



unicef

za svako dete

# PRINCIPI POSLOVANJA I PRAVA DETETA: STANJE I PREPORUKE

Rezultati anketa sa preduzećima,

adolescentima i mladima



## I SADRŽAJ

1. OSNOVNE INFORMACIJE O ISTRAŽIVANJU .....	5
2. REZULTATI ANKETE SA ADOLESCENTIMA I MLADIMA.....	7
3. Rezultati ankete o primeni Principa poslovanja i prava deteta u srpskom poslovnog sektoru .....	9
3.1. Uticaj preduzeća u Srbiji na prava dece i mladih.....	9
3.2. Oblasti ulaganja poslovnog sektora u decu i mlade .....	11
3.3. Uticaj poslovnog sektora na razvojni put mladih.....	13
3.4. Strateški pristup odgovornom poslovanju .....	14
3.5. Kovid-19 i prava dece .....	15
3.6. Uloga UNICEF-a u popularizaciji principa poslovanja i prava deteta .....	17
4. Primeri dobre prakse .....	19
5. ZAKLJUČCI I PREPORUKE .....	22
6. Atribucija .....	26

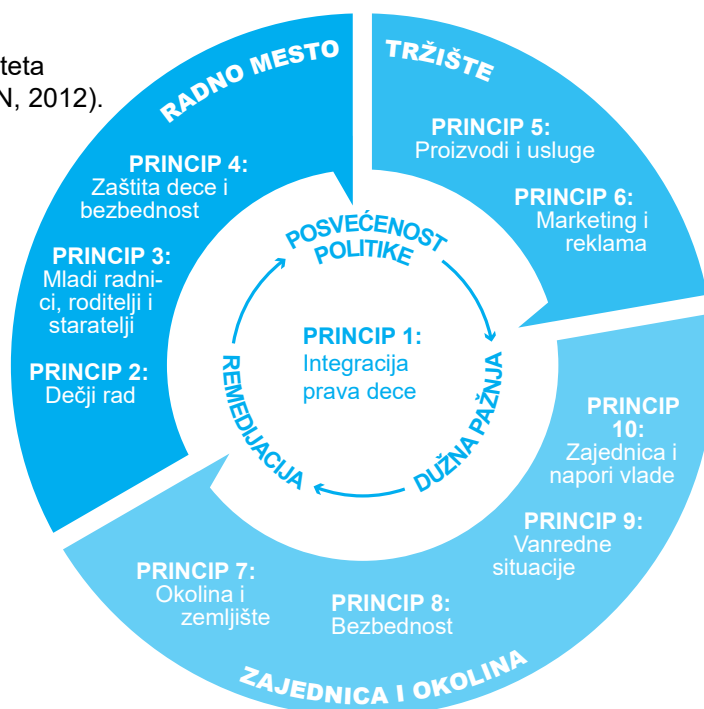


## 1. OSNOVNE INFORMACIJE O ISTRAŽIVANJU

Kompanije neminovno imaju dodira sa decom i utiču na njihov život, neposredno i posredno. **Deca su jedan od glavnih činilaca njihovog poslovanja** – kao potrošači, članovi porodica zaposlenih, mladi radnici i budući lideri u poslovnom sektoru. U isto vreme, deca i porodice su važni članovi zajednice i sredine u kojoj se odvija poslovanje. Decu treba ohrabrivati da učestvuju u donošenju odluka koje utiču na njih u skladu sa principom učešća dece iz Konvencije o pravima deteta.<sup>1</sup>

Zbog toga su organizacije UNICEF, Save the Children i Globalni dogovor Ujedinjenih nacija (UN) razvile 2012. godine **principe poslovanja i prava deteta**.<sup>2</sup> U principima se naglasak stavlja na raznovrsnost načina na koje poslovni sektor utiče na decu (preko proizvoda i usluga, marketinga i distribucije), ali i na odnos poslovnog sektora sa vladama na nacionalnom i lokalnom nivou i na investiranje u lokalne zajednice i životnu sredinu. Principi ujedno definišu sveobuhvatni niz mera koje poslovni sektor treba da preduzme kako bi sprečio negativan uticaj na ljudska prava dece, kao i mere koje bi sva preduzeća trebalo da preduzmu kako bi se unapredila dečja prava u svim poslovnim aktivnostima i poslovnim odnosima, što obuhvata radno mesto, tržište, zajednicu i životnu sredinu.

**Grafikon 1.** Prikaz principa poslovanja i prava deteta (UNICEF, Save the Children, Globalni dogovor UN, 2012).



1 Vidi: [www.unicef.org/serbia/media/3186/file/Konvencija%20o%20pravima%20deteta.pdf](http://www.unicef.org/serbia/media/3186/file/Konvencija%20o%20pravima%20deteta.pdf).

2 Vidi: UNICEF, Save the Children i Globalni dogovor UN, Principi poslovanja i prava deteta, 2012, [www.unicef.org/serbia/sites/unicef.org/serbia/files/2018-06/principi-poslovanja-i-prava-deteta.pdf](http://www.unicef.org/serbia/sites/unicef.org/serbia/files/2018-06/principi-poslovanja-i-prava-deteta.pdf).

Istraživanje koje je sprovedeno u periodu avgust–oktobar 2021, četvrto je po redu u Srbiji (2014, 2016, 2017) i predstavlja deo napora UNICEF-a da populariše primenu ovih principa u srpskom poslovnom sektoru. Ovim najnovijim istraživanjem UNICEF želi da:

- sagleda koliko su preduzeća u Srbiji do sada napredovala u primeni i razumevanju principa poslovanja i prava deteta,
- uporedi nalaze dobijene iz poslovnog sektora sa stavovima dece i mladih o uticaju poslovnog sektora na njihova prava,
- dobije povratne informacije iz poslovnog sektora o tome kako se mogu unaprediti prava dece,
- ukaže na indirektni uticaj pandemije na prava dece u biznisu.
- Kroz diseminaciju rezultata istraživanja, UNICEF želi dodatno da popularizuje principe poslovanja i prava deteta i da promoviše dobre prakse u ovoj oblasti.

## 2. REZULTATI ANKETE SA ADOLESCENTIMA I MLADIMA

Anketa sa adolescentima i mladima sprovedena je u julu 2021. godine na digitalnoj društvenoj platformi **U-Report**,<sup>3</sup> koju je kreirao UNICEF, kako bi se stekao uvid u uticaj poslovnog sektora na decu i mlade i njihova prava. Platforma U-Report postoji u preko 85 zemalja, predstavlja glasove mladih i promovise njihovo učešće u stvaranju pozitivnih društvenih promena. Platforma je u Srbiji pokrenuta u partnerstvu sa Ministarstvom omladine i sporta, a zvanično je predstavljena u novembru 2019. godine.<sup>4</sup> Prikupljeni rezultati nisu statistički reprezentativni, jer je pristupanje platformi dobrovoljno i podrazumeva zainteresovanost mladih za društveno važne teme poput zdravlja, ishrane, obrazovanja, zaštite dece, nejednakosti, nasilja, zapošljavanja i mentalnog zdravlja.

Anketi o uticaju poslovnog sektora na decu i mlade i njihova prava pristupilo je 1.033 mladih ispitanika, a prednjačile su devojke (70%)<sup>5</sup> i adolescenti (15–19 godina, 36%)<sup>6</sup> te ispitanici iz Beogradskog i Južnobačkog okruga.

Analiza odgovora na pitanje „Da li preduzeća u Srbiji vode računa o deci i mladima?“ ukazuje da samo 5% mladih ispitanika misli da preduzeća u Srbiji „u potpunosti“ vodi računa o deci i mladima, dok **gotovo polovina ispitanika smatra da preduzeća uopšte ne vode računa o deci i mladima** (43%). Mladih ispitanika koji tvrde da preduzeća delimično vode računa ima nešto više od trećine (37%).<sup>7</sup> Rezultati pokazuju da postoji prostor za jače usmeravanje budućih aktivnosti preduzeća na brigu o deci i mladima, posebno ako se uzme u obzir da oni predstavljaju generacije njihovih budućih radnika.

Kada je reč o oblastima u kojima bi preduzeća prvenstveno trebalo da podrže prava dece i mladih, ističu se **pristojni uslovi rada za roditelje/staratelje i mlade radnike**, što je bio dominantan odgovor oko polovine mladih ispitanika (49%). Ostale oblasti bile su znatno manje zastupljene, pa je tako podršku u pogledu zaštite životne sredine istakao svaki jedanaesti učesnik ankete, svaki deseti podršku dečijim i omladinskim pravima, a svaki deveti je naveo bezbedne proizvode i usluge za decu i mlade te poštovanje prava dece i mladih u marketingu i reklamama.<sup>8</sup> Visok procenat odgovora koji se odnosi na Princip 3 (obezbeđivanje pristojnog posla za mlade radnike, roditelje i staratelje) ukazuje na potrebu za jačanjem **poslovnih praksi po meri dece i porodice**.<sup>9</sup>

Iako polovina mladih ispitanika smatra da preduzeća u Srbiji ne vode računa o deci i mladima, velika većina njih (85%) misli da **preduzeća mogu da pomognu mladima na njihovom budućem razvojnem putu** – u potpunosti (47%) ili delimično (38%). Svaki deseti mladi učesnik ankete smatra da preduzeća u Srbiji ne žele da pomognu mladima, a tek 1% da uopšte ne mogu da im pomognu.

