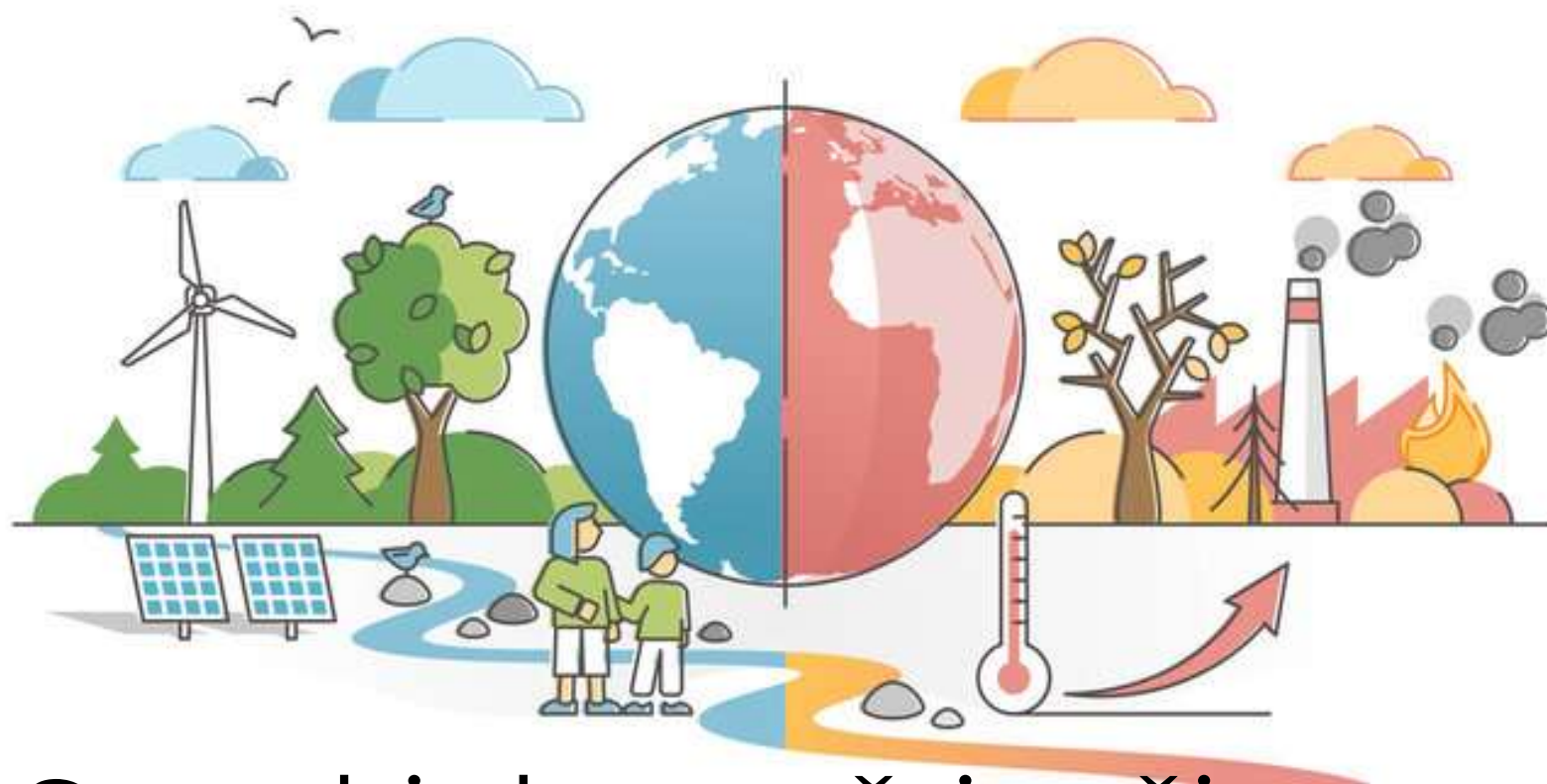




**WIN**

Worldwide  
Independent Network  
Of Market Research



# Svetски dan zaštite životne sredine



**WIN**

Worldwide  
Independent Network  
Of Market Research



**WIN**

Worldwide  
Independent Network  
Of Market Research



# LIČNE AKCIJE MOGU POBOLJŠATI ŽIVOTNU SREDINU



**WIN**

Worldwide  
Independent Network  
Of Market Research

# Verujem da moje lične akcije mogu poboljšati životnu sredinu

% unutar ukupnog uzorka

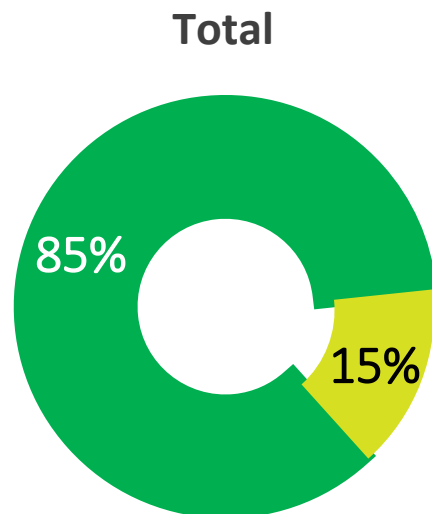
**TTB**

U potpunosti se slažem /  
Slažem se

**BTB**

Ne slažem se  
Uopšte se ne slažem

## Prema polu



**2021** 80% 16%

**2020** 81% 16%

**Žene**

86%

14%



