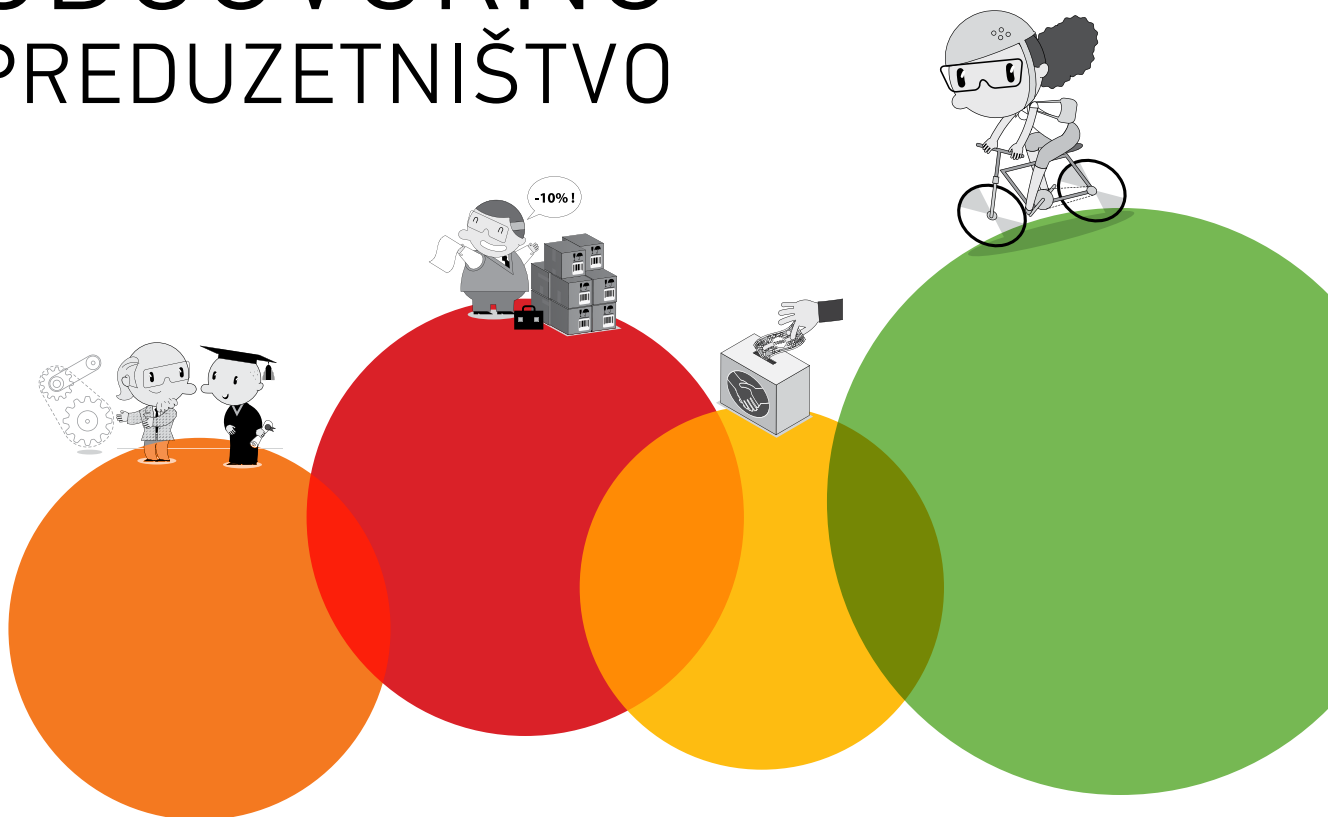


VODIČ ZA ODGOVORNO PREDUZETNIŠTVO



ZAPOSLENI • POSLOVNO OKRUŽENJE • LOKALNA ZAJEDNICA • ŽIVOTNA SREDINA



Uvod

Ova brošura je nastala iz potrebe da se domaćoj poslovnoj javnosti prenesu iskustva koja smo kao grupa od 10 mladih stručnjaka imali priliku da steknemo na studijskom putovanju u Ameriku septembra 2010. godine. Više o nama možete pročitati na poslednjoj strani. Društveno odgovorno poslovanje predstavlja dobrovoljno integrisanje ekonomskih, društvenih i ekoloških faktora u poslovanje preduzeća – u meri većoj od one koja je propisana zakonom. U nekim slučajevima i u nekim zemljama, motivaciju za kompanije predstavljaju tenderski zahtevi javnih službi ili beneficije koje su predviđene za društveno odgovorne akcije i inicijative. Osim toga, saradnja sve većeg broja malih i srednjih preduzeća sa velikim kompanijama biva uslovljena primenom nekih od načela odgovornog poslovanja.

