Strategija društveno odgovornog poslovanja

CRH Srbija

Sadržaj

1 UVOD 1

1.1 Svrha i obuhvat dokumenta 1
1.2 Vizija 1
1.3 Principi Strategije 2
1.4 Metodologija 2

2 SITUACIONA ANALIZA 3

2.1 Globalne tendencije u društveno odgovornom poslovanju 3
2.2 Tendencije u društveno odgovornom poslovanju u Srbiji 4
2.3 Globalne tendencije u društveno odgovornom poslovanju u industriji građevinskih materijala 5
2.4 Tendencije u društveno odgovornom poslovanju u industriji građevinskih materijala u Srbiji 5

3 ANALIZA ZAINTERESOVANIH STRANA 6

3.1 Identifikacija i uključivanje zainteresovanih strana 6
3.2 Zainteresovane strane kompanije CRH Srbija 7
3.3 Stavovi, potrebe i očekivanja zainteresovanih strana 8

4 STRUKTURA REVIDIRANE STRATEGIJE DRUŠTVENO ODGOVORNOG POSLOVANJA 9

5 STRATEŠKE INICIJATIVE 10

5.1 LOKALNA EKONOMIJA za održivi razvoj 10
5.2 ZAJEDNICA za održivi razvoj 12
5.3 ŽIVOTNA SREDINA za održivi razvoj 14

6 KANALI KOMUNIKACIJE SA ZAINTERESOVANIM STRANAMA 15

7 PROGRAM VOLONTIRANJA ZAPOSLENIH 16

1. Uvod

1.1 Svrha i obuhvat dokumenta

Strategija društveno odgovornog poslovanja kompanije CRH Srbija je krovni dokument koji obuhvata sve aspekte poslovanja, i definiše oblasti angažovanja, njihov teritorijalni fokus, mehanizme podrške, indikatore za praćenje njihove uspešnosti i kanale komunikacije sa zainteresovanim stranama. Strategija takođe donosi pregled koraka koji su preduzeti prilikom definisanja svih ovih elemenata.

Strategija je bazirana na reviziji Strategije društveno odgovornog poslovanja izrađene 2008. godine u saradnji sa Smart kolektivom, kao i na interno ažuriranoj Strategiji iz 2015. godine. Revizija je bila neophodna, radi usklađivanja sa izmenjenim internim (poslovni ciljevi, CSR prioriteti kompanije CRH, odnosno sa sledećim politikama: Socijalna politika CRH, CRH Politika humanitarnih donacija i angažovanja u zajednici i CRH Komunikaciona politika) i eksternim (aktuelne potrebe u lokalnim zajednicama - Popovac, Paraćin i Beograd) kontekstom, kako bi se zadržao i unapredio nivo efikasnosti angažovanja kompanije u lokalnoj zajednici.

Proces revizije obuhvatio je:

- **Redefinisanje oblasti angažovanja kompanije u lokalnoj zajednici**
- **Identifikaciju optimalnih instrumenata podrške lokalnoj zajednici**
- **Evaluaciju kanala komunikacije sa zainteresovanim stranama, i identifikaciju mogućih unapređenja**

Adekvatno redefinisana Strategija društveno odgovornog poslovanja kompaniji omogućava:

- **Koordinisano upravljanje procesima koji su u nadležnosti različitih organizacionih jedinica**
- **Postizanje merljivih rezultata**
- **Praćenje i izveštavanje o učincima u oblasti društveno odgovornog poslovanja**
- **Jačanje dobre reputacije u poslovnom sektoru i opštoj javnosti**

1.2 Vizija

Naša želja je da temelje za buduće generacije gradimo zajedno sa lokalnom zajednicom u kojoj poslujemo, pri tome promovišući i unapređujući zaštitu i očuvanje životne okoline, poboljšanje kvaliteta života zajednice u kojoj poslujemo, kao i inkluziju i različitost.

Šest osnovnih stubova (prioriteta) održivog razvoja i društveno odgovornog poslovanja na koje se oslanja CRH kompanija su:

- *Integritet u poslovanju* – Podrazumeva da je kompanija CRH posvećena održivom, odgovornom i etičkom poslovanju, kako sa klijentima, dobavljačima, poslovnim partnerima, lokalnom vladom i zajednicama, tako i sa akcionarima i zaposlenima, pri čemu gradi trajne odnose koji se zasnivaju na poverenju i ključnim vrednostima: integritetu, iskrenosti i poštovanju zakona.
- *Zdravlje i bezbednost na radu* – Primarna obaveza naše kompanije je zaštita zdravlja i bezbednosti ljudi koji dolaze na posao ili posećuju naše lokacije. Sebi smo postavili zahtevan cilj – nula smrtnih povreda i nezgoda na radu. Poštujemo, kao minimum, sve zakone koji se primenjuju u oblasti zdravlja i bezbednosti na radu i stalno unapređujemo naš sistem zaštite zadravlja i bezbednosti. Zahtevamo od naših zaposlenih i izvođača da poštuju naša uputstva za zaštitu zadravlja i bezbednosti na radu. Obezbeđujemo bezbedna i zdrava radna mesta za sve naše zaposlene i izvođače, kupce i posetioce na našim lokacijama. Tražimo od svih zaposlenih i izvođača da rad obavljaju na bezbedan način, u skladu sa propisima.
- *Inovativna rešenja za kupce* – Naše kupce cenimo kao učesnike u poslovanju koji doprinose uspehu naše grupe na najrazličitije načine. Mi se zauzvrat trudimo da u našim odnosima sa njima budemo iskreni i da nikada ne pribegavamo nepoštenim postupcima. Čvrstog smo uverenja da samo odnos koji je izgrađen na poverenju i integritetu može da potraje i bude u korist svih. Sa kupcima, dobavljačima i poslovnim partnerima gradimo i održavamo poslovne odnose koji su zasnovani na poštenju, iskrenosti i poverenju. Posvećeni smo snabdevanju proizvodima i pružanju usluga u skladu sa svim zakonima koji se primenjuju u oblasti zaštite zdravlja, bezbednosti i zahteva u vezi sa proizvodima.

- *Zaštita životne sredine* – Pažnja naše kompanije konstantno je usmerena na dostizanje svih standarda u upravljanju i kontroli životne sredine, kao i na proaktivno traženje odgovora na izazove koje nam klimatske promene donose. U našem poslovanju koristimo sveobuhvatne programe za poboljšanje energetske efikasnosti, povećanje upotrebe alternativnih goriva, smanjenje emisija, optimizaciju korišćenja vode, smanjenje otpada i povećanje reciklaže.
- *Razvoj i osnaživanje zaposlenih* – Poštujemo ljudska i radna prava, i zato svim našim zaposlenima pružamo jednake mogućnosti na osnovu njihovih sposobnosti, uzimajući pri tom u obzir njihovu različitost i vodeći računa o pravičnom nagrađivanju. Naša kompanija podržava slobodu udruživanja i priznaje prava na kolektivno pregovaranje.
- *Saradnjom i angažovanjem do održivosti* - Kompanija CRH je postavila održivost u središte svoje strategije i poslovnog modela i posvećena je održivom, odgovornom i etičkom upravljanju svim aspektima poslovanja koji se odnose na sve zainteresovane strane. Kompanija koja poštuje principe održivog razvoja i društveno odgovornog poslovanja utiče na poboljšanje kvaliteta života u zajednicama u kojima posluje, generišući poslovne vrednosti i brinući o potrebama društva u isto vreme. Posvećenost naše kompanije održivom razvoju i društveno odgovornom poslovanju ogleda se u Strategiji društveno odgovornog poslovanja kompanije CRH (Srbija) d.o.o. Obavezali smo se da radimo sa svim našim strateškim partnerima na izgradnji i održavanju odnosa međusobnog poštovanja i poverenja. Naš cilj je da doprinesemo poboljšanju kvaliteta života naših ključnih javnosti: zaposlenih, njihovih porodica, kupaca, dobavljača, poslovnih partnera i zajednica u blizini naših postrojenja. Svi oni doprinose našem poslovanju. Tri ključne oblasti angažovanja kompanije CRH Srbija su: održiva sredina, održiva lokalna ekonomija i održiva zajednica.

1.3 Principi Strategije

Strategija društveno odgovornog poslovanja kompanije CRH Srbija postavljena je na sledećim principima:

Lokalni uticaj – S obzirom da pojam društveno odgovornog poslovanja podrazumeva preuzimanje odgovornosti kompanije za uticaje koje ostvaruje, Strategija je fokusirana na lokalne zajednice u kojima kompanija CRH Srbija, kao vodeći privredni subjekt, ima najveći uticaj na društvo i ekonomiju.