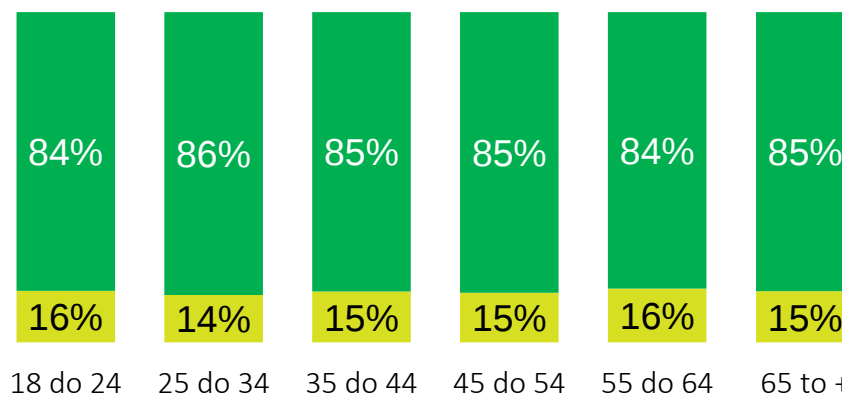
**Muškarci**

83%

17%



## Prema starosnoj grupi



Izvor: WIN 2025. Baza: 35.313. U prethodnom izdanju (2021. i 2020.) NZ/BO su bili uključeni, što otežava poređenje.

Q12\_01 - U kojoj meri se slažete ili ne slažete sa sledećim izjavama?: Verujem da moje lične akcije mogu poboljšati životnu sredinu

# Verujem da moje lične akcije mogu poboljšati životnu sredinu

% unutar ukupnog uzorka



## Prema obrazovanju

Bez obrazovanja / samo nekoliko razreda



Završena osnovna škola



Završena srednja škola



Završena visoka škola ili fakultet



Završen magisterij ili doktorat



## Prema zaposlenosti

Puno radno vreme (uključuje samozaposlene)



