

**BIZNIS
& NVO**

Odnos poslovnog i neprofitnog sektora



Ovu publikaciju izdaje Smart Kolektiv u okviru projekta Biznis&NVO, sa namerom da konstatujući stanje, slabosti i potencijale unapredi saradnju biznis i nevladinog sektora u Srbiji

BIZNIS & NVO

Projekat **Biznis&NVO** osmišljen je kao integralni deo programa „Inicijativa za odgovorno poslovanje“ (RBI)*. **Biznis&NVO** je pilot program koji ima za cilj da obrazuje i podigne nivo svesti o društvenoj odgovornosti preduzeća i međusektorskom povezivanju, tako što će izgraditi kapacitete i ojačati resurse NVO na polju sposobnosti zagovaranja i ostvarivanja partnerstava, kao i u domenu komunikacije s ciljnim grupama i širom javnošću. Projekat takođe predviđa stvaranje adekvatnih strategija i akcionog plana u oblastima zakonodavnog rada, održivog razvoja, promovisanja veće uloge NVO u društvu, koje predstavljaju teorijski i pravni okvir za ciljeve koje NVO i druge relevantne institucije treba da zagovaraju kod državnih i drugih nadležnih organa.

RBI program je kroz istraživanje „Društveno Odgovorno Poslovanje u Srbiji“, koje je Strategic Marketing sproveo tokom 2005, ali i kroz strateški dokument „Okvir za razvoj koncepta Društveno odgovornog poslovanja u Srbiji“ uspeo da kreira veoma relevantnu bazu kao i sistematski osvrt na društveno odgovorno poslovanje i odnose među sektorima u Srbiji. Upravo navedeni okviri predstavljaju kako polazište, tako i akcioni plan za dalje unapređenje pomenutih oblasti.

Neprofitne organizacije iz različitih gradova u Srbiji, koje učestvuju u ovom projektu sa velikim interesovanjem spremne su da daju doprinos razvoju ove oblasti i apsolutno prepoznaju višestruki značaj povezivanja sa profitnim sektorom, kako za unapređenje i osnaživanje sektora, tako i za budući društveni, ekonomski, to jest održivi razvoj njihovih zajednica. U ovom procesu napravili smo dobar početak u stvaranju lokalnih foruma koji obuhvataju raznolike aktere na nacionalnom nivou, i na lokalnu, sa kojima zajednički kreiramo strategije koje će omogućiti i pokrenuti snažniju sistemsku i stratešku saradnju sa poslovnim sektorom, i buduće angažovanje biznisa na projektima za opšte dobro lokalnih zajednica. Na tom planu, postoji i želja, kao i spremnost biznis sektora, da se kroz povezivanje i dijalog sa pre svega ne profitnim, a zatim i sa javnim sektorom, više involvira u socijalni dijalog i aktivnije doprinosi društvenom razvoju.

Mreža partnerstava drugih renomiranih organizacija i institucija, koje su okupljene na ovom projektu, kako iz Srbije tako i iz inostranstva, takođe svedoči o značaju i relevantnosti pokrenitog programa.

**[Inicijativa za odgovorno poslovanje (Responsible Business Initiative-RBI) je projekat koji teži da podstakne i institucionalizuje koncept društvene odgovornosti preduzeća (corporate social responsibility – CSR) u Srbiji. RBI pokušava da angažuje privatni sektor da se uhvati u koštac sa složenim društvenim izazovima sa kojima se naše društvo danas suočava. Inicijativa podstiče i razvija nove modele međusektorske saradnje da bi otkrila nove*

perspektive za održivi razvoj zajednica, građanskih inicijativa i građanskog društva.

Inicijativni odbor RBI okuplja različite partnere: **Fond za otvoreno društvo**, Srbija; **Privredna Komora Srbije**, Beograd; **Smart Kolektiv**, Beograd; **Balkan Trust for Democracy**, Beograd; **Foreign Investors' Council**, Beograd; **FENS, Federacija NVO Srbije**; **Svetska Banka**, Srbija; **Agencija za promociju izvoza i stranih ulaganja (SIEPA)**, Beograd); **UNDP** Beograd; **BCIF**, Beograd; **CSR Europe**, Brisel; Prince of Wales **International Business Leaders Forum**, UK; **B92**, Beograd; **Medija Centar**, Beograd; **Strategic Mareting**, Beograd; **USAID**(projekat **MEGA**); **Ambasadori životne sredine**,Beograd; **Integra Partner**, Beograd; **OECD**, Srbija; **Responsible Business Forum**, Poljska; **Pontis Foundation**, Bratislava; **IRI** / International Republican Institute, Beograd; **British Council**; **Business in the Community**, UK.