Integrativni pristup – Strategija je postavljena tako da se oslanja na već postojeće mehanizme i izgrađene sisteme upravljanja i poslovanja u kompaniji, kao i na mehanizme i rezultate postignute uspešnom primenom prethodnih verzija Strategije. Ovakav pristup omogućava bolju iskorišćenost postojećih resursa u odnosu na kreiranje novih struktura, koje bi predstavljalo zahtevan i neefikasan proces.

Partnerstva i umrežavanje – Imajući u vidu vodeću ulogu kompanije CRH Srbija u oblastima u kojima posluje, Strategija podrazumeva mobilizaciju resursa u zajednici, kroz partnerstvo i umrežavanje sa lokalno relevantnim akterima iz svih sektora – poslovnog, javnog i civilnog.

1.4 Methodologija

Prilikom izrade Strategije korišćene su metode desk analize i intervjua.

Desk analiza relevantnih izvora uključivala je analizu:

- Strategije društveno odgovornog poslovanja kompanije (2008. i 2015.)
- Internih politika kompanije CRH
- Izveštaja sa sastanaka sa predstavnicima lokalne zajednice (CAP i SES)
- Drugih internih i eksternih komunikacijskih materijala kompanije
- Stručnih tekstova i analiza CSR trendova u Srbiji i svetu
- Izveštaja o društveno odgovornom poslovanju (ili sličnih dostupnih materijala) vodećih kompanija iz građevinske industrije na globalnom i lokalnom nivou
- CRH globalnog Izveštaja o održivom razvoju

Analizom relevantnih dokumenata, metod desk analize omogućava dubinski uvid u postojeće stanje u datoj oblasti (situaciona analiza) i predstavlja preduslov i pripremu za efektivne i efikasne intervjue sa zainteresovanim stranama.

Intervjui, u formi sastanaka, održani su sa predstavnicima relevantnih organizacionih jedinica kompanije, kako bi se dobile informacije u vezi sa temama i oblastima obuhvaćenih Strategijom, kao i u vezi sa operativnim planovima u aspektima koji su povezani sa njihovom pozicijom ili sektorom u kojem rade. Održano je ukupno 6 sastanaka sa predstavnicima sledećih funkcija: generalni menadžment, ljudski resursi, prodaja, održavanje i komunikacije. Devet intervjua

održano je sa predstavnicima eksternih zainteresovanih strana iz svih grupa – poslovna udruženja, kupci, lokalna samouprava, lokalni civilni sektor, lokalne ustanove (detaljna lista intervjua dostupna je u odeljku „Analiza zainteresovanih strana“). Metod polustruktuiranog intervjua, koji je ovom prilikom korišćen, omogućava uvid u stavove ispitanika o svim relevantnim, unapred definisanim pitanjima, ali i pruža dovoljno prostora za fleksibilnost i uvođenje potencijalnih novih tema od značaja za sagovornika.

Metod fokus grupe, iako nije direktno korišćen tokom izrade Strategije, uključen je u proces njenog razvoja kroz redovne procese CAP i SES koje kompanija CRH Srbija sprovodi svake godine. Izveštaji sa ovih fokus grupa korišćeni su prilikom identifikacije relevantnih tema i potencijalnih aktivnosti. Metod fokus grupe omogućava detaljniji, uporedni uvid u stavove ispitanika o unapred okvirno definisanim temama, kroz formu facilitirane diskusije.

Revizija Strategije društveno odgovornog poslovanja sprovedena je kroz sledeće korake:

- **Analiza rezultata postignutih primenom dosadašnje Strategije društveno odgovornog poslovanja kompanije**
- **Analiza relevantnih lokalnih politika, strategija, i relevantnih internih dokumenata kompanije**
- **Situaciona analiza – pregled stanja i trendova u oblasti društveno odgovornog poslovanja, sa posebnim osvrtom na situaciju u Srbiji, kao i na globalne tendencije u građevinskoj industriji**
- **Analiza stavova zainteresovanih strana (stejkholdera) kompanije**
- **Izrada redefinisanog okvira društveno odgovornog poslovanja kompanije, uz uključivanje povratnih informacija internog tima zaduženog za Strategiju**

Na osnovu sprovedenih koraka, definisane su oblasti angažovanja kompanije u lokalnoj zajednici, instrumenti podrške i odgovarajući kanali komunikacije sa zainteresovanim stranama.

2. Situaciona analiza

Situaciona analiza sprovedena je metodom desk analize sledećih dokumenata:

- Strategija društveno odgovornog poslovanja (2008. i 2015.)
- Interne politike kompanije CRH (Etički kodeks, Kodeks za dobavljače, Posvećenost ljudskim pravima)
- Izveštaji sa sastanaka sa predstavnicima lokalne zajednice (CAP i SES)
- Drugi interni i eksterni komunikacijski materijali kompanije
- Stručni tekstovi i analize CSR trendova u Srbiji i svetu
- Izveštaji o društveno odgovornom poslovanju (ili slični dostupni materijali) vodećih kompanija iz građevinske industrije na globalnom i lokalnom nivou
- CRH globalni Izveštaj o održivom razvoju

Ključni nalazi situacione analize predstavljaju okvir u kome je postavljena Strategija društveno odgovornog poslovanja kompanije CRH Srbija. Situaciona analiza obuhvata četiri aspekta neophodna za razumevanje globalnog, lokalnog i sektorskog CSR konteksta: globalne tendencije u društveno odgovornom poslovanju, tendencije u društveno odgovornom poslovanju u Srbiji, globalne tendencije u društveno odgovornom poslovanju u industriji građevinskih materijala i tendencije u društveno odgovornom poslovanju u industriji građevinskih materijala u Srbiji.

2.1 Globalne tendencije u društveno odgovornom poslovanju

Ključni nalazi:

- **Strateški pristup CSR-u postao je podrazumevana poslovna praksa svih većih kompanija**
- **Kompanije koje su CSR lideri prepoznaju važnost svog uticaja i motivišu druge aktere – kompanije, institucije, građane na zajedničke akcije**
- **Ciljevi održivosti kompanija usaglašavaju se sa lokalnim, regionalnim i globalnim agendama (npr. UN Ciljevima održivog razvoja)**
- **U toku je ubrzana tranzicija od tradicionalne ka cirkularnoj ekonomiji**

Proces redefinisanja ključnih načela poslovanja na globalnom, ali i na lokalnom nivou, ide u pravcu sve većeg uzimanja u obzir složenog međuodnosa između kompanija i društva, te strateškog upravljanja uticajima koje kompanija ima na svoju okolinu, ali i otvorenosti za povratne informacije koje daju njene zainteresovane strane. Rastuća očekivanja zaintersovanih strana, ali i brojne mogućnosti za unapređivanje poslovanja glavni su motivi zbog kojih se kompanije širom sveta okreću društveno odgovornom poslovanju, kao poslovnoj filozofiji koja podrazumeva težnju ka minimizovanju negativnih i maksimizovanju pozitivnih uticaja koje kompanija ima na društvo. Kao nikada

do sada, investitori i kreditori osim finansijskih u obzir uzimaju i nefinansijske elemente pristupa poslovanju, ukorenjenost odgovornih praksi predstavlja važan preduslov lojalnosti zaposlenih, ali i relevantan kriterijum pri odabiru budućeg poslodavca, dok kupci i klijenti zahtevaju dodatne informacije o položaju ljudi u proizvodnim pogonima fabrika, poreklu materijala, proizvodnim procesima i maržama, preteći bojkotom proizvoda. Optimizacija poslovnih procesa, uvećanje profita i bolja reputacija samo su neke od prednosti koje posvećenost društveno odgovornom poslovanju donosi.

Novi ekonomski model podrazumeva aktivizam kompanija u rešavanju gorućih društvenih problema, uz prepoznavanje brojnih benefita koje sa sobom nosi aktivna saradnja sa predstavnicima ostala dva sektora, javnog i civilnog. Društveno odgovorne kompanije sve češće su inicijatori i/ili nosioci platformi javnog zagovaranja u vezi sa temama na koje njihovo poslovanje ima uticaj, ili koje utiču na njihovo poslovanje, pozivajući druge aktere iz poslovnog sektora, strukovna udruženja, organizacije civilnog društva da im se pridruže, i nudeći im mogućnosti za uključivanje i zajedničku akciju.

Sve važniju ulogu u oblikovanju CSR tendencija imaju i nadnacionalni subjekti, čiji zahtevi mogu biti obavezujući – kao što je Direktiva Evropske Unije o objavljivanju nefinansijskih izveštaja za sve kompanije koje imaju preko 500 zaposlenih, ili predstavljati globalne inicijative kojima se pristupa na dobrovoljnoj bazi – kao što je Agenda za održivi razvoj do 2030. Ujedinjenih Nacija.

