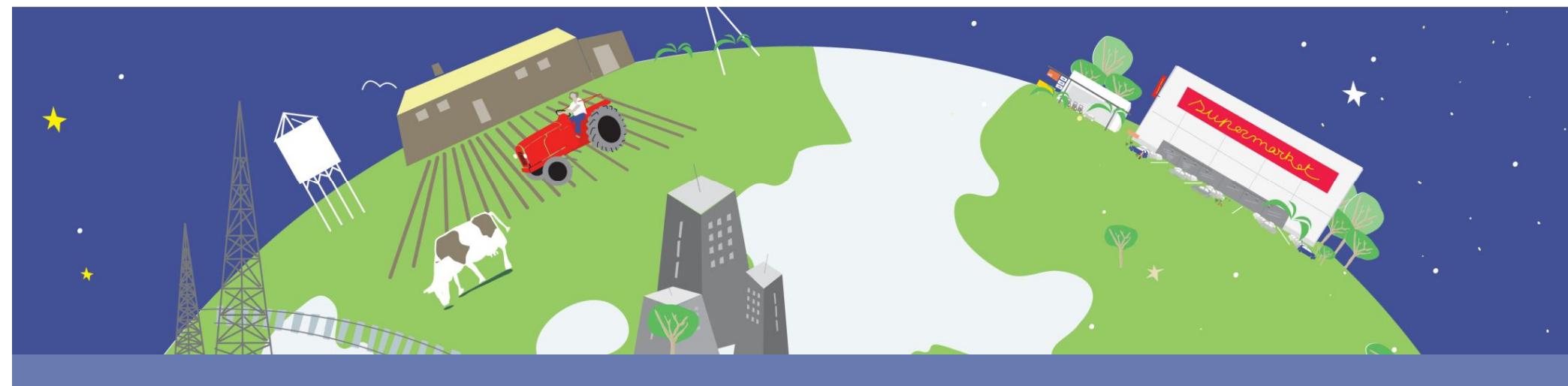




This project is funded by the European Union.

STAVOVI O DRUŠTVENO ODGOVORNOM POSLOVANJU



TACSO Montenegro Office • Dalmatinska 78 • 20 000 Podgorica • t: +382 20 219 122, 123 • f: +382 20 219 121 • e-mail: info.me@tacso.org

SIPU International AB Sweden • Civil Society Promotion Centre Bosnia and Herzegovina • Human Resources Development Foundation Turkey
Foundation in Support of Local Democracy Poland • Partners Foundation for Local Development Romania

- METODOLOGIJA
- OCJENA RADA ZA OPŠTU DOBROBIT DRUŠTVA
- POJAM DRUŠTVENO ODGOVORNOG POSLOVANJA
- MOTIVI I PREPREKE
- UNAPREĐENJE DRUŠTVENO ODGOVORNOG POSLOVANJA
- ISKUSTVA SA DRUŠTVENO ODGOVORNIM POSLOVANJEM
- SARADNJA NVO I PRIVREDNOG SEKTORA
- STAVOVI O FINANSIRANJU NEVLAD
- ZAKLJUČCI

■ Građani

- ⇒ reprezentativan uzorak za populaciju građana Crne Gore starih 18+ godina, n= 807.
- ⇒ Telefonska anketa
- ⇒ 95% statistički interval povjerenja za pojave sa incidencom od 50% je +/- 3.45%

■ Privredni sektor

- ⇒ Kvotni uzorak, n=126
- ⇒ Kvote na osnovu, veličine preduzeća, regionala i djelatnosti

■ NVO sektor

- ⇒ Kvotni uzorak, n=122
- ⇒ Kvote na osnovu regionala

■ Dubinski intervjui sa liderima mišljenja

- ⇒ 11 dubinskih intervjeta sa predstavnicima medija, državne uprave, nvo i privrednog sektora
- ⇒ ISTRAŽIVANJE JE SPROVEDENO TOKOM NOVEMBRA 2012,

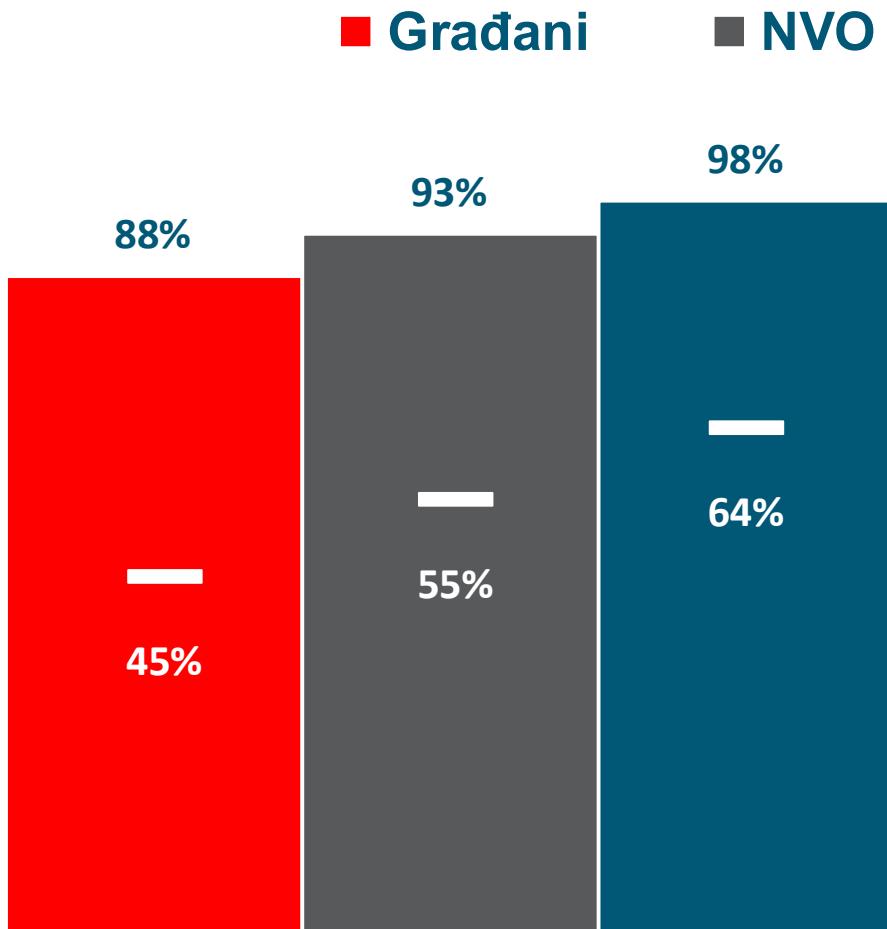


This project is funded
by the European Union.

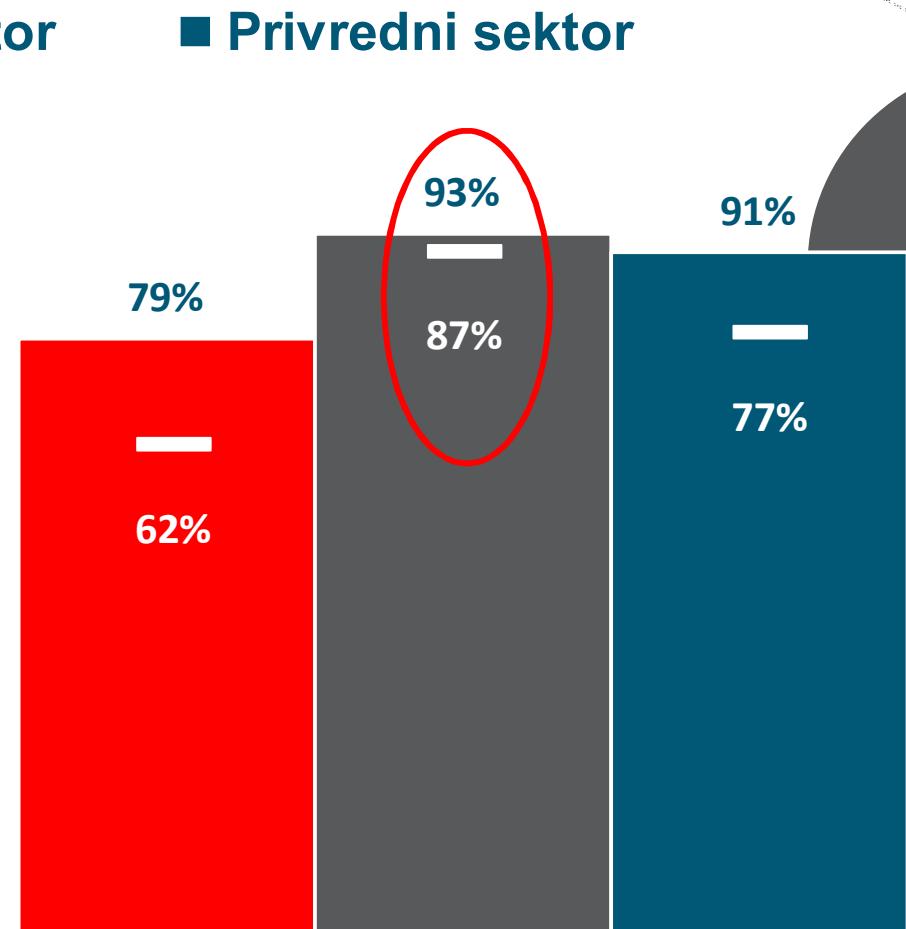


OCJENA RADA ZA OPŠTU DOBROBIT DRUŠTVA

Percepcija odgovornosti za opštu dobrobit čitavog društva Percepcija RADA za opštu dobrobit čitavog društva



Privredni sektor

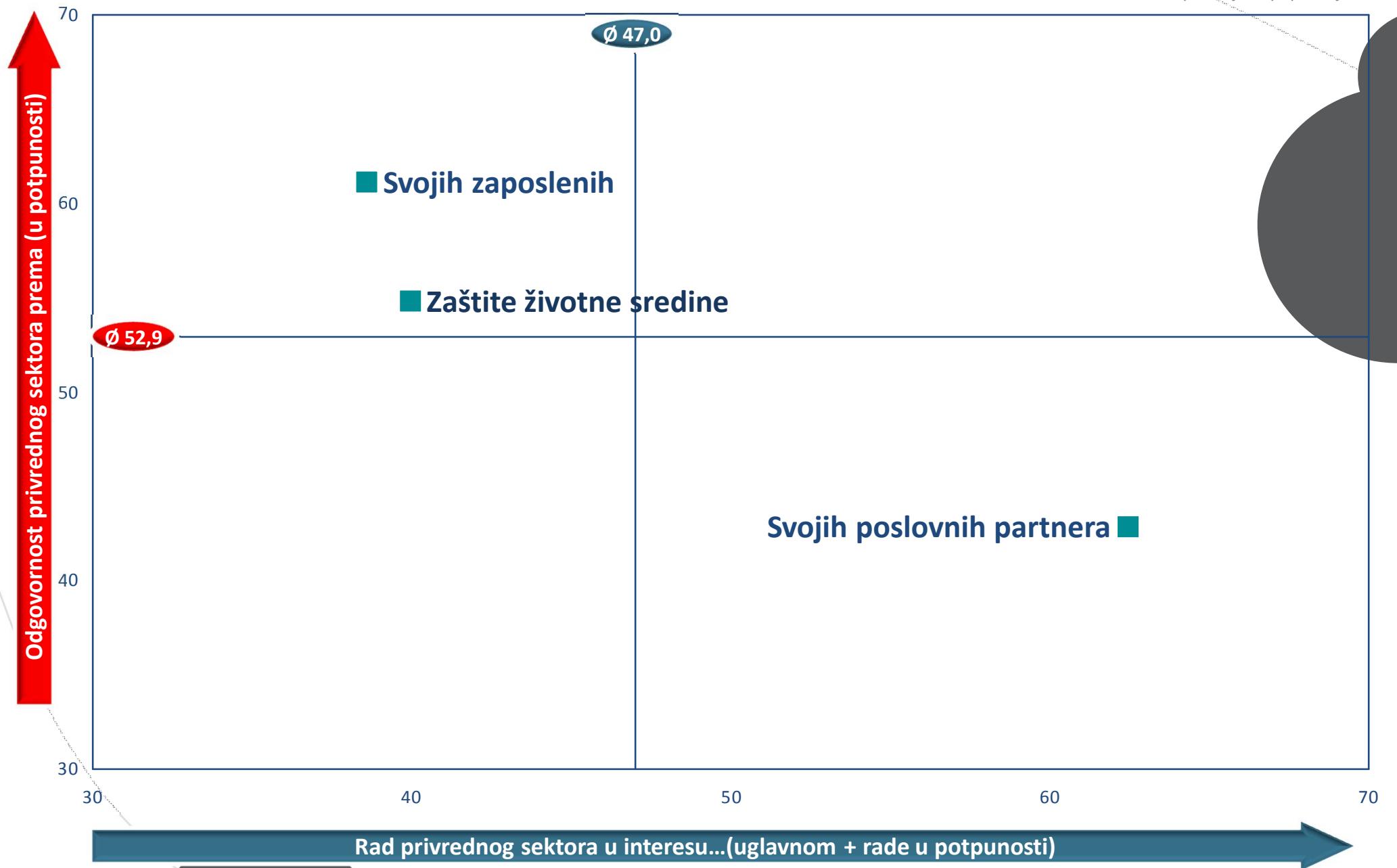


NVO sektor

Baza: Ukupna ciljana populacija

GRAĐANI: Percepcija odnosa privrednog sektora prema radnicima, zaštiti životne sredine i poslovnim partnerima

Baza: Ukupna ciljana populacija



Koliko je za Vaše preduzeće važno da u javnosti bude prepoznato kao...

■ 1 = Uopšte nije ■ 2 = Uglavnom nije ■ 3 = Uglavnom jeste ■ 4 = Veoma je važno

Nije važno (1+2)

Važno je (3+4)

Preduzeće koje izdvaja velika sredstva na promociju i oglašavanje



Preduzeće koje je angažovano u društvenim aktivnostima u svojoj široj zajednici



Preduzeće koje se brine o zaštiti okoline



Vodeće preduzeće u svom području djelovanja



Preduzeće koje se brine svojim zaposlenima



Preduzeće koje nije upleteno u afere



Preduzeće koje dobro i stabilno posluje



...posluju u skladu sa zakonima?

...učešće preduzeća u Crnoj Gori u filantropskim aktivnostima.

