregulacije i koregulacije: lansiranje procesa da se sa preduzećima i ostalim društvenim akterima pripremi kod dobre prakse za sprovođenje samoregulacije i koregulacije, što bi trebalo da doprinese djelotvornosti ukupnih napora za razvoj DOP-a.
- Unapređenje tržišne nagrade za DOP odnosno korišćenje EU politika u oblastima potrošnje, investicija i javnih nabavki u cilju promovisanja tržišne koristi za odgovorno ponašanje biznisa.
- Poboljšanja u objavljivanju socijalnih i informacija i životnoj sredini i priprema predloga zakona o ovom pitanju.
- Dalja integracija DOP-a u obrazovanje, obuku i istraživanje – obezbjeđivanje podrške za obrazovanje i obuku na polju DOP-a i ispitivanje mogućnosti za finansiranje daljih istraživanja.
- Naglašavanje važnosti nacionalnih i pod-nacionalnih DOP politika: Komisija je pozvala zemlje članice EU da prezentiraju ili ažuriraju sopstvene planove za promociju DOP-a do sredine 2012. godine.
- Bolje usklađivanje evropskih i globalnih (formulisanih u dokumentima OECD-a, UN-a, ILO-a kao i u standardu ISO 26000) pristupa DOP-u.

DO je komplementarna sa ciljevima strategije Evropa 2020 o „pametnom, održivom i inkluzivnom rastu“ i sa drugim evropskim politikama kakva je na primjer EMAS Regulativa o primjeni šeme za eko-menadžment i reviziju u poslovanju preduzeća kao dobrovoljnog instrumenta za upravljanje životnom sredinom.

Od sadašnjih 28 zemalja članica EU, 15 njih je donijelo nacionalne politike za promovisanje DO. Zajednička karakteristika svih ovih strateških dokumenata jeste da se fokusiraju na promotivnu ulogu države u podsticanju dobrih primjera DO korišćenjem instrumenata kao što su poreske olakšice, promotivne akcije, edukativne kampanje i druge mjere. Interesantan je i primjer danskog Zakona za DOP iz 2008. godine kojim su uvedene konkretne obaveze za najveće kompanije, investitore i državna preduzeća da u svojim godišnjim finansijskim izvještajima uključe i informaciju o DO, sa specificiranim konkretnim preuzetim obavezama. CSR Europe – vodeća evropska neprofitna mreža za DOP (osnovana 1995. godine) koja okuplja 71 kompaniju i 34 nacionalne partnerske organizacije – djeluje kao platforma za saradnju i širenje informacija (za kompanije i ostale zainteresovane strane) sa ciljem da se promoviše društvena odgovornost i doprinese postizanju održive konkurentnosti i društvenog blagostanja.

UN Globalni sporazum predstavlja najveću svjetsku inicijativu DOP-a u kojoj učestvuje više od 8700 kompanija i drugih zainteresovanih strana iz preko 130 zemalja. Sporazum zahtijeva od kompanija da, u okviru svojih sfera uticaja, usvoje, promovišu i primjenjuju deset osnovnih načela u oblastima ljudskih prava, radnih prava, zaštite životne sredine i antikorupcije ([okvir 2-1](#)).

Okvir 0-1: Načela DOP-a definisana u okviru UN Globalnog sporazuma

Od kompanija se traži da usvoje, promovišu i primjenjuju suštinske vrijednosti pretočene u deset načela u sljedećim oblastima:

Ljudska prava

- 1. načelo** | Poslovni subjekti treba da podržavaju i poštuju zaštitu međunarodno priznatih ljudskih prava; i
- 2. načelo** | osiguraju da ne učestvuju u kršenjima ljudskih prava.

Radna prava

- 3. načelo** | Poslovni subjekti treba da podržavaju slobodu udruživanja i stvarno priznavanje prava na kolektivno pregovaranje;
- 4. načelo** | eliminaciju svih oblika prisilnog i obaveznog rada;
- 5. načelo** | stvarno ukidanje dječjeg rada; i
- 6. načelo** | ukidanje diskriminacije u vezi sa zapošljavanjem i izborom zanimanja.

Životna sredina

- 7. načelo** | Poslovni subjekti treba da podržavaju predostrožan pristup izazovima u oblasti životne sredine;
- 8. načelo** | pokrenu inicijative za promovisanje veće odgovornosti prema životnoj sredini; i
- 9. načelo** | ohrabre razvoj i širenje tehnologija koje su povoljne po životnu sredinu.

Borba protiv korupcije

- 10. načelo** | Poslovni subjekti treba da rade na suzbijanju korupcije u svim njenim oblicima, uključujući iznudu i podmićivanje.

Važna obaveza članica Globalnog sporazuma je godišnje izvještavanje o napretku tj. o tome kako su Sporazum integrisale u svoje poslovanje. Članicama se preporučuje da za izvještavanje o realizovanim i planiranim strategijama i akcijama DOP-a koriste Inicijativu za globalno izvještavanje (Global Reporting Initiative - GRI) koja je strateški partner Globalnog sporazuma. GRI je za sada najšire prihvaćeni okvir za izvještavanje o održivosti u kompanijama koji obuhvata društvene i pokazatelje o životnoj sredini. Prve Smjernice za izvještavanje o održivosti Inicijativa je objavila 1999. godine. Osnovni zadatak GRI-ja (kao stalnog, nezavisnog tijela sa upravljačkom strukturom iz svih društvenih sektora) je briga o Smjernicama, njihovo poboljšavanje i informisanje o njima kroz proces savjetovanja i uključivanja svih društvenih aktera. GRI promoviše i druge srodne inicijative i standarde (npr. UN Global Compact, ISO 14000 i ISO 26000, AA 1000, SA 8000).

Pored UN Globalnog sporazuma, značajnu ulogu za razvoj i primjenu DO imaju i **UN Usmjeravajući principi o biznisu i ljudskim pravima** (*UN Guiding Principles on Business and Human Rights*). Ovi principi pokrivaju tri oblasti i to: obavezu države da poštuje ljudska prava, korporativnu odgovornost za poštovanje ljudskih prava, i potrebu da se (sudskim, administrativnim pravnim ili drugim odgovarajućim postupcima) osigura pristup pravnom lijeku u slučaju kršenja prava.

OECD Smjernice za multinacionalna preduzeća (*OECD Guidelines for Multinational Enterprises*) predstavljaju skup međunarodno prihvaćenih pravila za poslovanje kompanija koje obavljaju djelatnosti u više zemalja. Dokument sadrži neobavezujuće principe i standarde za odgovorno

poslovno ponašanje u globalnom kontekstu odnosno set preporuka koje su vlade uputile multinacionalnim kompanijama (koje posluju u zemljama potpisnicama ali i van njih) kako bi odgovorile na sve veću zabrinutost javnosti zbog njihovog uticaja. Vlade potpisnice su se obavezale da promovišu i doprinesu primjeni ovog multilateralno dogovorenog i sveobuhvatnog kodeksa društveno odgovornog ponašanja. U te svrhe, dogovoreno je osnivanje nacionalnih kancelarija za kontakt (NKK), najčešće unutar ministarstava koja su odgovorna za ekonomsku politiku. Ove kancelarije su zadužene za promotivne aktivnosti, obradu zahtjeva za informacijama i davanje doprinosa rješavanju problema koji se mogu javiti⁶.

Sam dokument definiše smjernice za više tema kao što su, na primjer, objavljivanje informacija, ljudska prava, zapošljavanje i odnosi u branši, životna sredina, borba protiv korupcije, interesi potrošača, nauka i tehnologija, konkurencija, oporezivanje i druge. Neke od smjernica koje su date u poglavlju o opštim politikama govore da preduzeća treba da:

- doprinesu ekonomskom, socijalnom i napretku u oblasti životne sredine kako bi se potpomoglo postizanje održivog razvoja;
- poštuju međunarodno priznata ljudska prava onih na koje utiču njihove aktivnosti;
- ohrabruju razvoj lokalnih kapaciteta tijesnom saradnjom sa lokalnim zajednicama;
- ohrabruju izgradnju ljudskog kapitala, posebno stvaranjem mogućnosti za zapošljavanje i omogućavanjem obuke za svoje zaposlene;
- se suzdrže od traženja ili prihvatanja izuzetaka koji nijesu predviđeni u pravnom sistemu a tiču se ljudskih prava, životne sredine, zdravlja, bezbjednosti, oporezivanja, finansijskih podsticaja ili drugih pitanja;
- razviju i primijene djelotvorne samo-regulatorne prakse i sisteme upravljanja koji snaže odnos povjerenja između preduzeća i društvenih zajednica u kojima rade, itd.