Pojmove društveno odgovornog poslovanja i održivosti sve više zamenjuje debata o potrebi prelaska na tzv. cirkularni model ekonomije, koji podrazumeva nov način dizajniranja proizvoda tako da oni i materijali od kojih su izrađeni trajno ostaju u upotrebi, smanjujući tako količinu otpada i zagađenja, i eliminišući generisanje novog otpada. Pored uticaja na životnu sredinu, cirkularna ekonomija donosi i značajne socijalne benefite, kao što je smanjenje društvene nejednakosti. Imajući u vidu složenost aktuelnih globalnih socio-ekonomskih i ekoloških izazova, potpuni prelazak sa tradicionalnog ili „linearnog“ modela ekonomije na cirkularni model, smatra se jedinim sveobuhvatnim i održivim rešenjem, te se očekuje da će se tranzicija ka cirkularnoj ekonomiji u narednom periodu ubrzavati, između ostalog i kroz podsticajne mere nadnacionalnih tela, vlada i investitora.

2.2 Tendencije u društveno odgovornom poslovanju u Srbiji

Ključni nalazi:

- **Porast svesti o značaju CSR-a i njegovom povezivanju sa osnovnom delatnošću kompanije**
- **Nefinansijsko izveštavanje sve aktuelnija tema**
- **Stalni porast ulaganja vodećih kompanija u zajednicu**
- **Sve rasprostranjenija praksa uključivanja zaposlenih u CSR aktivnosti, posebno kroz volontiranje**

Među vodećim kompanijama u Srbiji svest o značaju društveno odgovornog poslovanja na sve je naprednijem nivou, dok se CSR prakse sve više povezuju sa osnovnim delatnostima kompanija, najavljujući fazu u kojoj će društveno odgovoran pristup poslovanju postati njegov nezaobilazni element. Na stručnim skupovima i sastancima kompanija posvećenim ovoj temi pokreću se nova pitanja za diskusiju, gde kompanije-lideri aktivno promišljaju svoje dosadašnje aktivnosti, dok se sve veći broj njih odlučuje da na strateški način pristupi daljem razvijanju ove oblasti i uspostavljanju važnih partnerstava kako unutar poslovnog sektora, tako i van njega, u zajednicama u kojima posluju. Takođe, informisanost zainteresovanih strana o aktivnostima kompanije je u porastu, pre svega zbog sve zastupljenije prakse objavljivanja nefinansijskih izveštaja i širenja pozitivnih iskustava kompanija koje su uspešno započele ovu praksu.

O razvoju i sve većoj zastupljenosti društveno odgovornog poslovanja svedoči i tendencija stalnog porasta ulaganja kompanija u razvoj društveno odgovornih aktivnosti. Prema podacima iz Godišnjeg upitnika o društveno odgovornom poslovanju, koji sprovodi Forum za odgovorno poslovanje - vodeća mreža kompanija koje doprinose razvoju zajednice, investicije u aktivnosti društveno odgovornog poslovanja uvećane su dva i po puta u periodu od 2012. do 2017. godine. Osim toga, u porastu je broj projekata korporativnog volontiranja koje predstavlja sve češći oblik davanja podrške zajednici (uključujući i doprinos stručnim znanjem i veštinama), dok su u poređenju sa periodom od pre pet godina, kompanije uložile tri puta više resursa u zaštitu životne sredine i reciklirale sedam puta veću količinu različitih materijala.

Prema istom istraživanju, čak 88 procenata ispitanih kompanija izrazilo je svoje opredeljenje da doprinese ostvarivanju Ciljeva održivog razvoja, dok je gotovo dve trećine kompanija već preduzelo neke akcije usmerene ka njihovom ostvarivanju. Kada je reč o pomenutim ciljevima, u fokusu ispitanih kompanija su: obezbeđivanje inkluzivnog i kvalitetnog obrazovanja, uz promovisanje mogućnosti celoživotnog učenja (Cilj 4), zdrav život i blagostanje ljudi svih generacija (Cilj 3), promocija inkluzivnog i održivog ekonomskog rasta, zaposlenosti i dostojanstvenog rada za sve (Cilj 8), kao i postizanje rodne ravnopravnosti i osnaživanje svih žena i devojčica (Cilj 5).

2.3 Globalne tendencije u društveno odgovornom poslovanju u industriji građevinskih materijala

Ključni nalazi:

- **Prioritetne teme u industriji, očekivano, pripadaju oblastima na koje industrija ima najveći uticaj: bezbednost i zdravlje na radu i zaštita životne sredine**
- **Socijalni i ekološki uticaji razmatraju se na nivou celog životnog ciklusa proizvoda**
- **Iniciranje međusektorskih partnerstava i platformi posvećenih prioritetnim temama**

Za industriju građevinskih materijala karakteristično je prisustvo velikoga broja manjih, lokalnih kompanija na tržištu. S tim u vezi, uočeno je da su društveno odgovorne prakse direktno povezane sa globalnim tržišnim prisustvom, odnosno da njihov kvalitet i širina opadaju sa smanjenjem udela na globalnom tržištu.

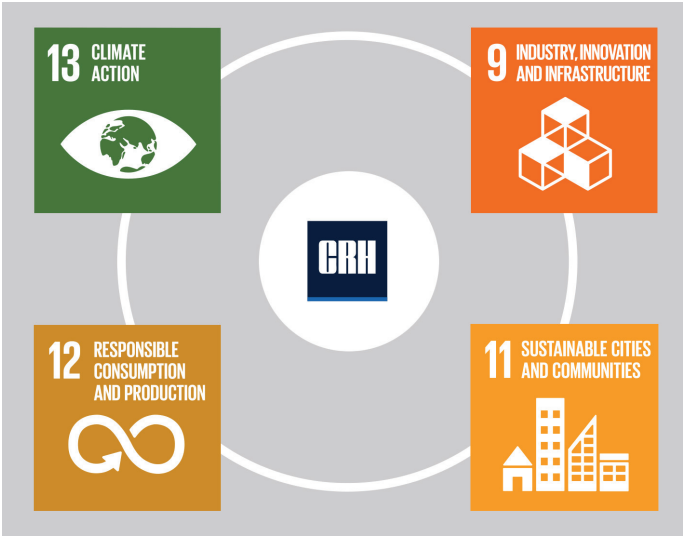
S obzirom na prirodu sektora, koji podrazumeva visoke bezbednosne i zdravstvene rizike, kao i intenzivno trošenje prirodnih resursa, pitanja bezbednosti i zdravlja na radu i zaštite životne sredine su u apsolutnom fokusu globalnih kompanija posvećenih društvenoj odgovornosti i globalnih sektorskih udruženja. Ista pitanja izazivaju i najveću pažnju i zabrinutost zainteresovanih strana, potvrđujući njihovu izrazitu relevantnost za sektor građevinskih materijala. Najzastupljenije teme u oblasti zaštite životne sredine su smanjenje emisija, alternativni i obnovljivi izvori energije, briga o biodiverzitetu i odgovorno upravljanje vodnim resursima. Pored toga, teme od značaja su anti-korupcija i transparentnost, imajući u vidu upućenost sektora na javne nabavke velike vrednosti.

U kontekstu rastuće aktuelnosti cirkularnog modela ekonomije, socijalni i ekološki uticaji razmatraju se na nivou celog životnog ciklusa proizvoda, sa ciljem uvođenja inovacija u oblastima poput upravljanja lancem dobavljača, upravljanja otpadom (npr. upotreba otpada kao goriva), ulaganja u obnovljive izvore energije, korišćenja ekoloških sirovina i promocije održive gradnje.

Lideri u industriji pokreću međusektorska partnerstva i platforme posvećene temama od primarnog značaja: održivosti u lancu vrednosti, ljudskih prava (bezbednost na radu, inkluzivno stanovanje), zaštite biodiverziteta itd, pozivajući se na globalne ciljeve održivog razvoja Ujedinjenih nacija.

Fokus na lokalne zajednice u kojima kompanija posluje karakterističan je za industriju građevinskih materijala, zbog direktne usmerenosti na lokalne prirodne resurse. Kao najčešće oblasti angažovanja kompanija u lokalnoj zajednici izdvajaju se: obrazovanje, zdravlje, inkluzivno stanovanje, zapošljavanje i podsticanje ekonomske samostalnosti lokalnih zajednica, osnaživanje žena.

Kompanija CRH kao jedan je od lidera održivosti na globalnom nivou, oslanja se na ciljeve održivog razvoja Ujedinjenih nacija, identifikujući kao prioritetne: klimatske akcije, industrijske inovacije i infrastrukturu, odgovornu potrošnju i proizvodnju i najzad, održive gradove i zajednice. Međutim, za kompaniju su takođe važni i sledeći ciljevi: integritet u poslovanju, zdravlje I bezbednost na radu, inovativna rešenja za kupce, zaštita životne sredine, razvoj i osnaživanje zaposlenih, i pokretanje platformi za saradnju u oblasti održivosti.