3 Vidi: <serbia.ureport.in/opinion/2384>.

4 Vidi: [www.unicef.org/serbia/medija-centar/vesti/predstavljen-u-report-unicef-ova-nova-inicijativa-za-mlade](http://www.unicef.org/serbia/medija-centar/vesti/predstavljen-u-report-unicef-ova-nova-inicijativa-za-mlade).

5 Među ispitanicima, 24% bilo je muškog pola, dok se 6% ispitanika nije izjasnilo o polu.

6 Ostala godišta: 20–25 godina (22%), 26–30 godina (8%), preko 30 godina (28%), nepoznat uzrast (6%).

7 Ovo nije moglo da proceni 15% ispitanika.

8 Ostale oblasti podrške: donacije i sponzorstva (8%) i pomoć deci u vanrednim situacijama (4%).

9 Vidi: UNICEF Srbija, Poslovanje po meri porodice, 2020, [www.unicef.org/serbia/publikacije/poslovanje-po-meri-porodice](http://www.unicef.org/serbia/publikacije/poslovanje-po-meri-porodice).

S obzirom na visoka očekivanja mladih od srpskog poslovnog sektora, postavilo se pitanje na koji način preduzeća mogu da pomognu mladima i približe se njihovim potrebama. Najveći procenat mladih ispitanika odabrao je **obezbeđivanje prakse, mentorstva, mogućnosti za volontiranje i druge prilike za sticanje poslovnog iskustva** (60%). Ostali, znatno manje zastupljeni odgovori odnose se na stipendije (15%), finansiranje školskih i studentskih projekata (7%), studijske posete firmama i sponzorstva za mlade sportiste (po 4% svaki), podršku omladinskom preduzetništvu i češće učestvovanje na sajmovima zapošljavanja (po 3% svaki).

Prema mišljenju mladih ispitanika, **vodeći razlog za ulaganja poslovnog sektora u decu i mlade jeste to što oni predstavljaju buduću radnu snagu** (53%), pa ulaganjem u njih preduzeća ulažu u održivost svog poslovanja. Uz to, nešto više od petine mladih ispitanika navodi da preduzeća ulaganjem u decu i mlade unapređuju lokalnu zajednicu u kojoj posluju (22%). Ostali manje zastupljeni odgovori odnose se na sticanje pozitivnog publiciteta (10%), na to da su deca i mladi članovi porodica zaposlenih radnika (8%) i na to da preduzeća tako mogu da utiču na privlačenje budućih kupaca (2%).

**Grafikon 2.** Da li poslovni sektor podržava decu i mlade (nalazi UNICEF U-Report ankete)



**Mladi ispitanici smatraju da preduzeća ne vode dovoljno računa o deci i mladima**



**Najbitnija oblast podrške: pristojni uslovi rada za roditelje/staratelje i mlade radnike**



**Preduzeća najviše mogu da pomognu mladima tako što će im obezbeđivati prilike za praksu, mentorski rad i volontiranje**



**Poslovni sektor treba da ulaže u decu i mlade jer oni predstavljaju buduću radnu snagu**

Na pitanje „Da li organizacija u kojoj rade tvoji roditelji/staratelji vodi računa o porodicama zaposlenih?“, više od polovine mladih ispitanika (53%) je odgovorilo da **preduzeća vode računa o porodicama svojih zaposlenih**, delimično (37%) ili u potpunosti (16%). S druge strane, više od trećine učesnika ankete smatra da preduzeća uopšte ne vode računa o porodicama zaposlenih (35%), dok svaki dvanaesti ispitanik/ispitanica nisu mogli to da procene.

Najčešće asocijacije mladih ispitanika na poslovni sektor u Srbiji **imaju negativnu konotaciju**, a odnose se na lošu i neadekvatnu organizaciju posla, iskorišćavanje i nepoštovanje radnika, prisustvo korupcije, politizaciju poslovnog sektora, nedovoljno plaćenu radnu snagu i učestalost prijave na minimalac.

### 3. REZULTATI ANKETE O PRIMENI PRINCIPA POSLOVANJA I PRAVA DETETA U SRPSKOM POSLOVNOM SEKTORU

Anketa u kojoj su učestvovala 74 preduzeća sprovedena je tokom septembra na internom UNICEF-ovom portalu u saradnji sa poslovnim udruženjima učlanjenim u Poslovni savet za prava dece.<sup>10</sup> U anketi su prednjačila mikro, mala i srednja preduzeća (69%), što oslikava strukturu privrede Srbije,<sup>11</sup> dok su velika preduzeća činila oko trećine anketiranih (31%). Od sektora, najzastupljeniji su bili trgovina na veliko i malo te prerađivačka industrija, koji su po broju privrednih subjekata i najzastupljeniji u privredi,<sup>12</sup> a većina ispitanika dolazila je sa pozicije odnosa s javnošću (velika i srednja preduzeća; 23%) ili vlasnika/vlasnice preduzeća (mala i mikro preduzeća; 18%).<sup>13</sup>

#### 3.1. Uticaj preduzeća u Srbiji na prava dece i mladih

Principi poslovanja i prava deteta ukazuju na to da poslovni sektor ostvaruje direktan i indirektan uticaj na decu preko radnog mesta, tržišta, u društvenoj zajednici i životnoj sredini. Na pitanje „**Da li smatrate da preduzeće u kojem radite utiče na decu?**“, većina anketiranih preduzeća smatra da ima uticaj na decu, delimično ili u potpunosti (65%). Uprkos pozitivnom nalazu, četvrtina ispitanika smatra da preduzeće u kojem rade uopšte ne utiče na decu ili to ne može da proceni (26%), što ukazuje na potrebu za kontinuiranim širenjem svesti o uticaju poslovnog sektora na prava dece, a posebno u segmentu srednjih, malih i mikro preduzeća (koja su prednjačila u ovom stavu). S obzirom na još uvek nedovoljno izgrađenu svest o uticaju poslovnog sektora na prava dece, nalaz da **većina anketiranih preduzeća ne mapira ili tretira decu kao svoje zainteresovane strane** (83%) i ne predstavlja iznenađenje. Ovaj nalaz može se posmatrati i u široj perspektivi – kako angažovati zainteresovane strane u zaštiti i promociji prava dece, uključujući i decu kao aktere, o čemu je UNICEF izradio detaljne smernice.<sup>14</sup>

10 Privredna komora Srbije, Forum za odgovorno poslovanje, Inicijativa „Digitalna Srbija“ i Srpska asocijacija menadžera. Vidi: UNICEF Srbija, „Osnovan Poslovni savet za prava dece“, 2019, [www.unicef.org/serbia/medija-centar/vesti/osnovan-poslovni-savet-unicef-u-srbiji](http://www.unicef.org/serbia/medija-centar/vesti/osnovan-poslovni-savet-unicef-u-srbiji).

11 Vidi: Republički zavod za statistiku, Preduzeća po veličini i preduzetnici u Republici Srbiji, 2016–2018, 2020, <publikacije.stat.gov.rs/G2020/pdf/G20206006.pdf>.

12 Agencija za privredne registre Republike Srbije, Godišnji bilten finansijskih izveštaja za 2020. godinu, 2020, <www.apr.gov.rs/upload/Portals/0/GFI\_2021/Godisnji\_bilten\_2020/Prezentacija\_BILTEN\_SI2020\_FINAL.pdf>, str. 7.

13 U anketi su učestvovali još i generalni direktori, odnosno generalne direktorke (18%), PR/CSR menadžeri i menadžeri za održivost (14%) te zaposleni u sektorima za rizike, poslovne operacije, finansije, marketing, HR i poslovni asistenti/sekretari (27%).

14 Vidi: <sites.unicef.org/csr/css/Stakeholder\_Engagement\_on\_Childrens\_Rights\_021014.pdf>.

Kada je reč o **oblastima u kojima preduzeća mogu imati direktan ili indirektan uticaj na decu**, više od trećine anketiranih odlučilo se za društvenu zajednicu (Princip 10; 38%), što ne iznenađuje imajući u vidu zastupljenost PR službe u uzorku. Svaki četvrti ispitanik iz poslovnog sektora odabrao je životnu sredinu (Princip 7; 24%), a svaki šesti tržište (Principi 5 i 6; 17%), što se delimično može objasniti visokim učešćem prerađivačkog sektora i sektora trgovine u anketi. Određeni broj ispitanika, pretežno iz segmenta mikro, malih i srednjih preduzeća, smatra da njihovo preduzeće ne utiče na decu ni u jednoj od oblasti principa poslovanja i prava deteta (11%). Nalazi iz poslovnog sektora delimično se poklapaju i sa mišljenjem anketirane dece i mladih u segmentu tržišta i životne sredine, dok se najveće odstupanje beleži u pogledu pristojnih uslova rada za roditelje/staratelje i mlade radnike, što najviše vrednuju mladi ispitanici.

