

„Ozelenjavanje“ poslovnih aktivnosti trgovinskih preduzeća

“Greening” business activities of trade companies

Maja Staletović^{1}, Nenad Kojić², Ljubiša Milačić³*

¹Visoka poslovna škola strukovnih studija „Prof. dr Radomir Bojković“, Kruševac, Srbija / College of Business Professional Studies “Prof. Dr. Radomir Bojković”, Kruševac, Serbia

²Akademija strukovnih studija kosovsko metohijska, Leposavić, Srbija / Academy of Vocational Studies of Kosovo and Metohija, Leposavić, Serbia

³Toplička akademija strukovnih studija, Odsek za poslovne studije Blace, Srbija / Toplica Academy of Vocational Studies, Department of Business Studies Blace, Serbia

*Autor za prepisku / Corresponding author

Rad primljen / Received: 19.03.2024, Rad prihvaćen / Accepted: 10.05.2024.

Sažetak: Ekološki problemi i pronalaženje adekvatnih načina za njihovo rešavanje predstavljaju jednu od važnijih tema s kojom se susreće savremeno društvo. U takvim uslovima, uspeh preduzeća u velikoj meri zavisi od njegove spremnosti da posluje u skladu s ekološkim standardima. Navedeno važi i za trgovinska preduzeća. Odgovor na različite izazove koji dolaze iz ekološkog segmenta treba da bude kontinuiran i sveobuhvatan. Da bi se to postiglo, neohodno je da što veći broj aktivnosti koje obavlja jedno trgovinsko preduzeće poprime atribut „zeleno“. „Ozelenjavanjem“ poslovnih aktivnosti, ova preduzeća mogu sprečiti dalji negativan uticaj na planetu. U svemu tome je važno da se problemima zaštite životne sredine pristupa pažljivo, uz uvažavanje svih njenih delova. Analizirani primeri trgovinskih preduzeća koja posluju na teritoriji Republike Srbije pokazuju da su ona svesna svoje ekološke odgovornosti i da zaštita životne sredine predstavlja jedno od značajnijih načela njihovog poslovanja.

Ključne reči: zelena ekonomija, životna sredina, zelene akcije, trgovinska preduzeća.

Abstract: Environmental problems and finding adequate ways to solve them represent one of the most important topics facing modern society. In such conditions, the success of the company largely depends on its readiness to operate in accordance with environmental standards. The above also applies to trading companies. The response to the various challenges coming from the environmental segment should be continuous and comprehensive. In order to achieve this, it is necessary that as many activities as possible carried out by a trading company take on the "green" attribute. By "greening" business activities, these companies can prevent further negative impact on the planet. In all of this, it is important to approach the problems of environmental protection carefully, with respect for all its parts. The analyzed examples of trading companies operating in the territory of the Republic of Serbia show that they are aware of their environmental responsibility and that environmental protection is one of the most important principles of their business.

Keywords: green economy, environment, green actions, trading companies.

¹orcid.org/0000-0002-2903-498X, e-mail: maja.staletovic@visokaposlovnaskola.edu.rs

²orcid.org/0000-0001-5399-8132, e-mail: nenad.kojic@akademijakm.edu.rs

³orcid.org/0000-0001-9062-7955, e-mail: ljubisa.milacic@vpskp.edu.rs

UVOD / INTRODUCTION

U poslednje vreme, potreba za poštovanjem principa zaštite životne sredine postaje dominantna tema u različitim sektorima privrede. Tome posebno doprinosi nastanak brojnih problema, koji imaju negativan uticaj na kvalitet ljudskog života. Težnja da se dati problemi preduprede treba da predstavlja suštinu odgovornog poslovanja svakog preduzeća.

Samo funkcionisanje preduzeća koje pored ekonomskih uvažava i zakonitosti zaštite životne sredine, može da se okarakteriše kao smisljeno i kvalitetno.

Promena tradicionalnog načina poslovanja trgovinskih preduzeća, u pogledu uvažavanja ekoloških zakonitosti, veoma je važna jer trgovinska preduzeća mogu imati ključnu ulogu u promovisanju potrebe za zaštitom životne sredine. Ta uloga proističe iz pozicije posrednika koju imaju između proizvođača i potrošača, a koja im pruža mogućnost da podstiču jačanje svesti o važnosti ovog pitanja i kod jednih i kod drugih. Zato bi bilo poželjno da što veći broj aktivnosti u domenu njihovog poslovanja poprime atribut „zeleno“. Osim toga, „ozelenjavanje“ poslovnih aktivnosti može doneti ekonomske koristi za samo trgovinsko preduzeće, ali i mnoge druge benefite za društvenu zajednicu i životnu sredinu.