Inicijatori projekta:

Fond za otvoreno društvo, SMart Kolektiv i Privredna Komora Srbije .

Projekat su podržali:

Freedom House, Balkan Trust for Democracy i IRI Srbija.]

ODNOS POSLOVNOG I NVO SEKTORA U SRBIJI

Zdravo, balansirano i produktivno društvo podrazumeva da svaki od sektora (javni, privatni i civilni), ispunjavajući svoje osnovne funkcije i dajući različite doprinose, ima svoje trajno mesto i jasno definisanu ulogu u izgradnji takvog društva. Ni jedan od sektora nema odgovore na sva pitanja, kontroverze i nedoumice savremenog društva (pogotovu ako je ono još i u tranziciji), niti ima dovoljno moći i mogućnosti, dovoljno raznovrsnih sredstava, resursa, nadležnost, potrebnih znanja i veština da se samostalno prihvati odgovornosti za celokupni razvoj zajednice, pa potreba za profesionalnom saradnjom postaje tim više očigledna...

U moderno koncipiranim društvima privreda (profитni ili privatni sektor) u celini ne može delovati izolovano, bez saradnje, uzajamnosti i višeznačnog i višeslojnog prožimnja sa druga dva sektora.

Na strani biznisa dominira, u glavnom, maglovita predstava o tome čime se bave nevladine organizacije. Mada ponekad prepoznaju civilni sektor kao značajnog činioca u razvoju društva, istovremeno sa radom ovog «značajnog činioca», čak ni u vlastitoj sredini, nisu ni približno upoznati. Saradnja je svedena na veoma sporadične i uglavnom simbolične filantropske priloge, dok se nevladin sektor, zapravo, ni na koji način ne prepoznaje kao moguć partner!

Privatni sektor ne razvija niti poseduje sistemski formulisane (kao ugrađeni deo misije poslovanja) permanentne (u smislu otvorenog procesa) i

strateški, dugoročno postavljenje odnose prema socijalnim temama i drugim sektorima u društvu. Budući da su veze privatnog/profitnog i neprofitnog (civilnog/nvo) sektora, može se reći, izraženo slabe, dešava se da biznis, čak i kada to želi, ne zna kako da se strateški posveti gradjenju veza i zdravih odnosa sa drugim sektorima, i kako da na najefektivniji način preuzme odgovornost prema društvu i lokalnoj zajednici.

S druge strane ni nevladin sektor, mada je, svestan razvojnih potencijala koji ovo partnerstvo nosi, načelno spremniji partner za saradnju, ne gleda, sistemski i strateški, na biznis u novoj (i neophodnoj) vizuri u kojoj se privatni sektor iz kategorije sponzora i filantropa pomera više ka kategoriji socijalnog partnera, koji treba da ima i inicijativu i novospoznani interes da sklapa drugačija i dugoročnija partnerstva van svog ustaljenog kruga.

Budući da mnogi strani donatori planiraju da smanje ili u potpunosti prekinu programe finansijske pomoći u narednim godinama, dok, istovremeno, država ne uspeva da ustanovi stabilnu proceduru finansiranja aktivnosti trećeg sektora, nvo sektor je suočen sa teškim, odlučujućim izazovima i ozbiljnim temama daljeg opstanka i održivog razvoja. Traganje za novim (i nalaženje novih) i različitim modela finansiranja i samofinansiranja, na taj način, dakle, postaje glavno pitanje za neprofitni sektor. Istovremeno dobar deo nvo sektora, danas u Srbiji, malodušno postaje (nerealno i sanjalački malodušno), ne

nalazeći prave odgovore na najkрупnije probleme sa kojima su suočeni: dominantno negativan javni ugled i mali uticaj, nedovoljan ili nestabilan izvor finansiranja, nedostatak odgovarajućeg zakonskog okvira, nedostatak samosvesti i samouvernosti. Otuda, kao trajni zadatak ostaje dugoročno i strateško jačanje trećeg sektora implementacijom novih modela finansiranja i samofinansiranja, čija uspešnost bi u mnogome olakšala suočavanje sa ostalim pobrojanim teškoćama.