Da (1+2)

26

- 1 = U potpunosti da
- 2 = Uglavnom da
- 3 = Uglavnom ne
- 4 = Veoma često ne

6

20

-30

39

Ne (3+4)

69

Baza: Ukupna ciljna populacija

Dobro (1+2)

28

- 1 = Veoma dobro
- 2 = Uglavnom dobro
- 3 = Uglavnom loše
- 4 = Veoma loše

5

22

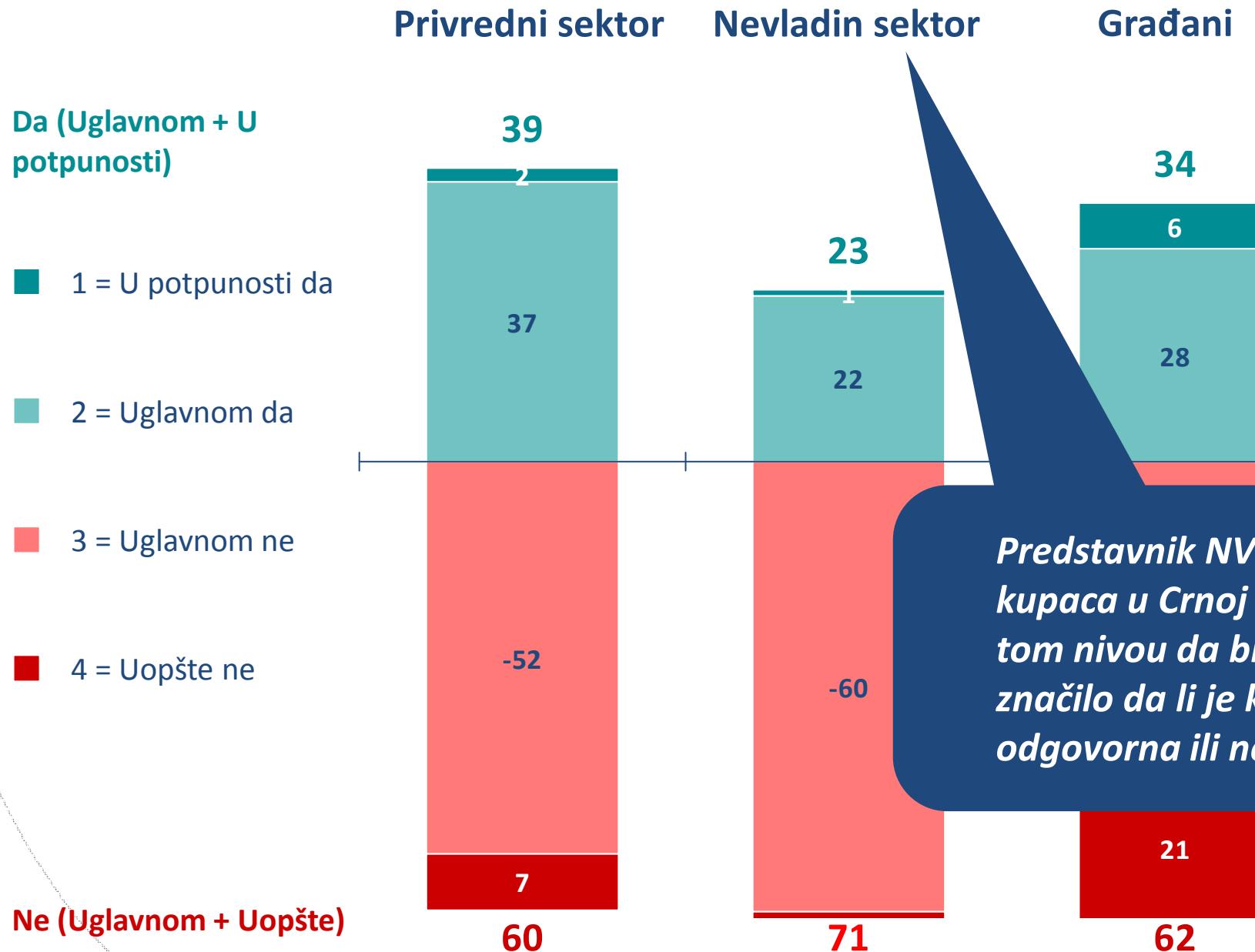
-24

45

69

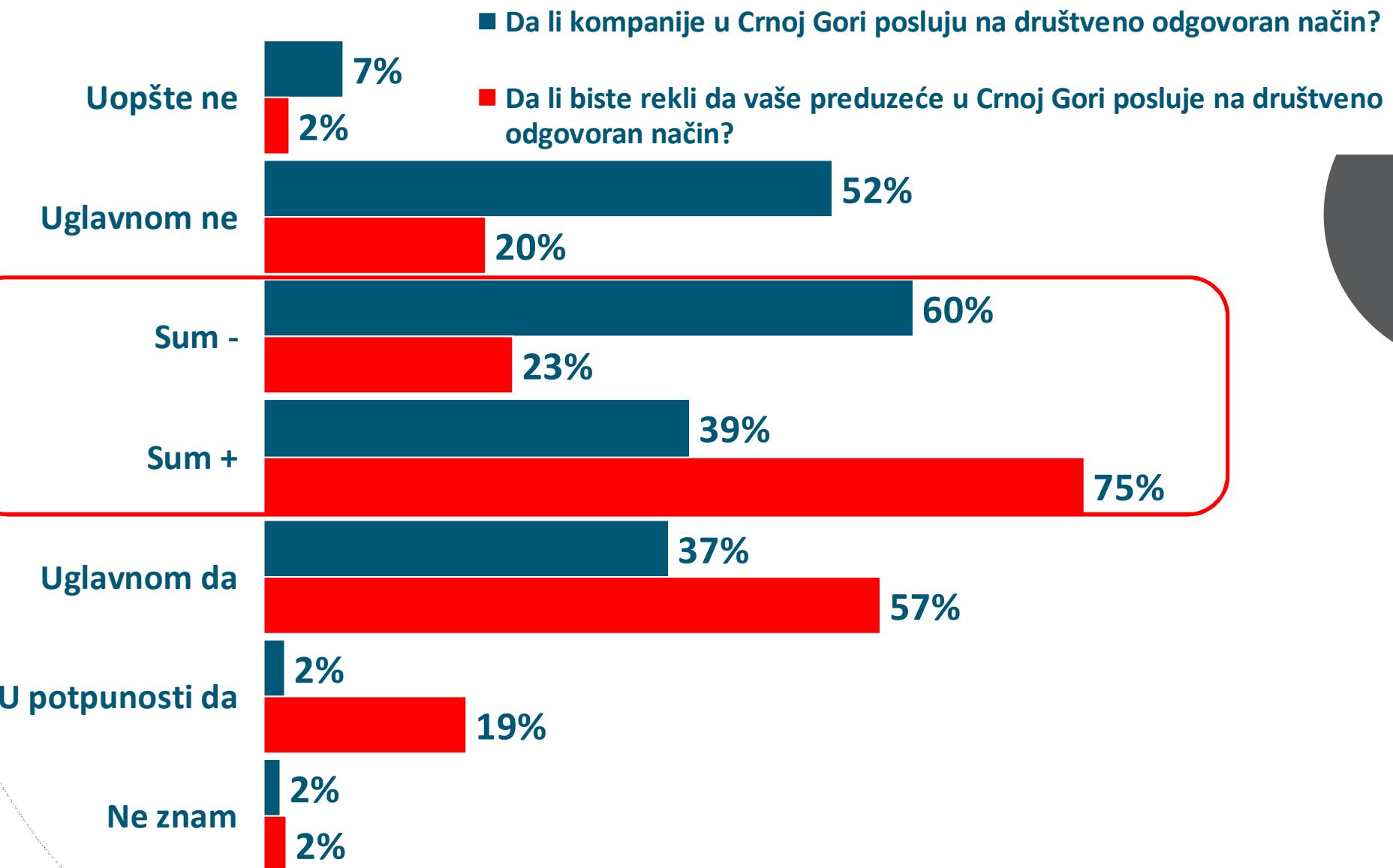
Loše (3+4)

Da li kompanije u Crnoj Gori posluju na društveno odgovoran način?



Predstavnik NVO: „Svijest kupaca u Crnoj Gori nije na tom nivou da bi njima išta značilo da li je kompanija odgovorna ili ne“

Baza: Ukupna ciljna populacija



Baza: Ukupna ciljana populacija, višestruki odgovori

Sagovornici u dubinskim intervjuima, spremnost građana na aktivizam i volonterizam ocjenjuju kao veoma slabu

⇒ posebno izraženo kada su u pitanju akcije čišćenja, izuzev kada su u pitanju neke veće akcije dobro medijski propraćene

Predstavnik privrednog sektora: „Niko od građana Podgorice se nije odazvao na akciju čišćenja. Mi svi, bila je vojska, iz OŠ, ali građanstvo ne. Dodje njih 4-5, ljudi im se smiju što su došli. Ne osjećaju se prijatno čisteći tuđe smeće, ali zarad višeg cilja“

Predstavnik državne uprave: „Teško je pokrenuti ljudi na aktivizam, prije na upotrebu proizvoda i usluga društveno odgovornih kompanija.“



This project is funded
by the European Union.



POJAM DRUŠTVENO ODGOVORNOG POSLOVANJA



Da li ste čuli za koncept Društveno odgovornog poslovanja?

■ Ne

35

■ Da

66

Privredni sektor

22

78

NVO

Baza: Ukupna ciljna populacija

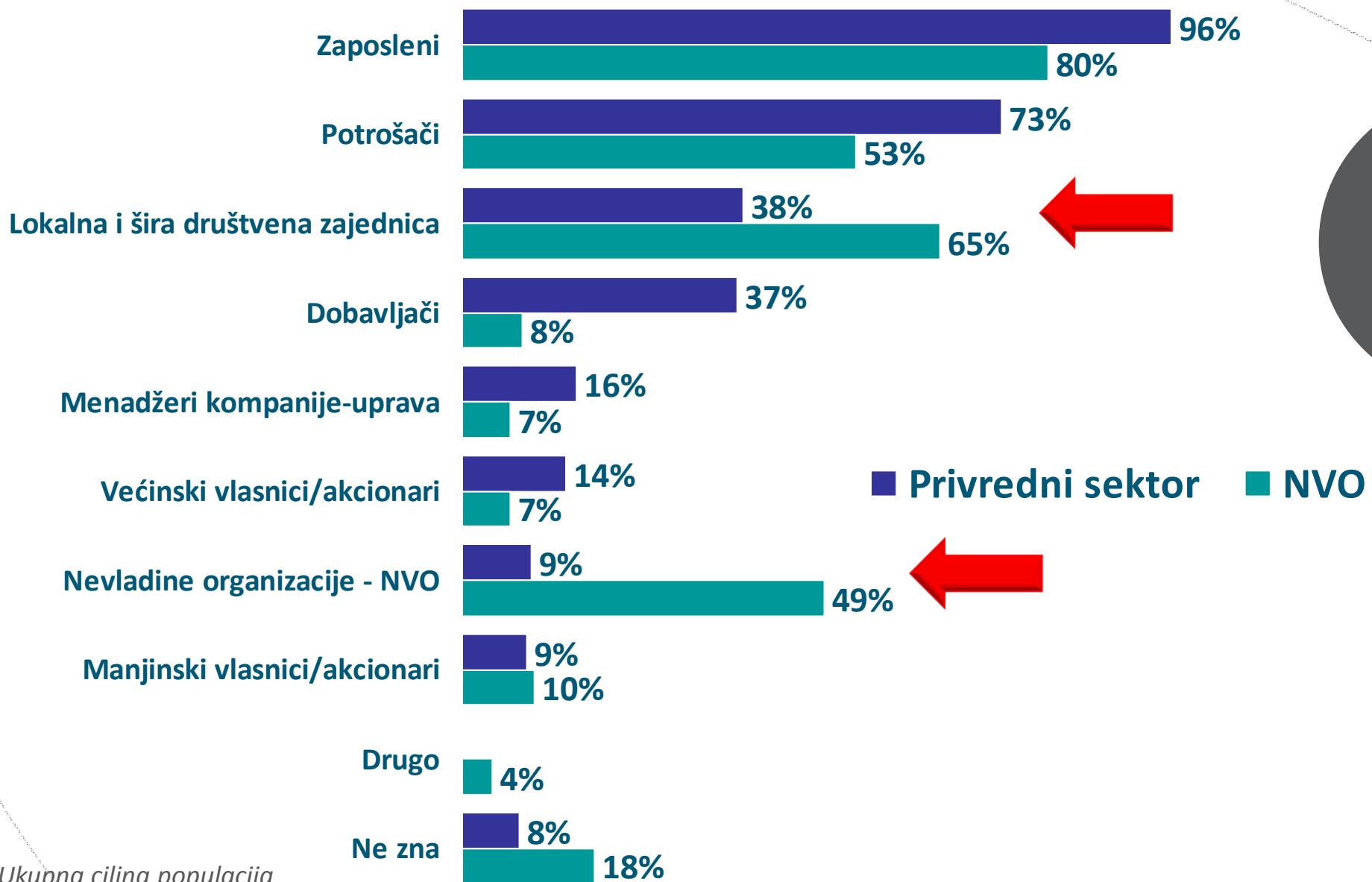


■ Privredni sektor

■ NVO

Baza: Oni koji kažu da znaju sta znači DOP (66% od ciljne populacije – privredni, 78% NVO sektor)
 Šta bi, po Vašem mišljenju, društveno odgovorno preduzeće moralo da ispunи da biste Vi smatrali da je to društveno odgovorno preduzeće?

Percepcija ciljnih grupa prema kojima kompanije treba odgovorno da se ponašaju

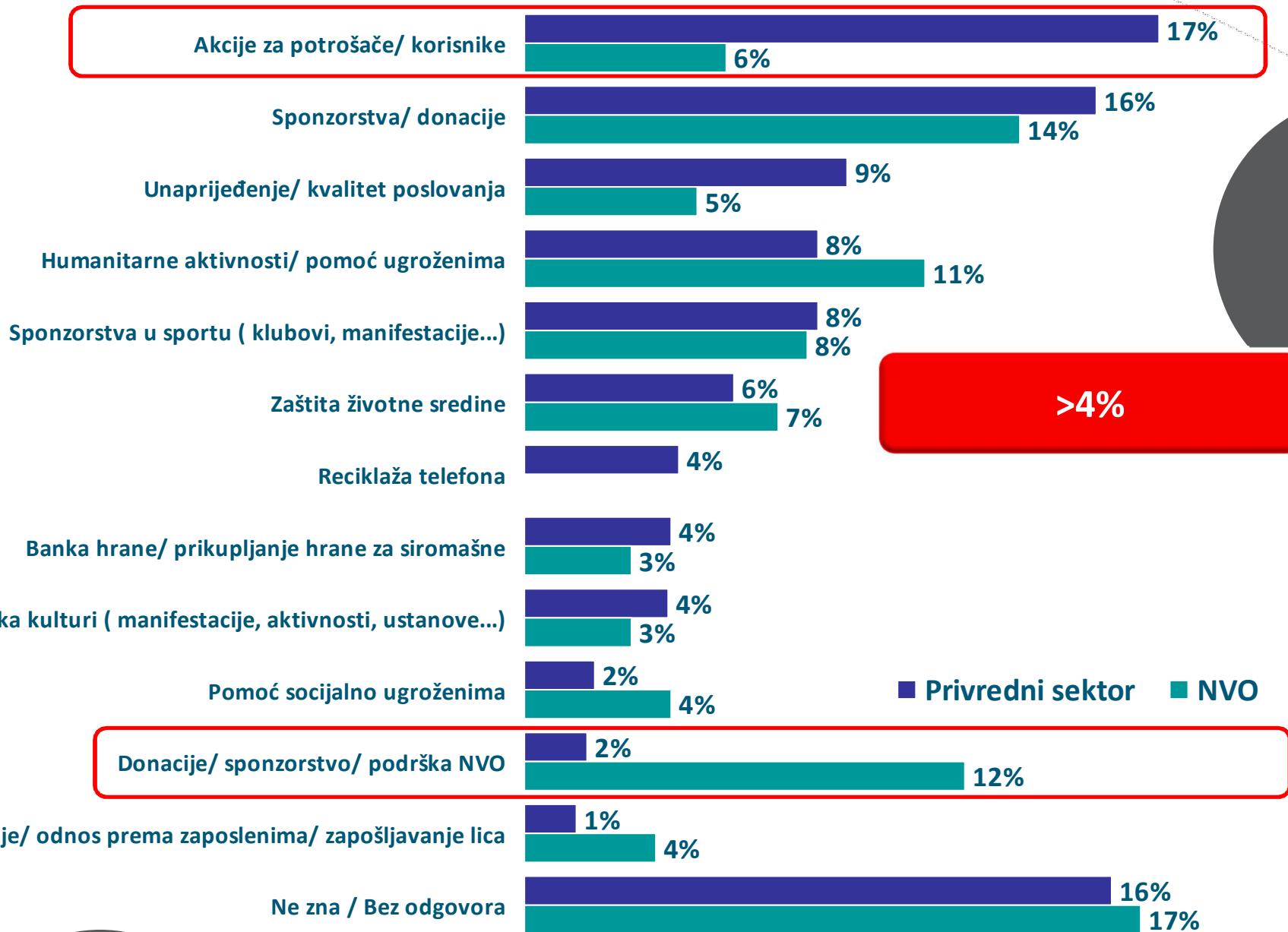


Baza: Ukupna ciljna populacija

Kada govorimo o društveno odgovornom poslovanju, po Vašem mišljenju, prema kome (kojim ciljnim grupama) kompanije treba odgovorno da se ponašaju?