1. POTREBA ZA „OZELENJAVANJEM“ AKTIVNOSTI PREDUZEĆA / THE NEED FOR "GREENING" THE COMPANY'S ACTIVITIES

Cilj svakog savremenog preduzeća treba da bude zasnovan na težnji da se ostvari ekonomsko, socijalno ali i ekološko blagostanje. Navedeno je bitno iz razloga što se problemi zaštite životne sredine u poslednje vreme nalaze na vrhu krucijalnih svetskih problema. Potreba za pronalaženjem pouzdanih načina da se potencijalna globalna katastrofa spreči, ne predstavlja pitanje koje se pod izgovorom postojanja problema prevashodno ekonomske prirode, može odložiti s ciljem traženja rešenja u bliskoj ili daljoj budućnosti. U prilog tome govori i najnovije istraživanje objavljeno u naučnom časopisu *Science Advances*. U istraživanju Van Westena i dr. (2024) se navodi da su ključne struje Atlantskog okeana koje oblikuju klimu, odnosno prenose značajniji deo toplotne energije iz južne hemisfere u severni Atlantski okean, u značajnoj meri oslabile, što bi moglo izazvati urušavanje datog sistema u skorije vreme. Imajući u vidu da je navedeni proces od izuzetne važnosti za usporavanje uticaja globalnog zagrevanja izazvanog ljudskom delatnošću, posledice po čovečanstvo mogu biti ogromne, s obzirom da bi promene klimatskih uslova bile nepopravljive. Svako dalje zagrevanje izazvano ljudskim aktivnostima moglo bi da utiče na uspo-

ravanje daljeg toka strujanja. Zato je važno da se potreba za zaštitom životne sredine shvati ozbiljno, i da se datom problemu pristupi iz svih segmenata privrede. U svemu tome, naglasak prevashodno treba staviti na odnos ekonomije i životne sredine.

Opšte je poznato da veliki broj prirodnih resursa nije neiscrpan, što može dovesti do neizbežne oskudice istih. Neadekvatna upotreba resursa dovodi do degradacije prirodnog kapitala i podstiče mnoge negativne promene u životnoj sredini. Na taj način se dovodi u pitanje korišćenje ostalih prirodnih resursa ali i kvalitet života i zdravlje ljudi. Ukoliko se ne preduzimaju mere po tom pitanju, nedostatak resursa može da usledi u bliskoj budućnosti.

Rad preduzeća ne sme da se zasniva na neracionalnoj upotrebi resursa. Tradicionalna tvrdnja da bi preduzeće trebalo da postoji samo zarad sticanja ekonomske koristi ne može biti opravdana. Ekološki izazovi nameću potrebu za promenom klasičnog modela poslovanja. Cilj je stvaranje ekološki odgovornih poslovnih sistema koji će doprineti razvoju zelene ekonomije. Zelena ekonomija društva nije stvar politike u užem smislu, niti može biti predmet trenutnog opredeljenja, ona se usvaja i realizuje u saradnji s ekonomskim interesima, tehničkim mogućnostima, ekološkim, unutrašnjim i međunarodnim standardima (Dukić i dr., 2023). Nijedna nacija za sada ne zagovara prekidanje tehnološkog razvoja ili zabranu bitnih tehnoloških postignuća, jer bi ovakav stav bio neodgovoran prema ekonomiji i društvu (Janković, Vladislavljević, 2014). Međutim, u svemu tome treba uzeti u obzir i zahteve životne sredine. Usled narušenosti prirodne ravnoteže, zahtevi prirode su vrlo jasni (Janković, Vladislavljević, 2014). Priroda više nije sposobna da se sama izbori sa zagađivačima (Janković, Vladislavljević, 2014). Zato je važno da svako preduzeće usvoji i na što adekvatniji način primeni zeleni poslovni model. Zeleni poslovni model može da transformiše način upravljanja preduzećima (Stojanović, 2016).