Tripartitna deklaracija principa koji se odnose na multinacionalna preduzeća i socijalnu politiku (*Tripartite Declaration of Principles concerning Multinational Enterprises and Social Policy*) objavljena 2006. godine predstavlja odgovor **Međunarodne organizacije rada** na zabrinutost za radnu i socijalnu problematiku i tretman ovih pitanja u poslovanju multinacionalnih preduzeća. Principi koji su sadržani u Deklaraciji nude smjernice za multinacionalne kompanije, vlade, radničke i organizacije poslodavaca u oblastima kao što su zapošljavanje, obuka, uslovi rada i života, te odnosi u branši. Odredbe Deklaracije su utemeljene u međunarodnim konvencijama o radu i preporukama koje su socijalni partneri pozvani da primjenjuju u najvećoj mogućoj mjeri. Konkretna pitanja kojima se bavi Deklaracija uključuju: promovisanje zapošljavanja; jednake mogućnosti i tretman; sigurnost zaposlenja; obuka; plate, beneficije i uslovi života; donja starosna granica za rad (zabrana i eliminacija dječjeg rada); bezbjednost i zdravlje; sloboda udruživanja i pravo na organizaciju; kolektivno pregovaranje; i razrješavanje pritužbi.

Primjena koncepta DO u regionu

Iskustva sa primjenom DO razlikuju se u zemljama u regionu. U Sloveniji su dešavanja na polju DO uglavnom ograničena na individualne aktivnosti zainteresovanih strana, poslovnih udruženja, nevladinog sektora i pojedinačnih firmi. Ključnu ulogu u razvoju DO igraju nevladine organizacije a postoji i mreža čije su glavne aktivnosti usmjerene na razmjenu informacija, znanja i dobrih praksi. U Hrvatskoj je takođe uspostavljena nacionalna mreža. Ustanovljena je nagrada za DOP i pripremljen

⁶ U ovom poglavlju i posebno kod analize OECD dokumenta i standarda ISO 26000 u značajnoj mjeri su korišćene informacije iz informativnog paketa o DOP-u koji su izdali MORT i Mreža za društvenu odgovornost.

predlog strategije. Značajan doprinos razvoju DO daje i Hrvatski poslovni savjet za održivi razvoj. Nacionalna strategija za DOP 2010-2015 usvojena je u Srbiji i njome je preporučeno formiranje državnog tijela (koje još nije uspostavljeno). Unutar Privredne komore Srbije funkcionira Savjet za DOP koji, između ostalog, dodjeljuje nagradu za društveno odgovorne prakse. U Bosni i Hercegovini funkcionira mreža UN Globalnog sporazuma koja trenutno okuplja više od 70 predstavnika/ca BiH kompanija i organizacija civilnog društva. U Albaniji je u toku proces izrade nacionalnih kriterijuma za DOP, a već nekoliko godina funkcionira Nacionalna platforma (multisektorsko tijelo koje djeluje u skladu sa 10 principa UN Globalnog sporazuma). Kada je riječ o institucionalizaciji koncepta društvene odgovornosti, do sada je najviše urađeno u Makedoniji: 2007. godine formirano je Nacionalno koordinaciono tijelo za DOP u okviru Ekonomsko-socijalnog savjeta Vlade i usvojena je Nacionalna agenda za razvoj DOP-a 2008-2012. U Hrvatskoj i Makedoniji sprovedeni su brojni projekti koji su imali za cilj jačanje sprovođenja koncepta društvene odgovornosti u ovim zemljama, od kojih su najveći bili finansirani od strane EU u okviru programa za konkurentnost i inovacije CIP.

Iako zemlje regiona imaju različit pristup kad je riječ o institucionalizaciji koncepta DO (npr. Makedonija gdje postoji zvanično nadležno tijelo u poređenju sa Slovenijom gdje se razvoj DO promovira i koordinira iz više društvenih sektora) i definisanju strateškog okvira, evidentni su brojni funkcionalni primjeri primjene koncepta i ostvaren je značajan napredak. Širom regiona dodjeljuju se nagrade za društveno odgovorno poslovanje i funkcioniraju nacionalne i/ili mreže UN Globalnog sporazuma i slična tijela za pospješivanje DO aktivnosti. Koriste se evropski (i drugi donatorski) fondovi koji i u budućnosti mogu značajno doprinijeti razvoju DO.

Primjena koncepta DO u svijetu - primjeri

Praksa u sprovođenju koncepta društvene odgovornosti varira od zemlje do zemlje. Od zemalja koje imaju uređen zakonodavni i institucionalni okvir, do zemalja gdje DO postoji u praksi, ali nije prepoznata u zakonu i strateškim dokumentima i država indirektno stimuliše sprovođenje pojedinih djelova ovog koncepta bez navođenja da se radi o promovisanju društvene odgovornosti.

U cilju podsticanja društvene odgovornosti u Crnoj Gori, izdvajamo nekoliko primjera primjene koncepta iz svijeta koji mogu poslužiti za sprovođenje u Crnoj Gori.

1) Danska – obaveza izvještavanja o DO

Danski Parlament je 2008. godine usvojio amandman na Akt o finansijskom stanju Danske (Danish Financial Statements Act). Prema ovom amandmanu, otprilike 1.100 preduzeća u Danskoj moraju uključiti izvještavanje o sljedeće tri dimenzije u svojim redovnim godišnjim izvještajima o poslovanju: *politika preduzeća za društveno odgovorno poslovanje, kako se ova politika sprovodi u praksi i šta su preduzeća ostvarila kao rezultate društveno odgovornog poslovanja i šta su njihova dalja očekivanja u budućnosti*. Ukoliko preduzeće nema politiku o društveno odgovornom poslovanju to mora biti eksplicitno navedeno u godišnjem izvještaju o poslovanju. Cilj ovog Akta je da ohrabri preduzeća da aktivno sprovode društveno odgovorne aktivnosti.

Prema statistici⁷ iz 2010. godine, 91% preduzeća su okviru svojih godišnjih izvještaja o poslovanju izvještavali o svojim društveno odgovornim politikama i aktivnostima.

2) Holandija – oslobađanje od poreza za zelene investicije

U cilju podsticanja i privlačenja zelenih investicija u Holandiju, Vlada Holandije (Ministarstvo finansija u saradnji sa Ministarstvom za stanovanje, prostorno planiranje i životnu sredinu i Ministarstvom za poljoprivredu, prirodu i kvalitet hrane) je kroz *Šemu zelenih fondova* predvidjela oslobađanje od poreza za sve one investitore koji ulažu npr. u izgradnju vjetroelektrana i preduzeća koja se bave organskom poljoprivredom. Na ovaj način Vlada Holandije želi da pokaže da su zelene investicije profitabilne i za investitore i za životnu sredinu.

3) Velika Britanija – oslobađanje od poreza za podsticanje razvoja manje razvijenih regiona

U cilju podsticanja razvoja manje razvijenih oblasti, Vlada Velike Britanije je donijela set poreskih olakšica za investicije u zajednici (The Community Investment Tax relief (CITR)). Na ovaj način Vlada Velike Britanije želi da podstakne otvaranje preduzeća u manje razvijenim područjima, podsticanje zapošljavanja lokalnog stanovništva i povećanje prihoda opštinama u manje razvijenim djelovima države.

4) Velika Britanija – porez u dobrotvorne svrhe

Velika Britanija je 2000. godine revidirala Zakon o platnim davanjima iz 1986. godine (Payroll Giving) kojim se predviđa mogućnost da zaposleni dio svoje plate uplate u dobrotvorne svrhe a da im se zauzvrat u tom iznosu odbije porez. Na ovaj način država osigurava siguran priliv dobrotvornim organizacijama, podstiče humanost kod zaposlenih i ujedno poboljšava ugled kompanija čiji zaposleni najviše ulažu u dobrotvorne svrhe.