Ispitanici iz poslovnog sektora smatraju da **preduzeća treba da ulažu u decu i brinu o njihovim pravima najpre zbog unapređenja lokalne zajednice u kojoj se posluje** (58), ali i zbog činjenice da su deca članovi porodica zaposlenih radnika (53). Ostali odgovori odnose se na povećanje motivisanosti zaposlenih (34) i ulaganje u buduću radnu snagu (33); ovaj drugi razlog predstavlja dominantan odgovor kod mladih ispitanika (Tabela 1).

**Tabela 1.** Poređenje oblasti uticaja poslovnog sektora sa potrebama dece i mladih (UNICEF-ova anketa sa preduzećima; U-Report anketa sa decom i mladima)

Ispitanici	Vodeće oblasti u kojima preduzeća imaju uticaj na decu	Vodeći razlozi za podršku poslovnog sektora
Preduzeća	<ul style="list-style-type: none"> <li>→ Društvena zajednica</li> <li>→ Životna sredina</li> <li>→ Tržište</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>→ Unapređenje lokalne zajednice</li> <li>→ Deca su članovi porodica radnika</li> <li>→ Povećanje motivisanosti zaposlenih</li> <li>→ Ulaganje u buduću radnu snagu</li> </ul>
Deca i mladi	<ul style="list-style-type: none"> <li>→ Obezbeđivanje pristojnih uslova rada za roditelje i mlade radnike</li> <li>→ Bezbedni proizvodi i usluge (tržište)</li> <li>→ Zaštita prirode (životna sredina)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>→ Ulaganje u buduću radnu snagu</li> <li>→ Unapređenje lokalne zajednice</li> <li>→ Sticanje pozitivnog publiciteta</li> </ul>

## 3.2. Oblasti ulaganja poslovnog sektora u decu i mlade

U nastavku ankete želeli smo da saznamo **koje su oblasti ulaganja poslovnog sektora u unapređenje dobrobiti i prava dece i mladih bile najzastupljenije** u proteklom periodu. Pošto je poslovni sektor bio snažno pogođen pandemijom, ispitanicima smo dali vremenski opseg od 2019. do 2021. godine, stavljajući na taj način akcenat na njihovu stratešku posvećenost odgovornom poslovanju. Na osnovu odgovora anketiranih preduzeća izdvojilo se pet oblasti: donacija medicinske opreme za zdravstvene ustanove (34), podrška deci da se bave sportom i rekreacijom (29), unapređenje formalnog/neformalnog obrazovanja (28), unapređenje zdravlja dece i zdravih stilova života (25), unapređenje uslova za život u lokalnoj zajednici i ulaganje u lokalnu infrastrukturu (23), što se poklapa sa nalazom da ispitana preduzeća smatraju da je društvena zajednica oblast u kojoj mogu imati najveći direktan ili indirektan uticaj na decu.

**Grafikon 3.** Vodeće oblasti ulaganja poslovnog sektora deci i mladima (UNICEF-ova anketa sa preduzećima)



**Donacija medicinske opreme**



**Podrška deci da se bave sportom i rekreacijom**



**Obrazovanje**



**Unapređenje zdravlja**



**Lokalna zajednica**

**Najmanje zastupljene oblasti podrške poslovnog sektora** u istraživanju bile su zaštita dece od nasilja i zlostavljanja (2), zagovaranje prava dece (2) i mentalno zdravlje adolescenata (3). Taj nalaz ukazuje da preduzeća u Srbiji podržavaju one oblasti koje su bliske njihovoj poslovnoj delatnosti, a da ne vode dovoljno računa o sistemskim problemima u društvu. Naime, na osnovu podataka iz „Situacione analize dece i adolescenata u Srbiji“, koju je UNICEF izradio 2019. godine<sup>15</sup> za svoj novi petogodišnji programski ciklus, nasilje u porodici, školi i na internetu te različiti oblici rodno zasnovanog nasilja široko su rasprostranjeni u Srbiji. Kada je reč o mentalnom zdravlju adolescenata i mladih u vreme pandemije, podaci su alarmantni – vanredna situacija u zemlji i svetu snažno utiče na njihov psihološki razvoj, društveno blagostanje i odnose, učenje i angažovanje u školi, zbog čega se u Srbiji stalno povećava broj dece hospitalizovane po osnovu mentalnog zdravlja usled posttraumatskog stresnog poremećaja, depresije i anksioznosti.<sup>16</sup>

15 Rodno zasnovano nasilje je široko rasprostranjeno u školama, jer je 69% učenika osnovnih škola i 74% učenika srednjih škola 2015. godine izjavilo da su bili izloženi bar jednom obliku rodno zasnovanog nasilja. Izloženost dece vršnjačkom nasilju i drugim oblicima nasilja u školama takođe je novo pitanje za obrazovni sistem. Tokom 2019. godine prijavljeno je 370 situacija nasilja trećeg nivoa (što obuhvata, na primer, fizičke povrede, širenje straha, pretnje, psihološko zlostavljanje, seksualno nasilje itd.) na svim nivoima obrazovanja, od predškolskog do srednjoškolskog nivoa. Vidi: [www.unicef.org/serbia/en/reports/situation-analysis-children-and-adolescents-serbia](http://www.unicef.org/serbia/en/reports/situation-analysis-children-and-adolescents-serbia).

16 Vidi: <link.springer.com/article/10.1007/s00787-018-1191-3>; <serbia.ureport.in/opinion/1808/>.

**Grafikon 4.** Najmanje zastupljene oblasti podrške poslovnog sektora (UNICEF-ova anketa sa preduzećima)



**Zaštita dece od nasilja i zlostavljanja**



**Zagovaranje prava dece**



**Mentalno zdravlje**

Ukoliko dobijene nalaze uporedimo sa poslednjim istraživanjem na temu principa poslovanja i prava deteta koje je UNICEF sproveo u decembru 2017. godine,<sup>17</sup> situacija se nije bitnije promenila, uz izuzetak donacija medicinske opreme, što se pokazalo kao gorući problem nakon izbijanja pandemije. U istraživanju iz 2017. godine dominantne oblasti podrške poslovnog sektora takođe su bile unapređenje formalnog i neformalnog obrazovanja dece (79%) i unapređenje zdravlja i zdravih života (68%), kao i unapređenje uslova za život u zajednici i ulaganje u lokalnu infrastrukturu (64%).

Nije manje bitna ni činjenica da **osim finansijskih sredstava, preduzeća u Srbiji daju doprinos pravima i dobrobiti dece** i kroz donacije u robi i uslugama (47%) te kroz angažovanje svojih zaposlenih (35%), dok su uključivanje kupaca (6%) i poslovnih partnera (13%) u podršku deci i mladima znatno manje zastupljene poslovne prakse, što se poklapa i sa nalazima iz prethodnog istraživanja UNICEF-a na ovu temu.

Za kraj ove sekcije, ispitani su stavovi anketiranih preduzeća o tome **šta država može da učini kako bi poslovni sektor još više podržao decu i njihova prava**. Većina ispitanika sugerise da se uvedu poreski podsticaji za zapošljavanje mladih radnika (76%), da se donacije u naturi (hrana, hardver/softver, odeća) za ugroženu decu/porodice oslobode poreza na dodatu vrednost<sup>18</sup> (62%) te da se uvedu poreske olakšice za sistemske DOP projekte usmerene ka deci (54%).

**Grafikon 5.** Državne mere koje mogu podstaći podršku poslovnog sektora usmerenu ka deci (UNICEF-ova anketa sa preduzećima)



**Poreski podsticaji za zapošljavanje mladih radnika**



**Donacije u naturi za ugroženu decu/porodice oslobođene poreza**



**Poreske olakšice za sistemske DOP projekte usmerene ka deci**

<sup>17</sup> Vidi: [www.unicef.org/serbia/media/2556/file/Principi%20poslovanja%20i%20prava%20dece.pdf](http://www.unicef.org/serbia/media/2556/file/Principi%20poslovanja%20i%20prava%20dece.pdf).

<sup>18</sup> Prema procenama, u Srbiji se desetostruko više hrane baci nego što se donira, a glavni razlog predstavlja to što proizvođači i prodavci hrane prilikom doniranja hrane plaćaju PDV, pa im je ekonomski isplativije da sačekaju da hrani istekne rok trajanja kako bi je uništili bez plaćanja poreza. Vidi: [www.srpskifilantropskiforum.org/vesti/koalicija-za-dobrocinstvo-trazi-da-se-ukine-pdv-na-donacije-hrane](http://www.srpskifilantropskiforum.org/vesti/koalicija-za-dobrocinstvo-trazi-da-se-ukine-pdv-na-donacije-hrane).

### 3.3. Uticaj poslovnog sektora na razvojni put mladih

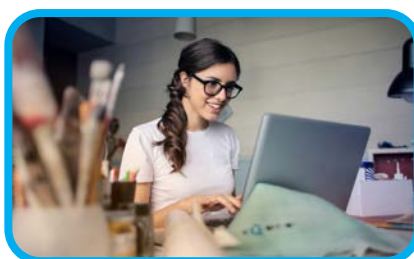
Anketa sa decom i mladima pokazala je da većina njih misli da preduzeća mogu da im pomognu na budućem razvojnem putu. Da bi se ovaj nalaz uporedio sa rezultatima ankete sa poslovnim sektorom, identično pitanje postavljeno je i anketiranim preduzećima. Pozitivan je nalaz da se mišljenje mladih poklapa sa stavovima preduzeća, jer **većina ispitanika smatra da poslovni sektor u Srbiji može u potpunosti, ili delimično, da podrži mlade u njihovoj budućnosti** (62%).