Sadašnje stanje u Srbiji karakteriše međusobno nepoznavanje (i uzajamno neprepoznavanje) biznis sektora i neprofitnog (civilnog/nvo) sektora i krajnje pojednostavljeno gledanje jednih na druge. Sumirajući rezultate više različitih istraživanja, koja su se, na bilo koji način doticali pitanja prepoznavanja, saradnje i partnerstva ova dva sektora, izdvaja se kao uočljiv zaključak, da do te saradnje dolazi tek sporadično i da je njen obim gotovo zanemarljiv. Istovremeno to je ohrabrujuće, i jedan i drugi sektor prepoznaju potrebu bližeg povezivanja i vide prostor za trajno, strateško i novo partnerstvo. Sve je češće prisutna svest u privatnom/poslovnom sektoru da onaj koji računa na dugoročno stabilno i razvijeno okruženje, kao preduslove dugoročno uspešne privredne aktivnosti i razvoja, mora prihvatiti odgovornost za okolinu i njen održivi razvoj, za stvaranje stabilnih i podsticajnih uslova za vlastitu delatnost, da mora aktivno participirati u izgradnji stabilnog i modernog društva između ostalog i kroz razvijanje i snaženje civilnog sektora.

U većini slučajeva, gledano istorijski, odnosi civilnog sektora i biznisa uspostavljeni su, prilikom i «posredstvom» nekog konflikta, krize ili katastrofe.

U različitim oblastima i geografskim okolnostima, ovo pitanje saradnje biznisa i NVO-a, u poslednje vreme, počinje da se menja sa pojavom i formalnog partnerstva za održivi razvoj, ova dva dugo «suprostavljena» i uzajamno ne prepoznata socijalna aktera. Sklapajući strateška partnerstva sva tri sektora mogu dati suštinski doprinos stvaranju temeljnih i trajnih uslova za samoodrživi razvoj lokalnih zajednica i civilnog društva u Srbiji.

ISTRAŽIVANJE: SARADNJA POSLOVNOG I NVO SEKTORA U SRBIJI

METODOLOGIJA

Izvor podataka:

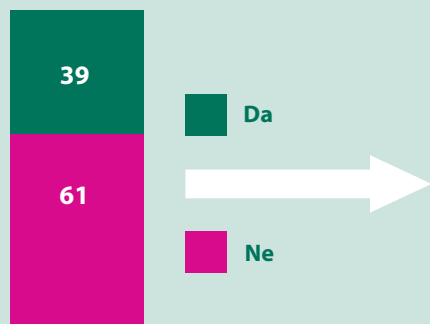
- Intervjui sa predstavnicima poslovnog sektora (Ukupno 49: 20 intervjuja sa predstavnicima domaćih kompanija i 29 intervjuja sa predstavnicima međunarodnih kompanija) i predstavnicima NVO sektora (15 intervjuja) (Projekat: Društveno odgovorno poslovanje u Srbiji, Smart Kolektiv, januar – jun 2005)
- Intervjui sa deset predstavnika poslovnog sektora (Projekat: Filantropija u Srbiji, BCIF, maj 2004)
- Intervjui sa 516 NVO (Projekat: NVO sektor u Srbiji, Gradjanske Inicijative, decembar 2004 - januar 2005)

U celini gledano, odnosi poslovnog sektora i NVO u Srbiji, kako po učestalosti, tako i po kvalitetu, jesu u početnoj fazi. Na postojećem nivou, ovi odnosi se pre mogu definisati kao uzajamna pomoć u realizaciji nezavisnih ciljeva, nego kao partnerska saradnja na zajedničkim projektima. Saradnja NVO i poslovnog sektora uglavnom se svodi na povremenu i nesistematsku finansijsku podršku poslovnog sektora projektima NVO, a znatno redje i u konsultantskim uslugama NVO poslovnom sektoru. Sa druge strane, međutim, potencijal za saradnju je očigledan i znatno veći od mere u kojoj se realizuje u sadašnjem trenutku.