- Svaki četvrti predstavnik privrednog sektora, i svaki šesti predstavnik nvo sektora ne zna koja kompanija je najbolji primjer društverno odgovornog poslovanja.
- Uz to 3% predstavnika privrednog sektora, i 7% predstavnika nvo sektora smatraju da u Crnoj Gori ne postoji kompanija koja može biti dobar primjer društveno odgovornog preduzeća
- Samo tri preduzeća je, kao pozitivne primjere, navelo više od 10% predstavnika privrednog i nvo sektora

Poznatost akcija ili aktivnosti koje sprovode društveno odgovorne kompanije u Crnoj Gori



Baza: Ukupna ciljna populacija



DUBINSKI INTERVJUI: Odnos prema zaposlenima i DOP

- Društveno odgovorno poslovanje se uglavnom **izjednačava sa filantropijom** (i to prema najugroženijima) i zaštitom životne sredine, **dok se rjeđe pod društveno odgovornim poslovanjem podrazumijeva odnos prema zaposlenima i nepostojanje korupcije**
- Neki smatraju da **ukoliko ispunjavaju svoje zakonske obaveze prema zaposlenima**, s obzirom da to ne čine sve kompanije, **time društveno odgovorno posluju**

Predstavnik NVO: „Problem je u Crnoj Gori to sto se ne pravi razlika izmedju toga da se ne zna sta je postovanje zakona a sta je drustvena odgovornost, posebo kada je riječ o tretmanu zaposlenih. Firma koja poštuje zakon, plaća doprinose svojim zaposlenima, omogućava bolovanje, zaštitu na radu, odjednom sama o sebi misli da radi nešto društveno odgovorno samim tim što radi nešto na šta je niko ne tjera“

*Predstavnik privrednog sektora:
„Pogledajte firme koje dobijaju nagrade za društvenu odgovornost. To je za smijeh. Krše ljudska prava, imaju problema sa korupcijom, ali daju donacije i onda su društveno odgovorne.“*

Predstavnik NVO: „Svaka ušteda u kompaniji koja će im povećati profit je u tome da zakinu zaposlene. Manje se vodi računa o tome da se manje troši struja, kancelarijski materijal, bilo šta što spada u domen tekuće potrošnje, a više se gleda da se radnicima smanji plata ili da se prijavljuje manji iznos plate“

- Takođe, sagovornici vjeruju da većina kompanija **komercijalna sponzorstva u sportu smatra dijelom DOP-a**
- Ipak, primjetan je **pomak u odnosu na raniji period (u poslednjih nekoliko godina)**
 - ⇒ Tome najviše doprinosi rad različitih mreža i institucija, kao i organizivanje radionica, predavanja i sl

Predstavnik državne uprave: „*Sve je to na početnom nivou ali značajno bolje nego što je bilo prije godinu, dvije ili pet. Sada već imamo i određeni broj radionica, okruglih stolova, mreža i institucija koje se time bave.*“

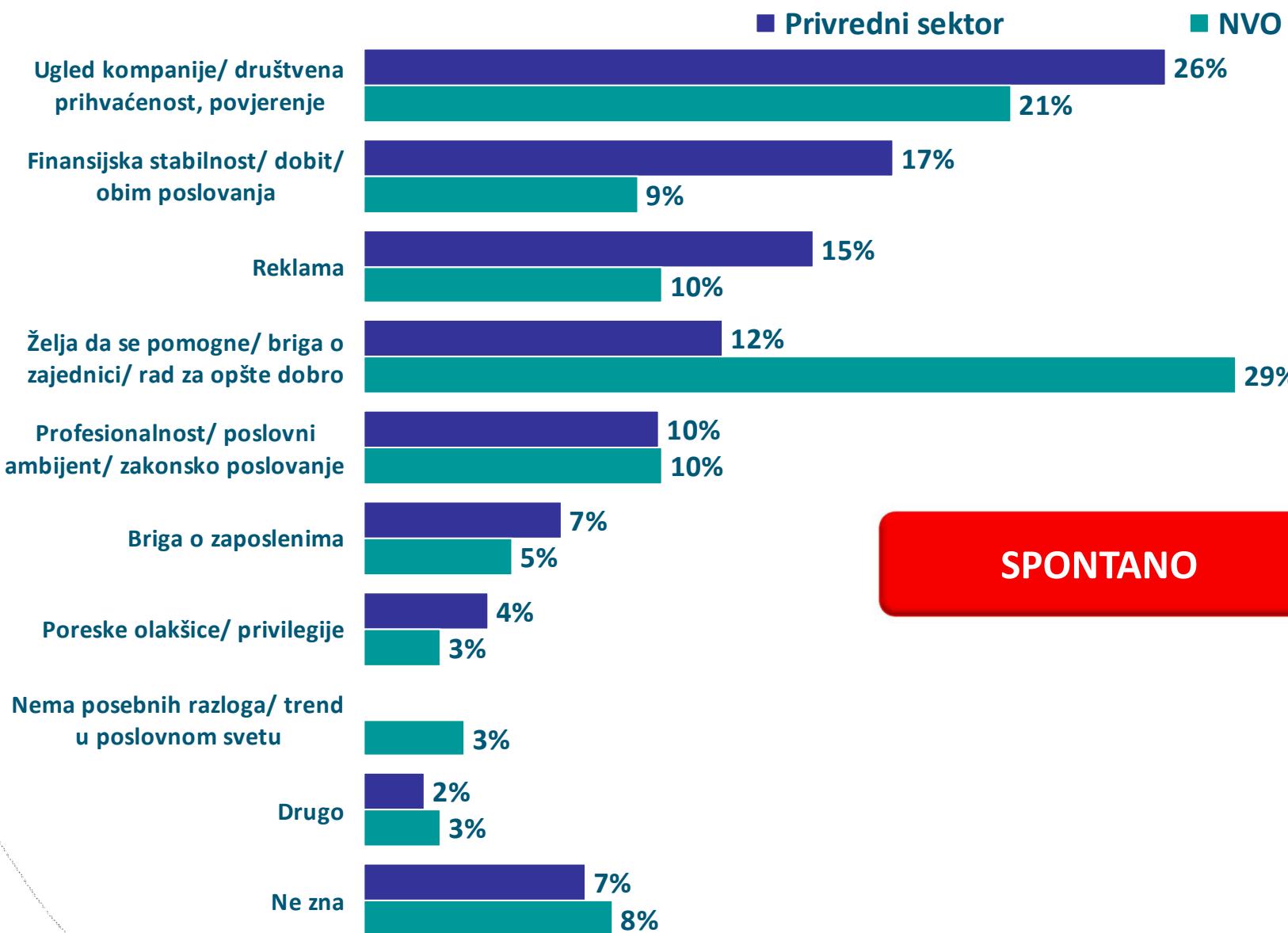


This project is funded
by the European Union.



MOTIVI I PREPREKE

NAJVAŽNIJI razlog, motiv kompanija, generalno, da posluju društveno odgovorno



SPONTANO

Baza: Ukupna ciljna populacija

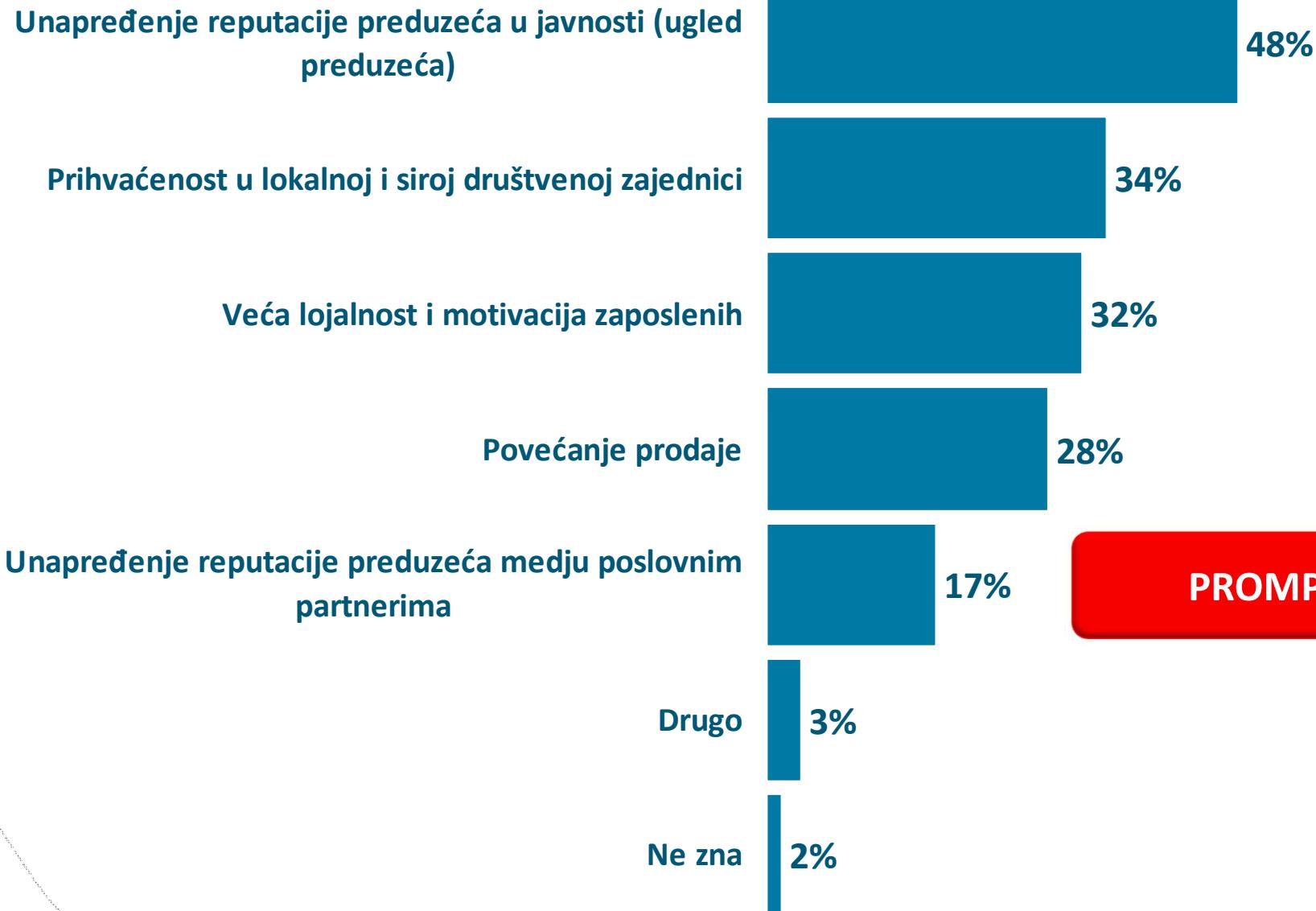
Šta bi, po Vašem mišljenju, bilo najvažniji – NAJVAŽNIJI razlog, motiv kompanija u Crnoj Gori da posluju društveno odgovorno?

Šta je glavni razlog, MOTIV VAŠEG PREDUZEĆA da praktikuje društveno odgovorno posovanje?

Baza: Oni koji kažu da njihova preduzeća praktikuju DOP i oni koji su naveli motiv (54,3% od ciljne populacije)

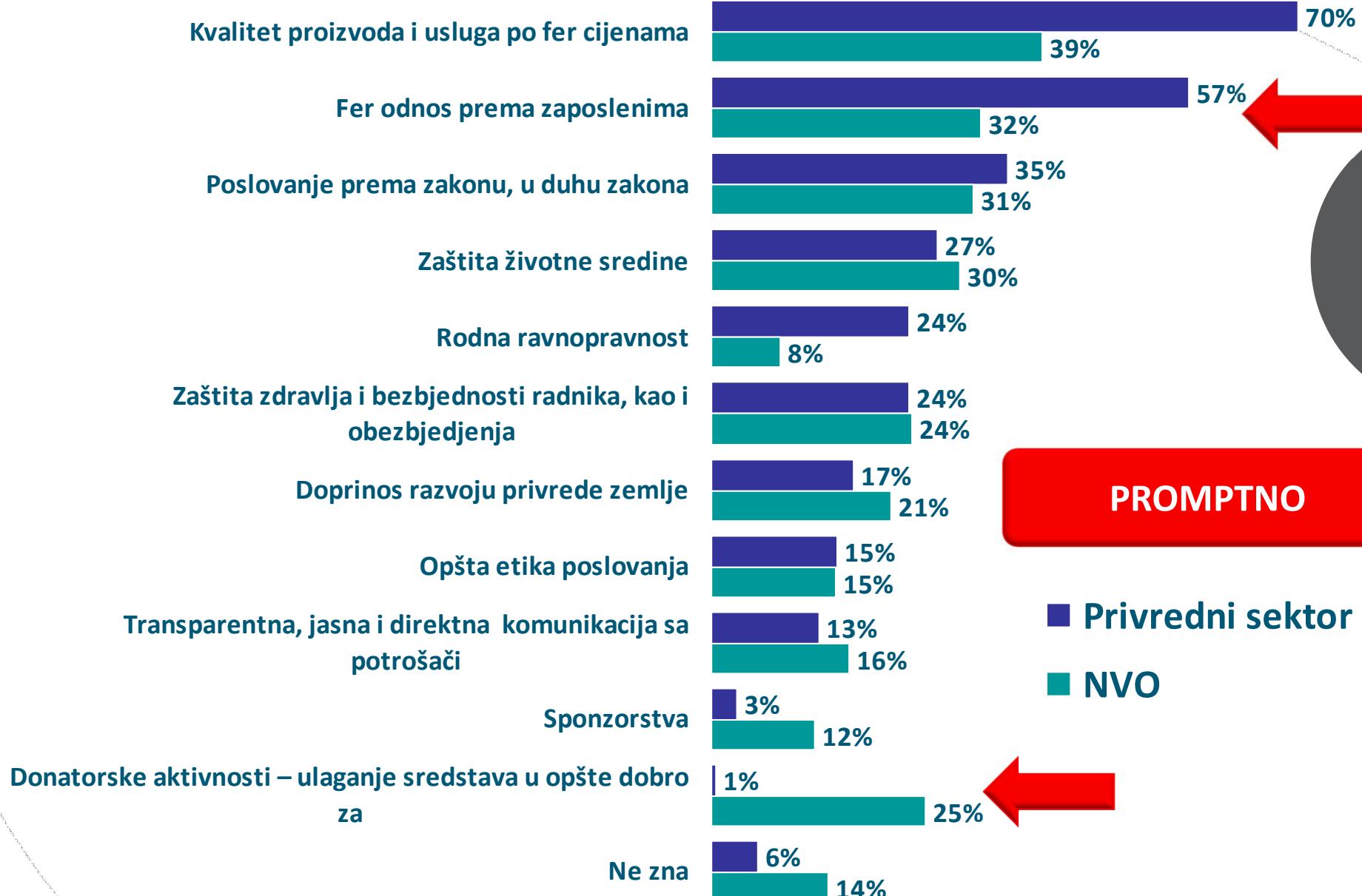


 Koje koristi vaša kompanija već ima, ili mislite da će imati od aktivnosti u oblasti društveno odgovornog poslovanja? Navedite sve oblike koristi koje očekujete.