S obzirom na ovaj nalaz, upitali smo anketirana preduzeća **da li su ponudila deci i mladima u poslednje dve godine neke razvojne mogućnosti** koje im mogu pomoći u tranziciji od škole/fakulteta do tržišta rada. Većina ispitanika istakla je da mladima aktivno nudi praksu, mentorstvo i volontiranje (56), zaposlenje (35) i podršku obrazovanju i sportu preko edukativnih ustanova (29), dok su najmanje zastupljeni bili finansiranje učeničkih i studentskih projekata (10) te podrška omladinskom preduzetništvu (8). Dobijeni nalaz poklapa se sa mišljenjem mladih ispitanika, koji su takođe najviše vrednovali praksu, mentorstvo, mogućnosti za volontiranje i druge prilike za sticanje poslovnog iskustva.

**Grafikon 4.** Razvojne mogućnosti za mlade koje najviše nude preduzeća u Srbiji (UNICEF-ova anketa sa preduzećima)



Praksa, mentorstvo i volontiranje



Zaposlenje



Podrška obrazovanju i sportu

### 3.4. Strateški pristup odgovornom poslovanju

Preporuke iz prethodnog istraživanja o primeni principa poslovanja i prava deteta u Srbiji iz 2017. godine bile su da će UNICEF u nastupajućem periodu u saradnji sa poslovnim udruženjima propagirati primenu deset principa u poslovnom sektoru kako bi se podržalo njihovo sistemsko uvođenje u strateška dokumenta preduzeća putem partnerstva, obuke i pružanja stručne podrške. S tim u vezi želeli smo da proverimo **da li ispitana preduzeća imaju strategije, procedure i politike u oblastima odgovornog poslovanja, Ciljeve održivog razvoja, ljudskih prava i prava dece**. Većina anketiranih preduzeća ima politiku ljudskih resursa po meri porodice (Princip 3; 35), strategiju odgovornog poslovanja ili održivosti (Princip 10; 31), politiku odgovornog marketinga i oglašavanja koja zabranjuje neetičke prakse prema deci (Princip 6; 24) i mapira Ciljeve održivog razvoja od značaja za poslovanje (21). Najmanje zastupljena strateška dokumenta među ispitanim preduzećima bila su procedure za primedbe i podršku maloletnim korisnicima (Princip 5; 2), obuka za postupanje sa decom za osoblje zaposleno u obezbeđenju (Princip 8; 2) i planovi podrške deci u vanrednim situacijama (Princip 9; 3).<sup>19</sup>

U svojim strategijama, procedurama i politikama, anketirana preduzeća se najčešće **pozivaju na Ciljeve održivog razvoja**<sup>20</sup> (23) **i deset principa Globalnog dogovora**<sup>21</sup> (15). **Ohrabruje nalaz da je jedanaest ispitanika iz poslovnog sektora navelo principe poslovanja i prava deteta.**<sup>22</sup> S druge strane, polovina ispitanih preduzeća, koja većinom pripadaju segmentu mikro, malih i srednjih preduzeća, u svojim poslovnim strategijama i politikama ne poziva se ni na jednu međunarodnu konvenciju, deklaraciju, načelo ili sporazum, mada je među njima i određeni broj velikih preduzeća (8), mahom iz prerađivačke industrije i sektora trgovine. Kada je reč veoma važnim, ali u srpskom poslovnom sektoru nedovoljno zastupljenim Rukovodećim načelima o ljudskim pravima i biznisu UN, činjenica je da se Vlada Srbije još uvek nije zvanično obavezala na izradu Nacionalnog akcionog plana o poslovanju i ljudskim pravima,<sup>23</sup> već postoji samo „Vodič o ljudskim pravima i biznisu“, koji je 2016. izradio Beogradski centar za ljudska prava,<sup>24</sup> a koji nije dovoljno poznat i promovisan u poslovnom sektoru.

U vezi sa **izveštavanjem o nefinansijskim aktivnostima preduzeća** (npr. Izveštaj o odgovornom poslovanju ili održivosti, Komunikacija o napretku Globalnog dogovora/COP), velika preduzeća većinom izveštavaju o svom odgovornom poslovanju u sklopu godišnjeg izveštaja (11) ili u vidu zasebnog izveštaja o održivosti (10). Međutim, većina ispitanih preduzeća (46) ne izveštava o svojim nefinansijskim aktivnostima, jer to ne predstavlja zakonsku obavezu za srednja, mala i mikro preduzeća.<sup>25</sup>

19 Ostale ponuđene opcije: Procena uticaja ulaganja na decu i lokalne zajednice; Uključivanje prava i dobrobiti dece u kodeks ponašanja; Procedure za proveru bezbednost proizvoda/usluga za decu; Politika zaštite životne sredine koja obuhvata uticaj na decu i trudnice; Procedure za procenu i davanje prednosti dobavljačima koji podržavaju ljudska i prava dece; Politika za zaštitu od seksualnog iskorištavanja i zlostavljanja; Obuke za zaposlene koji rade ili ostvaruju kontakt sa maloletnim klijentima.

20 Vidi: [www.rs.undp.org/content/serbia/sr/home/sustainable-development-goals.html](http://www.rs.undp.org/content/serbia/sr/home/sustainable-development-goals.html).

21 Vidi: [www.ungc.rs/srb/deset-principa](http://www.ungc.rs/srb/deset-principa).

22 Ostali, manje zastupljeni odgovori: Rukovodeća načela o ljudskim pravima i biznisu UN (10); Fundamentalni principi i prava na radu Međunarodne organizacije rada (7); Konvencija o pravima deteta (6); Deklaracija međunarodne organizacije rada o multinacionalnim preduzećima (5).

23 Vidi: <globalnaps.org/country/serbia>.

24 Vidi: <globalnaps.org/wp-content/uploads/2018/04/business-and-human-rights-guide-to-serbia-serbian.pdf>.

25 Imajući u vidu aspiracije Srbije da postane članica Evropske unije, u narednom periodu očekuje se nastavak usvajanja evropskih politika i direktiva, poput Direktive 2014/95 EU o objavljivanju nefinansijskih izveštaja, koja je uneta u novi Zakon o računovodstvu, ili Direktive o izveštavanju o održivosti preduzeća, koja je tek nedavno usvojena i u EU. Naime, članovima 37. i 38. Zakona o računovodstvu Republike Srbije (2020) definisano je nefinansijsko izveštavanje, koje će se primenjivati posle 1. januara 2021. godine. Obveznici ovog izveštavanja su velika pravna lica koja su društva od javnog interesa i koja na datum bilansa prelaze kriterijum prosečnog broja od 500 zaposlenih tokom poslovne godine. Vidi: <unija.com/sr/12-najvaznijih-izmena-u-novom-zakonu-o-racunovodstvu>; <ec.europa.eu/info/publications/210421-sustainable-finance-communication\_en#csrd>.

**Tabela 2.** Strateški pristup odgovornom poslovanju (UNICEF-ova anketa sa preduzećima)

Strateški pristup odgovornom poslovanju	Najzastupljenije u poslovnom sektoru
Postojanje strategija, procedura, politika u oblastima odgovornog poslovanja, Ciljeva održivog razvoja, ljudskih i prava dece	<ul style="list-style-type: none"> <li>→ Politika ljudskih resursa po meri porodice</li> <li>→ Strategija odgovornog poslovanja ili održivosti</li> <li>→ Politika odgovornog marketinga i oglašavanja koja zabranjuje neetičke prakse prema deci</li> <li>→ Mapiranje Ciljeva održivog razvoja od značaja za poslovanje</li> </ul>
Pozivanje na međunarodne konvencije, deklaracije, načela ili sporazume	<ul style="list-style-type: none"> <li>→ Ciljevi održivog razvoja UN</li> <li>→ Deset principa Globalnog dogovora</li> </ul>
Izveštavanje o nefinansijskim aktivnostima preduzeća	<ul style="list-style-type: none"> <li>→ Izveštaj o nefinansijskim aktivnostima kao deo godišnjeg izveštaja</li> <li>→ Izveštaj o održivosti</li> <li>→ Retkost u poslovnom sektoru</li> </ul>

### 3.5. Kovid-19 i prava dece

Pandemija je ozbiljno uzdrmala poslovni sektor i preusmerila milione radnika i dece u svetu na posao i učenje od kuće. Na osnovu preporuka koji su uputili UNICEF i Međunarodna organizacija rada, poslovni sektor ima ključnu ulogu u pružanju podrške porodicama pogođenim kovidom-19. Nesigurnost posla, zatvaranje vrtića i škola i nedostupnost brige o deci doveli su do toga da je zaposlenim roditeljima potrebna dodatna podrška poslodavaca kako bi se smanjile negativne posledice po decu. Na pitanje „**Da li smatrate da su prava dece u Srbiji dodatno ugrožena tokom pandemije?**“, većina anketiranih preduzeća smatra da im prava jesu ugrožena, u velikoj meri (44%) ili delimično (38%).