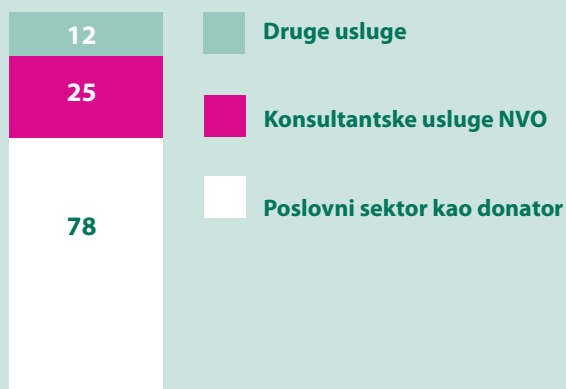
NVO O SARADNJI SA POSLOVNIM SEKTOROM

Većina aktivnih NVO u Srbiji (61% od 516 NVO intervjuisanih krajem 2004. godine), imala je bar neku saradnju sa poslovnim sektorom, ako se pod saradnjom podrazumeva bilo kakav vid komunikacije, pa i donacije sasvim malog obima (bilo u novcu ili robi). Saradnja se najčešće sastojala u donacijama poslovnog sektora (78%), od kojih je većina (72%) bila mala i sporadična, a veoma retko strateški osmišljena i kontinuirana (6%).

Da li ste do sada saradjivali sa poslovnim sektorom?



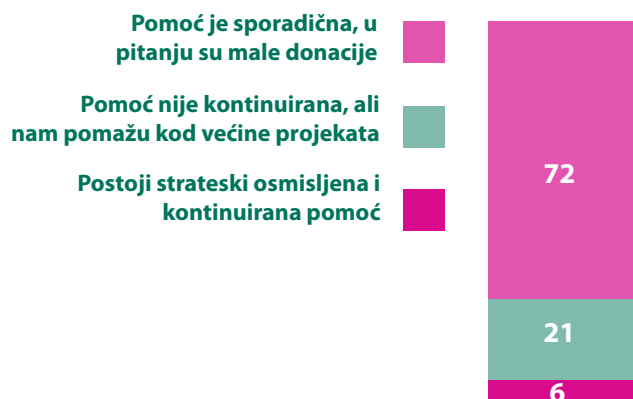
Koje tipove saradnje ste imali sa poslovnim sektorom? - Odgovori NVO koje su primale saradnju sa poslovnim sektorom (61% osnovnog skupa)



U kojim oblastima ste saradjivali? - odgovori 61% NVO koji su saradjivali sa poslovnim sektorom



Kakva je priroda pomoći koju dobijate od poslovnog sektora? - odgovori NVO koje su primale donacije od poslovnog sektora (48% osnovnog skupa)



Zanimljivo je da je svaka četvrta NVO navela da je pružala konsultantske usluge poslovnim sektorom.

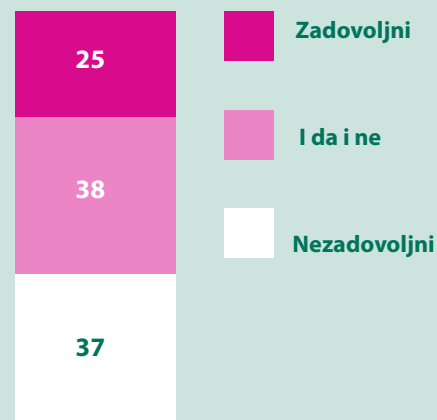
Od NVO koje su imale saradnju sa poslovnim sektorom, tek svaka četvrta je zadovoljna saradnjom, a 37% je sasvim nezadovoljna.