2.4 Tendencije u društveno odgovornom poslovanju u industriji građevinskih materijala u Srbiji

Ključni nalazi:

- **Kao i na globalnom nivou, obim, kvalitet i strateško usmerenje društveno odgovornih praksi opadaju sa smanjenjem udela kompanije na tržištu**
- **CSR aktivnosti vodećih kompanija usmerene su na lokalne zajednice u kojima se one nalaze**
- **Fokus je na infrastrukturnim projektima, opremanju javnih ustanova, lokalnom ekonomskom razvoju i podršci lokalnim organizacijama**

Strateški pristup društveno odgovornom poslovanju prepoznaje se kod vodećih kompanija u sektoru, dok su kod manjih kompanija CSR aktivnosti sporadične, i najčešće se odnose na filantropiju, a usvajanje standarda dolazi kao odgovor na zahtev velikih partnera na tržištu.

Aktivnosti vodećih kompanija usmerene su na njihove lokalne zajednice, i često definisane sporazumima o saradnji sa lokalnom samoupravom. Pored učešća u izgradnji, rekonstrukciji i opremanju infrastrukturnih objekata (saobraćajnica, zdravstvenih, obrazovnih i drugih lokalnih ustanova), podrška je usmerena i na lokalni ekonomski razvoj, kroz

stvaranje uslova za zapošljavanje – edukaciju mladih i privlačenje investitora (Program za prvo zaposlenje kompanije Titan cementara Kosjerić, Beočin business park kompanije Lafarge Srbija). Česta je podrška sportskim i kulturno-umetničkim manifestacijama, kao i organizacijama iz domena socijalne zaštite, kroz konkurse ili direktnu podršku.

U skladu sa prirodom poslovanja i sektorskim tendencijama na globalnom nivou, vodeće kompanije u Srbiji kao prioritetne teme identifikovale su bezbednost i zdravlje na radu (unapređenje standarda, edukacije zaposlenih, lokalne zajednice i opšte javnosti) i zaštitu životne sredine. Takođe u skladu sa globalnim tendencijama, primarni fokus u oblasti životne sredine je, pored smanjenja direktnih uticaja, na formiranju partnerstava i platformi u koje će biti uključeni partneri iz lokalne zajednice, poslovnog i akademskog sektora, sa ciljem podrške inovacijama i istraživanjima.

3. Analiza zainteresovanih strana

3.1 Identifikacija i uključivanje zainteresovanih strana

Zainteresovane strane (stakeholders) su svi oni pojedinci, grupe i organizacije na koje utiču aktivnosti kompanije ili koji utiču na aktivnosti kompanije. Uključivanje zainteresovanih strana (stakeholder engagement) je od ključne važnosti za društveno odgovorno poslovanje, ali i za dugoročnu održivost i uspeh svake kompanije. Ono podrazumeva da će kompanija kroz odgovarajuće dvosmerne kanale komunikacije identifikovati, razumeti i odgovoriti na pitanja koja su značajna za njene zainteresovane strane. Na taj način, uspostavljaju se mehanizmi odgovornosti i transparentnosti.

Kvalitetno uključivanje zainteresovanih strana mora:

- Imati jasno definisan opseg i cilj
- Biti sastavni deo procesa upravljanja kompanijom
- Imati usaglašen i usvojen proces donošenja odluka
- Biti usmereno na pitanja koja su relevantna za kompaniju i zainteresovane strane
- Stvarati mogućnost za dijalog
- Biti transparentno
- Biti zasnovano na mehanizmima uključivanja koji su zainteresovanim stranama lako dostupni
- Blagovremeno uključivati zainteresovane strane u relevantne procese
- Biti fleksibilno i otvoreno za sugestije zainteresovanih strana.

Zainteresovane strane kompanije CRH Srbija identifikovane su u skladu sa principima međunarodno priznatog standarda AA1000SES (AccountAbility:2015), koji podrazumevaju:

- *Stepen zavisnosti* – direktna ili indirektna zavisnost od aktivnosti kompanije, odnosno aktivnosti zainteresovanih strana prema poslovanju kompanije;
- *Odgovornost* – potencijalna trenutna ili buduća pravna, poslovna, materijalna ili moralna odgovornost kompanije prema zainteresovanim stranama;
- *Nivo intenziteta* – zainteresovane strane koje zahtevaju konstantnu i prioritetnu pažnju;
- *Uticaj* – potencijalni uticaj zainteresovanih strana na donošenje strateških i operativnih odluka u kompaniji;
- *Različite perspektive* – zainteresovane strane čija različita stanovišta mogu dovesti do novih razumevanja situacije i mogućnosti za delovanje.

Osim onih obuhvaćenih navedenim principima, zainteresovane strane mogu biti i oni pojedinci, grupe ili organizacije koje usled propisa, običaja, kulturnog modela ili reputacije mogu biti legitimni zastupnici interesa povezanih sa poslovanjem kompanije, ili zastupnici “zainteresovanih strana koje ne mogu da govore u svoje ime”, kao što su buduće generacije ili životna sredina.

3.2 Zainteresovane strane kompanije CRH Srbija

ZAINTERESOVANA STRANA	PODGRUPA	KANAL KOMUNIKACIJE	PRIORITET (A/B)
ZAPOSLENI	IZVRŠNI ODBOR	ZVANIČNE ODLUKE IO, DAN OTVORENIH VRATA I SASTANCI	A
	MENADŽMENT	SASTANCI I KONSULTACIJE	A
	ZAPOSLENI U PROIZVODNJI	OGLASNE TABLE, INTERNI ČASOPIS, CSR IZVEŠTAJ, OBUKE	A
	ZAPOSLENI U ADMINISTRACIJI	OGLASNE TABLE, INTRANET, INTERNI ČASOPIS, CSR IZVEŠTAJ, OBUKE	A
	SINDIKAT	REDOVNI SASTANCI	A
CRH GRUPA	CENTRALA GRUPE	CSR IZVEŠTAJ, MEJL KOMUNIKACIJA	A
	EUROPE MATERIALS DIVIZIJA	CSR IZVEŠTAJ, SASTANCI PO POTREBI, MEJL KOMUNIKACIJA	A
	ČLANICE GRUPE	CSR IZVEŠTAJ, MEJL KOMUNIKACIJA	B
POSLOVNA ZAJEDNICA	SEKTORSKA POSLOVNA UDRUŽENJA	KONFERENCIJE, DOGAĐAJI, SASTANCI, CSR IZVEŠTAJ, VEB SAJT, DRUŠTVENE MREŽE	A
	POSLOVNA UDRUŽENJA KOJA PROMOVIŠU CSR	KONFERENCIJE, DOGAĐAJI, SASTANCI, CSR IZVEŠTAJ, VEB SAJT, DRUŠTVENE MREŽE	A
	OSTALA POSLOVNA UDRUŽENJA	CSR IZVEŠTAJ, VEB SAJT, DRUŠTVENE MREŽE	B
	PARTNERI	CSR IZVEŠTAJ, SASTANCI, VEB SAJT, DRUŠTVENE MREŽE	A
KUPCI	REGIONALNI, LOKALNI	VEB SAJT, CSR IZVEŠTAJ, DRUŠTVENE MREŽE	A
DOBAVLJAČI	MEĐUNARODNI, REGIONALNI, LOKALNI	VEB SAJT, CSR IZVEŠTAJ, SASTANCI	A
ZAJEDNICA	LOKALNI NIVO	MEDIJI, VEB SAJT, DRUŠTVENE MREŽE, CSR IZVEŠTAJ, SES I CAP SASTANCI	A
	REGIONALNI NIVO	MEDIJI, VEB SAJT, DRUŠTVENE MREŽE, CSR IZVEŠTAJ, SES I CAP SASTANCI	A
	NACIONALNI NIVO	MEDIJI, VEB SAJT, DRUŠTVENE MREŽE,CSR IZVEŠTAJ	B
NEPROFITNE ORGANIZACIJE	PARTNERSKE ORGANIZACIJE	VEB SAJT, DRUŠTVENE MREŽE, CSR IZVEŠTAJ, SES I CAP SASTANCI	A
	ORGANIZACIJE U OBLASTI ŽIVOTNE SREDINE	AMSKV VEB I MOBILNA APLIKACIJA, VEB SAJT, DRUŠTVENE MREŽE, CSR IZVEŠTAJ, SASTANCI	A
	LOKALNE ORGANIZACIJE/ USTANOVE	VEB SAJT, DRUŠTVENE MREŽE, CSR IZVEŠTAJ, SES I CAP SASTANCI	A
	NACIONALNE ORGANIZACIJE	VEB SAJT, DRUŠTVENE MREŽE, CSR IZVEŠTAJ	B
MEDIJI	SPECIJALIZOVANI	INTERVJUI, ČLANCI	A
	NACIONALNI	INTERVJUI, ČLANCI, UPITI, VEB SAJT, DRUŠTVENE MREŽE	B
	LOKALNI	INTERVJUI, ČLANCI, UPITI, VEB SAJT, DRUŠTVENE MREŽE	A
DRŽAVNE INSTITUCIJE	LOKALNA SAMOUPRAVA	SASTANCI, CAP SASTANCI, CSR IZVEŠTAJ	A
	INSTITUCIJE DRŽAVNE UPRAVE	VEB SAJT, STRUČNI SKUPOVI, CSR IZVEŠTAJ	A
	INSTITUCIJE ZADUŽENE ZA OBLAST ŽIVOTNE SREDINE	AMSKV VEB I MOBILNA APLIKACIJA, VEB SAJT, DRUŠTVENE MREŽE, CSR IZVEŠTAJ, SASTANCI	A
	PARTNERI NA PROJEKTIMA	VEB SAJT, CSR IZVEŠTAJ, SASTANCI, MEJL KOMUNIKACIJA	A