S obzirom na posledice pandemije po zdravlje, dobrobit i perspektive dece i mladih, od anketiranih preduzeća hteli smo da saznamo **u kojim su glavnim poslovnim područjima danas ugrožena prava dece, adolescenata i mladih u Srbiji**. Iako preduzeća u Srbiji ne podržavaju aktivno zaštitu dece od nasilja i zlostavljanja kroz svoje odgovorne aktivnosti, većina anketiranih smatra da digitalno nasilje najviše ugrožava prava dece i mladih (Princip 5; 48), sledi otežano balansiranje između posla i porodice za zaposlene roditelje (Princip 3; 37) te ugrožavanje prava u oblasti životne sredine i klimatskih promena (Princip 7; 36). Ostala poslovna područja odnose se na obezbeđivanje pristojnog posla za mlade radnike (uslovi rada, napredovanje, usavršavanje; 32), nemogućnost sticanja praktičnog iskustva (32) te na proizvode i usluge (npr. mobilni uređaji, internet, igračke, sportska oprema, odeća, hrana i piće, gejming; 20).

**Grafikon 6.** Glavna poslovna područja u kojima su ugrožena prava dece u Srbiji (UNICEF-ova anketa sa preduzećima)



Digitalno nasilje



Otežano balansiranje između  
posla i porodice za zaposlene  
roditelje



Klimatske promene

U nastavku, anketirani poslodavci upitani su „**Kako bi poslovni sektor mogao da pomogne deci i mladima u Srbiji tokom kovida-19?**“ Neki od otvorenih odgovora navode se u nastavku.

“ *Programi praksi i mentorstva, kao i radionice koje će im pomoći da steknu uvid u tržište rada (npr. simulacija intervjua za posao) i pružiti dodatnu sigurnost kada izlaze na tržište rada u nepredvidivim uslovima kakvi su trenutno na snazi.*

CSR menadžer velikog preduzeća iz sektora IKT

“ *Balans za zaposlene roditelje.*

Direktor malog preduzeća iz medijskog sektora

“ *Edukacija i podizanje svesti o zdravim navikama i zdravom načinu života.*

CSR menadžer velikog preduzeća iz prerađivačke industrije

“ *Da podrži roditelje u naporima, da im pomogne tokom trajanja upisa u škole i online škole – slobodni dani obavezni za upis dece.*

Direktor marketinga velikog preduzeća iz sektora građevine

“ *Doniranje sredstava za kupovinu rapid testova koji bi onda omogućili normalno održavanje nastave u školama.*

PR/CSR menadžer velikog preduzeća iz sektora trgovine

“ *Ulaganjem u digitalizaciju obrazovanja.*

CSR menadžer velikog preduzeća iz sektora finansijskih delatnosti

### 3.6. Uloga UNICEF-a u popularizaciji principa poslovanja i prava deteta

U prethodnom istraživanju o primeni principa poslovanja i prava deteta u Srbiji (2017), oko polovine ispitanih preduzeća bilo je dobro upoznato sa ovim principima (46%), dok je petina anketiranih o njima znala veoma malo ili je samo čula za njih (po 21% svaki). Kada je reč o najnovijem istraživanju, **više od polovine ispitanika izjavilo je da zna ponešto o principima** (58%), četvrtina je samo čula za njih (26%), dok je svaki sedmi ispitanik iz poslovnog sektora sa njima veoma dobro upoznat. S obzirom na relativno malu ciljnu grupu koja nije nacionalno reprezentativna te na činjenicu da u istraživanjima iz 2017. i 2021. godine nisu učestvovala ista preduzeća, nezahvalno je porediti nalaze i teško je izmeriti koliko srpski poslovni sektor prepoznaje principe poslovanja i prava deteta. Pa ipak, za potrebe budućih aktivnosti UNICEF-a u Srbiji sa poslovnim sektorom, u Tabeli 3. je prikazan napredak u informisanosti preduzeća o ovim principima. Iz tabele se vidi da je došlo do smanjenja procenta onih preduzeća koja su veoma dobro upoznata sa principima, ali i do porasta procenta onih koji ponešto znaju o njima. S druge strane, ohrabruje to što se smanjio procenat preduzeća koja nikada nisu čula za principe.

**Tabela 3.** Informisanost preduzeća o principima poslovanja i prava deteta (UNICEF-ova anketa sa preduzećima; 2017. i 2021. godine)

Godina istraživanja	Informisanost preduzeća o principima poslovanja i prava deteta (%)	
2017.	Veoma dobro / znam veći deo	46%
	Samo sam čuo/la za njih	21%
	Znam veoma malo	21%
	Nikada nisam čuo/la za njih / ne znam	12%
2021.	Veoma dobro	14%
	Znam ponešto o njima	58%
	Samo sam čuo/la za njih	26%
	Nikada nisam čuo/la za njih:	2%

Da bi se dodatno podigla svest anketiranih preduzeća o principima, postavljeno je pitanje „**Da li smatrate da je preduzeće u kojem radite napredno i/ili inovativno u nekom od principa poslovanja i prava deteta?**“. Većina anketiranih preduzeća smatra se inovativnim ili naprednim u pogledu Principa 3 (obezbeđivanje pristojnog posla za mlade radnike, roditelje i staratelje; 40) i Principa 6 (poštovanje i podrška dečjim pravima u marketingu i reklamama; 23). Nešto manje zastupljeni bili su Princip 4 (zaštita i bezbednost dece u svim poslovnim aktivnostima i prostorijama; 17) i Princip 7 (poštovanje dečjih prava i podrška dečjim pravima u vezi sa životnom sredinom; 17). Najmanje je bio zastupljen Princip 8 (poštovanje dečjih prava i podrška dečjim pravima u okviru usluga fizičkog obezbeđenja; 3).

Za potrebe budućih aktivnosti UNICEF-a u Srbiji bilo je važno da se od anketiranih preduzeća dobiju **preporuke o dodatnom angažovanju u zaštiti i unapređenju prava dece u poslovnom sektoru**. Većina učesnika ankete je, s tim u vezi, odabrala publicitet u medijima, odnosno medijske objave na temu poštovanja prava dece u poslovnom sektoru (51), sektorski prilagođenu obuku o pravima dece (44), obuku o porodičnim radnim praksama (37), učešće na poslovnim/CSR konferencijama (30) i obuku o uključivanju prava dece u nefinansijske izveštaje o odgovornom poslovanju ili održivosti (28).

**Grafikon 7.** Preporuke o dodatnom angažovanju UNICEF-a u Srbiji u zaštiti prava dece u poslovnom sektoru (UNICEF-ova anketa sa preduzećima)



**Medijske objave o pravima dece u poslovnom sektoru**



**Sektorska obuka o pravima dece**



**Obuka o porodičnim radnim praksama**

## 4. PRIMERI DOBRE PRAKSE

**Princip 3:** Preduzeća treba da obezbede pristojan posao za mlade radnike, roditelje i staratelje.

**Teme:** Podrška zaposlenima kroz omogućavanje fleksibilnog radnog vremena; Osmišljavanje posebnih programa za decu zaposlenih.



**BANCA INTESA**

**Pokrivenost primera strategijom/procedurom/politikom:** Kolektivni ugovor

Banca Intesa poštovanje privatnog vremena i kvalitetan porodični život smatra važnim elementima organizacije rada. Još 2018. godine uveden je koncept „smart work“, koji omogućava zaposlenima da koriste fleksibilno radno vreme i rad od kuće do 4 radna dana mesečno, što im omogućava da se sami organizuju kako bi ispunili poslovne obaveze, a da ne propuste dragocene momente u životu – da odvedu i dovedu decu iz vrtića/škole, da prisustvuju priredbama, školskim i sportskim takmičenjima. Od 2020. svim zaposlenim roditeljima obezbeđeno je i plaćeno odsustvo prvog dana vrtića/škole, kako bi mogli u potpunosti da se posvete svojim porodicama.

U okviru dodatnih programa, Banca Intesa nastoji da obezbedi bolje i kvalitetnije detinjstvo za decu zaposlenih kolega tako što inicira različite sportske i edukativne aktivnosti:

- U okviru programa „Interkultura“ svake godine dodeljuju se dve stipendije za jednogodišnje školovanje dece zaposlenih u Italiji. Kroz ovaj program je do sada prošlo preko 30 mladih, a stipendija im pokriva sve troškove (školarinu, smeštaj, troškove putovanja, prevoza do škole, zdravstveno osiguranje, knjige).
- Deca zaposlenih imaju priliku da provedu dve nedelje u letnjem kampu na moru, tokom kojih se za njih organizuju posebne kreativne radionice te sportske i ostale aktivnosti kreirane za decu i prilagođene uzrastu dece. U ovom programu je za 15 godina učestvovalo preko 750 dece zaposlenih.
- „ISBD Dečija olimpijada“ okuplja decu zaposlenih iz svih zemalja u kojima je banka deluje, a deca se takmiče u fudbalu, košarci i odbojci.
- Deca zaposlenih učestvuju i na „Teo košarkaškom kampu“, „Italijanskom fudbalskom kampu za decu“, u porodičnom danu za zaposlene, ekološkim radionicama za decu i sl.
- Banka svake godine, krajem decembra, na jedan dan „otvara“ svoje poslovne prostorije za decu zaposlenih kako bi ona mogla da upoznaju mesto na kome rade njihovi roditelji. Tom prilikom organizuje se i niz događaja za različite uzraste kako bi deca zaposlenih ponela iz banke što lepše utiske (od posete Deda Mraza, preko različitih igara, do zanimljivih naučnih eksperimenata).