Uprkos pretežnom nezadovoljstvu, NVO razloge za neadekvatnu saradnju pre nalaze u objektivnim uslovima nego u subjektivnim stavovima poslovnog sektora. Većina NVO pokazuje razumevanje za teškoće sa kojima se suočava poslovni sektor, a koje su, po mišljenju većine NVO, glavni razlog što ta saradnja nije i veća i uspešnija. Kao najčešći razlog što saradnja sa poslovnim sektorom nije veća, NVO su u većini slučajeva (preko 60%) navodile teškoće finansijske prirode: nepostojanje poreskih olakšica za pomoć NVO sektoru, ali i finansijske teškoće u poslovanju samih kompanija. Razlog nedovoljne saradnje sa poslovnim sektorom NVO znatno ređe vide u stavovima poslovnog sektora, bilo da je u pitanju nezainteresovanost poslovnog sektora za rad NVO (35%), ili negativan stav prema NVO (25%).

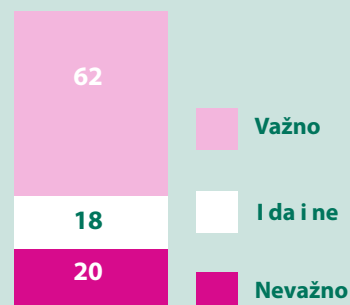
Sa druge strane, međutim, veoma mali broj NVO navelo je sopstveni nedovoljan angažman kao jedan od razloga za malu saradnju sa poslovnim sektorom. Samo 17% NVO kao razlog nedovoljne saradnje navelo je sopstveno neiskustvo u uspostavljanju kontakta sa poslovnim sektorom.

NVO koje do sada nisu imale nikakvu saradnju sa poslovnim sektorom (39%), razloge nalaze i na jednoj i na drugoj strani, iako nešto češće odgovornost prebacuju na nezainteresovanost i nerazumevanje poslovnog sektora. Zanimljivo je da je više od 30 NVO kao razlog za ne saradnju navelo da za takvom saradnjom nije imalo potrebe.

Zadovoljstvo saradnjom - odgovori 61% NVO koji su saradjivali sa poslovnim sektorom



Ocena važnosti saradnje sa poslovnim sektorom



Iako većina NVO, 61%, ocenjuje saradnju između NVO i poslovnog sektora kao važnu, ipak čudi činjenica da blizu 40% NVO nema svest o značaju saradnje sa poslovnim sektorom. Upadljiva je razlika u oceni važnosti saradnje sa poslovnim sektorom između NVO koje su imale saradnju sa poslovnim sektorom i onih koje nisu. Među NVO koje su imale saradnju sa poslovnim sektorom, 71% ocenjuje saradnju sa poslovnim sektorom kao važnu (44% kao veoma važnu i 28% kao važnu), dok među NVO koje nisu imale saradnju, 45% ocenjuje saradnju kao važnu (25% kao veoma važnu i 20% kao važnu). Očigledno je da je svest o značaju saradnje sa poslovnim sektorom značajan pokretač sopstvenog angažmana NVO na uspostavljanju saradnje.