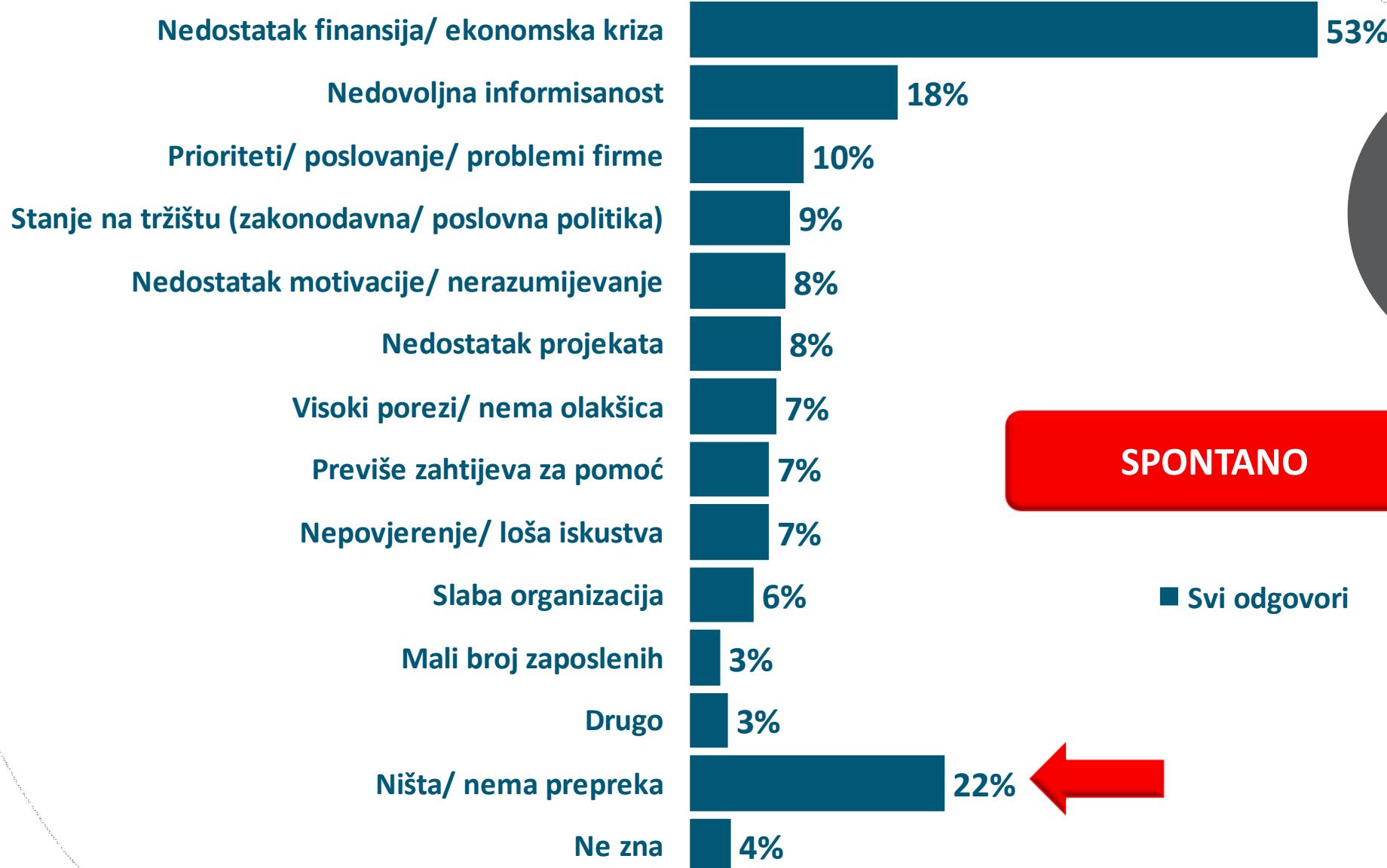
Baza: Oni koji su rekli i znaju da njihovo preduzeće praktikuje neku aktivnost iz oblasti DOP (96% od ciljne populacije)

Značajne aktivnosti/teme/oblasti za društveno odgovorno poslovanje u Crnoj Gori?



Baza: Ukupna ciljna populacija: Koju od navedenih tema biste po značaju stavili na ...

Molim Vas da navedete tri glavna problema / prepreke u vašim dosadašnjim aktivnostima vezanim za društveno odgovorno poslovanje?





This project is funded
by the European Union.



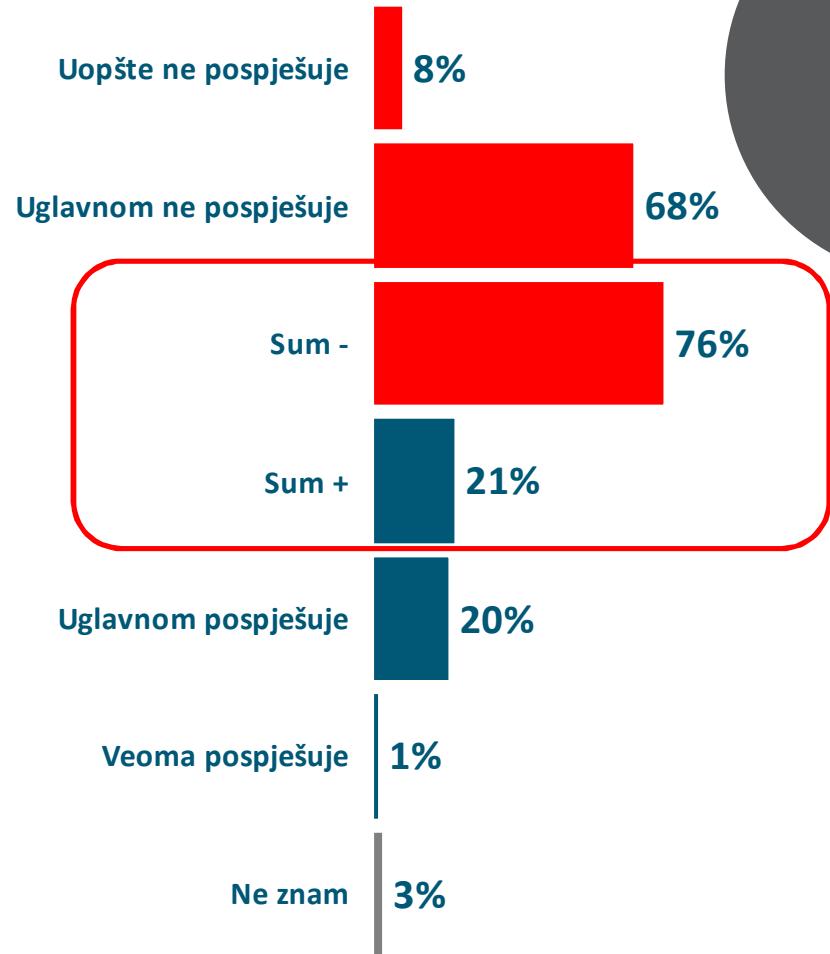
UNAPREĐENJE DRUŠTVENO ODGOVORNOG POSLOVANJA

ŠTA MISLE PREDUZEĆA: ULOGA DRŽAVE

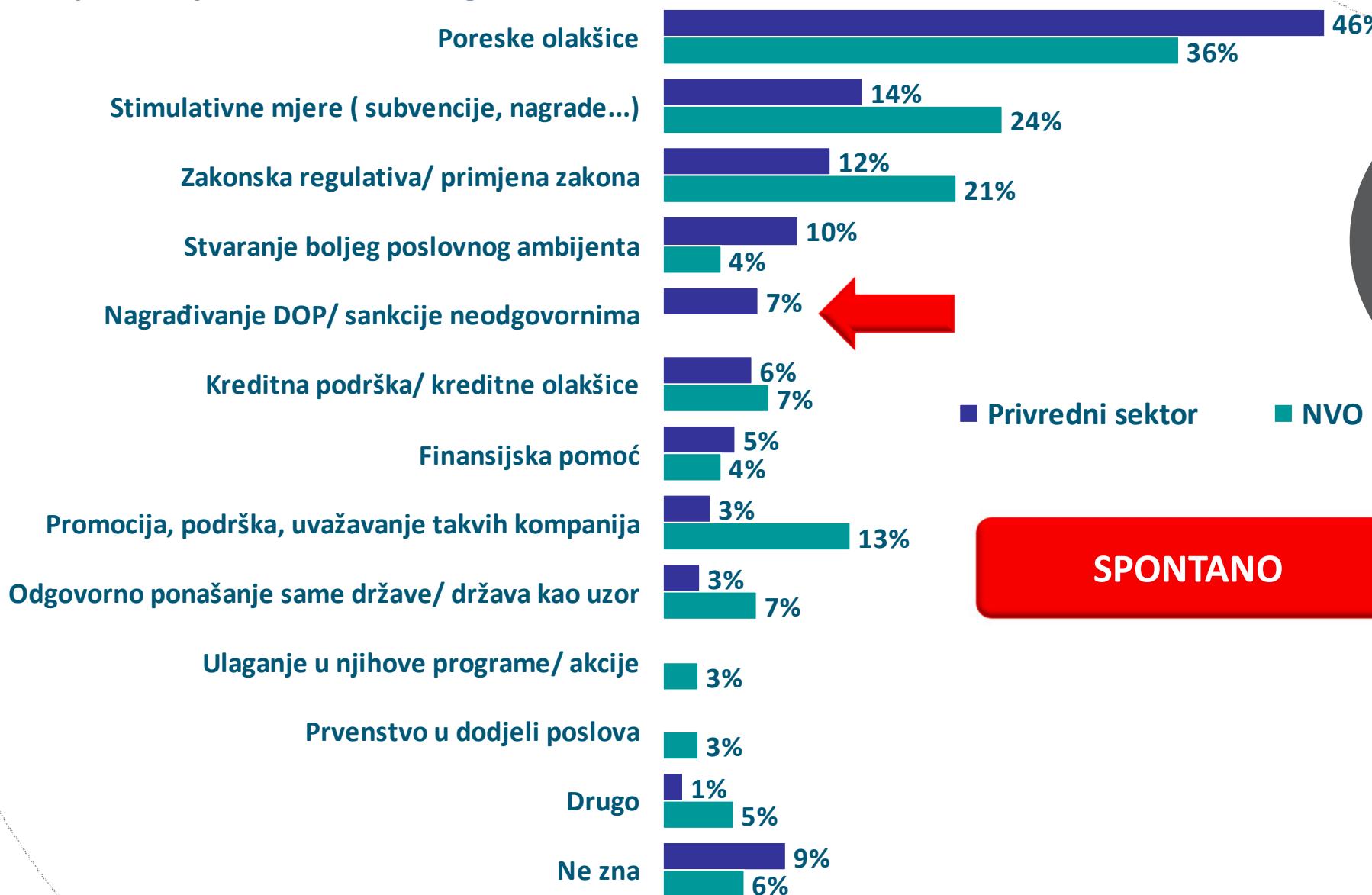
U kojoj mjeri država treba da bude odgovorna za povećanje aktivnosti preduzeća u pogledu društveno odgovornog poslovanja?



U kojoj mjeri država Crna Gora pospješuje uslove za jačanje društvene odgovornosti preduzeća?



Šta bi, po Vašem mišljenju, državna uprava mogla da uradi što bi predstavljalo važan podstrek kompanijama u Crnoj Gori da se u većoj mjeri u svom poslovanju ponašaju društveno odgovorno?



Baza: Ukupna ciljna populacija, višestruki odgovori.



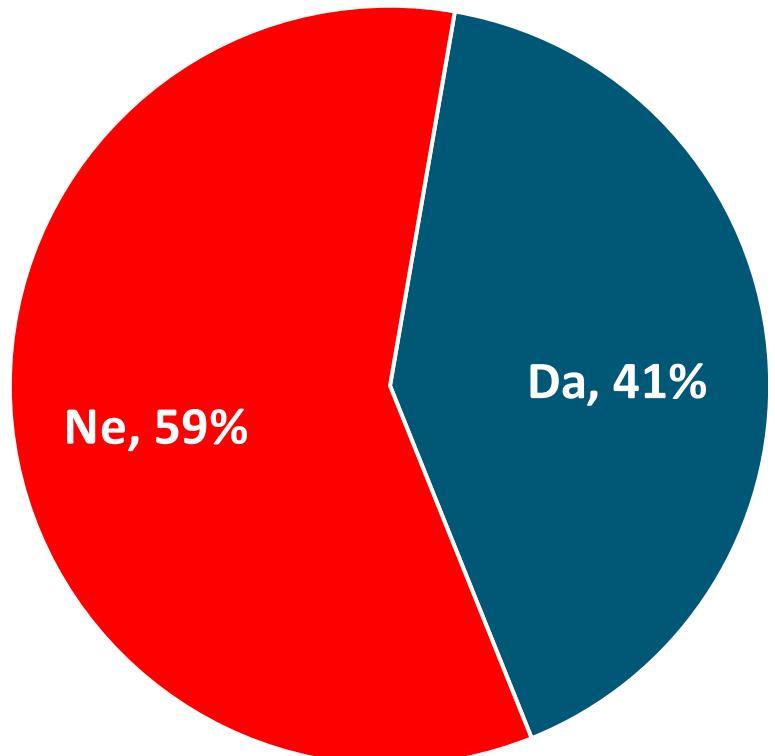
DUBINSKI INTERVJUI: Država i DOP

■ Sagovornici u dubinskim intervjuima smatraju da država treba da pokrene inicijativu. Intervencija države se ogleda, prije svega u:

- ⇒ Podsticaju DOP-a kroz legislativu: zakone, akcioni plan, strategija (koje su u planu)
- ⇒ Uvođenje dodatnih poreskih olakšica (najčešće pominjana mjera)
- ⇒ Uključivanje DOP-a kao jednog od kriterijuma za javne nabavke koje raspisuje država
- ⇒ Organizovanje treninga za menadžere o DOP-u
- ⇒ Iniciranje DOP aktivnosti i pozivanje privrednih subjekata da se priključe
- ⇒ Osnaživanje Mreže za društveno odgovorno poslovanje

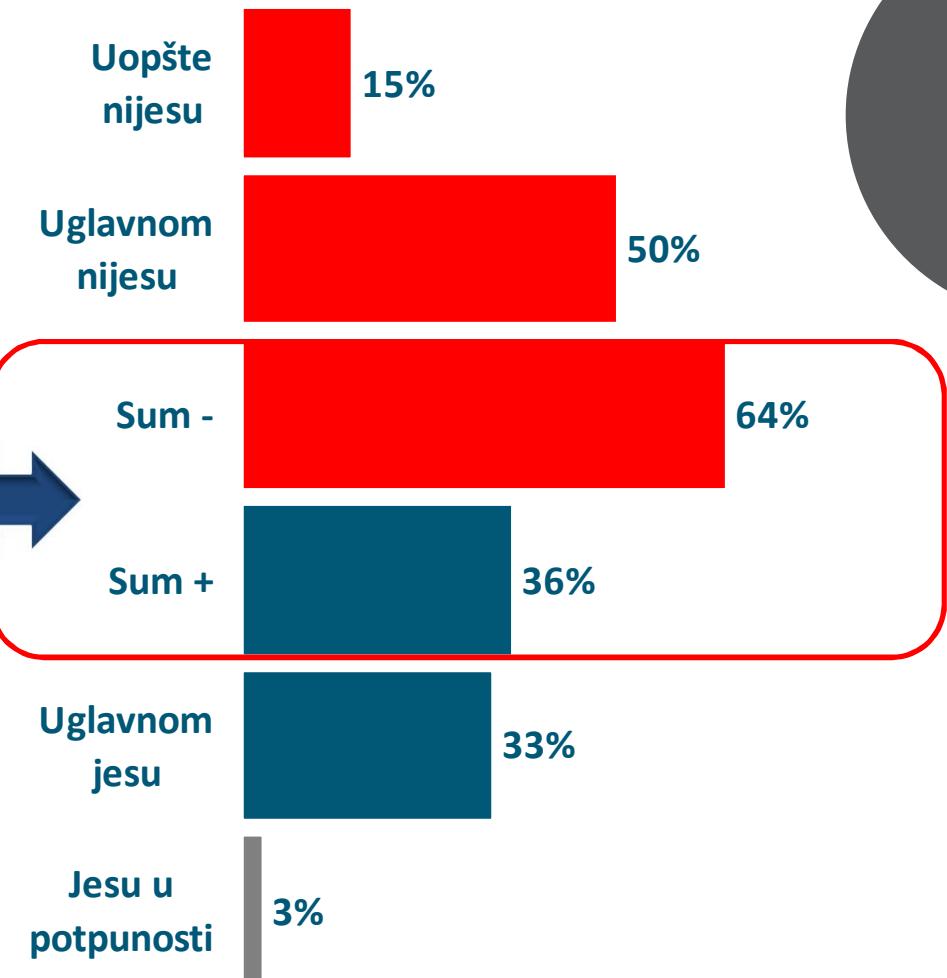
Da li ste upoznati sa Važećim poreskim olakšicama za davanja u opšte korisne svrhe?