Skraćeno radno vreme



Nezaposlen-a



Student



Domaćica



U penziji/ nesposoban-na za rad



TTB

U potpunosti se slažem /  
Slažem se

BTB

Ne slažem se  
Uopšte se ne slažem

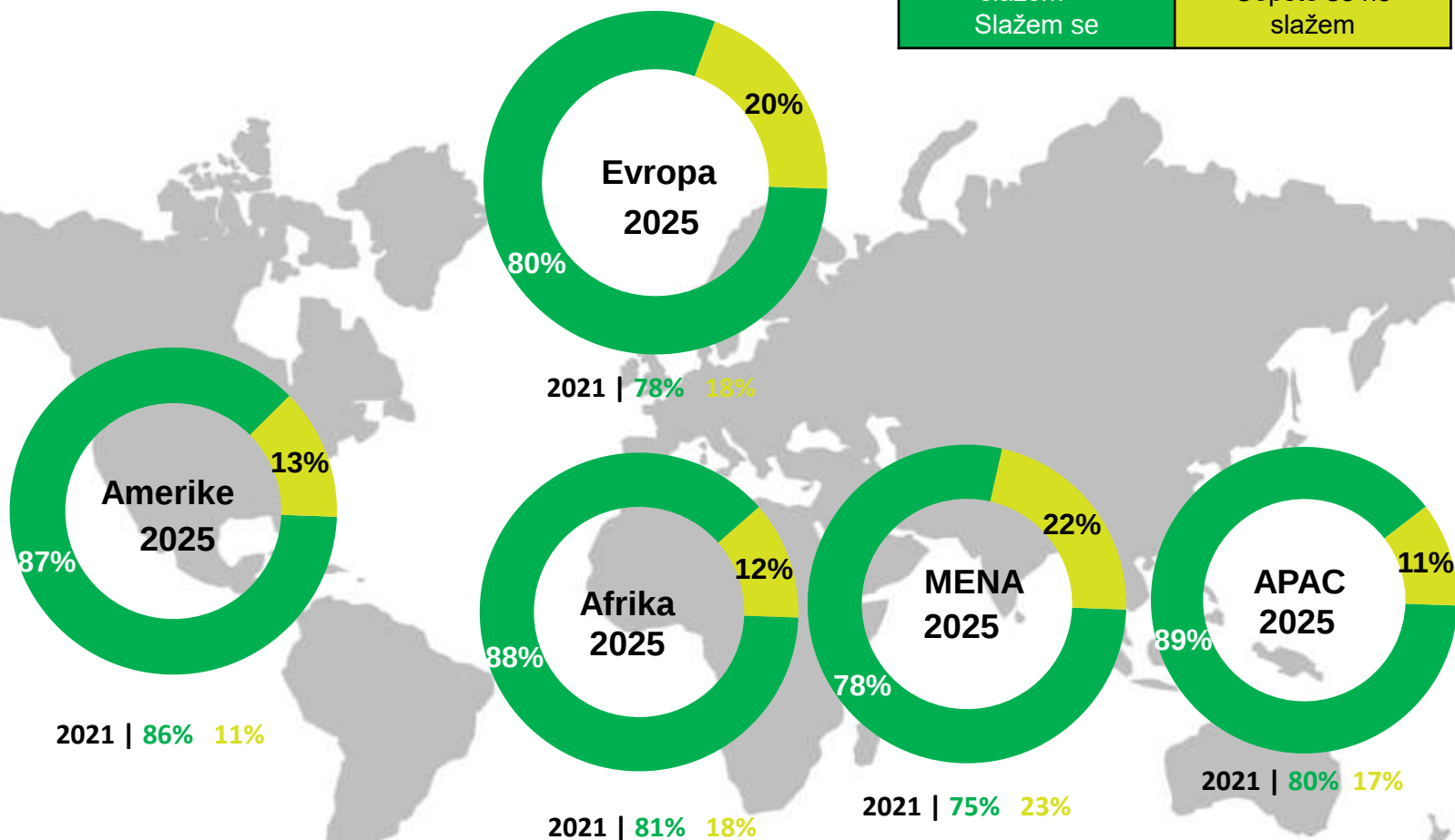
Source: WIN 2025. Base: 35313.