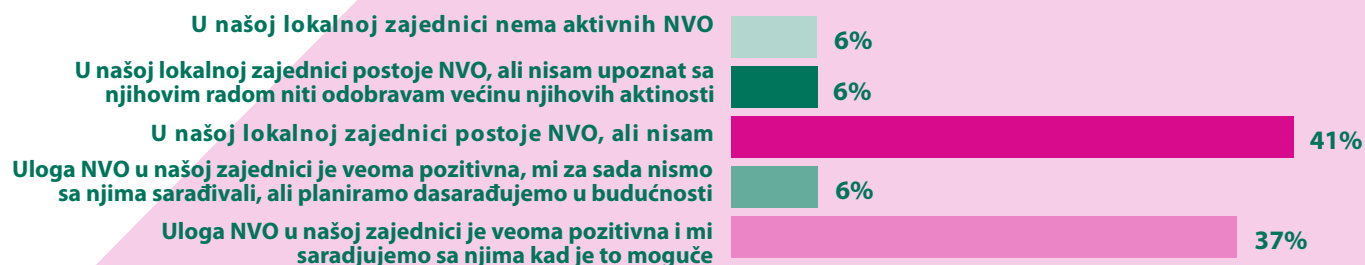
POSLOVNI SEKTOR O SARADNJI SA NVO

Poslovni sektor je uglavnom malo obavešten o radu i ulozi NVO. Informacije o NVO sektoru češće potiču iz medija, nego iz neposrednih izvora ili sopstvenog iskustva. S jedne strane, prema rečima bar nekih predstavnika kompanija, negativni, često senzacionalistički natpisi u medijima stvorili su skepsu među kompanijama prema NVO sektoru. S druge strane, mediji retko izveštavaju o aktivnostima ne vladinih organizacija, pa veliki broj kompanija i nije svesna čime se sve NVO bave. Najčešće mišljenje među deset kompanija intervjuisanih 2004. godine bilo je da su NVO najaktivnije u oblasti ljudskih prava. Jasan primer potpunog nerazumevanja uloge i rada NVO jesu mišljenja, iako retka, da je NVO sektor svoju najvažniju ulogu već odigrao u vremenu Miloševićevog režima.

U proseku, stav poslovnog sektora prema NVO može se definisati kao „neutralan“, ili „umeren“, a upravo odsustvo informisanosti i sopstvenog iskustva je najverovatnije razlog za odsustvo čvršće definisanih stavova.

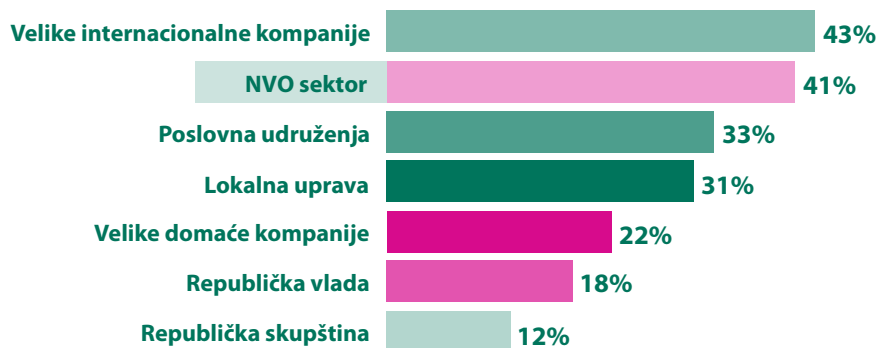
Od 49 velikih kompanija, intervjuisanih u prvoj polovini 2005. godine, samo 18 je izjavilo da je imalo saradnju sa NVO u svojim zajednicama, kad god je to bilo moguće. Blizu polovine kompanija izjavilo je da čak nije ni upoznato sa radom NVO u njihovoj lokalnoj zajednici, iako većina od njih smatra da je rad NVO značajan za društvo.

Ocena saradnje kompanije sa NVO

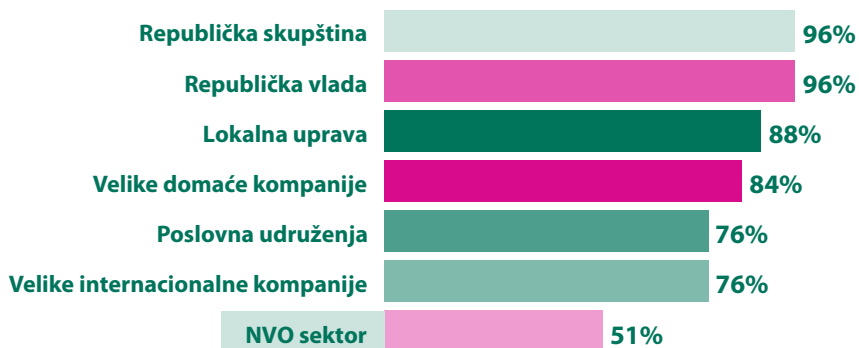


U kontekstu nedovoljne informisanosti o radu NVO, pa i izraženih sumnji u ciljeve njihovog angažmana, gotovo je začudjujuće da se NVO sektor, zajedno sa međunarodnim kompanijama, našao u vrhu liste institucija za koje kompanije veruju da rade za opšte dobro društva. Sa druge strane gledano, međutim, to poverenje izrazilo je manje od polovine kompanija (41%), pa iako visok rang NVO u odnosu na poverenje u druge institucije ohrabruje u pogledu potencijala za saradnju, to ne menja činjenicu da većina kompanija nema poverenja u NVO sektor.