5) Austrija – održive javne nabavke

Austrijski savjet Ministara je u julu 2010. godine usvojio Akcioni plan za održive javne nabavke i otpočeo sa implementacijom mjera Akcionog plana. Važno je istaći da je Akcioni plan obavezan za sve javne institucije u Austriji. Cilj ove inicijative je da se upotrijebi kupovna moć javnog sektora (procjena je da 17% ukupnog BDPa zemalja EU ide na javne nabavke) za nabavku što održivijih proizvoda i usluga. Inicijativa podrazumjeva detaljnu razradu kriterijuma koji se tiču zaštite životne sredine, energetske efikasnosti i sl. kod objavljivanja tendera za javne nabavke. Ovakvu praksu su pored Austrije usvojile i ostale zemlje Evropske unije kao što su: Holandija, Njemačka, Švedska, Velika Britanija i dr.

⁷ Izvještaj o društveno odgovornom poslovanju i izvještavanju u Danskoj, avgust 2010.

Pregled i analiza stanja u Crnoj Gori

Dosadašnje aktivnosti

Aktivnosti na uvođenju i promovisanju principa i prakse društveno odgovornog poslovanja/ društvene odgovornosti u Crnoj Gori intenzivirane su od sredine prošle decenije, a posebno u poslednjih nekoliko godina. Urađeno je više istraživanja i studija o samom konceptu i stepenu primjene, pravnom i institucionalnom okviru za DO, potrebama za obezbjeđivanje povoljnog okruženja, komparativnim iskustvima u regionu i sl. Pored toga, održan je niz okruglih stolova i konferencija i izdato više publikacija čiji cilj je bio da se promoviše društvena odgovornost i omogući razmjena iskustava. Lansirana je mreža UN Globalnog sporazuma u Crnoj Gori, uspostavljene su nagrade za društvenu odgovornost a od 2012. godine postoji i nacionalna Mreža za društvenu odgovornost koja sada broji 37 članova/ica i obuhvata predstavnike/ce državnih i akademskih institucija, poslovnih i strukovnih udruženja te stručnih i organizacija civilnog društva.

Sve ovo bilo je praćeno i podržano nizom edukativnih aktivnosti, uključujući formiranje tima trenera i konsultanata za DOP, treninge o DOP-u i međusektorskoj saradnji za predstavnike više od 200 crnogorskih preduzeća kao i niz drugih tematskih obuka (npr. o izvještavanju o DOP-u, pitanjima rodne ravnopravnosti i DOP-a i sl.). Pored toga, organizovano je više studijskih posjeta, predavanja i seminara o društvenoj odgovornosti i srodnim temama.

Sprovedeno je ili se sprovodi i više inicijativa i projekata koji su komplementarni sa DO. Takvi su, na primjer, projekti „Nacionalni centar za čistiju proizvodnju“ (čiji je cilj da podrži transfer znanja i čistijih tehnologija), „Green“ (poboljšanje energetske efikasnosti u preduzećima koja se bave proizvodnjom hrane), „Implementacija QMS i EMS u preduzećima“ (obuka preduzeća o sistemima upravljanja kvalitetom i životnom sredinom) i drugi.

Aktivnosti su bile organizovane tako da se uključe svi relevantni akteri iz javnog, civilnog i poslovnog sektora. Posebnu važnu ulogu u edukativnim i promotivnim aktivnostima odigrale su nevladine organizacije (Centar za razvoj nevladinih organizacija – CRNVO, Fond za aktivno građanstvo – fAKT, Asocijacija za demokratski prosperitet Zid i druge) i poslovna udruženja (Unija poslodavaca, Privredna komora). Kada je riječ o javnom sektoru, Ministarstvo održivog razvoja i turizma (MORT), posebno Odjeljenje za podršku Nacionalnom savjetu za održivi razvoj, Direkcija za razvoj malih i srednjih preduzeća, Institut za standardizaciju i pojedine lokalne samouprave djelovali su kao lideri u dosadašnjim aktivnostima za uvođenje i promovisanje DO. Važan doprinos dale su i konsultantske kuće (De Facto, CEED) i istraživački projekti (kakav je na primjer projekat TACSO kancelarije⁸). Od donatora, podršku su pružili UNDP, Institut za otvoreno društvo, OEBS, Vlada Holandije i Evropska unija. Neke od ključnih aktivnosti u proteklom periodu nabrojane su u [okviru 3-1](#).

⁸ Technical Assistance for Civil Society Organisations/ Tehnička pomoć za organizacije civilnog društva – kancelarija za Crnu Goru.

Okvir 0-1: Pregled nekih od najvažnijih DOP aktivnosti u Crnoj Gori

2006. god.	• CRNVO istraživanje (na uzorku od 57 preduzeća iz Podgorice i Bara) o stavovima preduzeća o DOP-u.
2007. god.	• CRNVO formirao međusektorsku radnu grupu sačinjenu od predstavnika/ca Ministarstva finansija, Zajednice opština, Unije poslodavaca, CRNVO i eksperata Evropskog centra za neprofitno pravo (ECNL) iz Budimpešte u cilju analize zakonskog okvira (sa fokusom na korporativnu filantropiju) i definisanja preporuka za unapređenje stanja DOP-a u Crnoj Gori. • Privredna komora Crne Gore otpočela sa dodjelom godišnjih nagrada za društveno odgovorno poslovanje.
2008. god.	• Centar za preduzetništvo i ekonomski razvoj (CEED), u saradnji sa UNDP, pripremio „Osnovnu studiju o društvenoj odgovornosti kompanija (CSR) u Crnoj Gori“ kao dio šireg projekta (CSR na Zapadnom Balkanu), • CRNVO formirao prvi tim trenera/ica i konsultanata/kinja za društveno odgovorno poslovanje • Fondacija za aktivno građanstvo (fAKT) počela sa dodjelom godišnjih nagrada za individualnu i korporativnu filantropiju „ISKRA“.
2009. god.	• CRNVO organizovao treninge o međusektorskim partnerstvima i DOP za preduzeća i NVO iz sjevernog, centralnog i južnog dijela Crne Gore
2010. god.	• CRNVO objavio publikaciju „Razvoj društveno odgovornog poslovanja u Crnoj Gori i regionu – primjeri iz prakse,” koja osim teorijskog osvrtu na koncept i predstavljanja međunarodnih okvira sadrži primjere dobre prakse preduzeća iz Crne Gore i regiona u oblasti radnih prava, zaštite životne sredine i ulaganja u zajednicu. • Forum o društveno odgovornom poslovanju (CSR Forum) organizovan od strane CRNVO, u saradnji sa Unijom poslodavaca, Direkcijom za razvoj malih i srednjih preduzeća i Kancelarijom UNDP u Crnoj Gori. • Lansirana mreža UN Globalnog sporazuma; lansiranje je inicirao UNDP, uz podršku Direkcije za razvoj MSP, Unije poslodavaca, CRNVO, i telekomunikacionih kompanija (Telekoma i Telenora). • MORT uključen u regionalnu mrežu UNIDO-a za CSR
2011. god	• UNDP, zajedno sa Direkcijom za razvoj MSP, Unijom poslodavaca i CRNVO, a u saradnji sa De Facto Consultancy, sproveo istraživanje „Društvena odgovornost preduzeća” na uzorku od 186 preduzeća. • Unija poslodavaca objavila publikaciju „Principi radnih prava Globalnog sporazuma Ujedinjenih nacija – vodič za biznis” koja sadrži opis svakog od četiri principa radnih prava Globalnog sporazuma kao i listu izvora Međunarodne organizacije rada (ILO) sa informacijama, smjernicama i materijalima povezanim sa ovim principima. • Sproveden CSR projekat u partnerstvu između MORT-a i Vlade Holandije sa održanim radionicama, studijskom posjetom i aktivnostima sa osnovnim školama (Danilovgrad) • CRNVO organizovao trening na temu izvještavanja o društveno odgovornom poslovanju u skladu sa smjernicama GRI i UN Globalnog sporazuma za predstavnike/ce crnogorskih preduzeća
2012. i 2013.	• Unija poslodavaca sprovedla anketno istraživanje (102 preduzeća u uzorku) i organizovala okrugli sto na temu „Principi dostojanstvenih radnih uslova za