Fleksibilno radno vreme suštinski omogućava zaposlenima da ostvare potrebnu ravnotežu između privatnog i poslovnog života, a aktivnosti usmerene na decu zaposlenih predstavljaju dodatni podsticaj i podršku u obezbeđivanju kvalitetnog porodičnog života i uslova odrastanja dece.



“**Poštovanje dečjih prava u poslovnom sektoru za nas je način da obezbedimo bolje poštovanje i unapređenje kvaliteta uslova života naše dece, naših zaposlenih, ali i celokupne zajednice čiji smo važan deo, jer je to jedini način da zajedno osiguramo održivu budućnost.**

**Sanja Rajačić**, direktorka Odeljenja za interne komunikacije i društveno odgovorno poslovanje

**Princip 4:** Preduzeća treba da omoguće da proizvodi i usluge budu bezbedni i da nastoje da kroz njih podržavaju dečja prava.

**Primer:** Biser Nutri Akademija #PositiveFood

**Link:** [bisernutriakademija.com](http://bisernutriakademija.com)

**mlek**produkt

Projekat je namenjen podizanju svesti i edukaciji dece o zdravim navikama i zdravoj, odgovornoj i uravnoteženoj ishrani. Gojaznost dece predstavlja sve veći problem u Srbiji, pa se stoga u okviru Biser Nutri Akademije deci na edukativan i zabavan način, kroz igru i pesmu, približavaju zdravi izbori u ishrani i u životu uopšte. Tim Akademije čine pedijatar dr Jelena Jovanović (dijetolog), dr Snežana Dejanović iz Instituta za javno zdravlje Srbije „Dr Milan Jovanović Batut“, koja je radila na izradi pravilnika o zdravoj ishrani dece, dr Feelgood (anesteziolog) i Borisav Lović, profesor kuvarstva u srednjoj kuvarskoj školi u Zrenjaninu. Ambasadorica kampanje je pevačica Leontina Vukomanović, sa dečjim horom Čarolija. Projekat je podržalo Ministarstvo prosvete, nauke i tehnološkog razvoja Republike Srbije.



Projekat počiva na 5 stubova:

1. Saveti stručnjaka „Doktorke savetuju“,
2. Priprema zdravih obroka sa kuvarskim šefom i decom,
3. Zabava „Kroz pesmu i igru stičemo zdrave navike“,
4. Fizička aktivnost sa dr Feelgoodom „Pokreni se jer zdravo je“,
5. Psihološki saveti za roditelje i decu – kako emocije utiču na ishranu dece i gojaznost.

Projekat je zamišljen kao karavan koji obilazi gradove u Srbiji i promovise zdrave navike u ishrani dece. Zbog pandemije, kampanja je prešla na digitalni oblik. Biser Nutri Akademije na svojim profilima na društvenim mrežama (Facebook, Instagram i Youtube) emituje kratke emisije. Sa decom se obilaze farme, povrtnjaci, voćnjaci, odabiraju se prirodne i zdrave namirnice, a zatim pripremaju na zdrav i zabavan način. Ukazuje se na značaj fizičkih aktivnosti u periodu rasta i razvoja deteta. Cilj je da se deci i roditeljima podigne svest i približe znanja o ishrani koja deca počinju da stiču još u periodu dojenja, a zatim se dalje usvajaju i razvijaju u detinjstvu. Projekat je predstavljen pred 130 zemalja učesnica Foruma grupe Savencia Fromage & Dairy, čiji je Mlekoprodukt sastavni deo. Tom prilikom je Biser Nutri Akademija uvršten u globalni društveno odgovorni projekat grupe Savencia Fromage & Dairy pod nazivom 'PositiveFood'.



**“ Poštovanje dečjih prava na zdravu i izbalansiranu ishranu, zdrav život i bezbrižno i srećno detinjstvo spada među najvažnije principe kojima se vodi naša kompanija. U okviru svog poslovanja posebno brinemo o deci i ljudima, o zajedničkom okruženju i planeti, pokušavajući da svojim primerom podstaknemo i ostale na odgovorno ponašanje i održivo poslovanje.**

**Bojana Momčilov**, menadžer za komunikaciju i društveno odgovorno poslovanje

**Princip 3:** Preduzeća treba da obezbede pristojan posao za mlade radnike, roditelje i staratelje.

**Teme:** Očuvanja blagostanja i mentalnog zdravlja zaposlenih; Taboroši stipendija

**Pokrivenost primera strategijom/procedurom/politikom:** Standard ESG (Environmental, social, and governance)

**Link:** [geciclaw.com/sr/taborosi-stipendija](http://geciclaw.com/sr/taborosi-stipendija)

**GECIĆ | LAW**

Pandemija kovida-19 je imala jak uticaj na sve aspekte rada i pred zaposlene se u novonastalim okolnostima postavio izazov da usklade svoje radne obaveze sa konstantnim pritiskom i zabrinutošću za sopstveno i zdravlje bližnjih. Da bi pružila podršku zaposlenima, advokatska kancelarija je uvela specijalizovani program kognitivnog biheviornog koučinga sa licenciranim psihoterapeutom, kome su zaposleni mogli da se obrate u svakom trenutku za savet i podršku. Cilj tog programa bio je da zaposleni dobiju podršku ne samo u domenu zdravlja i dobrobiti već i u razvoju talenta i karijere u pandemijskom okruženju.

Osim toga, advokatska kancelarija i porodica uglednog prof. dr Svetislava Taborošija svake godine dodeljuju novčanu stipendiju studentima IV godine Pravnog fakulteta Univerziteta u Beogradu, koja uključuje i praksu u advokatskoj kancelariji.

## I 5. ZAKLJUČCI I PREPORUKE

Iako anketirana deca i mladi ne dolaze iz radnih kolektiva preduzeća koja su učestvovala u istraživanju, moguće je uporediti određene nalaze i istaći oblasti u kojima postoje podudaranja ili odstupanja u pogledu onoga za šta se preduzeća zalažu, odnosno onoga što sprovode i onoga što mladi vrednuju.

Većina anketiranih preduzeća smatra da ima uticaj na decu, delimično ili u potpunosti, ali uprkos tome ne mapira decu kao zainteresovanu stranu. Mladi učesnici ankete, pak, većinom smatraju da preduzeća u Srbiji ne vode (dovoljno) računa o deci i mladima. Uprkos tome, oni imaju velika očekivanja da će ih poslovni sektor podržati na njihovom budućem razvojnom putu, pri čemu naglasak stavljaju na obezbeđivanje prakse, pružanje mentorstva i mogućnosti za volontiranje, kao i na druge prilike za sticanje poslovnog iskustva. Pozitivno je to što se mišljenje mladih na ovu temu poklapa sa stavovima preduzeća, jer većina ispitanika smatra da poslovni sektor može da podrži mlade u budućnosti, zbog čega im nude praksu, mentorstva, volontiranje i zaposlenje.

**Grafikon 8.** Podrška poslovnog sektora deci i mladima: poređenje mišljenja mladih sa stavovima preduzeća (U-Report anketa sa decom i mladima; UNICEF-ova anketa sa preduzećima)

### DECA I MLADI

- Preduzeća ne vode dovoljno računa o deci i mladima
- Preduzeća mogu da pomognu mladima na njihovom budućem razvojnom putu
- Oblast u kojoj bi preduzeća prvenstveno trebalo da podrže prava dece i mladih: pristojni uslovi rada za roditelje i mlade radnike
- Glavni razlog ulaganja u decu i mlade: oni su buduća radna snaga
- Preduzeća najviše mogu da pomognu mladima kroz obezbeđivanje praksi, mentorstva i mogućnosti za volontiranje

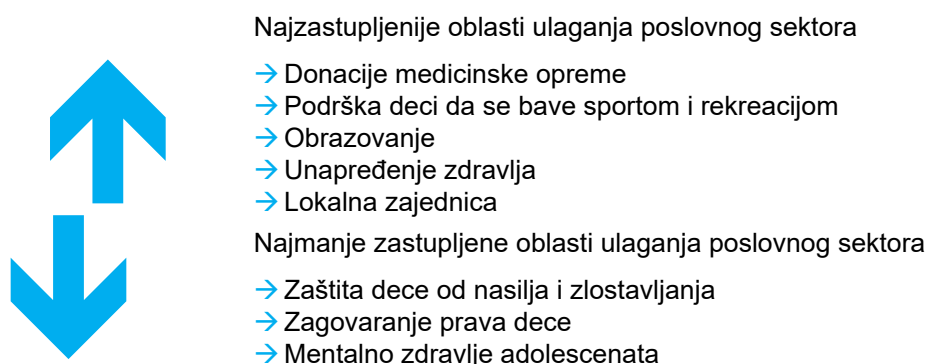
### POSLOVNI SEKTOR

- Preduzeća imaju uticaj na decu, ali ne mapiraju decu kao zainteresovanu stranu
- Poslovni sektor u Srbiji može, u potpunosti ili delimično, da podrži mlade u budućnosti
- Oblast u kojoj preduzeća imaju najviše uticaja na decu: društvena zajednica i životna sredina
- Glavni razlog ulaganja u decu i mlade: unapređenje lokalne zajednice, deca kao članovi porodica zaposlenih radnika
- Poslovni sektor najviše može da pomogne mladima tako to će im obezbeđivati praksu, mentorstva i mogućnosti za volontiranje

Kada je reč o konkretnim **oblastima u kojima bi preduzeća prvenstveno trebala da podrže prava dece i mladih**, mladi ispitanici ističu pristojne uslove rada za roditelje/staratelje i mlade radnike (Princip 3), pri čemu treba imati u vidu da više od trećine anketiranih smatra da preduzeća uopšte ne vode računa o porodicama svojih zaposlenih. S druge strane, među stavovima preduzeća o oblastima u kojima mogu imati direktan ili indirektan uticaj na decu ističu se društvena zajednica (Princip 10), životna sredina (Princip 7) i tržište (Principi 5 i 6).