Jedan od fundamentalnih ciljeva modernog društva zasniva se na potrebi da se podigne ekološka svest i da se time pronade adekvatno rešenje za očuvanje oskudnih resursa. Svetska zajednica već decenijama unazad trudi se da podigne svest svih nacija kako bi se neki ekološki problemi rešili ili makar ublažili (Dukić i dr., 2023). Jedan deo rešenja je promocija čitavog niza standarda vezanih za ekologiju (Dukić i dr., 2023). Kroz ove standarde organizacije su u stanju da lakše razvijaju ekološki prihvatljivije proizvode i na taj način kreiraju pogodnu klimu za postizanje održivog razvoja (Dukić i dr., 2023). Kombinovanjem ekološke svesti s dobrom bezbednosnom praksom, mogu da se dobiju

ogromne beneficije, a razvijanjem zelenog poslovanja mogu da se smanje troškovi bespotrebnog otpada (Stojanović, 2016).

Imperativ svakog savremenog preduzeća mora da se zasniva na uspostavljanju balansa između ekomskih i društvenih potreba, uz minimalne štetne efekte po životnu sredinu. Suštinski ekološki poremećaji zanosvani su na klimatskim promenama, zagađenju vode, vazduha, zemljišta, uništavanju biljnog i životinjskog sveta, neograničenoj eksploataciji resursa neophodnih za ljudski život (Staletović, 2022). Treba uzeti u obzir činjenicu da ekološki problemi ne predstavljaju samo probleme sadašnjih generacija. Ukoliko se ne preduzimaju nikakve aktivnosti po pitanju njihovog rešavanja, ovi problemi mogu imati mnogo veće posledice po život budućih generacija. Zato se sve više govori o tome da zelena ekonomija postane ekonomija budućnosti, a načela zaštite životne sredine na kojima se zasniva, jedan od najvažnijih faktora koji može pomoći u zaustavljanju negativnog trenda uništavanja iste.

2. NAČINI „OZELENJAVANJA“ POSLOVNIH AKTIVNOSTI TRGOVINSKIH PREDUZEĆA / METHODS OF “GREENING” THE BUSINESS ACTIVITIES OF COMMERCIAL ENTERPRISES

Činjenica da čovečanstvo nema rezervnu planetu za život, kao i da je globalno pogoršanje klimatskih uslova počelo ubrzano da se odvija, uslovljava promovisanje održive proizvodnje i potrošnje od strane brojnih aktera (Sudarević, Milovanov, 2015). Shodno tome i od trgovinskih preduzeća. Kao sastavni deo okruženja, trgovinska preduzeća imaju određeni udeo u narušavanju ekološke ravnoteže. Korišćenje električne energije, emisija štetnih gasova, otpad, transport robe predstavljaju samo neke od takvih aktivnosti. S obzirom da model poslovanja zasnovan na degradaciji životne sredine ne može biti dugoročno održiv, preduzimanje adekvatnih ekoloških mera treba da predstavlja jedan od ključnih ciljeva trgovinskih preduzeća. Naido i Gasparatos (2018) u svom istraživanju ističu da trgovinska preduzeća, s ciljem smanjenja uticaja svog poslovanja na životnu sredinu, progresivno usvajaju različite korporativne ekološke akcije i strategije. Vođenje poslovanja u skladu s ekološkim principima zahteva preispitivanje postojećih aktivnosti, objektivno sagledavanje mogućnosti da se uvedu promene, praćenje ekoloških performansi, edukaciju zaposlenih i ostalih poslovnih partnera, i tome slično. Trgovinsko preduzeće se može okarakterisati kao ekološki odgovorno ukoliko se pridržava ekoloških politika i principa, primenjujući konkretne mere za smanjenje negativnih i povećanje pozitivnih efekata na životnu

sredinu. Povećanje pozitivnih efekata na životnu sredinu može da se realizuje kroz brojne aktivnosti. Neke od njih su: usvajanje zelenog načina gradnje prodajnih objekata, „ozelenjavanje“ transporta, ponuda proizvoda s istaknutim ekološkim oznakama, pravilno razvrstavanje i reciklaža otpada, promovisanje ekološke orijentacije nabavkom proizvoda od dobavljača koji u svojoj praksi uvažavaju ekološke standarde i isticanjem važnosti zaštite životne sredine putem reklama, akcijskih kataloga, a sve s ciljem jačanja svesti potrošača o važnosti zaštite životne sredine.