Baza: Ukupna ciljna populacija

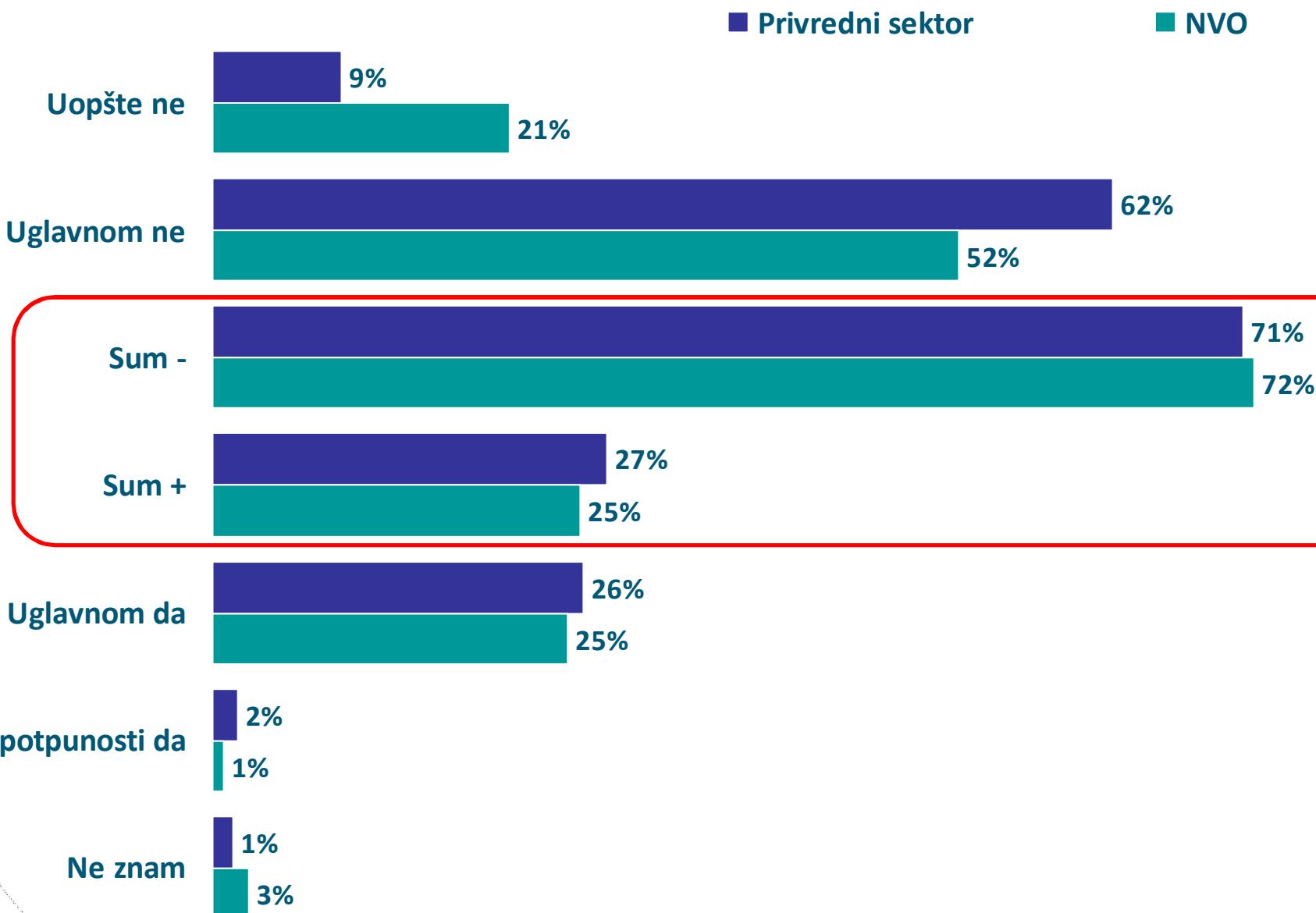


Da li su postojeće poreske olakšice dovoljno stimulativne, po Vašem mišljenju?

Baza: Oni koji su upoznati sa poreskim olakšicama (41% od ciljne populacije)

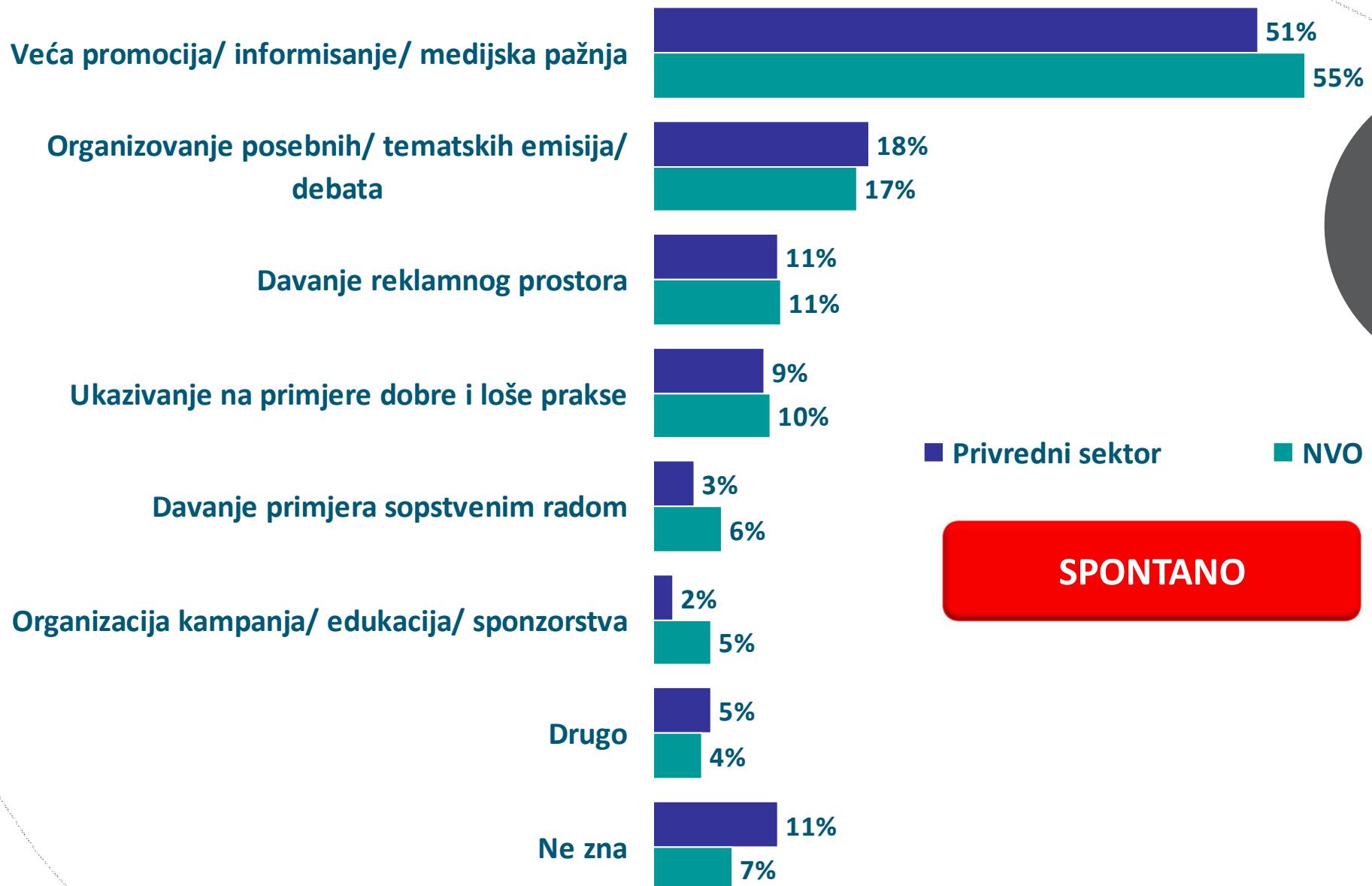


Po Vašem mišljenju, da li MEDIJI u dovoljnoj mjeri poklanjaju pažnju temi društveno odgovornog poslovanja biznis sektora u Crnoj Gori?



Baza: Ukupna ciljna populacija

TACSO Šta bi sami mediji mogli da urade u cilju unaprijeđenja društveno odgovornog poslovanja biznis sektora u Crnoj Gori?



Baza: Ukupna ciljna populacija



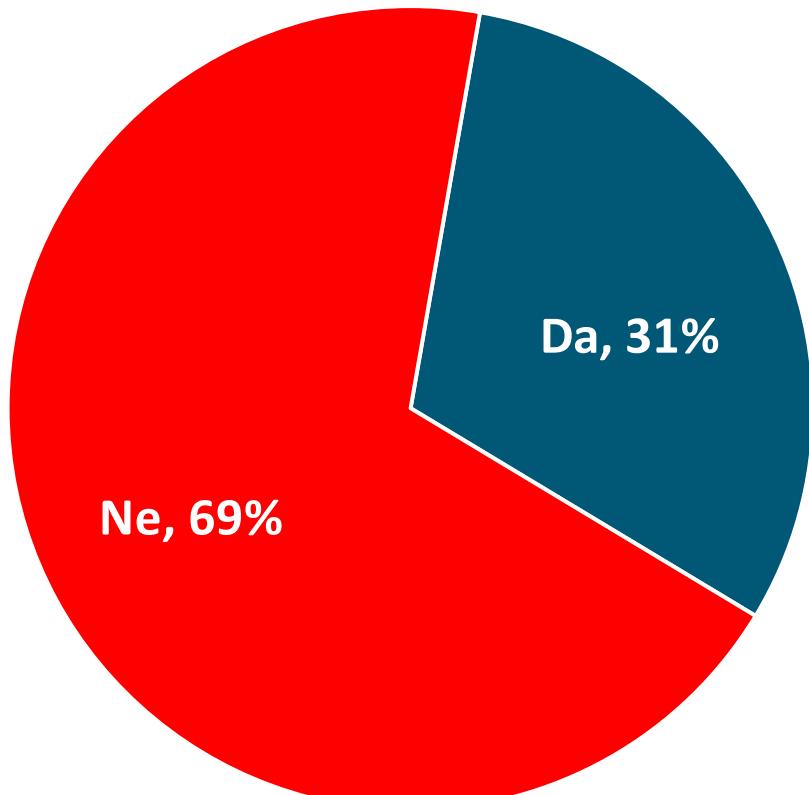
DUBINSKI INTERVJUI: Mediji i DOP

- Sagovornici u dubinskim intervjuima smatraju da su mediji generalno slabo zainteresovani i da nedovoljno pažnje poklonjaju DOP-u.
- Pokrivaju samo aktivnosti velikih kompanija koje imaju velike akcije i na svoje događaje pozivaju predstavnike Vlade
- Strahuju da će izvještavanjem o društveno odgovornim kompanijama obezbijediti besplatan marketing
- Praktikuju DOP samo kroz medijska sponzorstva humanitarnih događaja
- Trebalo bi da vrše funkciju edukacije građana o DOP-u, izvještavaju o pozitivnim ali i negativnim primjerima
- Potrebna edukacija zaposlenih u medijima o DOP

Predstavnik državne uprave: „Mediji ne shvataju svoju ulogu da treba da budu početna tačka u edukaciji stanovništva nego smatraju da je i to marketing i da pošto zauzimate njihov prostor treba to da platite. Na svim televizijama, pa i na državnoj TV.“

Da li je vaša kompanija prezentovala široj javnosti aktivnosti koje je preduzela u sklopu svog društveno odgovornog poslovanja?

Baza: Oni koji su rekli i znaju da njihovo preduzeće praktikuje DOP (96% od ciljne populacije)



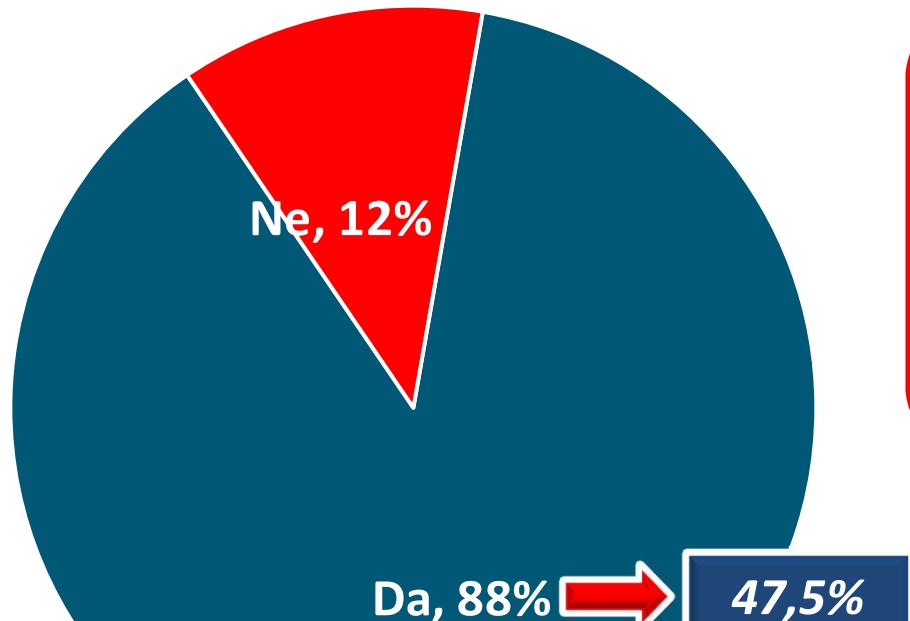
Zašto nijeste upoznali širu javnost sa tim aktivnostima vaše kompanije?

Baza: Oni koji nisu upoznali širu javnost sa aktivnostima kompanije (66% od ciljne populacije)



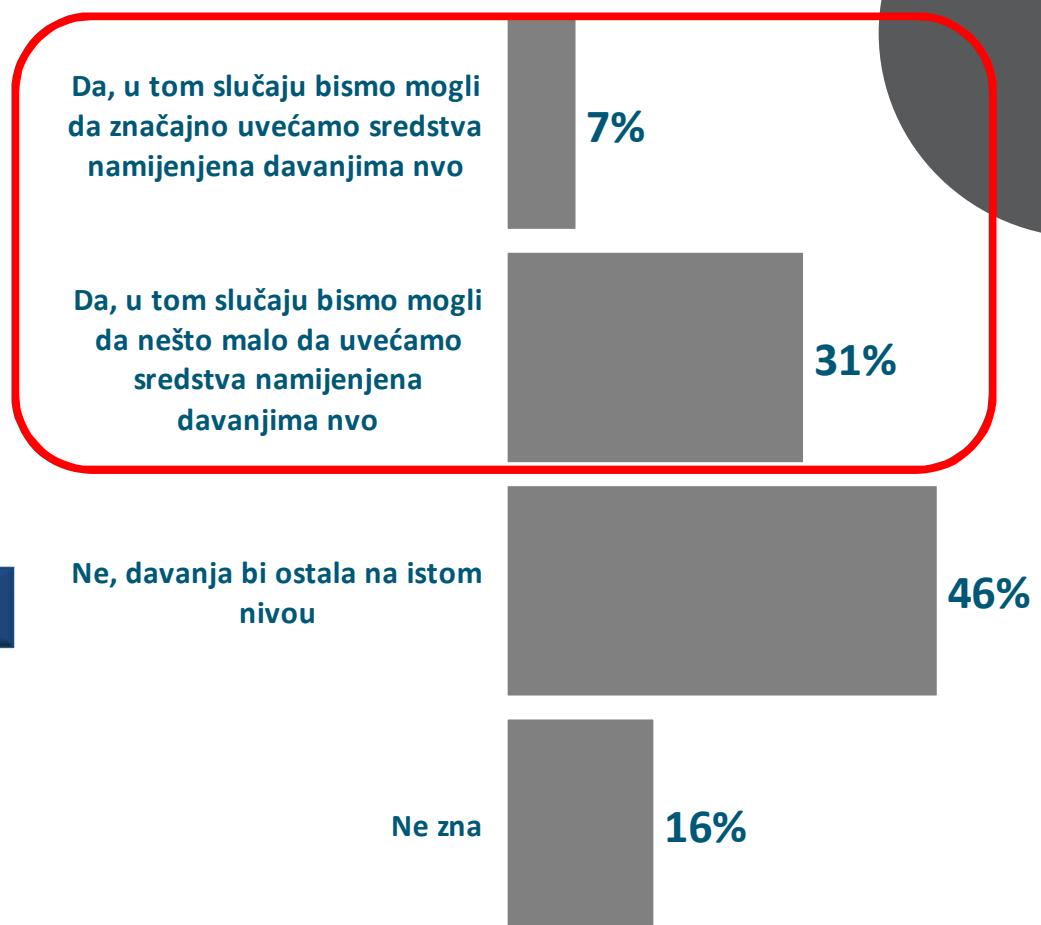
NVO: Da li ste kroz svoje projektne aktivnosti promovisali aktivnosti koje su finansirane od strane biznis sektora kao društveno odgovorno poslovanje tih kompanija?