god.	žene”. • CRNVO objavio publikaciju „Vodič kroz društvenu odgovornost prema zaposlenim ženama, ženama na tržištu i ženama u zajednici” i organizovao trening na ovu temu za predstavnike/ce crnogorskih preduzeća; • Formirana Mreža za društvenu odgovornost: organizovane radionice i izdat priručnik o DOP-u za mala i srednja preduzeća (sa smjernicama za ključne oblasti – zaposlene, dobavljače, klijente, proizvode/ usluge, zajednicu, životnu sredinu i antikorupciju); • Objavljeni rezultati TACSO istraživanja o stavovima o DOP-u; istraživanje je sprovedeno sa građanima i predstavnicima privrednog i nevladinog sektora; • CRNVO organizovao prvi prekogranični Sajam neprofitnih ideja i prvi Forum o međusektorskim partnerstvima i društveno odgovornom poslovanju, te pokrenuo prvi web sajt posvećen međusektorskim partnerstvima; • Institut za standardizaciju formirao stručno tijelo – Tehnički komitet ISME/TK 007- društvena odgovornost koji je nacionalizovao standard Smjernice za društvenu odgovornost (MEST ISO 26000); • MORT i Mreža za društvenu odgovornost objavili informativni paket (publikaciju sa pregledom aktivnosti i događaja relevantnih za DOP) i studiju „Uvođenje principa društveno odgovornog poslovanja u nacionalne politike u Crnoj Gori“. Preporuke date Studijom o uvođenju principa DOP-a odnose se na prilagođavanje postojeće regulative i uspostavljanje nacionalnog sistema za podršku razvoju DOP-a; • ADP Zid dodijelio nagradu CSR Europe kompanijama u Crnoj Gori za društveno odgovorne prakse; • NVO Ženska alijansa za razvoj dodijelila nagradu „Naravno, ravnopravno” kompaniji sa najboljom praksom.
------	--

Privredna komora dodjeljuje nagradu za društvenu odgovornost, a fAKT nagradu za filantropiju “Iskra” koja se pored kategorije za individualni doprinos dodjeljuje i u kategorijama “Doprinos zajednici” i “Najbolji projekat na nacionalnom nivou”. ADP Zid dodjeljuje godišnju nagradu za volonterizam (sa korporativnim volonterizmom kao posebnom kategorijom za kompanije koje podržavaju ili razvijaju vlastite volonterske programe ili učestvuju u njihovoj realizaciji). ADP Zid je u saradnji sa Mrežom za društveno odgovorno poslovanje Evrope dodijelila nagrade crnogorskim preduzećima za najbolju društveno odgovornu praksu. NVO Ženska alijansa za razvoj dodjeljuje nagradu za rodnu ravnopravnost “Naravno, ravnopravno” za doprinos malih i srednjih preduzeća osnaživanju žena i unapređenju rodne ravnopravnosti, a postoji i nagrada Blue Coach-a za najbolju kompaniju u Crnoj Gori koja se dodjeljuje na osnovu istraživanja koje obuhvata i segment društveno odgovornih praksi.

Koncept DO u postojećim strateškim dokumentima

Koncept društvene odgovornosti direktno je integrisan u više crnogorskih strateških dokumenata. Akcionim planom *Nacionalne strategije održivog razvoja za period 2011–2012* predviđeno je, na primjer, definisanje strateškog okvira za održivu potrošnju i proizvodnju i promovisanje koncepta društveno odgovornog poslovanja, a kao indikatori za praćenje realizacije ove mjere predviđeni su usvajanje strateškog okvira za održivu proizvodnju i potrošnju (studija/strategija/AP), pridruživanje relevantnim regionalnim i međunarodnim mrežama za podsticanje DOP-a (UNIDO, InWent, UN Global Compact i sl.) kao i broj preduzeća koja praktikuju društveno odgovornom poslovanju.

Značajna pažnja posvećena je društvenoj odgovornosti i u *Komunikacionoj strategiji održivog razvoja* gdje su definisani specifični ciljevi za različite ciljne grupe. Ciljevi za najširu javnost i poslovni sektor su da se afirmiše koncept DO preduzeća i omogućiti izvještavanje o razvoju i primjeni principa DOP-a po međunarodno priznatoj metodologiji UN i EU. Ključne komunikacione poruke za poslovni sektor su da su društveno odgovorno poslovanje i dobro upravljanje neophodni da biznis učine dijelom održivog razvoja, te da su uvažavanje etičkih načela, transparentnost, socijalna i odgovornost prema životnoj sredini temeljni preduslovi za uspješan biznis i održivi razvoj. Strategijom se preporučuje dodjeljivanje nagrada za najbolje primjere održivog poslovanja i primjenu načela društvene odgovornosti. Od konkretnih aktivnosti, planirana je organizacija seminara za privrednike o održivom razvoju i društvenoj odgovornosti preduzeća.

Strategija razvoja malih i srednjih preduzeća 2011–2015 prepoznaje činjenicu da u savremenim uslovima preduzeća dijele odgovornost za razvoj ukupne društvene zajednice. Društvena odgovornost se u ovom dokumentu vidi kao briga o uticajima preduzeća na potrošače, dobavljače, zaposlene, društvenu zajednicu i životnu sredinu u svim aspektima. U okviru jednog od ciljeva Strategije (jačanje konkurentnosti MSP i promovisanje preduzetništva) definisan je zadatak jačanja DO u preduzećima. Od konkretnih aktivnosti u periodu na koji se Strategija odnosi planirano je sprovođenje anketa za procjenu nivoa DO malih i srednjih preduzeća i sprovođenje kampanja za informisanje i podizanje svijesti.

Pored strateških dokumenata koja se direktno bave konceptom DO, principi DO su indirektno i u različitoj mjeri integrisani u nacionalne politike i propise tako da se može reći da postojeći pravni i strateški okviri sadrže osnovne elemente za primjenu i razvoj koncepta (uz evidentnu potrebu daljih poboljšanja u ovoj sferi). Od posebnog značaja za DO su propisi i strategije/ politike koje se odnose na održivi razvoj, konkurentnost, kreiranje novih radnih mjesta, energetska efikasnost, borbu protiv korupcije, razvoj nevladinog sektora, zaštitu životne sredine i slična pitanja⁹. U studiji „Uvođenje principa društveno odgovornog poslovanja u nacionalne politike u Crnoj Gori“ koja je imala fokus na preduzeća se ocjenjuje da je čak 12 nacionalnih strategija i 26 zakona u direktnoj, a veliki broj ostalih propisa i dokumenata u indirektnoj vezi sa konceptom DOP-a.

Okvir za razvoj DO u Crnoj Gori i rezultati relevantnih istraživanja

Među konkretnim aktivnostima koje su do sada sprovedene u Crnoj Gori i koje su doprinijele unapređenju uslova za usvajanje i primjenu principa DO, izdvajaju se: širenje informacija o DOP-u, promovisanje koncepta i istraživanja o stepenu primjene (gdje su značajnu ulogu odigrali nevladin sektor i poslovna udruženja), lansiranje mreže UN Globalnog sporazuma, realizacija više relevantnih projekata, uspostavljanje nacionalne mreže i nagrada, te uključivanje javnih institucija (posebno

⁹ U studiji su navedeni slijedeći zakoni (ukupno 26) Zakon o zaštiti potrošača, Zakon o bezbjednosti hrane, Zakon o tajnosti podataka, Zakon o zaštiti prirode, Zakon o životnoj okolini, Zakon o strateškoj procjeni uticaja na životnu sredinu, Zakon o upravljanju otpadom, Zakon o održavanju čistoće, prikupljanju i korišćenju otpadaka, Zakon o zaštiti od buke u životnoj sredini, Zakon o opštoj bezbjednosti proizvoda, Zakon o radu, Zakon o turizmu, Zakon o turističkim organizacijama, Zakon o poljoprivredi i ruralnom razvoju, Zakon o privrednim društvima, Zakon o energetici, Zakon o energetske efikasnosti, Zakon o koncesijama, Zakon o nevladinim organizacijama, Zakon o profesionalnoj rehabilitaciji i zapošljavanju lica sa invaliditetom, Zakon o volonterskom radu, Zakon o PDV-u, Zakon o budžetu, Zakon o sprečavanju pranja novca, Zakon o stranim ulaganjima i Zakon o lokalnoj samoupravi.