Bez obzira na uslovljavajuće faktore, odgovorno poslovanje za kompanije predstavlja način da se ostvari konkurentna prednost na tržištu i povećanje profita kroz:

- Povećanje prodaje privlačenjem klijenata sa većom društvenom i ekološkom svešću,
- Unapređenje kvaliteta proizvoda i usluga,
- Smanjenje troškova efikasnijom upotrebom resursa,
- Olakšan pristup finansiranju,
- Privlačenje i zadržavanje najboljih radnika,
- Stvaranje novih poslovnih prilika inovativnošću,
- Stvaranje poverenja i poboljšanje reputacije.

Iako je društveno odgovorno poslovanje kao koncept poteklo od velikih kompanija, mala i srednja preduzeća proporcionalno mogu ostvariti sve pogodnosti koje iz ovakvog poslovanja proističu, usvajajući njegove principe. Ako budete počeli da transformišete svoje poslovanje uzimajući u obzir savete iz ove brošure, sigurni smo da ćete se vrlo brzo uveriti u to. Takođe smo sigurni da mnoge od ovde navedenih stvari već radite, možda i nesvesni toga da primenjujete jedan od najmodernijih poslovnih koncepata današnjice, bez kojeg održivi razvoj društva u celini nije moguć. Brošura je strukturirana tako da prati četiri glavna stuba odgovornog poslovanja, a to su: zaposleni, poslovno okruženje, zajednica i životna sredina.

ZAPOSLENI



Zaposleni

Zaposleni predstavljaju važan resurs i činilac razvoja poslovanja – njihova obučenost i kompetentnost mogu predstavljati prednost preduzeća u odnosu na konkurenciju. Za stabilan razvoj preduzeća važno je privući i zadržati najbolje radnike. Društveno odgovorno poslovanje u oblasti ljudskih resursa je način da se ovo ostvari. Iako se tradicionalno razvoj ljudskih resursa pripisuje kapacitetima velikih kompanija, mnoge aktivnosti u ovoj oblasti, poput treninga i profesionalnog razvoja, podsticanja ravnoteže između privatnog života i posla, podrške porodicama zaposlenih, brige o zdravlju i bezbednosti na radnom mestu, dostupne su i malim i srednjim preduzećima.

Šta možete da uradite...

...Da biste privukli i odabrali najbolje radnike:

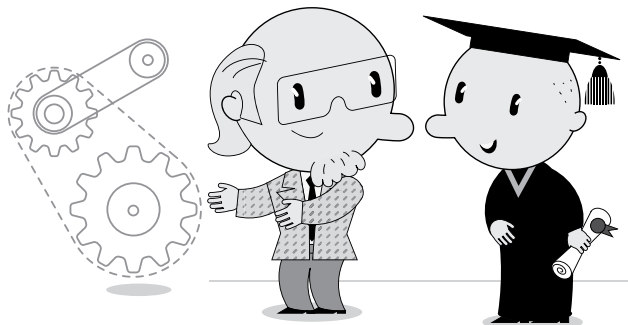
- Povežite se s lokalnim stručnim školama ili fakultetima i redovno držite informativne prezentacije učenicima/studentima o svom preduzeću,
- Razvijte i omogućite učenicima/studentima program stručne prakse,
- Kreirajte i komunicirajte transparentne procedure za zapošljavanje,
- Uvrstite pitanja o radnoj etici i društvenoj odgovornosti u intervjue s kandidatima za posao,
- Garantujte jednake šanse pri zapošljavanju, kao i svim zaposlenima za razvoj i napredak.

Primeri dobre prakse

Glavna delatnost „Obuče Pavle“ d.o.o. je proizvodnja dečije obuće od prirodnih materijala sa anatomske uložkom koji doprinosi pravilnom formiranju i razvoju dečijeg stopala. Uz finansijsku podršku EU, bila je organizovana obuka za proizvodnju dečije obuće za 70 nezaposlenih lica, u trajanju od 6 meseci. Održane su i posebne tematske radionice za pokretanje sopstvenog biznisa u oblasti proizvodnje obuće. Programom su bile obuhvaćene ranjive grupe stanovništva - Romi, samohrane majke, izbegla i raseljena lica, dugoročno nezaposleni i mladi koji prvi put traže posao. Svi polaznici obuke su osposobljeni da samostalno pokrenu posao, a više od 70% njih je dobilo zaposlenje u „Obuci Pavle“. Sva obuća koja je uspešno proizvedena od strane polaznika u toku obuke poklonjena je deci iz socijalno ugroženih porodica.