# Verujem da moje lične akcije mogu poboljšati životnu sredinu

% unutar ukupnog uzorka

U potpunosti se  
slažem +  
Slažem se

Ne slažem se +  
Uopšte se ne  
slažem



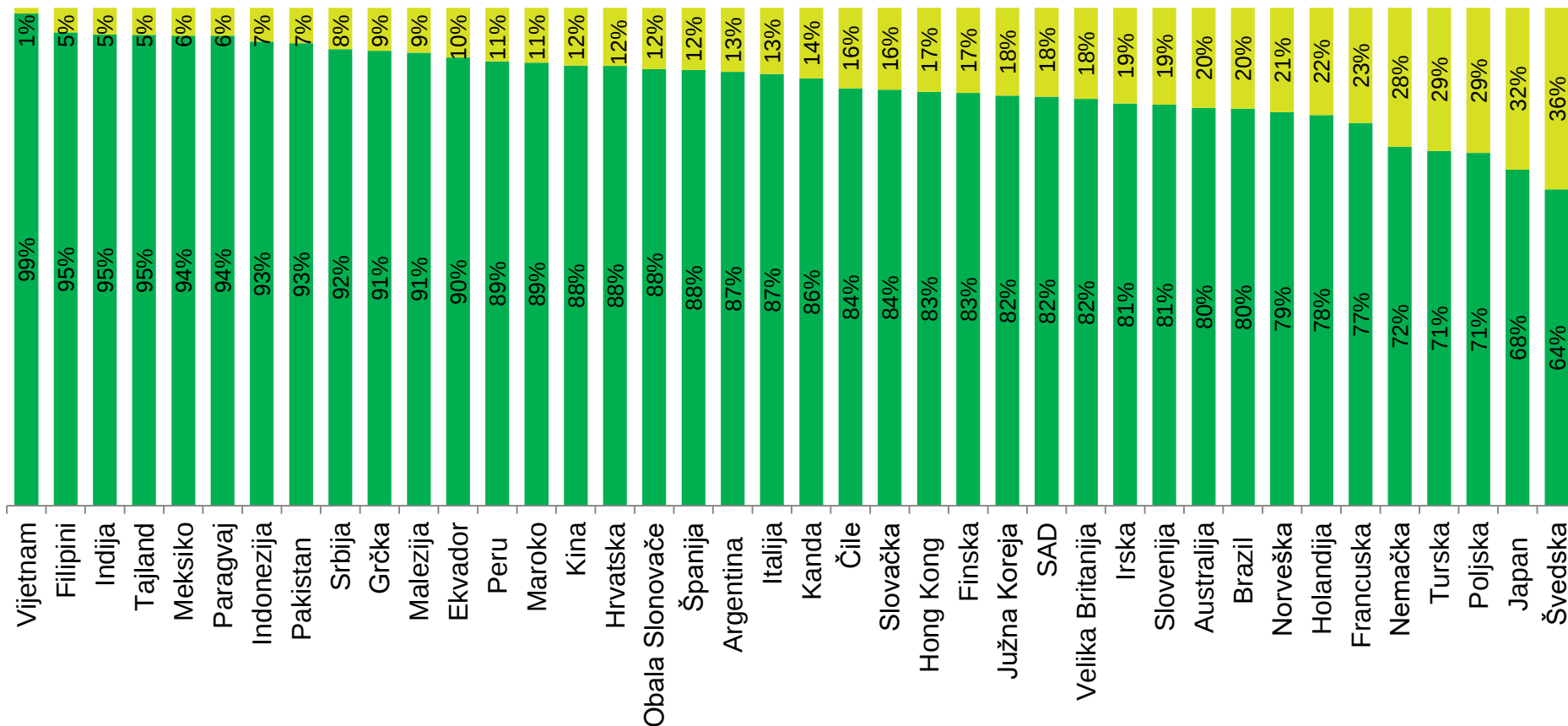
Izvor: WIN 2021. Baza: 33.236

Izvor: WIN 2025. Baza: 35.313. Procenti za NZ / BO nisu prikazani..

Napomena: MENA region obuhvata samo 2 zemlje. Afrika obuhvata samo 1 zemlju.

# Verujem da moje lične akcije mogu poboljšati životnu sredinu

% unutar ukupnog uzorka



TTB

U potpunosti se slažem /  
Slažem se

BTB

Ne slažem se  
Uopšte se ne slažem

Izvor: WIN 2025. Baza: 35313.

Q12\_01 - U kojoj meri se slažete ili ne slažete sa sledećim izjavama?: Verujem da moje lične akcije mogu poboljšati životnu sredinu