Baza: Oni koji su u protekloj godini ostvarili neki vid saradnje sa biznis sektorom u Crnoj Gori (54% od ciljne populacije)

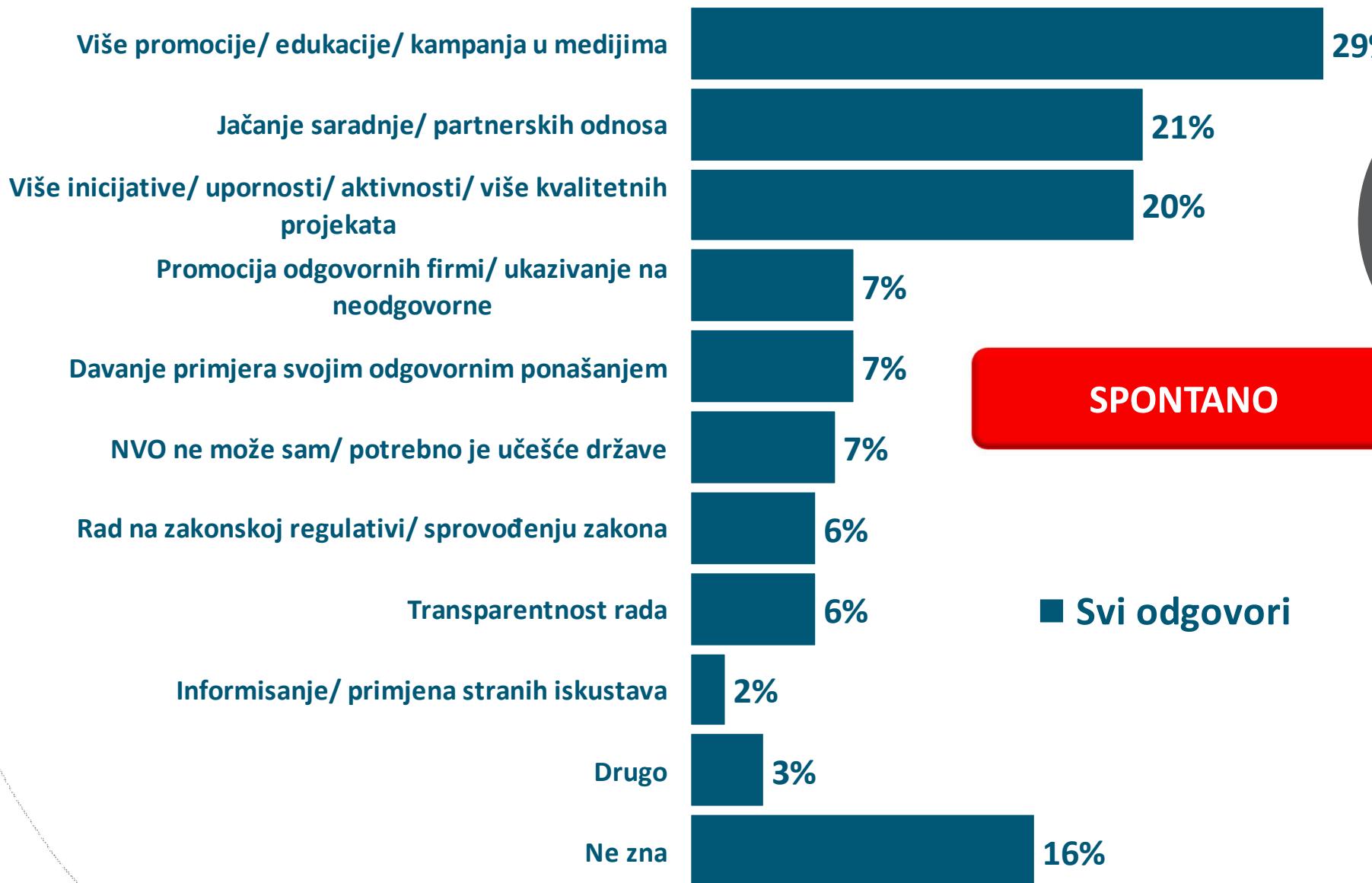


Preduzeća: Ako bi nevladine organizacije kroz svoje projekte u većoj mjeri promovisale aktivnosti vaše kompanije vezane za društveno odgovorno poslovanje, da li biste u tom slučaju bili spremni da u većoj mjeri opredijelite sredstva u vašem budžetu?

Baza: Ukupna ciljna populacija



NVO: Koje konkretnе poteze treba da preduzme NVO sektor kako bi pospješio društveno odgovorno poslovanje kompanija u Crnoj Gori?



Baza: Ukupna ciljna populacija



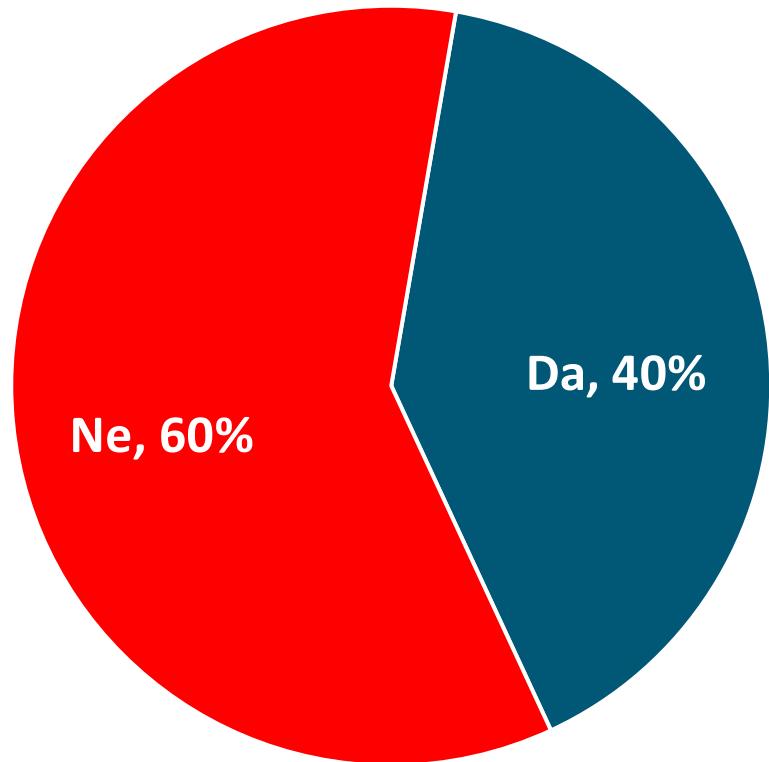
This project is funded
by the European Union.



ISKUSTVA SA DRUŠTVENO ODGOVORNIM POSLOVANJEM

Da li vaša kompanija, pored profita, ima još neki, jasno definisani cilj?

Baza: Ukupna ciljna populacija



Koji je to cilj i kroz koje aktivnosti se postiže?

Višestruki odgovori; Baza: Oni koji pored profita imaju još neki jasno definisani cilj (40% od ciljne populacije)

Razvoj preduzeća/ proširenje poslovanja

Korektni odnosi, zadovoljstvo klijenata/ potrošača

Razvoj DOP/ učešće u projektima

Veći broj zaposlenih

Usavršavanje/ uspešno poslovanje

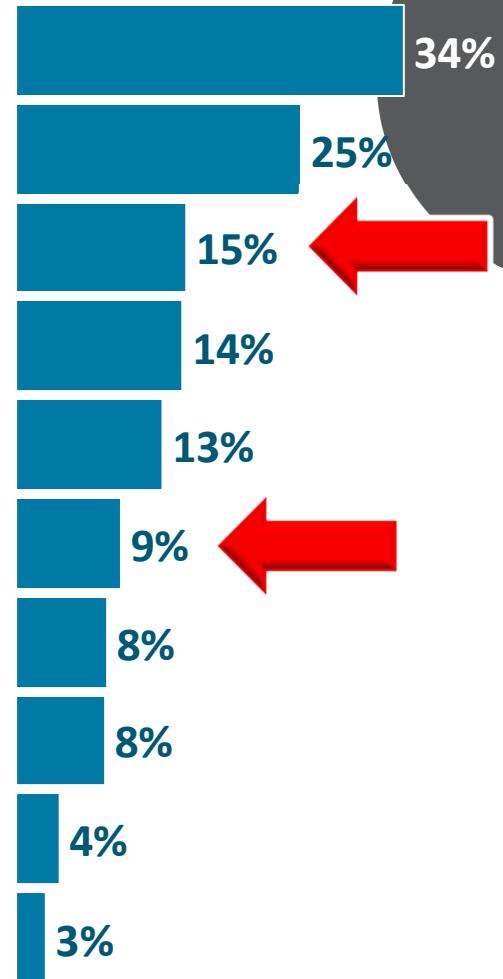
Zadovoljstvo zaposlenih/ status zaposlenih

Kvalitet proizvoda/ usluge

Odgovornost u poslovanju/ prema državi/ poštovanje

Drugo

Ne znam / Bez odgovora



Da li je u vašoj kompaniji postoji potreba za dodatnim informisanjem o društveno odgovornom poslovanju ?

Baza: Ukupna ciljna populacija

Ne, smatramo da dobar menadžer može da se bavi ovom oblašću poslovanja kompanije bez dodatnog specifičnog treninga u toj oblasti



Ne, jer nam to nije toliko važno



Ne, jer naši su menadžeri veoma dobro upoznati sa tom obla



Da, naši menadžeri nisu dovoljno upoznati sa tom oblašću



Da, naši menadžeri su donekle upoznati i potrebne su nam dodatne informacije i treninzi



Kada je vaše preduzeće sprovedlo po prvi put neku od aktivnosti koje se mogu podvesti pod društveno odgovorno poslovanje u Crnoj Gori na koji način je do toga došlo?

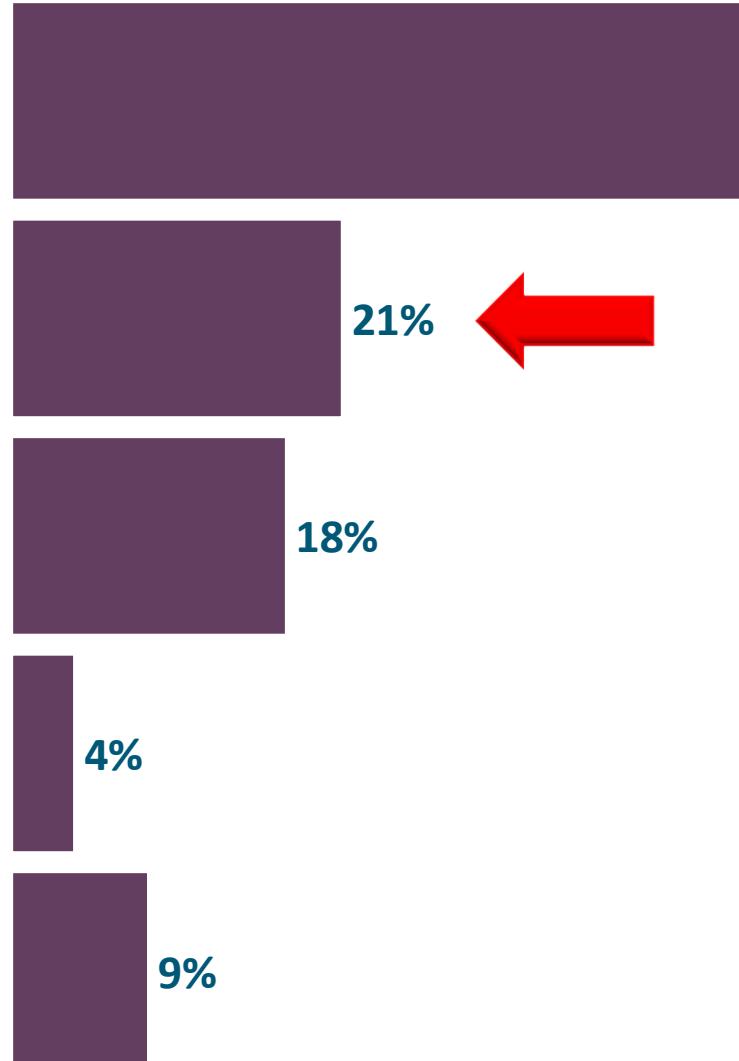
Kontaktirala nas je osoba, institucija, organizacija kojoj je bila potrebna pomoć

Vidjeli smo u medijima, čuli od saradnika da je nekoj osobi, instituciji, organizaciji bila potrebna pomoć pa smo riješili da pomognemo

Već smo imali definisane ciljeve, politike i budžet za društveno odgovorno poslovanje

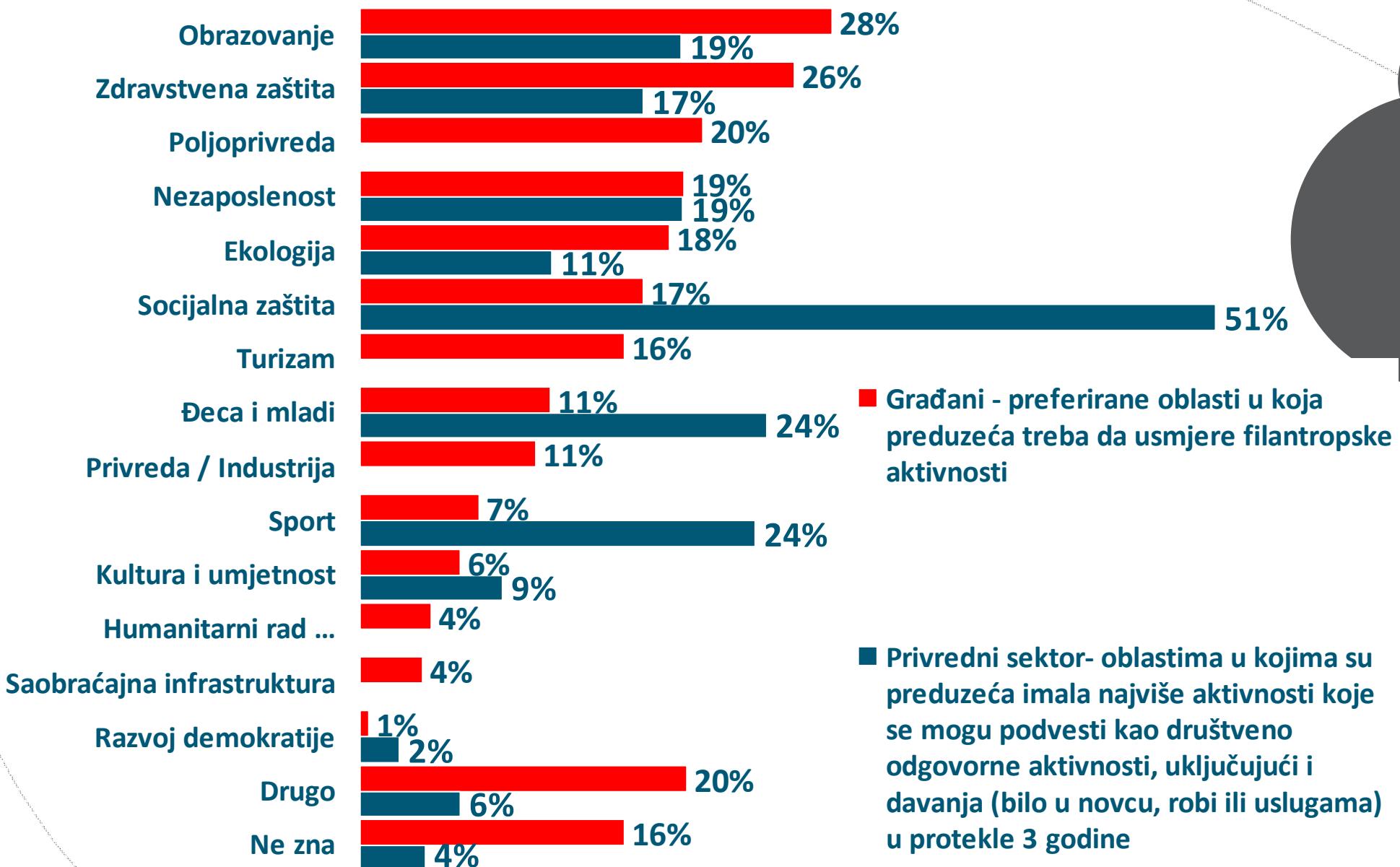
Drugo

Ne znam



Baza: Oni koji su rekli i znaju da njihovo preduzeće praktikuje neku aktivnost iz oblasti DOP (96% od cijlane populacije)

Preferirane oblasti u koja preduzeća treba da usmjere filantsropske aktivnosti –GRAĐANI



Višestruki odgovori; Baza: Ukupna ciljna populacija



This project is funded
by the European Union.