...Da biste zadržali najbolje radnike:

- Ponudite posebne uslove za zaposlene (besplatna pravna, finansijska ili psihološka pomoć za zaposlene, dopunsko zdravstveno osiguranje i slično),
- Ponudite dodatne stimulacije za produktivnost (poput nagrade za inovativna rešenja ili doprinos razvoju preduzeća),
- Kreirajte smernice za zdravo radno okruženje (rasveta, ventilacija/klima, ishrana, ergonomija),
- Organizujte preventivne kurseve o zdravlju (pušenje, grip i sl.),
- Ponudite godišnje sistematske preglede za zaposlene,
- Oplemenite prostor i opremite deo prostora za odmor i relaksaciju,
- Negujte kulturni diverzitet i različitost,
- Uključite zaposlene u volonterske akcije (volontiranje u lokalnoj zajednici, donacije, prikupljanje papira, razdvajanje otpada).



Koristi za preduzeće

- Pozitivno radno okruženje,
- Povećana produktivnost zaposlenih,
- Poboljšana konkurentnost preduzeća,
- Veće poverenje zaposlenih u preduzeće i povećana efikasnost,
- Privlačenje i zadržavanje najboljih radnika,
- Lojalnost zaposlenih.

Šta možete uraditi ako ste mikropreduzeće?

Vi ste i gazda i sekretarica i ofis menadžer, i sve poslove obavljate jednako dobro – a to zahteva posvećen menadžment ljudskih resursa. Veća preduzeća vode brigu o svojim zaposlenima: vi vodite brigu o sebi!

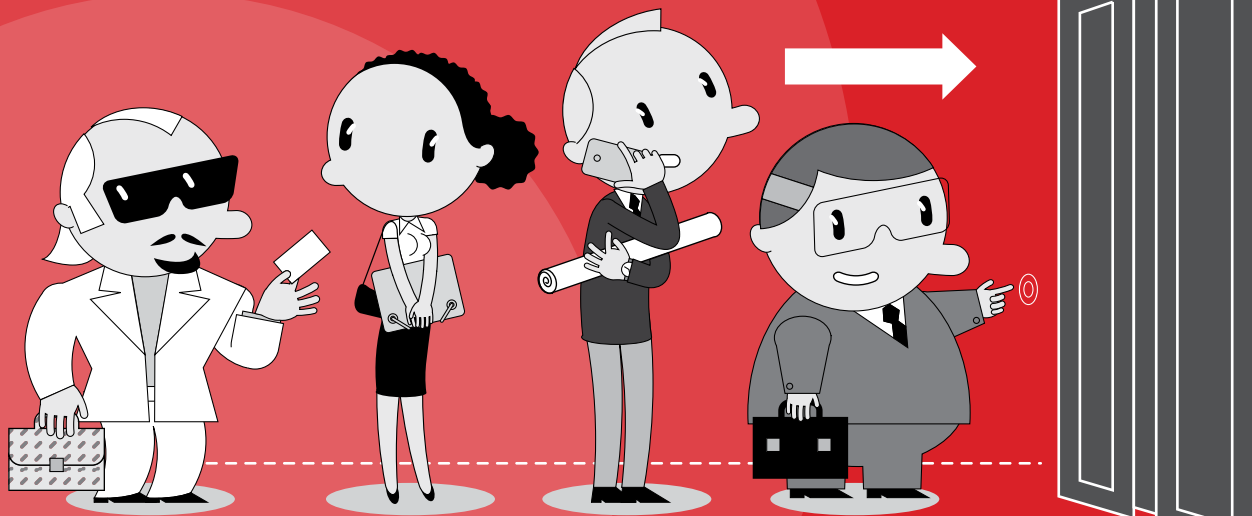
...Da biste omogućili razvoj zaposlenih:

- Kreirajte smernice za profesionalni razvoj i napredak zaposlenih,
- Ispitajte potrebe zaposlenih za profesionalnim usavršavanjem,
- Dodelite mentore novim zaposlenima koji će im olakšati prilagođavanje na radno okruženje i posao.

...Da biste obezbedili jednake šanse:

- Promovišite integraciju pripadnika ugroženih grupa u radno okruženje,
- Obezbedite pristupačnost radnog mesta i okruženja osobama sa invaliditetom,
- Pružite podršku osobama koje se vraćaju na posao nakon dužeg odsustva zbog bolesti/povrede.