Kako ekološki način gradnje postaje sve popularniji, mnoga, naročito velika i uspešna trgovinska preduzeća uvažavaju ekološke standarde prilikom izgradnje svojih prodajnih objekata. Primera radi, trgovinsko preduzeće Lidl je zahvajujući zelenoj gradnji, dobilo EDGE sertifikat (Excellence in Design for Greater Efficiencies) za više od 40 prodajnih objekata za rešenja u gradnji koja dovode do uštede energije i vode, kao i smanjene emisije štetnih gasova (<https://kompanija.lidl.rs/press-centar>). Navedeni primer pokazuje da zeleni način gradnje može u značajnoj meri da eliminiše negativan uticaj na prirodno okruženje. Osim toga, svesni smo i činjenice da transport robe ima značajnu ulogu u poslovanju trgovinskih preduzeća. Pravilan raspored isporuke robe kao i upotreba ekoloških dostavnih vozila, mogu biti od značajne koristi za rešavanje ekoloških problema.

Osim transporta, trgovinska preduzeća moraju da vode računa i o načinu odlaganja otpada (ambalažni otpad, otpad od hrane, itd.) i njegovoj reciklaži. Saradnja s preduzećima koja se bave sakupljanjem, transportom i bezbednim zbrinjavanjem otpada, može da predstavlja jedno od ekoloških rešenja navedenog problema.

Još jedan od načina koji može doprineti „ozelenjavanju“ poslovnih aktivnosti trgovinskih preduzeća jeste i ponuda robe s istaknutim ekološkim oznakama. Ova ponuda je značajna iz razloga što ove oznake ukazuju na ekološku ispravnost proizvoda. Ekološka ispravnost nekog proizvoda ne može se procenjivati samo na osnovu njegovog sastava, već se on kao takav može etiketirati jedino ukoliko i čitav proces njegove proizvodnje nije štetan po životnu sredinu (<https://kompanija.lidl.rs/odrzivostu-lidlu/dobro-za-planetu>). Posedovanje šireg asortimana proizvoda s ekološkim oznakama može biti od koristi i za povećanje svesti potrošača o zaštiti životne sredine. Pored oznaka, na svest potrošača trgovinska preduzeća mogu da utiču i kontinuiranom razmenom informacija, odnosno redovnim obaveštavanjem potrošača o preduzetim aktivnostima po pitanju zaštite životne sredine. U tu svrhu moguće je

koristiti različite formate namenjene komunikaciji s eksternim stakeholderima, poput izveštaja o održivom razvoju, onlajn ili štampanih kataloga ili letaka, saopštenja za medije, ali i sve aktuelnijih aplikacija kao digitalnih kartica lojalnosti. Pored potrošača važna je i valjana procena relevantnosti dobavljača po pitanju posvećenosti zaštiti životne sredine. Mnoga uspešna preduzeća biraju ekološki svesne dobavljače.

3. DOBRI PRIMERI IZ TRGOVINSKE PRAKSE U SRBIJI / GOOD EXAMPLES FROM COMMERCIAL PRACTICES IN SERBIA

Dostupni podaci o planiranim i realizovanim ekološkim aktivnostima mogu dati odgovor na pitanje da li su trgovinska preduzeća u Republici Srbiji svesna uloge koju imaju u društvu i uticaja koji njihovo poslovanje ostvaruje na planetu i ljude. Posvećenost zaštiti životne sredine i preduzimanje različitih ekoloških inicijativa, može se, pre svega, primetiti kod velikih i uspešnih trgovinskih lanaca. U ovom radu pažnja je prevashodno posvećena ekološkim aktivnostima supermarketa. Akcenat se posebno stavlja na ekološke projekte novijeg datuma, tačnije na period od 2021. do 2024. godine.

Aktivnosti koje ova preduzeća preduzimaju su različite i fokusirane na rešavanje ključnih ekoloških problema, ali i na podizanje svesti društva o važnosti kontinuiranog zalaganja za zaštitu životne sredine. Jedan od takvih primera je trgovinsko preduzeće Lidl koje je u svom poslovanju fokusirano na različite teme (zaštita klime, očuvanje biodiverziteta, očuvanje resursa) (<https://kompanija.lidl.rs/odrzivost-uidlu/dobro-za-planetu>). Svoj doprinos zaštiti životne sredine ovo preduzeće daje kroz konkretne ciljeve i mere zasnovane na štedljivom korišćenju resursa, sprovođenju mera zaštite klime duž celog lanca vrednosti i aktivnim doprinosom zaštiti ekološkog sistema adekvatnim vođenjem poslovnih aktivnosti. Još jedna od dobrih karakteristika ovog preduzeća ogleda se i u dostupnosti Izveštaja o održivom razvoju. U njemu su jasno predstavljenе sve preduzete ali i planirane aktivnosti po pitanju zaštite životne sredine na teritoriji Republike Srbije. Neke od „zelenih“ akcija, preduzete nakon 2020. godine odnose se na sledeće (<https://kompanija.lidl.rs/odrzivost-uidlu/publikacije/>): projekat „Dobro se reciklažom vraća“, pokrenut krajem 2022. godine, omogućava kupcima da vraćanjem PET i ALU ambalaže na reciklažu doniraju sredstva Fondaciji „Budi human“; U skladu s postavljenim ciljem da svi dobavljači voća i povrća moraju biti sertifikovani prema GlobalG.A.P, procenat sertifikovanih dobavljača je s 18,5% u 2021. porastao na 95,3% u 2022. godini; Realiza-