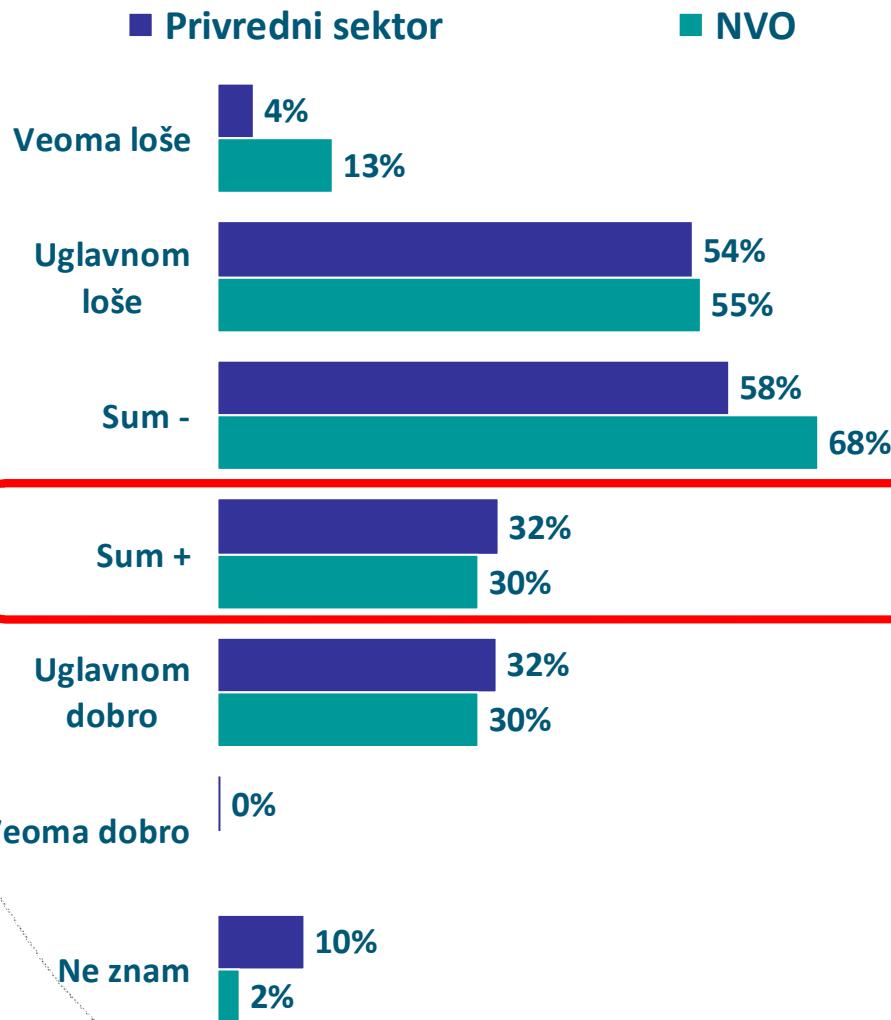


SARADNJA NVO I PRIVREDNOG SEKTORA

OCJENA SARADNJE IZMEĐU PRIVREDNOG I NEVLADINOG SEKTORA

Generalno gledano, kako biste opisali saradnju između biznis sektora i nevladinog sektora u Crnoj Gori?

Baza: Ukupna ciljna populacija



Koliko ste zadovoljni saradnjom u protekloj godini

Baza: Oni koji su saradjivali



PREDUZEĆA

Šta je glavni razlog zbog kog nijeste u protekloj godini ostvarili neki vid saradnje sa organizacijama civilnog društva – nevladinim organizacijama?

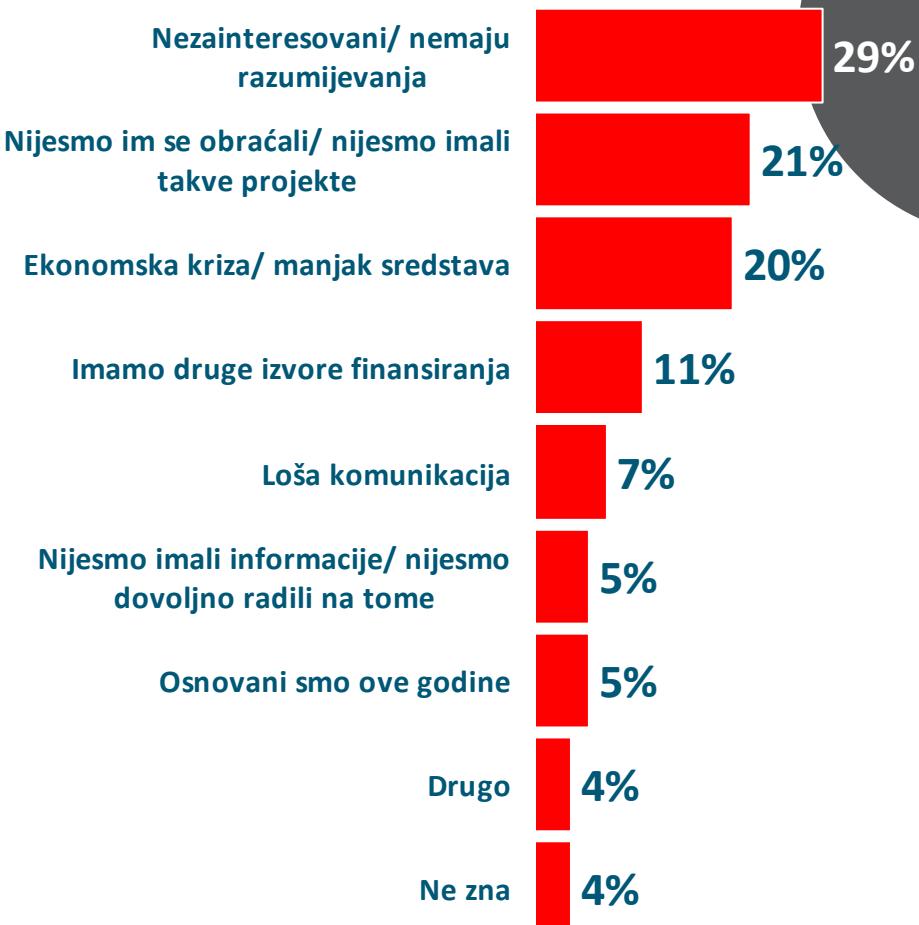
Baza: Oni koji nisu ostvarili saradnju sa NVO (46% od ciljne populacije)



NVO

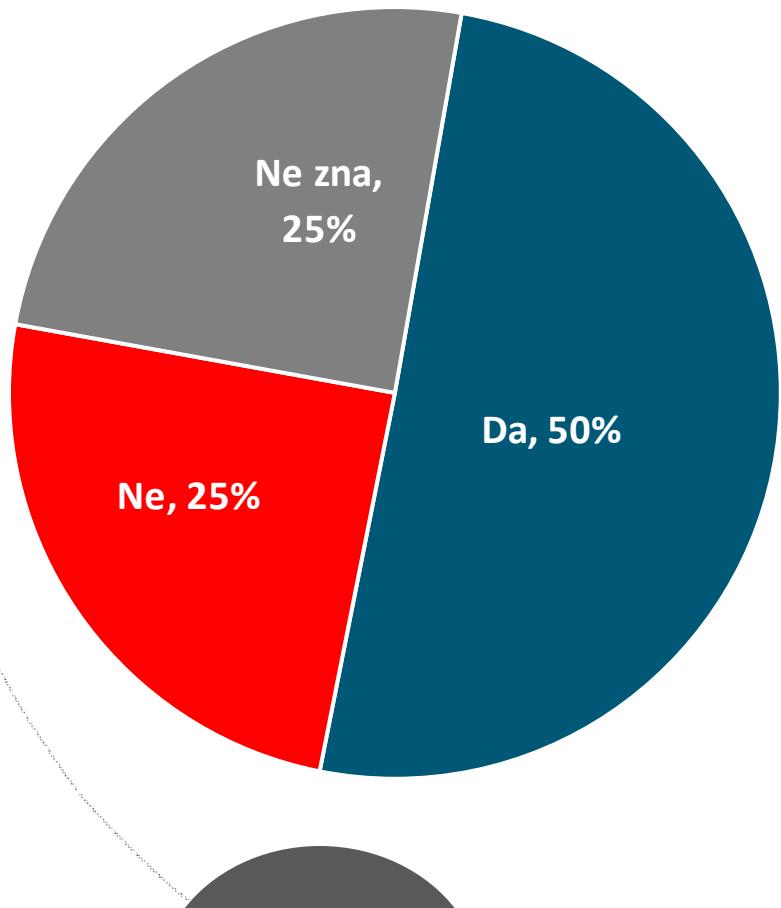
Šta je glavni razlog zbog kog nijeste u protekloj godini dobili neki vid saradnje sa biznis sektorom u Crnoj Gori?

Baza: Oni koji nisu ostvarili saradnju sa privrednim sektorom (46% od ciljne populacije)

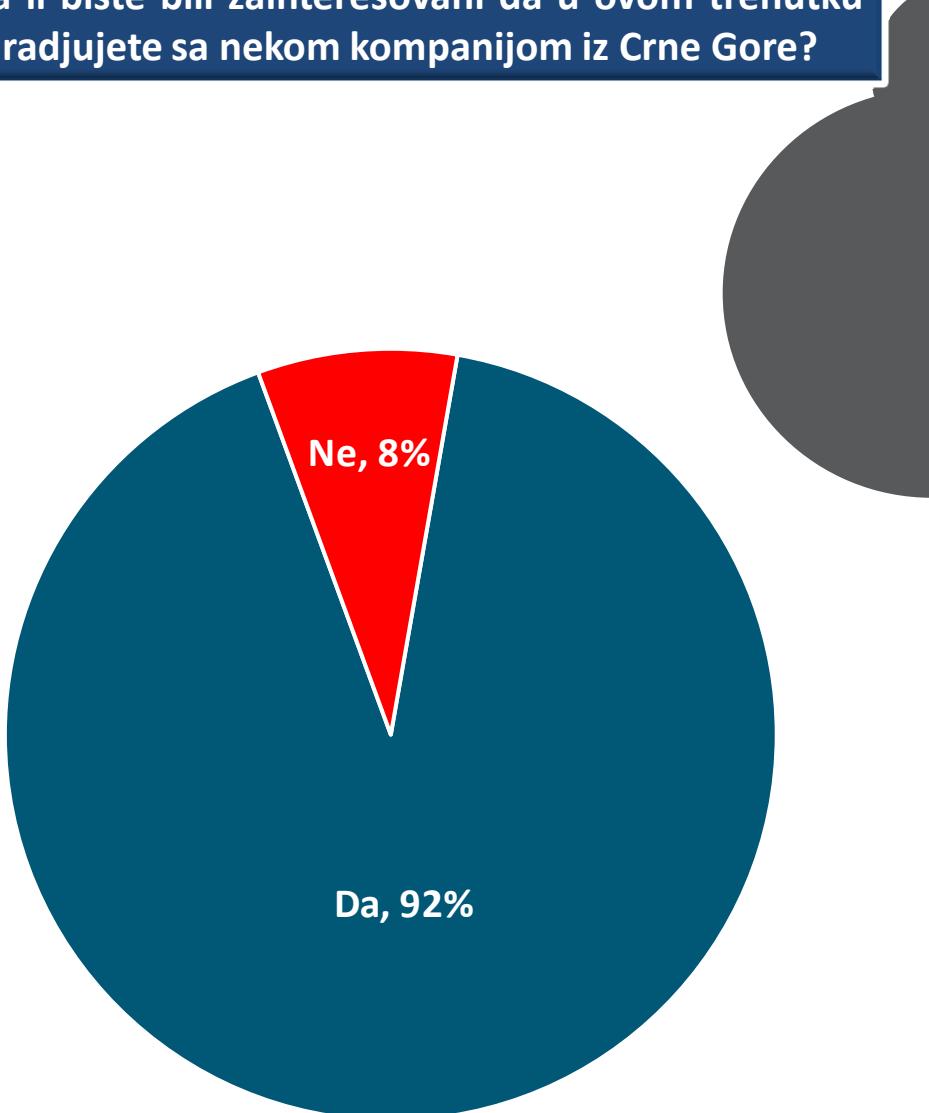


Da li biste bili zainteresovani da u ovom trenutku saradjujete sa nekom NVO?

Baza: Ukupna ciljna populacija



Da li biste bili zainteresovani da u ovom trenutku saradjujete sa nekom kompanijom iz Crne Gore?



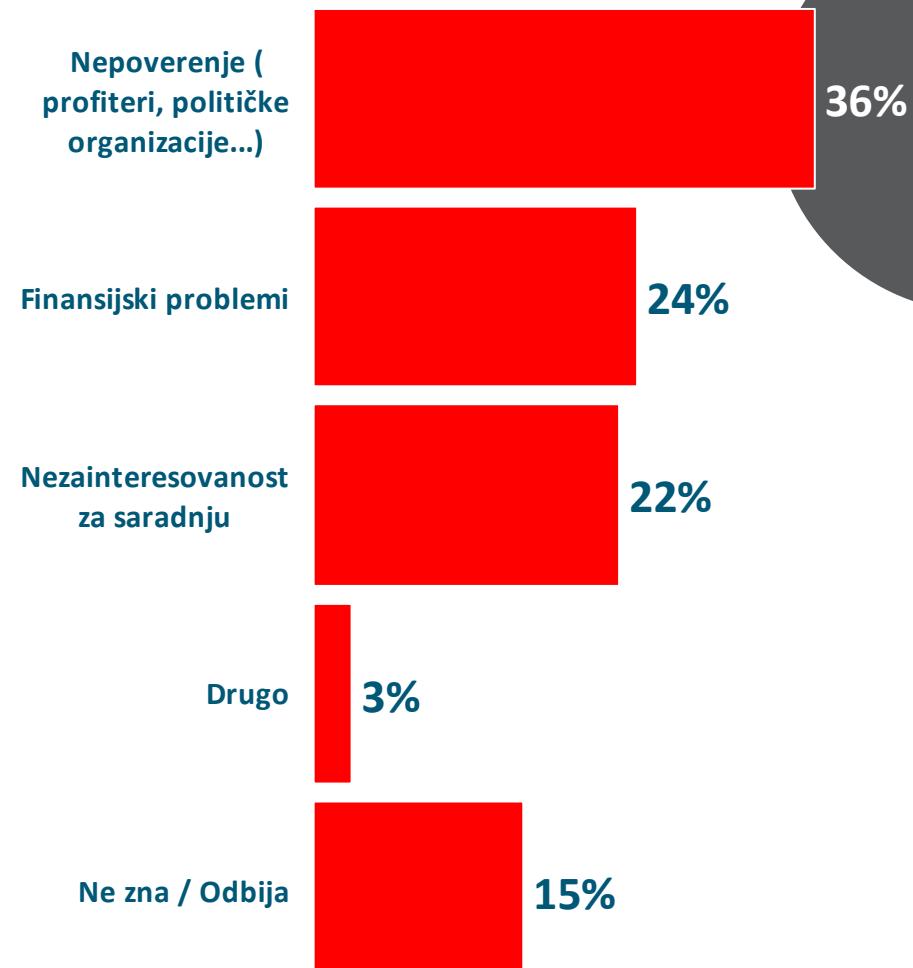
Ukoliko da, na koji načine?