MORT-a, Direkcije za razvoj malih i srednjih preduzeća i Instituta za standardizaciju). Paralelno sa ovim aktivnostima, elementi bitni za razvoj DO su uključeni u pravni i strateški okvir, tako da se može reći da je Crna Gora uspješno zaokružila početnu fazu i kreirala povoljan ambijent za prelazak na viši nivo implementacije. Ocjene postojećeg okvira za razvoj DO koje su date u studiji „Uvođenje principa društveno odgovornog poslovanja u nacionalne politike u Crnoj Gori“ iako su se odnosile na društvenu odgovornost preduzeća mogu da predstavljaju dobar osnov za formulisanje daljih aktivnosti i uključuju sljedeće:

- Regulatorni okvir je solidan i predstavlja dobru osnovu za dalja poboljšanja;
- Institucionalna infrastruktura je formirana i sve osnovne potrebne institucije su izgrađene, operativne i na nivou svojih zadataka;
- Postoji kohezija i dobra međusobna koordinacija državnih institucija;
- Izgrađeni su mehanizmi javno-privatnog dijaloga i solidan nivo koordinacije i saradnje sa privrednom komorom i drugim udruženjima iz privrede;
- Funkcionalan je poslovni sektor, privredna komora i udruženja iz privrede kod kojih postoji interes za ovu temu; oni su relevantni partneri koji će se svojim iskustvima i stavovima izdvojiti kao akteri od suštinskog značaja za buduće aktivnosti;
- Postoje relevantne organizacije nevladinog sektora koje raspolažu neophodnim znanjem i posvećenošću ovoj temi;
- Prisutne su, iako u smanjenom administrativnom i finansijskom obimu, međunarodne donatorske organizacije i institucije koje nude tehničku, ekspertsku i finansijsku pomoć i uspostavljeni su vrlo dobra saradnja i međusobno povjerenje, što može biti od velikog značaja u drugoj fazi;
- Javnost je stekla osnovna znanja o konceptu i njegovom smislu a postoji i spremnost medija da se saradnja sa ostalim akterima procesa intenzivira.

Istraživanja koja su sprovedena u proteklih nekoliko godina, koja su imala fokus na društvenu odgovornost preduzeća, takođe daju dobru sliku stanja vezano i za stepen primjene šireg koncepta DO u Crnoj Gori i oblasti na kojima je potrebno dalje raditi. Najrelevantnija su UNDP istraživanje (i prateći izvještaj) o društvenoj odgovornosti preduzeća i TACSO istraživanje o stavovima o DOP-u.

Istraživanje UNDP-a, Direkcije za razvoj MSP, Unije poslodavaca i CRNVO (u saradnji sa konsultantskom kućom De Facto) imalo je za cilj mjerenje društvene odgovornosti preduzeća u Crnoj Gori. Sprovedeno je putem ankete kojom je obuhvaćeno 186 preduzeća (sa više od 5 zaposlenih). Pitanja su bila strukturirana tako da se dobiju odgovori za 16 identifikovanih dimenzija društvene odgovornosti uključujući: poštovanje legislative; etički kodeks; transparentnost; borbu protiv korupcije i mita; odnos prema zaposlenima; rodni aspekti u preduzeću; odnos prema klijentima/ potrošačima; odnos prema dobavljačima; proizvod/ usluga; zaštita životne sredine; odnos prema lokalnoj društvenoj zajednici; odnos prema široj društvenoj zajednici; aktivizam; participacija; uloga države u razvoju DOP-a; i barijere za društveno odgovorno poslovanje preduzeća. Na osnovu rezultata za svaku od ovih dimenzija izveden je i indeks društvene odgovornosti¹⁰ preduzeća u Crnoj Gori.

Neki od glavnih nalaza ovog istraživanja su:

¹⁰ Svaka od dimenzija posebno je mjerena i za svaku je formiran skor. Sumarizacijom vrijednosti po svim dimenzijama izveden je indeks društvene odgovornosti. Svi skorovi po dimenzijama, kao i ukupni skor tj. indeks izraženi su u vrijednostima koje se kreću u rasponu od 0 do 1. Što je vrijednost bliža maksimumu (1), veći je stepen društvene odgovornosti i obratno.

- najveći broj predstavnika/ca preduzeća tvrdi da razumije koncept društvene odgovornosti;
- kad je riječ o pojedinim dimenzijama DO, najviše vrijednosti su zabilježene (preduzeća su najodgovornija) kod poštovanja legislative te odnosa prema zaposlenima, klijentima i proizvodu ili usluzi; najniže vrijednosti su zabilježene za rodnu ravnopravnost, transparentnost i korupciju;
- indeks društvene odgovornosti bio je veći kod preduzeća sa većim brojem zaposlenih (kretao se od 0,55 kod najmanjih preduzeća, do 0,65 u grupi preduzeća sa preko 110 zaposlenih);
- indeks društvene odgovornosti po sektorima pokazao je da su preduzeća u industrijskom i sektoru trgovine odgovornija u odnosu na preduzeća koja posluju u sektoru usluga;
- kao glavne barijere za DOP identifikovani su nedostatak finansijskih sredstava u preduzećima, nedovoljno razvijena svijest o značaju DO, nedostatak kulture i navike preduzeća da se ponašaju odgovorno i nedostatak znanja i vještina menadžmenta.

TACSO istraživanje (u kome su učestvovali CRNVO, Unija poslodavaca, agencija Ipsos i Međunarodni švedski institut za javnu upravu) sprovedeno je na uzorku od 807 građana, 126 preduzeća i 122 nevladine organizacije, uz 11 dubinskih intervju sa predstavnicima medija, državne uprave, NVO i privrednog sektora.

Na osnovu rezultata istraživanja može se zaključiti da pojam društveno odgovorno poslovanja nije u dovoljnoj mjeri jasan privrednom, ali ni NVO sektoru i građanima. Nedostaju pozitivni primjeri koji bi igrali važnu ulogu u promociji DOP-a, a često se pod aktivnostima iz okvira DOP-a podrazumijevaju uobičajene i svakodnevne poslovne aktivnosti. Ključni motiv za društveno odgovorno poslovanje je ugled (u javnosti i među poslovnim saradnicima) a tek nakon toga dolazi želja/potreba da se pomogne široj društvenoj zajednici. Predstavnici biznis sektora smatrali su da je ekonomska kriza ključna prepreka za razvoj DOP-a; može se međutim reći i da je neinformisanost o koristima koje od društveno odgovornog poslovanja može imati samo preduzeće jednako važna prepreka.

Značajan broj ispitanika smatrao je da je uloga države od suštinskog značaja (donošenjem odgovarajućih propisa, promotivnim aktivnostima, načinom rada u javnim preduzećima itd.) za unapređenje društveno odgovornog poslovanja. Mediji se doživljavaju kao nedovoljno zainteresovani, a od njih se očekuje da odigraju presudnu ulogu u promociji DOP-a ukazivanjem na pozitivne ali i na primjere loše prakse. Osim toga, prepoznata je važna uloga medija u animaciji i edukaciji građana. Kada je riječ o ulozi nevladinog sektora, ispitanici su ocijenili da NVO treba da budu aktivnije u animiranju privrednog sektora za učešće u društveno odgovornim aktivnostima kao i da one mogu značajno uticati na povećanje budžeta koje preduzeća opredjeljuju za DOP. Rezultati istraživanja su takođe pokazali da postoji visok stepen saglasja o tome da aktivnosti na promociji DOP-a treba da budu usmjerene na sve ciljne grupe (ali prije svega na preduzeća i građane) i da je neophodno promovisanje sveobuhvatnog pristupa DOP-u.

Preporuke za dalji razvoj koncepta DO u Crnoj Gori

Imajući u vidu razvoj događaja na međunarodnom i nacionalnom nivou kao i preporuku Evropske komisije o potrebi definisanja nacionalnih politika i planova za promovisanje društvene odgovornosti, Ministarstvo održivog razvoja i turizma (Odjeljenje za podršku Nacionalnom savjetu za održivi razvoj) iniciralo je pripremu Politike za društvenu odgovornost u Crnoj Gori. Na osnovu raspoloživih informacija i dosadašnjih aktivnosti te utvrđenih postignuća i prepreka sa primjenom koncepta DO, Politikom se daju smjernice o ulozi različitih društvenih aktera u daljim naporima za razvoj društvene odgovornosti, definišu ciljevi i preporučuju ključne oblasti za intervenciju/ prioritene mjere.