U periodu od 2019. do 2021. godine, **najzastupljenije oblasti podrške poslovnog sektora za unapređenje dobrobiti i prava dece i mladih** bile su donacije medicinske opreme za zdravstvene ustanove, podrška deci da se bave sportom i rekreacijom, unapređenje formalnog/neformalnog obrazovanja, unapređenje zdravlja dece i zdravih stilova života, unapređenje uslova za život u lokalnoj zajednici i ulaganje u lokalnu infrastrukturu, što se poklapa sa nalazom da ispitana preduzeća smatraju da je društvena zajednica oblast u kojoj mogu imati najveći direktan ili indirektan uticaj na decu. Najmanje zastupljene oblasti podrške poslovnog sektora u istraživanju bile su zaštita dece od nasilja i zlostavljanja, zagovaranje prava dece i mentalno zdravlje adolescenata. Dobijeni nalaz ukazuje da preduzeća u Srbiji podržavaju one oblasti koje su bliske njihovoj poslovnoj delatnosti, a da ne vode dovoljno računa o sistemskim problemima u društvu.

**Grafikon 9.** Najviše i najmanje zastupljene oblasti ulaganja poslovnog sektora za unapređenje dobrobiti i prava dece i mladih u periodu 2019–2021. (UNICEF-ova anketa sa preduzećima)



Po mišljenju mladih ispitanika, **glavni razlog za ulaganje poslovnog sektora u decu i mlade** predstavlja to što su oni buduća radna snaga. Nasuprot ovom stavu, anketirani predstavnici iz poslovnog sektora smatraju da preduzeća treba da ulažu u decu najpre zbog unapređenja lokalne zajednice u kojoj se posluje, ali i činjenice da su deca članovi porodica zaposlenih radnika.

Većina ispitanika iz poslovnog sektora smatra da **država može da podstakne intenzivniju podršku poslovnog sektora unapređenju prava dece** uvođenjem poreskih podsticaja za zapošljavanje mladih radnika, oslobađanjem donacija u naturi za ugroženu decu/podrođice poreza na dodatu vrednost te poreskim olakšicama za sistemske DOP projekte usmerene ka deci. S obzirom na to da je stopa zaposlenosti mladih (15–24 godine) veoma niska (20,9%, u EU 34,7%),<sup>26</sup> da oko 120.000 dece (0–18 godina) živi u apsolutnom siromaštvu<sup>27</sup> i da u Srbiji živi svega 17,3% dece,<sup>28</sup> bilo bi korisno proceniti sistemski efekat neke od predloženih mera na smanjenje stope siromaštva, nezaposlenost mladih i/ili natalitet.

U domenu **strateškog pristupa odgovornom poslovanju** većina anketiranih preduzeća ima politiku ljudskih resursa po meri porodice, strategiju odgovornog poslovanja ili održivosti, politiku odgovornog marketinga i oglašavanja koja zabranjuje neetičke prakse prema deci i mapira Ciljeve održivog razvoja koji su značajni za poslovanje. Izveštavanje o nefinansijskim aktivnostima retka je poslovna praksa, ali se očekuje da će se to promeniti kada stupi na snagu novi Zakon o računovodstvu.

<sup>26</sup> Ibid, str. 128.

<sup>27</sup> Ibid, str. 20.

<sup>28</sup> Vidi: [www.unicef.org/serbia/en/reports/situation-analysis-children-and-adolescents-serbia](http://www.unicef.org/serbia/en/reports/situation-analysis-children-and-adolescents-serbia), str. 11.

Kada je reč o **uticaju pandemije na decu i njihova prava**, većina anketiranih preduzeća smatra da su im prava ugrožena, u velikoj meri ili delimično. Po mišljenju ispitanika iz poslovnog sektora, **glavna poslovna područja u kojima su danas ugrožena prava dece**, adolescenata i mladih u Srbiji jesu digitalno nasilje (Princip 5), otežano balansiranje između posla i porodice za zaposlene roditelje (Princip 3) i klimatske promene (Princip 7).

Na osnovu sprovedenog istraživanja o primeni principa poslovanja i prava deteta u srpskom poslovnom sektoru, u nastavku se navodi **10 preporuka** koje se odnose na buduće aktivnosti UNICEF-a u partnerstvu sa poslovnim sektorom (preduzeća te nacionalna i sektorska poslovna udruženja).

1. Nastavak aktivnosti na **jačanju svesti o značaju poslovnih praksi po meri dece i porodice, a posebno u kontekstu pandemije, kod velikih poslodavaca i nacionalnih sindikata**, kroz diseminaciju UNICEF-ovih brošura (o poslovanju po meri dece i porodica,<sup>29</sup> o pozitivnom roditeljstvu,<sup>30</sup> o važnosti ranog razvoja dece<sup>31</sup>) i organizaciju obuke za zaposlene u službama za upravljanje kadrovima o značaju ovog koncepta po dobrobit zaposlenih i njegovom uticaju na nematerijalne pokazatelje učinka poslovanja.<sup>32</sup>
2. S obzirom na to da preduzeća u Srbiji još uvek nedovoljno poznaju principe poslovanja i prava deteta, postoji potreba **da se kontinuirano širi svest o uticaju poslovnog sektora na prava dece**, a posebno u segmentu srednjih i malih preduzeća. U tom domenu bi bilo značajno da poslovna udruženja, a posebno Privredna komora Srbije, ponude malim i srednjim preduzećima konkretnije smernice i primere kako da strateški integrišu oblast odgovornog poslovanja u svoje poslovanje. Uz to, preporuka anketiranih preduzeća je da UNICEF pojača publicitet u medijima, odnosno medijske objave na temu poštovanja prava dece u poslovnom sektoru,<sup>33</sup> kao i sektorski prilagođenu obuku o pravima dece, u saradnji sa sektorskim poslovnim udruženjima.
3. Istraživanje je pokazalo da su **najmanje zastupljene oblasti podrške poslovnog sektora** zaštita dece od nasilja i zlostavljanja, zagovaranje prava dece i mentalno zdravlje adolescenata, koje spadaju u mandat UNICEF-a u Srbiji. Pomenute oblasti mogu se jače podržati kroz partnerstva sa zajedničkim vrednostima između UNICEF-a i poslovnog sektora – ulaganjima (novca, angažmana zaposlenih, kupaca i poslovnih partnera), zagovaranjem i inovativnim poslovnim praksama. Uz to, i mladi ispitanici i anketirana preduzeća nisko su vrednovali podršku omladinskom preduzetništvu i finansiranju učeničkih i studentskih projekata. S obzirom na to da samo 20% mladih u Srbiji razmišlja o pokretanju sopstvenog posla zbog nedostatka znanja i početnog kapitala,<sup>34</sup> neophodna je podrška poslovnog sektora kako bi se unapredile njihove preduzetničke veštine, u čemu bi finansijski sektor mogao da odigra značajnu ulogu.

29 Vidi: UNICEF, Business and family-friendly policies, an evidence brief, 2019, <[www.unicef.org/sites/default/files/2019-07/UNICEF-Business-Family-Friendly-Policies-2019.pdf](http://www.unicef.org/sites/default/files/2019-07/UNICEF-Business-Family-Friendly-Policies-2019.pdf)>; UNICEF, Family-friendly policies: redesigning the workplace of the future. A Policy Brief. 2019, [www.unicef.org/media/95051/file/Family-friendly-policies-EN.pdf](http://www.unicef.org/media/95051/file/Family-friendly-policies-EN.pdf).

30 Vidi: [www.unicef.org/serbia/pozitivno-roditeljstvo](http://www.unicef.org/serbia/pozitivno-roditeljstvo).

31 Vidi [www.unicef.org/serbia/en/materials-serbian](http://www.unicef.org/serbia/en/materials-serbian).

32 Konkretno: doprinos strategiji brendiranja poslodavca, povećano zadovoljstvo zaposlenih i produktivnosti na radnom mestu, smanjenje odlaska talentovanih radnika i unapređeni ugled preduzeća na tržištu i kod kupaca.