Višestruki odgovori; Baza: Oni koji su zainteresovani za saradnju sa NVO (50% od ciljne populacije)



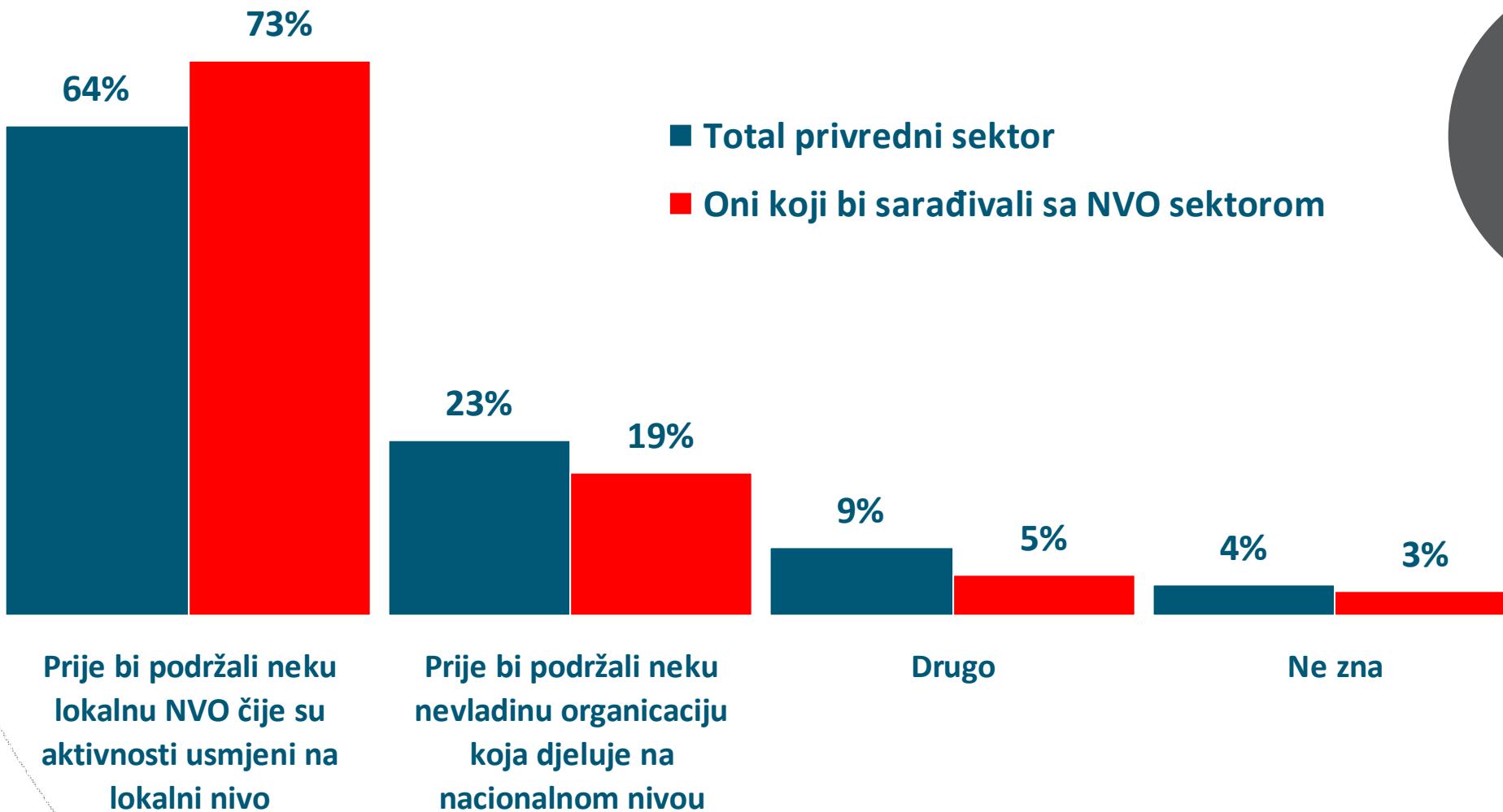
Ukoliko ne, molimo Vas da navedete razloge.

Višestruki odgovori; Baza: Oni koji su NISU zainteresovani za saradnju sa NVO (25% od ciljne populacije)



Da li bi vaše preduzeće prije finansijski podržalo neku lokalnu NVO čije su aktivnosti usmjerene na opštinu u kojoj je sjedište vašeg preduzeća ili biste prije finansijski podržali neku nevladinu organizaciju koja djeluje na nacionalnom nivou ?

Baza: Ukupna ciljna populacija





DUBINSKI INTERVJUI: SARADNJA SA NVO

- Sagovornici smatraju da bi uloga NVO sektora u razvoju DOP-a trebalo da bude višestruka:
 - ⇒ Prvenstveno edukacija građana i preduzeća
 - ⇒ Realizacija i implementacija projekata i akcija ali bi te konsultantske usluge trebalo da pomogne država budući da mala i srednja preduzeća to ne mogu da priušte
 - ⇒ Usmjeravanje donatora i države da intervenišu u one oblasti koje su prioritetne građanima
 - ⇒ Motivisanje građana za volonterske akcije

Predstavnik biznis sektora: „Da kreira konkretne akcije. Da ne priča neke posebne priče, nego da se spusti na nivo i kaže, okrećite, promijenite sijalicu. Ali te konsultacije koje nvo može ponuditi kompanijama su skupe, i niko neće pristati. To treba da se obezbjedi iz drugih izvora.“



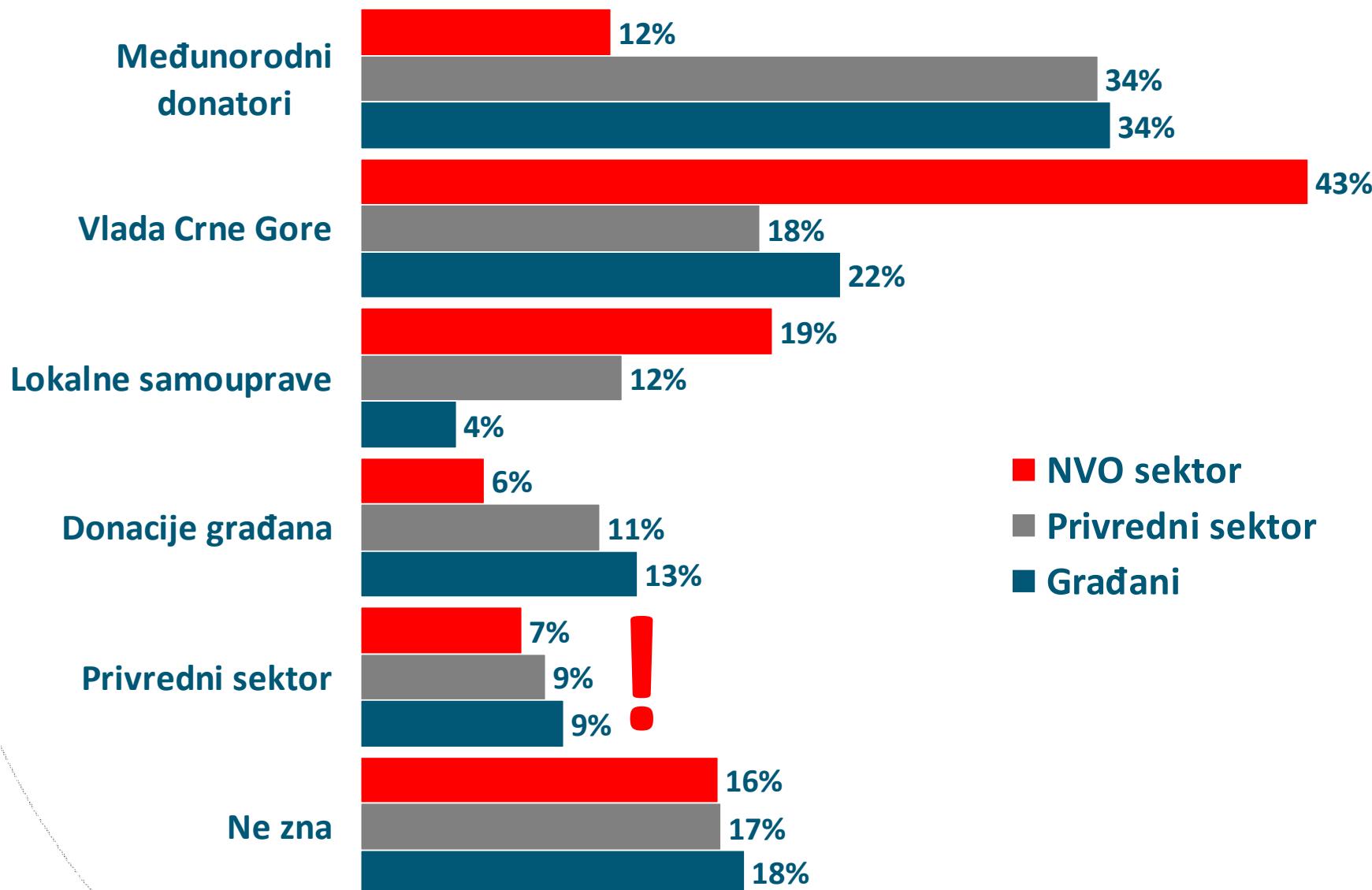
This project is funded
by the European Union.



FINASIRANJE NVO

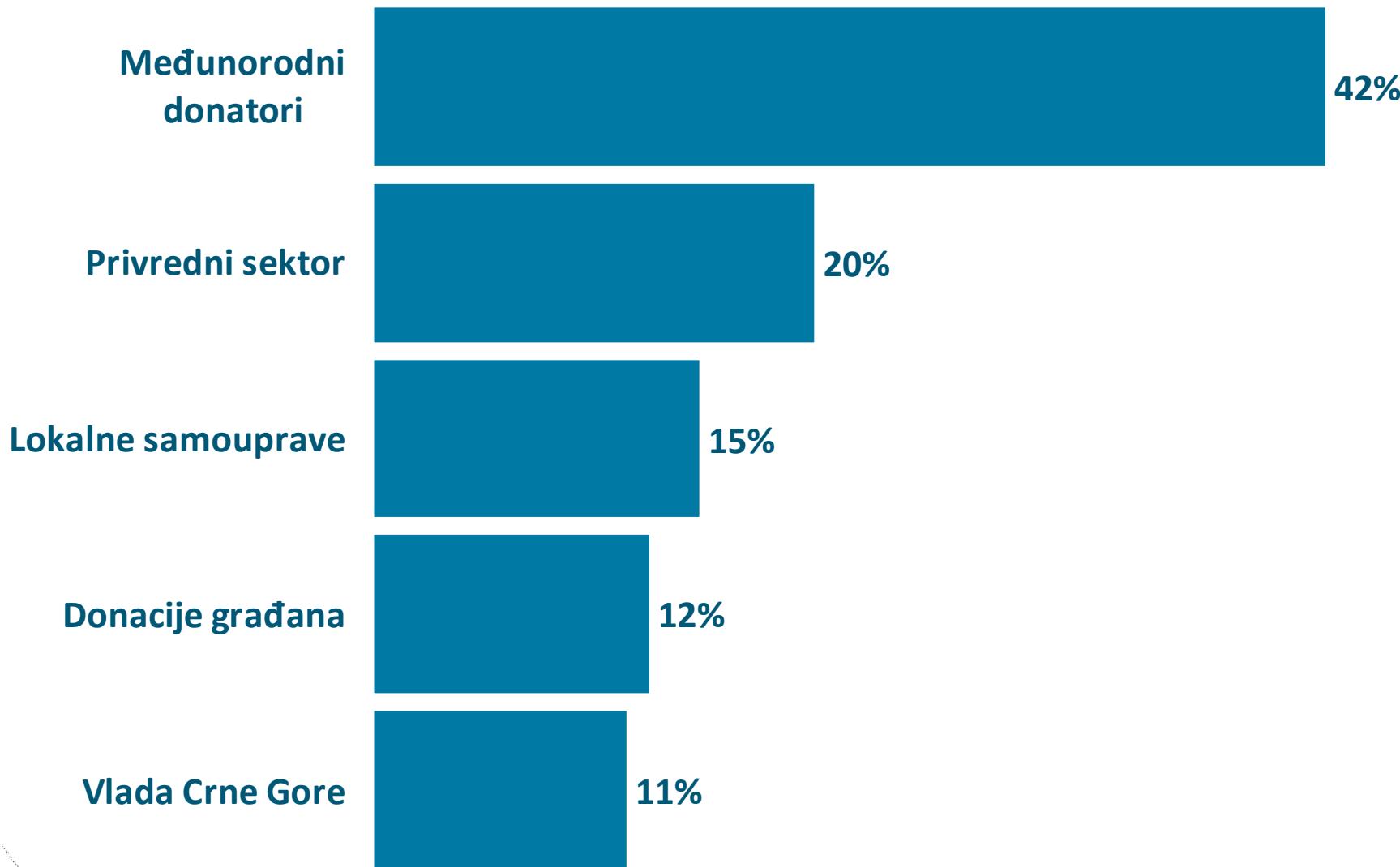
A sad Vas molim da pažljivo pogledate listu na kojoj se nalaze izvori iz kojih se finansiraju nevladine organizacije, a Vi mi kažite koji od njih bi u najvećoj mjeri trebao da pruži finansijsku podršku nevladinim organizacijama u Crnoj Gori?

Baza: Ukupna ciljna populacija



NVO: Šta je od navedenog glavni izvor finansiranja vaše organizacije?

Baza: Oni koji su dali odgovor, 80% ciljne populacije.





This project is funded
by the European Union.



ZAKLJČCI

- Društveno odgovorno poslovanje – pojam koji **nije** u dovoljnoj mjeri **jasan** privrednom sektoru, 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
- Najvažniji **motiv** za društveno odgovorno poslovanje je **ugled**, kako u opštoj javnosti tako i među poslovnim saradnicima. Tek nakon toga dolazi **želja/potreba da se pomogne** široj društvenoj zajednici
- Ključna prepreka razvoju DOP-a, po riječima, predstavnika biznis sektora je **ekonomска kriza**. Međutim, može se zaključiti da **neinformisanost o dobiti** od društveno odgovornog poslovanja koju može imati samo preduzeće – predstavlja jednako važnu prepreku

- **Uloga države u unapređenju društveno odgovornog poslovanja je krucijalna:**
 - ⇒ Legislativa
 - ⇒ Promocija
 - ⇒ Promovisati društveno odgovorno poslovanje kroz javna preduzeća.
 - ⇒ „Vaučerske šeme“, prije svega za mala i srednja preduzeća, i to za obuke menadžera o DOP-u.
- **Mediji se doživljavaju kao nedovoljno zainteresovani, a od njih se očekuje da odigraju presudnu ulogu u promociji društveno odgovornog poslovanja kroz posebne programe u kojima će ukazati na pozitivne primjere, ali i na one koji su primjeri loše prakse.** Osim toga, uloga medija je neophodna u animaciji i edukaciji građana.

- Promocija društveno odgovornih aktivnosti od strane NVO sektora može značajno uticati na povećanje budžeta koje preduzeća opredjeljuju za DOP.
- NVO sektor bi trebao u većoj mjeri da bude aktivan u animiranju privrednog sektora za učešće u društveno odgovornim aktivnostima – pokazalo se da je privredni sektor u ovom segmentu prilično reaktivovan
- Potrebno je promovisati sveobuhvatan pristup DOP-u.
- Na kraju, aktivnosti na promociji DOP bi trebale biti usmjerenе na sve ciljne grupe (ali prije svega na preduzeća i građane).

HVALA NA PAŽNJI!

TACSO Montenegro Office • Dalmatinska 78• 20
000 Podgorica• t: +382 20 219 122, 123• f: + 382
20 219 121• e-mail: info.me@tacso.org