3.3 Stavovi, potrebe i očekivanja zainteresovanih strana

Za potrebe izrade Strategije društveno odgovornog poslovanja, stavovi zainteresovanih strana prikupljeni su putem polustruktuiranih intervjua i fokus grupa. Intervjui, u formi sastanaka, održani su sa predstavnicima internih i eksternih zainteresovanih strana. Intervjui sa internim zainteresovanim stranama obuhvatili su relevantne nivoe menadžmenta i sektore kompanije, kako bi se dobile informacije u vezi sa temama i oblastima obuhvaćenim Strategijom, kao i u vezi sa operativnim planovima u datim sektorima. Intervjui sa predstavnicima eksternih zainteresovanih strana obuhvatili su lokalnu samoupravu, lokalne institucije i neprofitne organizacije, poslovna udruženja i kupce.

Cilj intervjua bilo je sticanje uvida u stavove i očekivanja zainteresovanih strana, što je od izuzetne važnosti za kvalitetno identifikovanje relevantnih tema i prioriteta u društveno odgovornom poslovanju. Intervjui su obuhvatili ekonomske, društvene, i teme u vezi sa zaštitom životne sredine koje su u dosadašnjem strateškom pravcu društveno odgovornog poslovanja kompanije prepoznate kao relevantne, uz prostor za uključivanje novih tema na koje bi, prema mišljenju zainteresovanih strana, kompanija CRH trebalo da se fokusira.

Pored zaključaka održanih intervjua, pri analizi su korišćeni i zaključci fokus grupa, koje se održavaju sa predstavnicima lokalne zajednice u okviru redovnog procesa konsultacija sa zainteresovanim stranama – *Stakeholder Engagement Scorecard.*

Najvažniji stavovi internih zainteresovanih strana

- **Zaposleni su zainteresovani da pomognu zajednici, ali potrebno ih je dodatno motivisati da se direktnije uključe u CSR aktivnosti**
- **Ključna tema je obrazovanje, a glavna ciljna grupa deca i mladi**
- **Potrebno je staviti veći akcenat na sprovođenje aktivnosti u lokalnoj zajednici, posebno kroz volontiranje**
- **I pored komunikacije, te sprovođenja aktivnosti usmereni na pomoć stanovnicima Popovca, postoje izolovani incidenti i negativni komentari pojedinih stanovnika na određene pojave**

Najvažniji stavovi eksternih zainteresovanih strana

- **CRH je uspešna kompanija koja dosta ulaže u zajednicu i pomaže lokalni ekonomski razvoj**
- **Otvorenost za komunikaciju i saradnju je veća nego za vreme kompanije Holcim, ali i dalje postoji potreba da se jasnije komuniciraju događaji u kompaniji i njihove implikacije na lokalnu zajednicu**
- **CRH ima kapacitete da ostvari još veći uticaj na lokalni ekonomski razvoj, i to kroz partnerstva sa lokalnom samoupravom i kompanijama na lokalu**
- **CRH bi trebalo da osnaži svoje zaposlene da se intenzivnije uključe u CSR aktivnosti**

PRILOG:
LISTA INTERVJUISANIH ZAINTERESOVANIH STRANA

Interne zainteresovane strane:

- *Roman Menz, Generalni direktor*
- *Aleksandar Milošević, Menadžer komunikacija*
- *Zorica Radovanović, CSR Koordinatorka*
- *Maja Stojiljković, Direktorka za ljudske resurse*
- *Ivan Gagić, Menadžer prodaje cementa*
- *Dejan Veljković, Menadžer održavanja*

Eksterne zainteresovane strane:

1. Lokalna samouprava

- *Saša Paunović, Gradonačelnik Paraćina*

2. Lokalne NVO

- *Nebojša Ratković - Centar za razvoj preduzetništva i inovacija Smart Connections*
- *Vladimir Janković - UNEKOOP*
- *Marija Babić - UG Štit*

3. Lokalne ustanove

- *Dejan Nešić - Tehnološka škola, Paraćin*
- *Dušica Ljubenović - Ekonomska škola, Paraćin*
- *Aljoša Gligorijević - Turistička organizacija opštine Paraćin*

4. Kupci

- *Marina Rakićević, Direktorka nabavke i planiranja - JUB boje*

5. Poslovna udruženja

- *Dejana Milinković, Direktorka - CIS*

Zaključci – uporedna analiza stavova internih i eksternih zainteresovanih strana

Ključne oblasti za dalji razvoj i unapređenje su:

- **Intenzivnije uključivanje zaposlenih u CSR aktivnosti na lokalnom nivou**
- **Liderska uloga CRH, kao mogućnost za okupljanje partnera iz svih sektora oko društveno odgovornih inicijativa na lokalnom i regionalnom nivou**
- **Komunikacija o sprovedenim aktivnostima, na lokalnom i regionalnom nivou**
- **Postoji veliki potencijal i spremnost da CRH Srbija, uz pomoć svojih zaposlenih i eksternih partnera, ostvari još značajniji i dugoročniji uticaj na dobrobit lokalne zajednice.**

Ovakvi zaključci ukazuju na očekivanje zainteresovanih strana da prioriteti kompanije treba da budu usmereni na oblast u kojoj ona ostvaruje najveći uticaj kroz svoje poslovanje – lokalnu zajednicu. Zaposleni su prepoznati kao dragocen resurs koji može dodatno doprineti pozitivnom uticaju kompanije na zajednicu. Takođe je prepoznata liderska uloga CRH i potencijal za okupljanje šireg kruga partnera, što odgovara i globalnim tendencijama u društveno odgovornom poslovanju. Ukupni rezultati analize ukazuju da je CRH Srbija na dobrom putu, i da dosadašnjim strateškim opredeljenjem i aktivnostima u velikoj meri odgovara na očekivanja svojih zainteresovanih strana.

Rezultati analize zainteresovanih strana jedna su od ključnih polaznih tačaka u postavljanju Strategije društveno dogovornog poslovanja, i inkorporirani su u sve korake izrade Strategije.

4. Struktura revidirane Strategije društveno odgovornog poslovanja

Opšti cilj revidirane Strategije društveno odgovornog poslovanja je da obezbedi da kompanija CRH Srbija doprinese povećanju kvaliteta života u zajednicama u kojima posluje, kroz sledeća tri aspekta:

- **Razvoj lokalne ekonomije – podrška lokalnim mikro, malim i srednjim preduzećima; razvoj zapošljivosti; stvaranje podsticajnog okruženja za pokretanje novih biznisa.**
- **Inkluzija i različitost – podrška osetljivim i marginalizovanim grupama, u lokalnoj zajednici i u radnom okruženju.**
- **Zdrava životna sredina – minimizacija negativnih uticaja na životnu sredinu, ulaganje u zaštitu životne sredine, podrška udruženim inicijativama u lokalnoj zajednici.**

Revidirana Strategija društveno odgovornog poslovanja ima sledeće elemente:

- oblasti angažovanja
- teritorijalni fokus
- mehanizmi podrške

Za svaku stratešku inicijativu definisani su *indikatori uspešnosti*. Pored toga, opisani su i odgovarajući *kanali komunikacije*, koji će omogućiti dvosmernu komunikaciju sa zainteresovanim stranama.

OBLASTI ANGAŽOVANJA	TERITORIJALNI FOKUS	MEHANIZMI PODRŠKE*
• LOKALNA EKONOMIJA za održivi razvoj • ZAJEDNICA za održivi razvoj • ŽIVOTNA SREDINA za održivi razvoj	• Popovac • Opština Paraćin • Grad Beograd • Region Što je teritorijalni fokus širi, inicijative su više strateške, dugoročnije, i uključuju kreiranje platforme partnera	• Edukacija • Finansijska podrška • Partnerstva i umrežavanje Svaka inicijativa može da uključuje jedan ili više mehanizama podrške. Takođe, oni mogu, ali ne moraju slediti jedan iz drugog (edukacija→finansijska podrška→partnerstva i umrežavanje).