POSLOVNO OKRUŽENJE



Poslovno okruženje

Klijenti spadaju u jednu od najvažnijih grupa kada je u pitanju razvoj preduzeća. Kvalitet proizvoda i usluga, kao i briga o klijentu predstavljaju veoma važne elemente poslovanja, a u ovoj oblasti gde je reputacija ključna, društveno odgovorna praksa može da doprinese u velikoj meri. Transparentno poslovanje, informisanje klijenata o svim aspektima proizvoda i usluga, izlaženje u susret njihovim potrebama i odgovorno oglašavanje samo su neki od načina da se kroz društveno odgovorno poslovanje uspostavi dobra reputacija i čvrst odnos s klijentima.

Šta možete da uradite...

...Da biste privukli klijente:

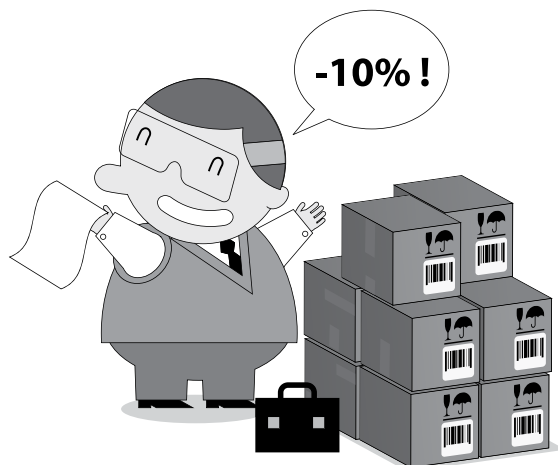
- Organizujte redovne posete preduzeću (Otvorena vrata),
- Učestvujte u lokalnim/regionalnim ili nacionalnim sajmovima i promovišite svoj odnos prema zajednici,
- Učlanite se u poslovne mreže u kojima se praktikuje i promoviše društveno odgovorno poslovanje.

Primeri dobre prakse

„Sunce Marinković“ je kompanija koja se bavi proizvodnjom i ugradnjom aluminijske i PVC stolarije. „Sunce“ proizvodi kvalitetnu građevinsku stolariju usaglašenu s ključnim standardima kvaliteta čime garantuje sigurnost i bezbednost u korišćenju prozora i vrata. Genije Energije je program koji je kompanija razvila, a sa ciljem edukacije i informisanja postojećih i potencijalnih kupaca o energetskej efikasnosti i uštedi energije u domu. Program se realizuje širenjem informacija o energetskej efikasnosti, uštedi energije i ograničenosti resursa na sajmovima, korporativnom blogu, mesečnom njuzleteru „Sunčani list“ u formi Savet Genija Energije, kao i u svakodnevnom kontaktu s kupcima.

...Da biste stekli lojalnost klijenata:

- Obezbedite specijalne popuste za najvažnije klijente,
- Pozivajte najvažnije klijente na događaje koje organizujete (proslave, sajmove, itd.),
- Redovno ažurirajte informacije o poslovanju (na veb stranicama, putem info-biltena ili pisama),
- Objavljujte svoje poslovne rezultate u vidu godišnjih izveštaja o poslovanju,
- Izadite u susret specifičnim potrebama klijenata,
- Objavljujte reklame koje ni na koji način ne zavaravaju kupca,
- Uzmite u obzir etičke i odgovorne aspekte oglasa, poput ravnopravnosti polova.



Koristi za preduzeće

- Poboljšana konkurentnost preduzeća,
- Povećan kvalitet proizvoda i usluga,
- Veći ugled kod klijenata,
- Povećano zadovoljstvo i lojalnost klijenata,
- Privlačenje novih klijenata i mogućnost osvajanja novih tržišnih niša,
- Transparentno poslovanje i poverenje klijenata u poslovanje preduzeća.

Šta možete uraditi ako ste mikropreduzeće?

Negujte zadovoljstvo svojih klijenata – napravite istraživanje među njima koje će vam pružiti informacije o njihovim potrebama i predlozima za unapređenje vaših proizvoda/usluga. A zatim ih i poslušajte!

...Da biste zadržali lojalnost klijenata:

- Omogućite klijentima da zatraže i dobiju informacije o vašem poslovanju – putem veb sajta, elektronske pošte ili telefona,
- Uvek odgovarajte na upite klijenata,
- Poštujte prava potrošača,
- Odgovorite na svaku žalbu, sugestiju ili potraživanje od strane klijenata,
- Garantujte bezbednost proizvoda i usluga.