cijom projekta uklanjanja otpada iz prirode „Čisto iz ljubavi“ uklonjeno je 14 tona otpada iz prirode u 2022. godini; Od ukupno 21.660,1 tone generisanog otpadnog materijala u 2022. godini, uključujući komunalni otpad, ponovo je iskorišćeno 926,1 t i reciklirano 12.708,6 tona otpada.

Osim Lidla, pažljiva posvećenost ekološkim pitanjima može da se primeti i kod trgovinskog preduzeća Delhaize Serbia. Brigu o životnoj sredini Delhaize Serbia pokazuje kroz preduzimanje mera za uštedu električne energije, kroz borbu s plastikom, reciklažom otpada, primenom štedljivog voznog parka, i tome slično (<https://odgovornoposlovanje.rs>). Samo neke od zelenih akcija odnose se na otvoren Maxi supermarket s ekološkim sistemom rashlade, kao i na to što je Delhaize Serbia potpisnik sporazuma „New Plastic Economy Global Commitment“ koji obavezuje da će do 2025. godine sva plastika u okviru privatne robne marke u potpunosti biti reciklabilna, kompostabilna ili ponovo upotrebljiva.

Isti je slučaj i s trgovinskim preduzećem Metro Cash & Carry. Navedeno preduzeće radi na smanjenju ekoloških tragova svog poslovanja i u kontinuitetu promoviše prihvatljive ekološke prakse. Primera radi, jedna od ključnih inicijativa u ovom domenu je Metro Water Initiative, čiji je cilj da svake godine navedeni subjekt širom sveta smanji potrošnju vode u svom celokupnom poslovanju, uključujući i edukaciju i senzitivaciju i svojih zaposlenih, kupaca i dobavljača da učine isto (<https://www.metro.rs>). Osim toga, postavljen je cilj da se do 2050. godine smanji emisija CO₂ za 50%, pri čemu je, recimo, u 2021. godini smanjena emisija štetnih gasova za 20,5%. Još jedna od „zelenih“ aktivnosti sprovedena je u junu 2021. godine kroz kampanju „Metro inicijativa za smanjenje upotrebe plastike“, kada je ovo preduzeće ponudilo proizvode koji se nalaze u pakovanjima koja se mogu reciklirati (<https://www.metro.rs>).

Posvećenost zelenim aktivnostima primetan je i kod trgovinskog preduzeća Dis. Recimo, jedna od aktivnosti koja navedeno i potvrđuje, odnosi se na ekološki zahtev koji svaki dobavljač treba da ispoštuje. Naime, dobavljači s kojima saraduje ovo preduzeće moraju da vode računa o zaštiti životne sredine u kojoj obavljaju svoju delatnost i da osiguraju usklađenost sa svim važećim zakonima i odredbama (<http://develop.dis.rs>).

U okviru brojnih projekata na polju društveno odgovornog poslovanja zaštita životne sredine predstavlja važan deo poslovne politike i strategije preduzeća Univerexport (<https://univerexport.rs>). Neke od „zelenih“ akcija odnose se na sledeće: prikupljanje i reciklaža portabilnih baterija; U svim kancelarijama, maloprodajnim objektima i distribu-

ktivnom centru nepotrebnih papir se odlaže u posebne kutije za prikupljanje reciklažnog materijala; Kese za kupovinu su napravljene od razgradivih materijala, itd. (<https://univerexport.rs>). Jedan od najnovijih projekata Univerexporta čija je realizacija započeta u martu 2023. godine odnosi se na implementaciju elektronskih cena, koje u skladu s ekološkim tendencijama i „zero paper“ politikom drastično smanjuju potrošnju papira i time doprinose očuvanju životne sredine.