* *Edukacija* – ovaj mehanizam podrške podrazumeva organizaciju različitih aktivnosti za jačanje kapaciteta (treninga, seminara, radionica) od strane eksterno angažovanih partnera. Mehanizam takođe uključuje i edukacije koje sprovode zaposleni u kompaniji CRH Srbija, u okviru programa volontiranja zaposlenih. U zavisnosti od ciljeva i koncepta svake od inicijativa, edukacije mogu biti usmerene na različite ciljne grupe – decu i mlade, preduzetnike, neprofitne organizacije itd;

Finansijska podrška – ovaj mehanizam podrazumeva donacije u novcu ili proizvodima, kao i ulaganja u lokalnu infrastrukturu;

Partnerstva i umrežavanje – ovaj mehanizam podrazumeva inicijativu kompanije CRH Srbija pri okupljanju partnera iz javnog, poslovnog i neprofitnog sektora, na lokalnom i regionalnom nivou, a sa ciljem zajedničke podrške društvenim i ekološkim projektima. Istaknuta pozicija kompanije CRH Srbija u lokalnoj zajednici predstavlja potencijal za uspešno pokretanje, facilitiranje i koordiniranje ovakvih kolaborativnih platformi.

5. Strateške inicijative

Opisane strateške inicijative predstavljaju okvir za angažovanje kompanije CRH Srbija u lokalnoj zajednici. Inicijative su zasnovane na nalazima situacione analize, inputima internih i eksternih zainteresovanih strana, i evaluaciji učinka dosadašnjih inicijativa kompanije i njihovom objedinjavanju u strateške celine, osmišljene tako da ostvare uticaje na zajednicu, koji su definisani u ciljevima Strategije. Svaka od inicijativa može biti detaljno razvijena u različitim pravcima, u odnosu na potrebe zainteresovanih strana i ciljeve kompanije. Iz tog razloga, liste indikatora uspešnosti nisu konačne i mogu se menjati u zavisnosti od detaljnih planova za implementaciju.

5.1 LOKALNA EKONOMIJA za održivi razvoj

Oblast angažovanja LOKALNA EKONOMIJA za održivi razvoj podrazumeva inicijative koje za krajnji cilj imaju razvoj zapošljivosti, stvaranje podsticajnog okruženja za pokretanje novih biznisa, i podršku lokalnim mikro, malim i srednjim preduzećima. Ova oblast angažovanja obuhvata program mikrokredita, podršku socijalnim preduzećima, inicijative u lancu nabavke, partnerstva za školama na razvoju obrazovnih profila koji su potrebni lokalnom tržištu rada i slične inicijative.

POSTOJEĆE INICIJATIVE

IDEJOM DO RAZVOJA

Program mikrokredita za privredne subjekte, sa ciljem povećanja konkurentnosti i inovativnosti malih preduzeća i preduzetnika, unapređenja njihovog poslovanja i kreiranja novih radnih mesta kroz investicije u opremu.

TERITORIJALNI FOKUS:	Region
MEHANIZAM PODRŠKE:	Edukacija, Finansijska podrška, Partnerstva i umrežavanje
INDIKATORI USPEŠNOSTI:	• iznos investiranih sredstava • broj podržanih biznisa • broj novih radnih mesta

NOVE INICIJATIVE

RAZVOJ POSLOVNIH VEŠTINA – PROGRAM PODRŠKE ŽENSKOM I SOCIJALNOM PREDUZETNIŠTVU

Program podrazumeva seriju obuka i radionica za predstavnike lokalnih preduzeća, na različite teme koje su od značaja za unapređenje poslovanja (npr. veštine prodaje, oglašavanje itd.). Obuke mogu držati eksterno angažovani predavači i/ili volonteri iz kompanije. Program može biti koncipiran kao višemesečna serija obuka i radionica za izabranu grupu preduzeća, ili kao otvorene obuke za koje se preduzeća pojedinačno prijavljuju. Takođe, program može biti proširen sa lokalnog na regionalni nivo.

TERITORIJALNI FOKUS:	Opština Paraćin
MEHANIZAM PODRŠKE:	Edukacija
INDIKATORI USPEŠNOSTI:	• Broj podržanih preduzeća • Broj podržanih krajnjih korisnika • Broj volontera iz kompanije – predavača i mentora • Broj održanih sati obuke • Kvalitativni pokazatelji – nivo veština pre i posle programa

CRH ZA MLADE – PROGRAM RAZVOJA VEŠTINA ZAPOŠLJIVOSTI ZA SREDNJOŠKOLCE

Program podrazumeva seriju obuka i radionica za učenike viših razreda srednjih škola, na različite teme koje su od značaja za zapošljivost (npr. aktivno traženje posla, CV i intervju za posao, osnove preduzetništva, razvoj karijere u različitim oblastima itd.). Obuke mogu držati eksterno angažovani predavači i/ili volonteri iz kompanije, kao i volonteri iz drugih lokalnih kompanija koje bi se priključile programu. Program može biti proširen sa lokalnog na regionalni nivo, i prilagođen specifičnostima obrazovnih profila u srednjim školama koje su uključene u program.

TERITORIJALNI FOKUS:	Opština Paraćin
MEHANIZAM PODRŠKE:	Edukacija/Partnerstva i umrežavanje
INDIKATORI USPEŠNOSTI:	• Broj srednjih škola koje učestvuju u programu • Broj učenika koji učestvuju u programu • Broj sati obuke • Broj volontera-predavača iz kompanije • Kvalitativni pokazatelji – nivo veština pre i posle programa • Broj lokalnih kompanija koje su se priključile programu

INVESTICIJE U LOKALNU SAOBRAĆAJNU INFRASTRUKTURU

Inicijativa podrazumeva kreiranje lokalne multi-sektorske platforme, u partnerstvu sa Opštinom Paraćin i lokalnim kompanijama. Cilj platforme je identifikacija prioriteta u unapređenju saobraćajne infrastrukture, i definisanje zajedničkih akcija i uloge svakog od partnera (ulaganja, implementacija itd.). Platforma može uključivati i uspostavljanje posebnog zajedničkog fonda za investicije u ovoj oblasti.

TERITORIJALNI FOKUS:	Opština Paraćin
MEHANIZAM PODRŠKE:	Finansijska podrška, Partnerstva i umrežavanje
INDIKATORI USPEŠNOSTI:	• Iznos uloženih sredstava • Broj uključenih partnera • Broj kranjih korisnika

INVESTICIJE U RAZVOJ LOKALNOG TURIZMA

Inicijativa podrazumeva kreiranje lokalne multi-sektorske platforme, u partnerstvu sa Opštinom Paraćin i drugim relevantnim akterima iz javnog, poslovnog i neprofitnog sektora. Cilj platforme je identifikacija prioriteta u razvoju lokalnog turizma (zone u Sisevcu, Zabrezi, kanjonu reke Crnice) i definisanje zajedničkih akcija i uloge svakog od partnera (ulaganja, implementacija, kreiranje sadržaja, promocija itd.). Platforma može uključivati i uspostavljanje posebnog zajedničkog fonda za investicije u ovoj oblasti.

TERITORIJALNI FOKUS:	Opština Paraćin
MEHANIZAM PODRŠKE:	Finansijska podrška, Partnerstva i umrežavanje
INDIKATORI USPEŠNOSTI:	• Iznos uloženih sredstava • Broj uključenih partnera • Broj kranjih korisnika

5.2 ZAJEDNICA za održivi razvoj

S obzirom na pretežno lokalni fokus kompanije, oblast angažovanja ZAJEDNICA za održivi razvoj uključuje niz različitih inicijativa, koje za cilj imaju poboljšanje kvaliteta života građana u lokalnim zajednicama u različitim aspektima, kao što su kultura, zdravstvo i podrška socijalno ugroženim grupama.

POSTOJEĆE INICIJATIVE

PARTNERSTVO ZA BUDUĆNOST

Godišnji konkurs za podršku projektima, namenjen lokalnim neprofitnim organizacijama i ustanovama. Oblasti koje konkurs "Partnerstvo za budućnost" podržava odgovaraju oblastima definisanim u strategiji kompanije CRH Srbija. Inicijativa uključuje i aktivnosti za jačanje kapaciteta lokalnih organizacija i ustanova, kako bi što adekvatnije odgovorile na zahteve konkursa.

