

## ДРУШТВЕНА ОДГОВОРНОСТ КОМПАНИЈА НЕДОВОЉНО ЗАСТУПЉЕНА У ЦРНОЈ ГОРИ

Хусић



# Ријетки примјери добре воље

- Друштвено одговорно понашање и пословање ипак није само подршка или пуко спонзорисање, већ и развијање свијести запослених да креирају идеје за подршку другима

Концепт друштвене одговорности компанија у Црној Гори и даље је недовољно заступљен и прилично неразвијен, оцијенила је Адријана Хусић, портпарол Уника осигурања. Она је у разговору за „Дан“ појаснила да друштвено одговорно понашање и пословање ипак није само подршка, пуко спонзорисање, помоћ у организовању догађаја и манифестација.

– Оно је много више од тога. Међутим, у условима незавидне економске ситуације често и само спонзорисање буде од великог значаја – некада и

научимо и примијенимо оно најбоље – истиче Хусићева.

Упитана о нивоу друштвене одговорности компаније коју заступа, Хусићева напомиње да је Уника млада компанија, али је, како тврди, самим уласком на црногорско тржиште, од јуна 2008. године, препозната од стране различитих структура грађана као њихов партнер.

– Подршка развоју спорта, културе и образовања у Црној Гори један је од примарних циљева у овој области. Уника, као осигуравајућа компанија, прије свега се, директно или

### Примјером до резултата

Уника је спремна за нове идеје и отворена за бројне видове сарадње са појединцима и групама из различитих сектора. Желимо да својим примјером подстакнемо и остале компаније да узму активну улогу у друштвено одговорном пословању. Вјерујемо да оно није привилегија само великих корпорација, већ да је обавеза свих и да сви можемо учинити пуно на развоју овог за наше просторе новог и још увијек недовољно истраженог концепта пословања и односа према заједници у којој живимо, закључила је Хусићева.

пресудног – за опстанак клуба, удружења, манифестације. Развијање индивидуалне свијести сваког запосленог је јако важно, јер идеје треба да потекну од сваког од нас. Ту прије свега мислим на онај сегмент који се тиче корпоративне филантропије – објашњава Хусићева.

Она напомиње да је дуго радила у цивилном сектору, али прича о корпоративној филантропији и друштвено одговорном понашању сада је за њу добила сасвим другачији изглед.

– Чини ми се да је управо невладин сектор и био покретач овог веома важног и несумњиво све актуелнијег питања у Црној Гори. За различите кампање, појединачне пројектне активности или дешавања увијек се тражила помоћ и подршка црногорских компанија. Добри и сликовити примјери друштвено одговорних компанија јесу Кока-кола, која традиционално организује Дан добре воље, Телемор, који се често ангажује у друштвено значајним активностима, ажурна ангажованост Т-кома и Т-Мобајла. Сви они представљају добар узор за креирање сопствених политика у сфери друштвене ангажованости. Примјера из окружења и шире има још више, а на нама у Црној Гори је да

посредно, укључује у активности и пројекте које су примјенљиве друге организације – Интернационални божићни базар, кампања „Стварно“, прво безвизно путовање у Европу... Оно на што смо веома поносни јесу и двије прошлогодишње активности инициране из саме компаније. Акција „За дјечији осмијех“ представљала је донацију запослених у Уника осигурању штићеницима Дјечијег дома „Младост“ из Бијеле, а организована је у координацији са управом те установе – каже Хусићева.

За Унику је, наводи она, у овом случају, било веома битно да укључи и друге институције, па су дио акције постале и хемијска чистиона „Пингвин“, која је прикупљену гардеробу очистила и опеглала, и компанија „Воли“, која је доирала одређену количину влажних марамица. – Друга акција организована је заједно са Удружењем младих са хендикепом Црне Горе, како бисмо додатно подстакли инклузију особа са посебним потребама. Тако смо организовали заједничку акцију припреме и паковања дијела промотивног материјала који ћемо користити за наш нови производ здравственог осигурања – наводи Хусићева.

Т. Р.