...Da biste bili ispred konkurencije:

- Prilagodite postojeće ili razvijte posebne proizvode/usluge za osobe s invaliditetom i društveno ugrožene grupe,
- Pratite trendove u društveno odgovornom poslovanju većih kompanija i budite informisani o zahtevima/standardima koje ove kompanije postavljaju prema dobavljačima u kontekstu odgovornog poslovanja,
- Kreirajte strategiju odgovornog ponašanja prema klijentima,
- Informišite klijente o svojoj društvenoj odgovornosti putem brošure, sajta i sl.

LOKALNA ZAJEDNICA



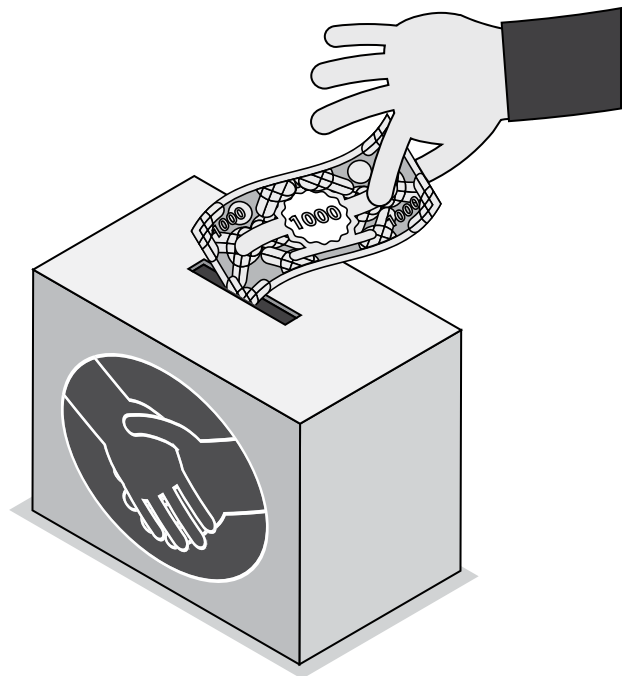
Lokalna zajednica

Mala i srednja preduzeća su poslovni subjekti koji aktivno doprinose zajednici u kojoj posluju. Preduzeća treba da ostvare dobar odnos sa lokalnom zajednicom kako bi bila dobro pozicionirana u svom radnom okruženju. Vrednovanje proizvoda i usluga jednog preduzeća danas u velikoj meri zavisi od ovog odnosa. Da bi zadovoljilo socijalne i ekonomske kriterijume zajednice, preduzeće treba da integriše interese zajednice u svoju poslovnu strategiju. Na ovaj način, ne samo da će zajednica imati drugačiju sliku o poslovanju preduzeća već će sticanjem zvanja „dobar komšija“ preduzeće imati prednost u odnosu na konkurenciju.

Šta možete da uradite...

...Da biste upoznali potrebe zajednice:

- Organizujte periodične sastanke s udruženjima ili predstavnicima zajednice kako biste identifikovali lokalne probleme,
- Uvedite posebnu e-mail adresu ili kontakt telefon za primedbe i/ili predloge građana,
- Sprovedite anketu o lokalnim problemima među građanima.



Primeri dobre prakse

PTP „SANI“ d.o.o. Šabac je vodeći domaći proizvođač ramova za dioptrijske naočare, takođe i generalni distributer renomiranog proizvođača slušnih aparata i FM sistema. Projekat besplatne provere sluha u 29 gradova Srbije imao je za cilj podizanje svesti o značaju sluha, prevencije oštećenja, ali i kreiranje podrške osobama oštećenog sluha i članovima njihovih porodica, kao i da se preventivnim delovanjima utiče na smanjenje broja osoba oštećenog sluha. Rezultat ovog projekta je implementacija globalne inicijative Hear the World, a Srbija je prva zemlja Balkana koja ga je implementirala. Tokom projekta koji su podržale brojne kompanije i institucije, preko 2.500 sugrađana je do sada testiralo svoj sluh.

...Da biste uspostavili odnos sa ključnim zainteresovanim grupama (stejkholderima):

- Definišite sve zainteresovane grupe u zajednici (udruženja građana, obrazovne ustanove, lokalna samouprava, itd.) i ustanovite koje grupe su najzainteresovanije za vaš rad, a koje imaju najviše uticaja na vaš rad,
- Ostvarite redovnu komunikaciju sa njima putem sastanaka, poslovnih okupljanja, anketa, kutija za sugestije i komentare i slično, a sve u cilju utvrđivanja njihovih potreba i očekivanja,
- Preduzmite korake kao odgovor na ustanovljena očekivanja.