TERITORIJALNI FOKUS:	Opština Paraćin
MEHANIZAM PODRŠKE:	Edukacija, Finansijska podrška
INDIKATORI USPEŠNOSTI:	• Iznos doniranih sredstava • Broj podržanih organizacija/projekata • Broj podržanih krajnjih korisnika

NOVE INICIJATIVE

PODRŠKA SOCIJALNO UGROŽENIM PORODICAMA

Inicijativa podrazumeva podršku u renoviranju stambenih objekata socijalno ugroženih porodica, kroz donacije materijala i/ili novčanih sredstava. Potencijal za partnerstvo i umrežavanje inicijative je višestruk: u adekvatnoj identifikaciji socijalno ugroženih porodica (partnerstvo sa Opštinom Paraćin), uključivanju drugih kompanija kao donatora materijala za renoviranje i opremanje, i uključivanju građana tj. podizanja nivo svesti i angažovanja (npr. kroz uspostavljanje konkursa Naj komšija: Komšije nominuju ugroženu porodicu iz svog okruženja i organizuju volontersku akciju, a kompanija CRH Srbija obezbeđuje potrebna sredstva, materijal i stručnu pomoć).

TERITORIJALNI FOKUS:	Opština Paraćin
MEHANIZAM PODRŠKE:	Finansijska podrška, Partnerstva i umrežavanje
INDIKATORI USPEŠNOSTI:	• Iznos uloženih sredstava • Broj prijava • Broj građana uključenih u volonterske akcije • Broj zaposlenih uključenih u volonterske akcije • Broj podržanih porodica • Broj podržanih krajnjih korisnika

VOLONTIRANJE ZAPOSLENIH - LOKALNE VOLONTERSKE AKCIJE

Redovne godišnje volonterske akcije u lokalnim sredinama (Popovac, Dobanovci, Krnjača), za koje teme (lokacije) predlažu i biraju zaposleni i/ili građani u lokalnoj zajednici.

TERITORIJALNI FOKUS:	Popovac, Beograd (Krnjača i Dobanovci)
MEHANIZAM PODRŠKE:	Finansijska podrška, Partnerstva i umrežavanje
INDIKATORI USPEŠNOSTI:	• Iznos uloženih sredstava • Broj volontera • Broj volonterskih sati rada • Broj održanih akcija • Broj podržanih organizacija • Broj krajnjih korisnika

ZDRAVA ZAJEDNICA – INVESTICIJE U ZDRAVSTVENU INFRASTRUKTURU I EDUKACIJU

Inicijativa podrazumeva kreiranje lokalne multi-sektorske platforme, u partnerstvu sa Opštinom Paraćin i drugim relevantnim akterima iz javnog, poslovnog i neprofitnog sektora. Cilj platforme je identifikacija prioriteta u unapređenju lokalne zdravstvene infrastrukture, kao i prioritetnih tema za edukaciju (podizanje svesti i razvoj prevencije). Inicijativa uključuje i definisanje zajedničkih akcija i uloge svakog od partnera (ulaganja, implementacija, kreiranje sadržaja, promocija itd.), i potencijalno, uspostavljanje posebnog zajedničkog fonda za investicije u ovoj oblasti.

TERITORIJALNI FOKUS:	Opština Paraćin
MEHANIZAM PODRŠKE:	Edukacija, Finansijska podrška, Partnerstva i umrežavanje
INDIKATORI USPEŠNOSTI:	• Iznos uloženih sredstava • Broj obnovljenih ustanova • Broj održanih edukacija • Broj krajnjih korisnika

HUMANITARNI SPORTSKI TURNIR ZA LOKALNE KOMPANIJE

Godišnji humanitarni sportski turnir u organizaciji kompanije CRH Srbija, u kome učestvuju timovi lokalnih kompanija. Kompanije-učesnice uplaćuju kotizaciju za učešće, a ukupan iznos prikupljenih sredstava se donira za namenu koji izglasaju građani, publika ili učesnici turnira. Pored prikupljanja sredstava u humanitarne svrhe, cilj akcije je i promocija zdravog i aktivnog načina života.

TERITORIJALNI FOKUS:	Opština Paraćin
MEHANIZAM PODRŠKE:	Finansijska podrška, Partnerstva i umrežavanje
INDIKATORI USPEŠNOSTI:	• Iznos prikupljenih sredstava • Broj kompanija-učesnica • Broj učesnika turinira • Broj krajnjih korisnika

PODRŠKA OMLADINSKIM KULTURNIM INICIJATIVAMA

S obzirom na nedostatak kvalitetnih sadržaja za mlade u lokalnoj zajednici, inicijativa podrazumeva podršku omladinskim projektima u oblasti kulture. Imajući u vidu specifičnost ciljne grupe (mladi), za podršku mogu konkurisati i registrovane organizacije i neformalne grupe. Iz istog razloga, inicijativa obavezno uključuje i odgovarajuće edukacije za aplikante (upravljanje projektima, finansijsko planiranje itd.). U početnoj fazi primene Strategije, projekti mogu biti podržani kao posebna oblast konkursa "Partnerstvo za budućnost", kao i u partnerstvu sa nekom od lokalnih ustanova kulture.

TERITORIJALNI FOKUS:	Opština Paraćin
MEHANIZAM PODRŠKE:	Edukacija, Finansijska podrška
INDIKATORI USPEŠNOSTI:	• Iznos doniranih sredstava • Broj podržanih inicijativa • Broj krajnjih korisnika

EDUKATIVNI KAMP ZA NADARENU DECU

Edukativni kamp za nadarenu decu realizuje se u saradnji sa Društvom učitelja i predstavlja nastavak projekta koji je 2015. i 2017. bio podržan kroz konkurs Partnerstvo za budućnost.

TERITORIJALNI FOKUS:	Opština Paraćin
MEHANIZAM PODRŠKE:	Edukacija, Finansijska podrška
INDIKATORI USPEŠNOSTI:	• Iznos doniranih sredstava • Broj dece učesnika kampa • Broj održanih predavanja/radionica • Rezultati evaluacije učesnika kampa

5.3 ŽIVOTNA SREDINA za održivi razvoj

Pored mera zaštite i smanjenja uticaja na životnu sredinu koje CRH Srbija primenjuje u svom osnovnom poslovanju, oblast angažovanja ŽIVOTNA SREDINA za održivi razvoj podrazumeva inicijative u zajednici (izvan direktnih uticaja kompanije) koje doprinose kvalitetu životne sredine. Navedene inicijative mogu se realizovati kroz različite samostalne i partnerske projekte.

POSTOJEĆE INICIJATIVE

RECIKLIRANJE U MOJOJ ŠKOLI

Program podizanja svesti učenika o značaju recikliranja i zaštite životne sredine.

TERITORIJALNI FOKUS:	Opština Paraćin
MEHANIZAM PODRŠKE:	Edukacija, Finansijska podrška, Partnerstva i umrežavanje
INDIKATORI USPEŠNOSTI:	• Broj škola koje učestvuju u programu • Broj učenika koji učestvuju u programu • Količina prikupljenog otpada

NOVE INICIJATIVE

PROGRAM EDUKACIJE ZA MALA I SREDNJA PREDUZEĆA U LANCU NABAVKE

Program podrazumeva seriju obuka i radionica za mala i srednja preduzeća u lancu nabavke o principima održivog razvoja i benefitima za poslovanje i za zajednicu. Obuke mogu držati eksterno angažovani predavači i/ili volonteri iz kompanije. Program može biti koncipiran kao višemesečna serija obuka i radionica za izabranu grupu dobavljača, ili kao otvorene obuke za koje se dobavljači pojedinačno prijavljuju.

TERITORIJALNI FOKUS:	Region
MEHANIZAM PODRŠKE:	Edukacija
INDIKATORI USPEŠNOSTI:	• Broj uključenih dobavljača • Broj polaznika obuke • Broj održanih radionica • Kvalitativni pokazatelji – nivo znanja polaznika pre i posle edukacije

REVITALIZACIJA ZELENIH JAVNIH POVRŠINA

Inicijativa podrazumeva kreiranje lokalne multi-sektorske platforme, u partnerstvu sa Opštinom Paraćin i drugim relevantnim akterima iz javnog, poslovnog i neprofitnog sektora. Cilj platforme je identifikacija prioriteta za revitalizaciju javnih prostora, i definisanje zajedničkih akcija i uloge svakog od partnera (ulaganja, implementacija itd.). Prioriteti se takođe mogu odrediti i putem konkursa, tj. mogućnosti da građani nominuju i/ili putem društvenih mreža glasaju za javne površine koje će biti revitalizovane.

TERITORIJALNI FOKUS:	Opština Paraćin
MEHANIZAM PODRŠKE:	Finansijska podrška, Partnerstva i umrežavanje
INDIKATORI USPEŠNOSTI:	• Iznos uloženih sredstava • Broj revitalizovanih prostora • Broj krajnjih korisnika • (u slučaju javnog konkursa): Broj uključenih građana

AKADEMIJA ODRŽIVOSTI ZA STUDENTE

Program podrazumeva seriju obuka i radionica za studente o principima održivog razvoja i benefitima za poslovanje i za zajednicu. Obuke mogu držati eksterno angažovani predavači i/ili volonteri iz kompanije. Program može biti koncipiran kao višemesečna serija obuka i radionica za izabranu grupu studenata (npr. letnja škola), ili kao otvorene obuke za koje se studenti pojedinačno prijavljuju. Inicijativa se sprovodi u saradnji sa univerzitetima u Srbiji, i može se proširiti sa regionalnog na nacionalni nivo.