Uloge društvenih aktera

Koncept DO je evoluirao tokom poslednjih par decenija pa se danas zahtjevi društvene odgovornosti ne vežu striktno za preduzeća već se sve više govori o društvenoj odgovornosti drugih organizacija koje u svom radu mogu uticati na društvo i životnu sredinu. Principi društvene odgovornosti su relevantni i za javni i nevladin sektor odnosno za sve organizacije koje obavljaju svoje djelatnosti u određenom društvu/ekonomiji. Parafrizirajući jedan od osnovnih principa globalnih klimatskih sporazuma, može se reći da za uvođenje i dalji razvoj društvene odgovornosti u Crnoj Gori **svi društveni akteri imaju “zajedničku ali diferenciranu odgovornost”**. Uloge i odgovornosti javnog, poslovnog i civilnog sektora za razvoj DO razlikuju se u pogledu funkcija koje različiti društveni akteri imaju za podsticanje i primjenu koncepta, ali ne i po činjenici da svi poslovni subjekti isto kao i javne institucije i druge organizacije treba da poštuju i sprovode ranije navedena osnovna načela društvene odgovornosti u svom radu koja su definisana prije svega *Smjernicama za društvenu odgovornost* (od decembra 2012. godine u Crnoj Gori usvojene kao MEST ISO 26 000) . Poslovni sektor ima (u poređenju sa recimo nevladinim sektorom koji u zemljama našeg regiona se može uporediti najviše sa mikro-preduzećima) značajnije negativne uticaje na društvo i životnu sredinu usljed obima i karaktera svojih djelatnosti, pa samim tim ima i dodatnu značajnu ulogu u primjeni koncepta DO.

Država se u sistemu društvene odgovornosti javlja kao poslovni subjekat (poslodavac, ponuđač usluga i kupac), kao regulator (donošenjem zakona kojih se privreda mora pridržavati) i kao nosilac razvoja (donošenjem i sprovođenjem razvojnih politika, mjera za podsticanje konkurentnosti, razvoj institucija itd.). Kako DO obuhvata aktivnosti koje nadilaze zakonske obaveze, postojanje dobre regulatorne osnove ima trostruku funkciju:

- da posluži kao polazna osnova u odnosu na koju se mjeri kvalitet i obim DO aktivnosti;
- da djeluje kao promotivni faktor kroz konkretne mjere (stimulacije, subvencije i slično) koje će doprinijeti širenju dobrih praksi;
- da uspostavi mehanizme koji će onemogućiti i destimulisati zloupotrebu DO i nanošenje štete (npr. nadzor nad istinitošću tvrdnji o praktikovanju DOP-a može doprinijeti pravilnoj alokaciji sredstva za podršku i spriječiti narušavanje imidža ekonomije i pada njene privlačnosti za strane investitore)¹¹.

Da bi ostvarila svoju ulogu i doprinijela razvoju DO, država treba da nađe odgovarajući balans između nedovoljne i prevelike regulacije i da donosi propise koji će preduzećima biti od dugoročne koristi. Treba imati na umu da je od primarne važnosti da kompanije budu profitabilne i da DO ne smije imati negativan uticaj na uspješnost firmi (ekonomska održivost biznisa je osnovni preduslov za razvoj DO).

Pored regulatorne funkcije, država može i treba značajno da doprinese razvoju DO primjenjujući (i djelujući kao pozitivan primjer na koji se mogu ugledati ostali poslovni subjekti i organizacije) odgovarajuća načela u sopstvenim aktivnostima i koristeći na odgovarajući način razvojne politike.

Da država treba da bude (uglavnom ili u potpunosti) odgovorna za povećanje DO aktivnosti u preduzećima smatralo je više od 90% ispitanika iz poslovnog sektora u TACSO istraživanju u Crnoj Gori. Oni su istovremeno ocijenili da država trenutno uopšte ne pospješuje (8%) ili da uglavnom ne pospješuje (68% ispitanika) uslove za jačanje društvene odgovornosti preduzeća. Konkretno mjere koje

¹¹ Studija „Uvođenje principa društveno odgovornog poslovanja u nacionalne politike u Crnoj Gori“

bi, po mišljenju predstavnika/ca privrednog sektora i nevladinih organizacija anketiranih u ovom istraživanju, državna uprava trebalo da sprovede kao podstrek kompanijama da se u većoj mjeri ponašaju društveno odgovorno uključuju poreske olakšice, stimulatívne mjere (subvencije, nagrade) i donošenje odgovarajućih propisa (kao i njihova primjena).

Evropska politika o društveno odgovornom poslovanju (Strategija za period 2011-2014) posvećuje značajnu pažnju diferenciranim ulogama različitih društvenih aktera i njene su odredbe, imajući u vidu crnogorske aspiracije za integraciju u EU, od značaja za dalji razvoj koncepta u samoj zemlji. Prema ovoj politici, razvoj DOP-a treba da predvode sama preduzeća. Javna uprava treba da podrži proces donošenjem pametnog miksa dobrovoljnih mjera a kada je to neophodno, i komplementarnih propisa kako bi se npr. promovisala transparentnost, stvorili tržišni podsticaji za odgovorno ponašanje biznisa i osigurala korporativna odgovornost. EU politika takođe naglašava da preduzećima mora biti ostavljen prostor da donose inovativna rješenja i da prilagođavaju pristup DOP-u sopstvenim prilikama.

U kontekstu sprovođenja društvene odgovornosti od strane privrednog sektora posebnu ulogu imaju poslovna udruženja koje okupljaju veliki broj privrednika. Poslovna udruženja kroz svoje redovne aktivnosti utiču na podizanje svijesti privrednika o značaju i važnosti poslovanja po principima DO kroz organizovanje seminara, radionica, okruglih stolova, konferencija i sl. na kojima se obrađuju teme kao što su: standardi kvaliteta, energetska efikasnost, timski rad, žensko preduzetništvo, donošenje odluka, radna prava i sl.

Dodatno, poslovna udruženja pružanjem podrške preduzećima u cilju uvođenja međunarodnih standarda i dobijanja sertifikata (ISO 9001, ISO 14001, HACCP, ISO 22 000 itd) kao i učešćem u projektima koji imaju za cilj implementaciju DO u preduzećima dodatno podstiču uvođenje DO u poslovanje preduzeća. Jedan od načina za stimulisanje preduzeća u cilju uvođenja DO jeste i dodjela nagrada preduzećima koja su posvećena održivom ekonomskom razvoju, njeguju odnos prema zaposlenima, prema društvenoj zajednici i društvu u cjelini i sl.

Takođe, uloga poslovnih udruženja u cilju podsticaja preduzeća da sprovede DO ogleda se i u redovnom obavješćavanju preduzeća o novitetima iz oblasti DO, podsticanju preduzeća na sprovođenje Smjernica za društvenu odgovornost (MEST ISO 26 000), predstavljanju primjera dobre prakse putem sopstvenih sredstava informisanja i sl.

Za sindikate i organizacije civilnog društva se smatra da mogu identifikovati probleme i generisati pritisak da se ostvari poboljšanje, ali i da mogu konstruktívno raditi sa preduzećima na zajedničkom iznalaženju rješenja. Potrošači i investitori mogu povećati tržišnu nagradu za društveno odgovorne kompanije pravljénjem adekvatnih izbora prilikom potrošnje i investiranja. Mediji mogu podići nivo svijesti ljudi kako o pozitivnim tako i o negativnim uticajima preduzeća. EU Strategijom za DOP je takođe naglašeno da javna uprava i drugi akteri treba da demonstriraju društvenu odgovornost u svom radu, uključujući odnose sa preduzećima.

U dosadašnjim aktivnostima u Crnoj Gori značajnu ulogu odigrale su nevladine organizacije i poslovna/ udruženja poslodavaca, a prepoznat je i značaj medija. Ove organizacije i sindikati (koji do sada nijesu bili dovoljno uključeni u procese primjene DO-a) nastaviće da igraju veoma važnu ulogu i u budućnosti djelujući kao zagovornici i promoteri DO, ali i kao faktor koji će vršiti pritisak na javni i posebno na poslovni sektor da sprovodi ranije definisana načela društvene odgovornosti.

Ciljevi Politike za društvenu odgovornost

Polazeći od dosadašnjih razmatranja, formulisani su sljedeći ciljevi Politike za društvenu odgovornost u Crnoj Gori:

1. **Promovisanje koncepta društvene odgovornosti i podizanje svijesti o vrijednostima i važnosti DO** (putem kampanja, istraživanja, uključivanja DO u obrazovni sistem, obuke na svim nivoima, širenja informacija o DO, saradnje među društvenim akterima, međunarodne saradnje i sl.);
2. **Stvaranje povoljnog okruženja za širenje i bržu primjenu DO** (potrebno je donošenje stimulativnih politika i propisa, u skladu sa EU/međunarodnim politikama i smjernicama, primjena podsticajnih instrumenata, osiguravanje finansijske i druge podrške za primjenu DO u praksi itd.);
3. **Povećanje broja preduzeća koja sistematično primjenjuju načela društvene odgovornosti u svom poslovanju** (razvoj i primjena DO u poslovnom sektoru, jačanje sistema izvještavanja, obuka i razmjena iskustava, poboljšanje korporativne uprave i uvođenje odgovarajućih standarda, itd).