Poverenje da navedene institucije rade u najboljem interesu društva



Ko bi trebalo da bude odgovoran za opšte dobro društva



Poverenje poslovnog sektora u NVO sektor direktno je povezano sa informisanošću o radu NVO. Kao što su stavovi NVO prema značaju saradnje sa poslovnim sektorom bili daleko pozitivniji u slučaju NVO koje su saradnjivale sa poslovnim sektorom, tako su se i stavovi kompanija prema radu NVO znatno razlikovali između kompanija koje su imale saradnju sa NVO i onih koje to nisu. Kompanije koje su saradnjivale sa NVO su u znatno većem procentu imale pozitivan stav prema radu NVO, odnosno izrazile poverenje da NVO rade za opšte dobro društva. Ova činjenica ukazuje kako na značaj upućenosti poslovnog sektora u rad NVO za promenu stavova prema ovom sektoru, tako i da potencijal za veću saradnju sasvim izvesno postoji. S obzirom na malu svest poslovnog sektora o značaju saradnje sa NVO sektorom, kao i veću motivaciju NVO za uspostavljanje saradnje sa poslovnim sektorom, nije nimalo neobično što poslovni sektor očekuje da inicijativa za saradnju potekne od strane NVO.

U pogledu očekivanja odgovornosti za opšte dobro društva, poslovni sektor od nevladinog sektora očekuje daleko manje nego sopstvenog sektora. Tek polovina od 49 intervjuisanih kompanija izrazila je mišljenje da NVO sektor treba da bude odgovoran za opšte dobro društva, dok 84% smatra da odgovornost treba da bude na domaćim kompanijama, a 76% na međunarodnim kompanijama. Podizanje svesti o odgovornosti NVO, odnosno prihvatanje NVO sektora od strane većeg dela poslovnog sektora u „društvo odgovornih“ sigurno bi doprinelo i promenama stavova o značaju uloge NVO pa i većoj spremnosti na saradnju.

NVO, POSLOVNI SEKTOR I DRUŠTVENO ODGOVORNO POSLOVANJE (DOP)

U načelu, postoji saglasnost između poslovnog sektora i NVO sektora kako u opažanju stanja u oblasti društveno odgovornog poslovanja u Srbiji, tako i u pogledu značaja DOP-a za društvo, pa i strategije unapređenja DOP-a.

Oba sektora ocenjuju stanje DOP-a u Srbiji kao veoma loše, i pokazuju, bar načelno, motivaciju za njegovo unapređenje. Unutar oba sektora upadljiva je, međutim, pristrasnost u oceni sopstvene organizacije u odnosu na ocenu opšteg stanja. I NVO kao i kompanije pokazale su jasnu tendenciju da stanje unutar sopstvene organizacije ocene kao veoma dobro, a stanje u sektoru kao veoma loše.

NVO i poslovni sektor razlikuju se u ocenama značaja pojedinih tema DOP-a, posebno ako se ocene značaja posmatraju sa tačke gledišta njihove značajnosti za kompaniju. NVO sektor ima širu tačku gledišta i značaj DOP-a vidi u unapređenju lokalne zajednice uključujući i razvoj civilnog društva, poslovni sektor je više orijentisan na DOP sa tačke gledišta tržišta i svog pozicioniranja na tržištu.

Zanimljivo je da NVO sektor sigurno da se ne koristi dečiji rad po značaju stavlja među prioritetne teme DOP-a, dok kompanije tu temu smatraju manje važnom za sopstveno poslovanje jer uglavnom smatraju da taj problem u Srbiji ne postoji.

Oba sektora, međutim, pojedinim temama pridaju mnogo više značaja nego što se u realnosti njima bave. Na primer, oba sektora prepoznaju zaštitu životne sredine kao jednu od najznačajnijih tema DOP (i jedan i drugi sektor spontano najčešće navode zaštitu životne sredine kao temu DOP), i oba sektora se u realnosti malo bave ovom temom: kompanije tu temu retko uključuju među aktivnosti od značaja za sopstvenu kompaniju (4 od 49 kompanija intervjuisanih u proleće 2005 uvrstilo je očuvanje okoline među tri najznačajnije teme za sopstvenu kompaniju), a samo 5% NVO (26 od 516 intervjuisanih u decembru 2004) navelo je zaštitu životne sredine kao oblast svog rada.