...Da biste se povezali sa zajednicom:

- Informišite se o postojećim projektima za razvoj lokalne zajednice i uključite se u njih,
- Ostvarite saradnju sa socijalnim ustanovama,
- Učestvujte u razvoju ekoloških projekata zajedno s ekspertskim organizacijama iz regiona,
- Udružite se s kulturnim, sportskim, ekološkim i organizacijama za socijalni razvoj,
- Informišite sugrađane o svojim društveno odgovornim inicijativama.

Koristi za preduzeće

- Stvaranje novog, dosad nepostojećeg tržišta (specifični proizvodi i usluge), kao i novih korisničkih grupa zahvaljujući poznavanju potreba i problema lokalne zajednice,
- Perspektiva rasta za preduzeće: zapošljavanje, razvoj, kao i druge veoma važne koristi za lokalnu zajednicu,
- Jačanje ekonomskih i društvenih prilika u zajednici,
- Uspostavljanje odnosa s drugim društvenim akterima u zajednici,
- Poboljšanje reputacije i slike preduzeća
- Krizni menadžment.

Šta možete uraditi ako ste mikropreduzeće?

- Odvojite dva dana godišnje za volonterski rad preko lokalnog udruženja građana,
- Omogućite popust na proizvode i usluge klijentima sa niskim primanjima,
- Priključite se akciji koju organizuje neko od poslovnih partnera.

...Da biste se uključili u volonterske akcije u zajednici:

- Upoznajte zaposlene sa značajem volonterizma,
- Organizujte sastanke između menadžera preduzeća i lokalnih organizacija i udruženja, kako bi se napravili akcioni planovi za volontiranje koje najviše doprinosi lokalnoj zajednici,
- Angažujte lokalne organizacije za trening zaposlenih po pitanju volontiranja,
- Omogućite zaposlenima da volontiraju u radno vreme, nekoliko sati mesečno ili godišnje.

...Da biste davali svrsishodne donacije:

- Kreirajte politiku doniranja zajednici kojom ćete definisati ukupan godišnji iznos sredstava i kriterijume za dodelu sredstava,
- Donirajte lokalne inicijative koje su vezane za delatnost preduzeća,
- Donirajte na transparentan i etički način,
- Donirajte ne samo u novcu već i u proizvodima i uslugama,
- Donirajte staru, ali upotrebljivu opremu,
- Ustupajte poslovni prostor na korišćenje članovima lokalne zajednice u društvene svrhe,
- Ustupajte deo oglasnog prostora lokalnim organizacijama,
- Pravite razliku između donacije i sponzorstva – donacija je odraz filantropije, dok je sponzorstvo marketinško sredstvo.

ŽIVOTNA SREDINA



Životna sredina

Zaštita životne sredine predstavlja jedan od gorućih globalnih problema, a uticaj na životnu sredinu imaju sva preduzeća, bez obzira na veličinu. Energetska efikasnost je sinonim za ekonomsku efikasnost, jer ona omogućava efikasniju upotrebu resursa, a samim tim smanjuje i troškove. Otud je pitanje zaštite životne sredine i rad u ovoj oblasti jedna od ključnih aktivnosti za poboljšanje produktivnosti i konkurentnosti malih i srednjih preduzeća.

Šta možete da uradite...

...U vezi s papirom i vodom:

- Promovišite smanjenje potrošnje papira, uključujući i poruke u e-mailovima o važnosti zaštite životne sredine sa sugestijom da se mejlovi ne štampaju ako nije neophodno,
- Štampajte samo ona dokumenata koji se ne mogu čitati na kompjuteru i koja su neophodna za obavljanje posla,
- Štampajte dvostrano,

Primeri dobre prakse

Kompanija „Božić i sinovi“ se u okviru BiS - Reciklažnog centra bavi uslugama preuzimanja, transporta i reciklaže elektronskog i električnog otpada, izradom softvera, kao i konsultantskim uslugama u oblasti upravljanja otpadom.

Osnovna ideja akcije „Recikliraj, kreiraj, sjaj zvezda sačuvaj“ je podučavanje osnovaca u Srbiji o tome šta je elektronski i električni otpad, šta znači njegovo pravilno zbrinjavanje, zašto je otpad opasan i zašto se odlaže u namenske kontejnere. Cilj akcije je da se deci pomogne u sticanju korisnih navika, a za trud i pokazano odgovorno ponašanje dodeljena im je nagrada. Projekat je realizovan kroz izložbu, a prateći sadržaj su bili “green points” - namenski kontejneri postavljeni u školama radi primene naučenog.