Institucionalni okvir za sprovođenje koncepta društvene odgovornosti u Crnoj Gori

U cilju osiguranja sprovođenja koncepta društvene odgovornosti u praksi, neophodno je definisati i uspostaviti institucionalni sistem koji će obezbijediti adekvatan mehanizam za sprovođenje samog koncepta odnosno razmjenu znanja u ovoj oblasti i primjenu na svim nivoima. Zbog suštine i sveprožimajućeg karaktera društvene odgovornosti, takvo tijelo mora da uključi predstavnike svih društvenih struktura kao i resora čiji rad direktno utiče na primjenu koncepta u praksi.



Mreža za društvenu odgovornost

Mreža za društvenu odgovornost, koja je u julu 2013. godine prerasla u Koordinaciono tijelo za društvenu odgovornost u okviru Ministarstva održivog razvoja i turizma, predstavlja tijelo koje može preuzeti odgovornost da u budućem periodu, kao savjetodavno tijelo Vlade Crne Gore, osigura utvrđivanje strateškog i regulatornog okvira koji će integralno podsticati razvoj

društvene odgovornosti u Crnoj Gori. U skladu sa već postavljenim zadacima i strukturom, Mreža već ima puni potencijal i razrađene mehanizme za razmjenu znanja, informacija i primjera dobre prakse među predstavnicima svih relevantnih sektora za sprovođenje ovog koncepta kao i za promociju i afirmaciju postojećih praksi kako u Crnoj Gori tako i šire.

Pored Mreže za društvenu odgovornost odnosno Ministarstva održivog razvoja i turizma kao resora nadležnog za sprovođenje ovog koncepta, u narednom periodu, mora se težiti jačanju pojedinačnih partnerstava sa **Ministarstvom ekonomije** kao i sa **poslovnim udruženjima** u domenu promovisanja društvene odgovornosti preduzeća, kao i sa **Ministarstvom rada i socijalnog staranja, sindikalnim udruženjima i Ministarstvom za ljudska i manjinska prava** kako bi se osigurala njihova direktna uključenost u definisanju podsticaja društvene odgovornosti u oblasti unapređenja kako radnih prava tako i rodne ravnopravnosti. Podjednako važno je ostvariti snažno partnerstvo sa **civilnim sektorom**, naročito u domenu dalje primjene društvene odgovornosti prema zajednici.

Ključne oblasti za intervenciju i prioritetne mjere

Utvrdjivanje ključnih oblasti za intervenciju i prioritetnih mjera urađeno je imajući na umu da je krajnji cilj koji se nastoji postići ovom Politikom da se putem promocije, edukacije i zakonodavnog okvira i institucionalnog okvira stvori povoljan ambijent za implementaciju koncepta DO u praksi različitih organizacija.

Analize urađene za potrebe ovog dokumenta kao i za potrebe prethodnih studija pokazale su da je koncept DO u različitoj mjeri, direktno ili indirektno, integrisan u regulatorni okvir i politike u Crnoj Gori. U isto vrijeme, utvrđena je potreba značajnog unapređenja zakonskih propisa, strategija i politika da bi se promovisala i ubrzala primjena DO kod poslovnih subjekata i drugih organizacija. Oblasti u kojima treba intervenisati tiču se, između ostalog, razvoja podsticajnih instrumenta i korišćenja tržišta za pospješivanje primjene DO. U ovim procesima, od velike važnosti biće ekspertiza koja je izgrađena kod civilnog sektora, poslovnih udruženja i institucija i organa uprave na nacionalnom i lokalnom nivou.

Primjeri iz regiona pokazuju da se značajan podstrek za razvoj i primjenu DO može postići odgovarajućim institucionalnim rješenjima tj. uspostavljanjem adekvatnih koordinacionih tijela i/ili mehanizama. Sama činjenica da je veliki broj nacionalnih strategija i zakona povezan sa konceptom DO ukazuje na širinu ove teme i značaj koordinacije aktivnosti svih organa uprave, institucija i ostalih društvenih aktera.

Pored unapređenja regulatornog i institucionalnog okvira, rezultati sprovedenih istraživanja jasno označavaju ostale oblasti u kojima je potrebno sprovesti dodatne akcije za primjenu i razvoj principa DO. Na osnovu istraživanja koje su sproveli UNDP, Direkcija za razvoj MSP, Unija poslodavaca, CRNVO i agencija De Facto, mogu se izdvojiti sljedeće preporuke za podizanje društvene odgovornosti kod preduzeća:

- Koncept društvene odgovornosti mnogo je prisutniji na nivou diskursa nego na nivou prakse. Potrebno je raditi sa preduzećima kako bi se koncept društvene odgovornosti prihvatio kao realnost, a ne samo deklarativno.
- Potrebno je razviti posebne mjere i instrumente kako bi se povećao broj zaposlenih pripadnika/ca etničkih manjina, Roma i Egipćana, kao i osoba sa invaliditetom.
- Najveći napor u cilju podizanja društvene odgovornosti preduzeća potrebno je uložiti u pravcu povećanja nivoa participacije, rodne ravnopravnosti, transparentnosti i borbe protiv korupcije.
- Podizanje stepena društvene odgovornosti treba posebno usmjeriti na mala i srednja preuzeća s obzirom da je upravo u malim preduzećima zabilježen najniži nivo društvene odgovornosti. Kada je riječ o pojedinim sektorima, najveću pažnju treba posvetiti preduzećima u uslužnom sektoru gdje su, kumulativno posmatrano, zabilježeni najgori rezultati. Etičko poslovanje se mora unaprijediti i u sektoru usluga i u industrijskom sektoru.

Uprkos značajnom napretku koji je ostvaren u proteklom periodu u pogledu dostupnosti znanja i informacija o DOP-u, nedovoljno poznavanje koncepta i nedovoljna informisanost i dalje predstavljaju značajnu barijeru (kao što je pokazalo TACSO istraživanje). Zbog toga je neophodno djelovati na nivo znanja i svijesti o društvenoj odgovornosti, putem medija, preko nevladinih organizacija, poslovnih udruženja, javnog sektora i drugih aktera – promocijom koncepta, širenjem primjera dobre prakse, obukama i drugim alatcima, ali i uključivanjem DO u obrazovni sistem. Stavove da ekonomska kriza i nedostatak sredstava predstavljaju najznačajniju prepreku za širenje DO treba mijenjati praktičnom

demonstracijom koristiti koju organizacije mogu ostvariti (npr. širenjem tržišta, uštedom na troškovima i sl.) i primjenom inovativnih i kreativnih (ne neminovno i skupih) rješenja za integraciju principa društvene odgovornosti u poslovanje.

Neadekvatna zaštita životne sredina, korupcija i neravnomjeran regionalni razvoj se često u analizama identifikuju kao bitne prepreke za održivi razvoj u Crnoj Gori pa je u skladu sa tim potrebno uključiti i ove oblasti na listu prioriteta polja za djelovanje za razvoj DO. Osim toga, životna sredina i korupcija zauzimaju prominentno mjesto u svim međunarodnim (uključujući EU) dokumentima i smjernicama za DO, a dostupne analize pokazuju da ih građani takođe smatraju veoma relevantnim.

U zaključku se može reći da podizanje nivoa znanja i dostupnosti informacija o DO kod svih aktera predstavlja jednu od ključnih oblasti za intervenciju u narednom periodu, uz naglašenu ulogu civilnog i poslovnog sektora, uključivanje tematike društvene odgovornosti u obrazovni sistem i snažnije djelovanje javnog sektora (u promociji načela i generisanju primjera dobre prakse). Osim toga, neophodno je raditi na razvoju systemske podrške za DO donošenjem novih i/ili poboljšanjem postojećih politika i propisa, primjenom podsticajnih instrumenata, izgradnjom kapaciteta i slično. Kada je riječ o konkretnim oblastima - poštovanje radnih prava, zaštita životne sredine, ravnopravnost i socijalna inkluzija, uključivanje i rad na razvoju zajednice (posebno u manje razvijenim opštinama, kroz npr. otvaranje novih radnih mjesta na sjeveru), transparentnost i borba protiv korupcije se mogu izdvojiti kao prioriteta za buduće akcije.