Oba sektora kao glavne aktere društveno odgovornog poslovanja vide lokalnu zajednicu, zaposlene i potrošače, ali po različitom redosledu: NVO najčešće navode lokalnu zajednicu, a kompanije češće navode potrošače i zaposlene.


Oba sektora prepoznaju sebe kao značajne aktere u DOP-u. NVO sektor, međutim, zauzima daleko širu tačku gledišta i smatra da bi stabilnost i napredak lokalne zajednice trebalo da bude osnovni motiv za DOP. Poslovni sektor ima užu tačku gledišta i motiv za DOP pre svega vidi u sopstvenom boljem pozicioniranju na tržištu. Ista razlika u širini pristupa prepoznaje se i u načinu na koji se građani opažaju kao akteri: dok kompanije vide građane kao aktere DOP-a ili kao potrošače ili kao zaposlene, NVO zauzima celovitiju tačku gledišta i opaža građane kao aktere kroz njihovu ulogu (i njihov benefit) u razvoju civilnog društva.

I poslovni sektor i NVO odsustvo svesti o značaju DOP-a vide kao jedan od glavnih problema u njegovom daljem unapređenju, pa tako i edukaciju kao jedan od osnovnih koraka u razvoju DOP-a. Potreba za edukacijom je svakako jedna od najšire prihvaćenih tačaka saglasnosti.

Značajno je što uprkos pristrasnosti u oceni stanja u sopstvenoj organizaciji, bilo da su u pitanju NVO ili poslovni sektor, i NVO kao i poslovni sektor imaju svest o potrebi za edukacijom i unutar sopstvenih sektora.

Sa druge strane, međjutim, pitanje odgovornosti, odnosno inicijative, kako sa tačke gledišta opštih stavova, tako i sa operativne tačke gledišta (ko šta treba da uradi, čiji je to posao, ko treba da preuzme inicijativu) veoma je konfuzno. Postoji jasna sklonost prebacivanja odgovornosti i očekivanja da inicijativa bude na nekom drugom. Već sama činjenica da većina organizacija sebe ocenjuje daleko bolje nego što ocenjuje opšte stanje, ili stanje u drugim organizacijama jasno ukazuje na stav „ja činim sve, drugi ne rade dovoljno“. Moguće je da je i to razlog što se oba sektora slažu da DOP ne bi trebalo prepustiti dobroj volji, već ga regulisati zakonom.

Poslovni sektor pokazuje daleko više spremnosti da odgovori na konkretne ciljeve i zadatke vezane za opšte dobro društva, nego da bude inicijator tih zadataka. Inicijativa za zakonsku regulativu očekuje se od države, a inici-



jativa za konkretne projekte u lokalnoj zajednici očekuje se od NVO sektora. Budući da veći deo NVO sektora ne samo da prihvata ulogu inicijatora saradnje sa poslovnim sektorom, već i ima snažan motiv u sopstvenoj održivosti, takva saglasnost je dobar osnov za dalji razvoj strategije.

NVO sektor svoju prvenstvenu ulogu upravo i vidi u međusektorskom povezivanju i realizaciji edukativnih programa.

Postoji jasna saglasnost da bi međusektorsko povezivanje reflektovalo pozitivan uticaj na širu zajednicu, uključujući i angažman javnosti. Već sama činjenica da su prethodna iskustva u saradnji kod oba sektora uticala na uspostavljanje znatno većeg uzajamnog poverenja govori da je veće međusektorsko povezivanje važan prvi korak ka transformaciji postojećih odnosa „pružanja usluga“ ka odnosu strateških partnera na zajedničkom projektu. U tome oba sektora, i NVO i poslovni sektor, poseban značaj pridaju ulozi medija.

realizacija istraživanja



izveštaj pomogli



U.S. Embassy, Serbia and Montenegro
Democracy Commission Small Grants
Program

za izveštaj korišćena istraživanja

Društveno odgovorno poslovanje u Srbiji, januar/jun 2005.



NVO sektor u Srbiji, decembar 2004/ januar 2005.



Filantropija u Srbiji, maj 2004.



Izdaje Smart Kolektiv

Kursulina 14, 11000 Beograd

tel/fax +381 11 3087096; 3087097 mailto: office@smarkolektiv.org www.smarkolektiv.org