TERITORIJALNI FOKUS:	Region
MEHANIZAM PODRŠKE:	Edukacija
INDIKATORI USPEŠNOSTI:	• Broj studenata-učesnika • Broj održanih predavanja i radionica • Kvalitativni pokazatelji – nivo znanja učesnika pre i posle programa • Broj volontera-predavača iz kompanije

6. Kanali komunikacije sa zainteresovanim stranama

Sprovođenje inicijativa predviđenih Strategijom praćeno je odgovarajućim kanalima komunikacije sa zainteresovanim stranama. Kanali komunikacije sa zainteresovanim stranama navedeni su tako da omogućavaju dvosmernu komunikaciju, odnosno da omogućavaju uvid u potrebe zainteresovanih strana, obaveštavaju ih o inicijativama, planovima i ciljevima kompanije, i prikupljaju povratne informacije od zainteresovanih strana. U zavisnosti od same inicijative, njenih ciljeva i uključenih partnera, različiti kanali komunikacije će biti primarni, kako bi osigurali optimalno uključivanje zainteresovanih strana.

SES (Stakeholder Engagement Scorecard) – Redovna godišnja metodologija kompanije CRH Srbija za prikupljanje informacija od zainteresovanih strana, uključujući i predstavnike lokalne zajednice. Održava se u formi radionice, koju vode eksterno angažovani facilitatori. Ovaj kanal komunikacije je od primarnog značaja za inicijative čiji je teritorijalni fokus isključivo lokalni, kao i za inicijative koje podrazumevaju uključivanje građana u izbor tema i/ili realizaciju. Takođe, SES predstavlja priliku za evaluaciju efikasnosti svih drugih kanala komunikacije sa zainteresovanim stranama.

Community Advisory Panel (Savetodavni odbor lokalne zajednice – CAP) - Telo koje je kompanija oformila da bi se ključne zainteresovane strane iz lokalne zajednice uvele u procese planiranja, donošenja odluka, konsultacija, ali i izvođenja projekata koji su u vezi sa ulogom kompanije CRH u lokalnoj zajednici. On okuplja predstavnike lokalne samouprave, lokalnih NVO-a i drugih lokalnih važnih institucija i kompanija. Njegov cilj je da sve zainteresovane strane direktno informiše o aktivnostima i planovima kompanije u lokalnoj zajednici, kao i da uspostavi aktivan dijalog između kompanije i predstavnika lokalne zajednice. CAP u tom smislu jeste posrednik između kompanije i lokalne zajednice u kojoj ona posluje.

Committee Meeting – Cilj ovog kanala je da se osigura konstantna i dvosmerna povezanost između korporativnog upravljanja i održivosti. Uključenost najvišeg menadžmenta u pitanja održivosti osigurava da ona budu integrisana u sve aspekte poslovanja.

Događaji i skupovi – Ovi kanali komunikacije (učešće i prezentacije dobrih praksi na konferencijama, okruglim stolovima i drugim stručnim skupovima na lokalnom i nacionalnom nivou) su primarni kanal za komunikaciju sa zainteresovanim stranama iz poslovnog i javnog sektora.

Interni kanali komunikacije – Interni kanali komunikacije su primarni za komunikaciju sa internim zainteresovanim stranama – zaposlenima. Ovi kanali su od primarnog značaja za sve inicijative koje podrazumevaju učešće i angažovanje zaposlenih (npr. kao volontera-predavača u edukativnim programima itd.).

Vebsajt i društvene mreže – Onlajn kanali komunikacije su primarni za inicijative koje podrazumevaju učešće i angažovanje građana tj. šire javnosti (npr. izbor tema i lokacija za volonterske akcije, izbor javnih prostora za revitalizaciju itd.).

Lokalni i regionalni mediji – Ovaj kanal komunikacije je adekvatan kao prateći, uz prethodno nabrojane, ili kao primarni kanal komunikacije za obaveštavanje najšireg kruga zainteresovanih strana sa lokalnog nivoa (uključujući i one sekundarne), s obzirom da ima nizak potencijal za dvosmernu komunikaciju.

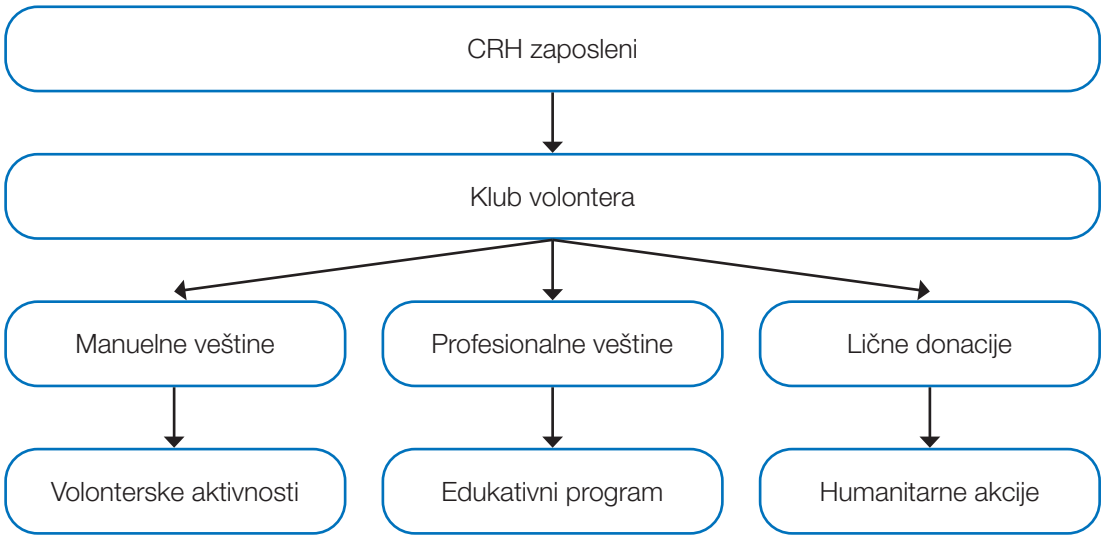
Nacionalni mediji - Ovaj kanal komunikacije je adekvatan kao prateći, uz prethodno nabrojane, ili kao primarni kanal komunikacije za obaveštavanje najšireg kruga zainteresovanih strana sa nacionalnog nivoa (uključujući i one sekundarne), s obzirom da ima nizak potencijal za dvosmernu komunikaciju.

Pitanja i odgovori tokom trajanja konkursa – Ovaj kanal komunikacije je specifičan za inicijative koje sadrže komponentu konkursa, odnosno javnog poziva, i omogućava zainteresovanim stranama da dođu do dodatnih informacija ili pojašnjenja u vezi sa mogućnostima za podršku. Svaka inicijativa koja ima konkursni karakter, treba da sadrži jasno naznačene kanale za pitanja i odgovore (imejl, telefon, info-sesije), kao i definisane rokove za upućivanje pitanja i pružanje odgovora.

7. Program volontiranja zaposlenih

Volontiranje zaposlenih je još jedan resurs kojim kompanija može da podrži zajednicu u kojoj posluje - donirajući znanja, veštine i vreme svojih zaposlenih. Pored benefita koje donosi zajednici, volontiranje pomaže i zaposlenima da razviju bolje odnose sa kolegama i postanu motivisaniji, efikasniji i zadovoljniji na radnom mestu.

Volontiranje zaposlenih u kompanije CRH Srbija može se struktuirati kao poseban program, ilustrovan u grafiku. Program volontiranja se zatim primenjuje u inicijativama definisanim Strategijom, koje su osmišljene tako da pružaju različite mogućnosti za angažovanje i volontiranje – od učešća u izboru tema i organizacija koje će kompanija podržati, preko učešća u volonterskim akcijama, do prenošenja znanja i veština kroz edukativne programe koje kompanija sprovodi za različite ciljne grupe (mlade, socijalne preduzetnike, dobavljače).



Dokument je:	Ime	Funkcija	Datum	Potpis
Izradio:	Zorica Radovanović / Aleksandar Milošević / Smart Kolektiv	CSR koordinatorka / Menadžer za zastupanje, komunikacije i društveno odgovorno poslovanje / CSR agencija	8.10.2020.	
Proverio:	Aleksandar Milošević	Menadžer za zastupanje, komunikacije i društveno odgovorno poslovanje	8.10.2020.	
Odobrio:	Roman Menz	Generalni direktor	8.10.2020.	

CRH (Srbija) d.o.o.
35254 Popovac
Srbija
Telefon: +381 35 572 200
Faks: +381 35 572 207
www.crhserbia.com