Uzevši u obzir prethodne podatke, može se reći da su navedena trgovinska preduzeća svesna svoje odgovornosti prema životnoj sredini. Posvećenost različitim ekološkim aktivnostima koja je data kroz primere, pokazuje da se ova preduzeća bave ekološkim problemima na teritoriji Republike Srbije, i da se, shodno tome, trude da u svom poslovanju u što značajnijoj meri usvoje atribut „zeleno“.

ZAKLJUČAK / CONCLUSION

Ekološki problemi predstavljaju ogromne izazove za savremeno društvo i zahtevaju adekvatno delovanje na svim nivoima. Shodno činjenici da i poslovanje trgovinskih preduzeća ostavlja tragove na našoj planeti, potreba za prevazilaženjem datih problema postaje sve značajnija i u segmentu trgovine. Eksploatacija sirovina, njihova dalja prerada u proizvode (privatne marke), transport, potrošnja, odlaganje robe u otpad, samo su neke od aktivnosti putem kojih ova preduzeća vrše uticaj na životnu sredinu. Zbog toga je od ključnog značaja da sva trgovinska preduzeća rade na „ozelenjavanju“ što većeg broja svojih poslovnih aktivnosti. „Ozele-njavanje“ poslovnih aktivnosti može biti veoma korisno i zbog njihove uloge intermedijatora između proizvodnih preduzeća i krajnjih potrošača. Benefiti se pre svega ogledaju u jačanju svesti o važnosti zaštite životne sredine, što, s obzirom na ozbiljnost ekoloških problema, može pospešiti jedinstveno delovanje i dati brže i bolje rezultate. Primeri preduzetih i planiranih aktivnosti trgovinskih preduzeća u Republici Srbiji pokazuju da su ona posvećena pitanjima zaštite životne sredine, te da shodno tome rade na pronalaženju načina za rešavanje šireg spektra ekoloških problema. Prilagođavanje životnoj sredini je veoma važno, jer nepreduzimanje nikakvih akcija na tom polju, može imati velike posledice po čitavo društvo.

LITERATURA / REFERENCES

- [1] Dukić, A., Urošević, A. & Riznić, D. (2023). Zelena ekonomija i kvalitet usluga u maloprodaji, *Ecologica*, 30(109), 9-14.
- [2] Janković, M. & Vladislavljević, R. (2014). Metodologija kreiranja marketing miksa novih proizvoda s ekološkim atributima, *Ecologica*, 21(74), 211-215.
- [3] Naido, M., Gasparatos, A. (2018). Corporate environmental sustainability in the retail sector: Drivers, strategies and performance measurement, *Journal of Cleaner Production*, 203, 125-142.
- [4] Staletović, M. (2022). Primena koncepta održivog razvoja u trgovinskim reduzjećima u Republici Srbiji u cilju unapređenja poslovnih performansi, *Doktorska disertacija*, str. 282
- [5] Stojanović, D. (2016). Razvoj terminskog tržištu i trgovanja zelenim proizvodima u funkciji rasta tržišne vrednosti kompanija, *Doktorska disertacija*, str. 294
- [6] Sudarević, T., Milovanov, O. (2015). Sinergijsko delovanje osnovnih aktera u domenu održive proizvodnje i potrošnje, *Anali ekonomskog fakulteta u Subotici*, 51(34), 15-28.
- [7] Van Westen, R., Kliphuis, M. & Dijkstra, H. (2024). Physics-based early warning signal shows that AMOC is on tipping course, *Science Advances*, 10(6), eadk1189.
- [8] <http://develop.dis.rs/dis/ovo-je-dis/dobavljac>, pristupljeno dana: 01.03.2024.
- [9] <https://kompanija.lidl.rs/odrzivost-u-lidlu/dobro-za-planetu>, pristupljeno dana: 25.02.2024.
- [10] <https://kompanija.lidl.rs/odrzivost-u-lidlu/publikacije/izvestaji-o-odrzivosti-lidl-srbija>, pristupljeno dana: 25.02.2024.
- [11] <https://kompanija.lidl.rs/press-centar/subitems/saopštenja-za-medije/2021/lidl-srbija-bira-zelenu-energiju-i-gradnju>, prisupljeno dana: 17.02.2024.
- [12] <https://odgovornoposlovanje.rs/portfolio/delhaize-serbia>, pristupljeno dana: 25.02.2024.
- [13] <https://univerexport.rs/drustvena-odgovornost>, pristupljeno dana: 01.03.2024.
- [14] <https://www.metro.rs/info/odrzivost>, pristupljeno dana: 28.02.2024.