- Koristite jednostrano odštampani papir za beleške,
- Postavite kante za skupljanje papira u kancelarijama i promovišite skupljanje papira radi recikliranja kod zaposlenih,
- Ugovorite redovno odnošenje papira s organizacijom koja se time bavi uz društveni angažman,
- Postavite nalepnice u toaletima i kuhinjama s ciljem podizanja svesti o racionalnom korišćenju vode,
- Instalirajte fontane za pijenje vode sa dozerima.

...U vezi sa različitim materijalima:

- Koristite reciklirane proizvode, ako je moguće,
- Promovišite korišćenje materijala i proizvoda koji mogu ponovo da se koriste (npr. baterije na punjenje, pakovanje...),
- Nabavljajte proizvode koji nemaju negativan efekat na zdravlje i životnu sredinu,
- Adekvatno odlažite materijale u cilju održavanja njihovog kvaliteta i izbegavanja rizika od zagađenja zbog njihovog prosipanja ili isparavanja,
- Pakujte pošiljke u skladu sa veličinom.

Koristi za preduzeće

- **Veća efikasnost u ekonomskom smislu i smanjenje troškova,**
- **Manja potrošnja papira,**
- **Optimizacija potrošnje vode,**
- **Smanjenje ekoloških rizika koji proizlaze iz neadekvatnog upravljanja otpadom,**
- **Smanjenje potrošnje električne energije usled korišćenja štedljivih sijalica, isključivanja opreme i sl.,**
- **Veća svest zaposlenih o važnosti brige za životnu sredinu i odgovorne potrošnje resursa,**
- **Bolja reputacija kompanije u zajednici.**

...U vezi s otpadom:

- Pravilno upravljajte otpadom kroz smanjivanje, ponovo korišćenje i recikliranje,
- Postavite kontejnere za reciklažu kako bi se otpad odlagao na odgovarajući način,
- Odlazite opasni otpad u odgovarajuće kontejnere,
- Povežite se s ovlašćenim reciklažnim centrima.

...U vezi s energijom:

- Koristite prirodno svetlo (npr. postavite radne stolove u blizini prozora),
- Gasite svetlo kada se ne koristi,
- Utičite, ukoliko je moguće, na korišćenje obnovljivih izvora energije u preduzeću (npr. solarna i energija vetra),
- Isključujte sve elektronske uređaje (faksovi, kompjuteri, kopir mašine i drugi uređaji) koji neće biti korišćeni u dužem vremenskom periodu,
- Podesite kompjutere na standby mode ako se ne koriste 20 minuta,
- Koristite energetske efikasne sijalice,
- Ugradite senzore u kancelarijama kako bi se svetlo i grejanje automatski gasilo kada je prostorija prazna,
- Redovno održavajte opremu.

Šta možete uraditi ako ste mikropreduzeće?

- Idite na sastanke javnim prevozom ili biciklom,
- Isključujte svu elektronsku opremu na kraju radnog dana,
- Koristite štedljive sijalice umesto običnih, koristite prirodno svetlo,
- Smanjite potrošnju papira,
- Reciklirajte otpad (papir, pet ambalaža, elektronski otpad itd.).



...U vezi s emisijom CO₂:

- Održavajte kompanijska vozila u dobrom stanju da bi se smanjila emisija gasova,
- Organizujte promotivnu kampanju u vezi s održivom vožnjom,
- Podstičite zaposlene da na posao dolaze javnim prevozom, da više njih dolazi jednim automobilom ili da koriste organizovani prevoz,
- Koristite filtere koji smanjuju zagađenje,
- Koristite biogorivo koliko god je moguće,
- Redovno sadite drveće u okolini, u saradnji sa lokalnom samoupravom.

...U vezi sa strateškim pristupom zaštiti životne sredine:

- Kreirajte politiku zaštite životne sredine i upoznajte sve zaposlene sa njom,
- Definišite kratkoročne i dugoročne ciljeve u ovoj oblasti (smanjenje potrošnje upotrebnog materijala, otpada, vode, struje i dr.),
- Definišite indikatore za praćenje i uspostavite sistem merenja,
- Stimulišite angažovanje zaposlenih u ovoj oblasti,
- Informišite javnost o napretku preduzeća na ovom polju.

Bogosavljević Ivana – dipl. filolog

Kao projektni menadžer u NALED-u (Nacionalna alijansa za lokalni ekonomski razvoj) zadužena je za dve velike certifikacije – opština sa povoljnim poslovnim okruženjem i korporativno odgovornih kompanija. Jezici i kultura Istoka nisu joj nepoznanica, a pitanja SAD-a su joj poslastica. Svaki slobodan trenutak pametno koristi jer su oni neprocenjivi, a vreme se, ipak, još uvek ne može vratiti.