Za ostvarivanje ciljeva Politike za društvenu odgovornost potrebno je sprovesti niz mjera i aktivnosti, uz koordiniranu akciju svih društvenih aktera. Civilni i javni sektor mogu značajno doprinijeti promovisanju koncepta, javni sektor treba da ima vodeću ulogu u stvaranju povoljnog okruženja, civilni sektor u Crnoj Gori ima već značajno razvijene kapacitete za edukaciju o konceptu, dok se poslovni sektor bavi primarno sprovođenjem koncepta u praksi.

Pregled prioriteta mjera za ostvarivanje ciljeva ove Politike i razvoj DO u Crnoj Gori dat je u nastavku dokumenta¹². Preporučene mjere su grupisane u odnosu na društvene aktere (iz javnog, poslovnog i civilnog sektora) koji imaju primarnu odgovornost za njihovu razradu i sprovođenje, uz naglašavanje (u zagradi) ostalih aktera koji mogu i treba da doprinesu realizaciji konkretnih mjera.

Smjernice za uvođenje društvene odgovornosti u Crnoj Gori

Finalno poglavlje sadrži osnovne smjernice koje definišu pravac u kome svi akteri u društvu, javni, poslovni i civilni sektor, bi trebalo da djeluju u budućnosti kako bi se koncept društvene odgovornosti počeo sprovoditi u praksi, odnosno, kako bi se njegove odrednice integrisale u način poslovanja i funkcionisanja svih vidova organizacija, u skladu sa definicijom koncepta sadržanom u okviru MEST ISO 26000.

Javni sektor

- Stimulisanje saradnje, dijaloga i razmjene iskustava kroz aktivnosti Mreže za društvenu odgovornost (civilni i poslovni sektor);

¹² Detaljnija razrada nekih od ovih preporuka dostupna je u studiji „Uvođenje principa društveno odgovornog poslovanja u nacionalne politike u Crnoj Gori“.

- Uspostavljanje i podrška radu mreža i povezivanje sa međunarodnim mrežama (civilni i poslovni sektor);
- Uspostavljanje baze podataka o primjeni koncepta DO i širenje informacija (civilni sektor);
- Podsticanje kompanija da u svoje strategije uključe DO (poslovni i civilni sektor);
- Integracija zahtjeva DO u politike održivog razvoja, posebno u oblastima kao što su zapošljavanje i poštovanje radnih prava, ravnopravnost i socijalna inkluzija, regionalni razvoj, zaštita životne sredine, transparentnost i antikorupcija i sl;
- Unapređenje zakonskog i strateškog okvira za DO (donošenje propisa, strategija i akcionih planova koji stvaraju povoljnije uslove da preduzeća dobrovoljno ispune svoje društvene odgovornosti);
- Uvođenje ekoloških i socijalnih oznaka za proizvode i usluge;
- Sprovođenje i jačanje odredbi o uključivanju socijalnih i zahtjeva vezanih za životnu sredinu u procedure javnih nabavki;
- Uvođenje obaveze za javne i privatne investicione fondove da uključe DO kriterijume pri donošenju odluka o investiranju sredstava i da izvještavaju o tome;
- Uspostavljanje sistema izvještavanja o DO; regulisanje sistema nezavisne verifikacije ispravnosti i korisnosti godišnjih izvještaja kompanija (civilni i poslovni sektor)
- Podsticaji za uvođenje čistih tehnologija, održive proizvodnje i potrošnje;
- Razvoj tržišta kako bi kupci izborom roba/ usluga mogli da stimulišu društveno odgovorno ponašanje a preduzeća koja primjenjuju načela DO ostvarila tržišne korisiti (npr. otvaranje tržišta snabdijevanja električnom energijom i mogućnost izbora izvora energije) (poslovni sektor)
- Obezbeđivanje finansijske podrške iz državnog budžeta za DO aktivnosti na nacionalnom nivou;
- Obezbeđivanje početnog finansiranja konkretnih projekata iz domena DO putem participacije i slično;
- Povećanje dostupnosti sredstava Investiciono-razvojnog fonda za podršku društvene odgovornosti;
- Uvođenje nastavnih programa za DO u sistem obrazovanja (na svim nivoima obrazovanja uključujući predškolsko, osnovno i srednje obrazovanje kao i uvođenje društvene odgovornosti u nastavni plan fakulteta) (civilni sektor);
- Sprovođenje kampanja i istraživanja o stavovima preduzeća, OCD, javnog sektora i građana/ki o društvenoj odgovornosti (civilni sektor);
- Uspostavljanje sistema izvještavanja o DO; regulisanje sistema nezavisne verifikacije ispravnosti i korisnosti godišnjih izvještaja organizacija (civilni i poslovni sektor);
- Pružanje informacija o trendovima na polju razvoja DO kao i relevantnim mrežama za društveno odgovorno poslovanje na regionalnom, EU i međunarodnom nivou (poslovni i civilni sektor).

Poslovni sektor

- Razvoj projekata za dobijanje međunarodne podrške u primjeni DO-a (javni i civilni sektor);
- Prenos znanja i dobre međunarodne prakse (javni i civilni sektor);
- Povećanje dostupnosti konsultantskih usluga (za, na primjer, uvođenje standarda i instrumenta upravljanja kvalitetom i životnom sredinom, ISO standarda, razvoj projekata i politika preduzeća itd.); jačanje domaće ekspertize na polju DO;

- Poboljšanje korporativnog upravljanja;
- Sprovođenje obuka i edukativnih programa za različite ciljne grupe, posebno za privrednike (javni i civilni sektor) ;
- Uvođenje obaveze godišnjeg izvještavanja o društveno odgovornim aktivnostima;
- Uspostavljanje sistema izvještavanja o DO; regulisanje sistema nezavisne verifikacije ispravnosti i korisnosti godišnjih izvještaja organizacija (civilni i javni sektor)
- Razvoj tržišta kako bi kupci izborom roba/ usluga mogli da stimulišu društveno odgovorno ponašanje a preduzeća koja primjenjuju načela DO ostvarila tržišne koristi (npr. otvaranje tržišta snabdijevanja električnom energijom i mogućnost izbora izvora energije) (javni sektor)
- Promocija i podrška u uspostavljanju saradnje između preduzeća i NVO na polju realizacije aktivnosti od značaja za lokalne zajednice (civilni sektor)
- Pružanje informacija o trendovima na polju razvoja DO kao i relevantnim mrežama za društveno odgovorno poslovanje na regionalnom, EU i međunarodnom nivou (javni i civilni sektor)

Civilni sektor

- Sprovođenje kampanja i istraživanja o stavovima preduzeća, OCD, javnog sektora i građana/ki o društvenoj odgovornosti (javni sektor)
- Identifikacija i publikovanje primjera društveno odgovornih aktivnosti na nacionalnom i lokalnom nivou; dalji razvoj nagrada za društvenu odgovornost (javni sektor);
- Promocija i podrška u uspostavljanju saradnje između preduzeća i NVO na polju realizacije aktivnosti od značaja za lokalne zajednice (poslovni sektor);
- Pružanje informacija o trendovima na polju razvoja DO kao i relevantnim mrežama za društveno odgovorno poslovanje na regionalnom, EU i međunarodnom nivou (javni i poslovni sektor);
- Jačanje uloge medija u sistemu primjene DO (javni sektor);
- Razvoj kapaciteta svih aktera (uključujući javnu upravu, sindikate i udruženja poslodavaca, poslovna i stručna udruženja, nevladine organizacije, medije, akademsku zajednicu, poslovne subjekte, vlasnike preduzeća i investitore) za primjenu koncepta DO (javni i poslovni sektor);
- Mobilizacija sredstava iz međunarodnih izvora za DO aktivnosti i projekte (javni i poslovni sektor);
- Organizacija konferencija, seminara, okruglih stolova i studijskih posjeta (javni i poslovni sektor);
- Uspostavljanje baze podataka o primjeni koncepta DO i širenje informacija (javni sektor);
- Uvođenje nastavnih programa za DO u sistem obrazovanja (javni sektor);
- Uspostavljanje sistema izvještavanja o DO; regulisanje sistema nezavisne verifikacije ispravnosti i korisnosti godišnjih izvještaja organizacija (poslovni i javni sektor)