33 Treba koristiti formate koje preferira poslovni sektor (video, infografike, dramatizacije podataka, stvarni primeri) i teme koje su bliske poslovnom planu (smernice za porodične radne prakse, zaštita dečjih prava kroz proizvode i usluge, stereotipi u marketingu i oglašavanju, digitalni marketing i deca, kako saradivati sa decom kao zainteresovanom stranom itd.).

34 Vidi: [www.unicef.org/serbia/en/reports/situation-analysis-children-and-adolescents-serbia](http://www.unicef.org/serbia/en/reports/situation-analysis-children-and-adolescents-serbia), str. 136.

4. Za razliku od donacija u robi i uslugama i uključivanja zaposlenih u podršku deci i mladima, **odgovorne poslovne prakse koje obuhvataju kupce ili poslovne partnere u ostvarivanju nekog društveno korisnog cilja znatno su manje zastupljene** u istraživanju. UNICEF, kao svetski lider u marketingu sa društveno korisnim ciljem (engl. cause-related marketing), treba da nastavi da sklapa partnerstva sa preduzećima koja se realizuju kroz dobrovoljnu donaciju kupaca i/ili odvajanjem prihoda od prodaje za određene proizvode/usluge. Posledično, preduzeća sa velikim brojem poslovnih partnera (principala) mogu da ojačaju svoj odnos sa njima tako što će sprovesti zajedničke društveno korisne aktivnosti usmerene na neki konkretan cilj podrške pravima dece.
5. **Najmanje zastupljeni princip u istraživanju je Princip 8** (poštovanje dečjih prava i podrška dečjim pravima u okviru usluga fizičkog obezbeđenja). To upućuje na potrebu da se organizuje sektorska obuka za preduzeća koja se bave pružanjem usluga fizičkog obezbeđenja. Osim toga, poželjno je da se poštovanje prava dece unese u ugovore koji se odnose na bezbednost u okviru preduzeća.
6. Kada je reč o zastupljenosti principa poslovanja i prava deteta u strategijama, procedurama i politikama iz oblasti odgovornog poslovanja, ljudskih i prava dece, **najmanje zastupljena strateška dokumenta** bila su procedure za primedbe i podršku maloletnim korisnicima te planovi podrške deci u vanrednim situacijama. Da bi se podigla svest o važnosti pomenutih strateških dokumenata, bilo bi dobro diseminirati primere dobre prakse na nivou sektora (sektorskih udruženja) i tako inspirisati ostala preduzeća, a posebno srednja, koja uglavnom nemaju potrebnu stručnost ili kapacitete za njihovu izradu.
7. S obzirom na to da preduzeća mapiraju **Ciljeve održivog razvoja** koji su značajni za poslovanje, bilo bi korisno da oni obuhvate i uticaj na decu i mlade.<sup>35</sup> Uz to, zbog negativne demografije u zemlji, država i UNICEF mogu zajednički da mapiraju Ciljeve održivog razvoja relevantne za decu u Srbiji, što će uspostaviti nacionalnu viziju za razvoj dece i mladih u kontekstu napora koji se ulažu u ostvarivanje Ciljeva.<sup>36</sup>
8. Da bi se podigla svest o uticaju poslovnog sektora na prava dece, neophodno je da se zagovara izrada **Nacionalnog akcionog plana o poslovanju i ljudskim pravima Republike Srbije (NAP)**, na osnovu Rukovodećih načela o ljudskim pravima i biznisu UN, kao i da se mapiraju sektori i poslovne prakse koji negativno utiču na prava deteta, uz obavezu rešavanja problema kroz akcione planove. U ovo treba aktivno uključiti članove Poslovnog saveta za prava dece.
9. Kako novi Zakon o računovodstvu predviđa **obavezu nefinansijskog izveštavanja** za sva velika pravna lica, počev od 2021. godine, UNICEF ima priliku da u saradnji sa poslovnim udruženjima promoviše metodologiju za integraciju prava dece u izveštaje o održivosti, za šta postoje detaljne smernice.<sup>37</sup>
10. Imajući u vidu **negativne posledice pandemije kovida-19** po zdravlje, obrazovanje i dobrobit dece i mladih te nalaze istraživanja da većina anketiranih preduzeća smatra kako su prava dece u Srbiji dodatno ugrožena tokom pandemije, UNICEF može, u saradnji sa Ministarstvom omladine i sporta, da izradi studiju i akcioni plan koji bi sadržali prioritete oblasti u kojima je deci i mladima potrebna podrška poslovnog sektora.

35 Vidi: [www.unicef.org/serbia/media/12731/file/mapiranje.pdf](http://www.unicef.org/serbia/media/12731/file/mapiranje.pdf).

36 Vidi primer iz Ukrajine: [www.unicef.org/ukraine/media/11016/file/SDGsForChildren%20Ukraine%20engl.pdf](http://www.unicef.org/ukraine/media/11016/file/SDGsForChildren%20Ukraine%20engl.pdf).

37 Vidi: <sites.unicef.org/csr/css/Childrens\_Rights\_in\_Reporting\_Second\_Edition\_HR.pdf>.

## 6. ATRIBUCIJA

### Grafikon 2

Photo by **Life Of Pix** from **Pexels** <https://www.pexels.com/photo/manufacturing-plant-during-daytime-2391/>

Photo by **fauxels** from **Pexels** <https://www.pexels.com/photo/photo-of-people-doing-handshakes-3183197/>

Photo by **cottonbro** from **Pexels** <https://www.pexels.com/photo/people-holding-red-brochure-6565752/>

Photo by **Tima Miroshnichenko** from **Pexels** <https://www.pexels.com/photo/people-having-a-meeting-6914476/>

### Grafikon 3

Photo by **Karolina Grabowska** from **Pexels** <https://www.pexels.com/photo/light-blue-one-use-medical-protective-masks-4197562/>

Photo by **cottonbro** from **Pexels** <https://www.pexels.com/photo/girls-clinging-on-a-wooden-wall-with-a-net-7201562/>

Photo by **Pixabay** from **Pexels** <https://www.pexels.com/photo/girls-on-desk-looking-at-notebook-159823/>

Photo by **cottonbro** from **Pexels** <https://www.pexels.com/photo/kid-eating-broccoli-6970095/>

Photo by **Bulat Khamitov** from **Pexels** <https://www.pexels.com/photo/love-people-woman-summer-5704232/>

### Grafikon 4

Photo by **Mikhail Nilov** from **Pexels** <https://www.pexels.com/photo/a-boy-getting-bullied-by-classmates-inside-the-classroom-7929449/>

Photo by **Juan Pablo Serrano Arenas** from **Pexels** <https://www.pexels.com/photo/selective-focus-photography-of-child-s-hand-1250452/>

Photo by **Tatiana** from **Pexels** <https://www.pexels.com/photo/women-s-white-long-sleeved-top-1083981/>

### Grafikon 5

Photo by **Kateryna Babaieva** from **Pexels** <https://www.pexels.com/photo/man-wearing-welding-mask-covered-in-welding-smokes-2760344/>

Photo by **Julia M Cameron** from **Pexels** <https://www.pexels.com/photo/a-cardboard-with-inscription-6994982/>

**sr.wikipedia**, Ministarstvo finansija i privrede, Beograd, autor **Darko Gajić**  
[https://sr.wikipedia.org/sr/Датотека:Ministarstvo\\_f finansija\\_i\\_privrede,\\_Beograd.jpg](https://sr.wikipedia.org/sr/Датотека:Ministarstvo_f finansija_i_privrede,_Beograd.jpg)

### Grafikon 4

Photo by **Christina Morillo** from **Pexels** <https://www.pexels.com/photo/two-women-in-front-of-dry-erase-board-1181533/>

Photo by **Andrea Piacquadio** from **Pexels** <https://www.pexels.com/photo/photo-of-woman-using-her-laptop-935756/>

Photo by **Anastasiya Gepp** from **Pexels** <https://www.pexels.com/photo/woman-standing-in-hallway-while-holding-book-1462630/>

### Grafikon 6

Photo by **James Sutton** on **Unsplash** <https://unsplash.com/photos/xNEg7VBggfA>

Photo by **Vidal Balielo Jr.** from **Pexels** <https://www.pexels.com/photo/family-walking-on-path-1682497/>

Photo by **Kelly Sikkema** on **Unsplash** [https://unsplash.com/photos/\\_whs7FPfkWQ](https://unsplash.com/photos/_whs7FPfkWQ)

## Grafikon 7

Photo by **brotiN biswaS** from **Pexels** <https://www.pexels.com/photo/selective-focus-photography-of-magazines-518543/>

Photo by **Austin Distel** on **Unsplash** <https://unsplash.com/photos/rxpThOwuVgE>

Photo by **fauxels** from **Pexels** <https://www.pexels.com/photo/woman-wearing-gray-cardigan-and-eyeglasses-3184295/>

## Banca Intesa

## Mlekoпродукт



---

za svako dete

UNICEF u Srbiji  
Svetozara Markovića 58  
11000 Beograd  
Srbija

Tel: 011 / 3602 104  
mail: [belgrade@unicef.org](mailto:belgrade@unicef.org)

Website: [www.unicef.org/serbia](http://www.unicef.org/serbia)