Mr Drašković Branka – psiholog

Trenutno je doktorant i asistent na Fakultetu za ekonomiju, finansije i administraciju (FEFA) i savetnica u Centru za karijerno vođenje. Posедуje bogato akademsko i praktično iskustvo. Podseća da je u svakom od nas uspavani džin. Svako od nas poseduje talenat, delić svoje lične genijalnosti koji čeka da bude otkriven i koji možemo dalje razvijati.

Jovanović Branislav – komunikolog

Nakon karijere u novinarstvu, Branislav se našao i s druge strane komunikacija – nepopravljivo zaveden odnosima sa javnošću. U vreme kada je online poslovanje delovalo kao - naučna fantastika, počeo je da se bavi PR-om u jednoj Internet kompaniji. Danas se u agenciji „Pristop“, jednoj od najvećih agencija za strateške komunikacije u regionu, sa velikom strašću bavi i društvenom odgovornošću, s akcentom na njeno tržišno komuniciranje.

Lazarević Sandra – dipl. filolog

Kao menadžer za društveno odgovorno poslovanje u okviru Sektora za marketing i komunikacije Banca Intesa zadužena je za razvoj društveno odgovornih projekata, kao i strateškog pristupa korporativnoj odgovornosti. Po sopstvenom opredeljenju, beskrajno naivno veruje da nesebično davanje i pomoć bude u drugima želju da i sami čine dobro.

Orlović Isidora – dipl. ekonomista

Isidora je savetnik u Odeljenju za komunikacije Narodne banke Srbije. Učestvovala je u osnivanju i razvoju Globalnog dogovora UN u Srbiji. Po opredeljenju entuzijasta, uverena je da će ova brošura doprineti širenju kruga društveno odgovornih pojedinaca i organizacija u Srbiji.

Paunović Gordan – medijski radnik

Jedan od osnivača B92 gde danas vodi društveno odgovorne projekte i CSR tim. Posvećen je radu u medijskim i socijalnim komunikacijama, bio je muzički urednik Radija B92 i vodio internet portal www.b92.net. U ovim oblastima njegova kompanija dobijala je najviša nacionalna i međunarodna priznanja. Svoj životni moto preuzeo je od Margaret Mead: „Nikada nemojte sumnjati da mala grupa promišljenih, posvećenih građana može promeniti svet. Jedino je tako oduvek i bilo.“

Radojičić Nebojša – dipl. politikolog

Nebojša je specijalista za korporativnu društvenu odgovornost u Odeljenju komunikacija Societe Generale banke u Srbiji. Trenutno je na postdiplomskim studijama SAD na Fakultetu političkih nauka. Smatra da kompanije koje integrišu principe društvene odgovornosti u svoju poslovnu filozofiju ostvaruju bolje rezultate i obezbeđuju stabilniji i dugoročniji rast.

Stanković Neda – dipl. filolog

Neda je programski menadžer u Smart kolektivu. Na poslu, a ponekad i u slobodno vreme, bavi se uspostavljanjem i unapređivanjem partnerskih odnosa između biznisa i društva, što je i deo misije organizacije u kojoj radi. Trenutno je koordinator programa „Preduzminešto!“ koji obezbeđuje mentorsku podršku iskusnih i uspešnih biznis menadžera mladim preduzetnicima kojima je ova vrsta pomoći potrebna.

Stjelja Biljana – novinar

Biljana radi kao novinar u najtiražnijem dnevnom listu Srbije - „Večernjim novostima“. I kao što joj savest nalaže, budno motri na sve što ima uticaja na naše živote. A svojim tekstovima pokušava da vrati dobre stvari u pravi kolosek. Društvena odgovornost je svakako jedna od njih.

Tomas Ana – dipl. inženjer mašinstva

Ana je savetnik u Centru za kvalitet Privredne komore Srbije i trenutno je sekretar Globalnog dogovora UN u Srbiji. Smatra da se preciznošću, jasnoćom i jednostavnošću postavljaju temelji uspeha u održivom i odgovornom poslovanju.

www.odgovornopreduzetnistvo.rs



Ova brošura nije na prodaju. Ova brošura nužno ne predstavlja stavove USAID-a i Ambasade SAD u Srbiji. Štampa ove brošure omogućena je zahvaljujući projektu: *Odgovorno poslovanje u malim i srednjim preduzećima* koji finansira USAID kroz program Community Connections.

Ova brošura štampana je na recikliranom papiru sa FSC sertifikatom.