**WIN**

Worldwide  
Independent Network  
Of Market Research



# VLADINE MERE ZA ZAŠTITU ŽIVOTNE SREDINE



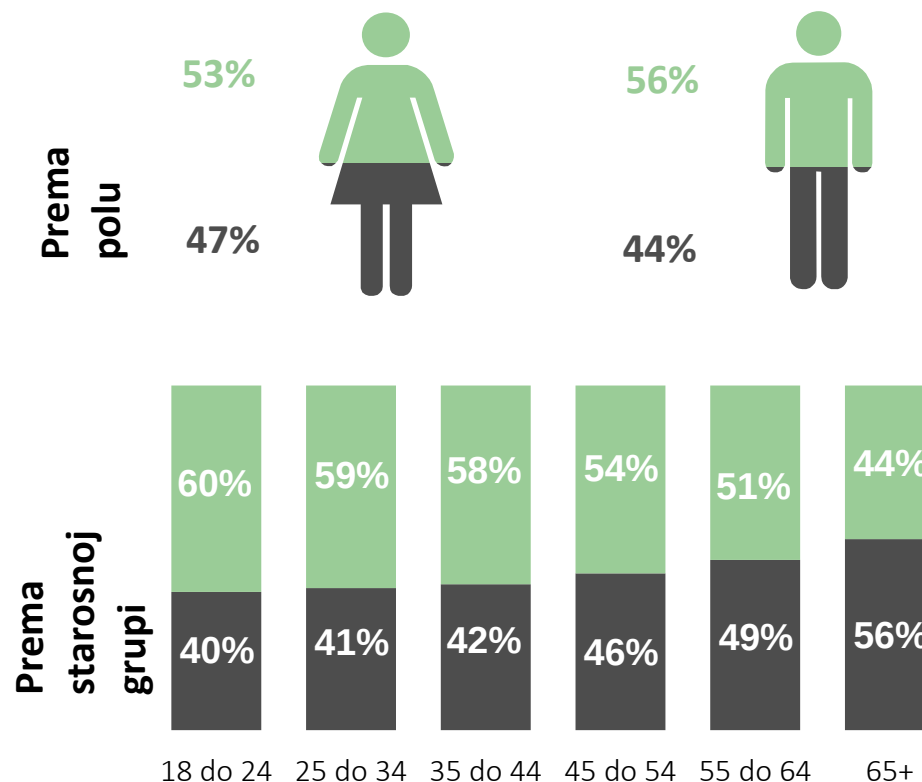
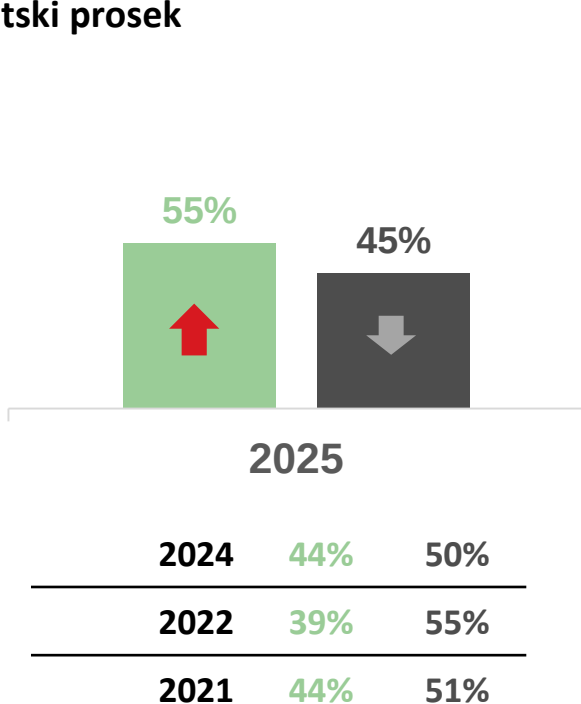
**WIN**

Worldwide  
Independent Network  
Of Market Research

# U kojoj meri se slažete ili ne slažete sa sledećom izjavom: Vlade preduzimaju neophodne mere za zaštitu životne sredine

% unutar ukupnog uzorka

## Svetski prosek



Izvor: WIN 2025. Baza: 35.216. U prethodnim izdanjima (2021, 2022, 2023. i 2024. godine) NZ/BO su bili uključeni, što otežava poređenje.

## U kojoj meri se slažete ili ne slažete sa sledećom izjavom: Vlade preduzimaju neophodne mere za zaštitu životne sredine

% unutar ukupnog uzorka



### Prema obrazovanju

Bez obrazovanja / samo nekoliko razreda



Završena osnovna škola



Završena srednja škola



Završena visoka škola ili fakultet



Završen magisterij ili doktorat



### Prema zaposlenosti

Puno radno vreme (uključuje samozaposlene)



Skraćeno radno vreme



Nezaposlen-a



Student



Domaćica



U penziji/ nesposoban-na za rad



TTB

U potpunosti se slažem + Slažem se

BTB

Uopšte se ne slažem + Slažem se

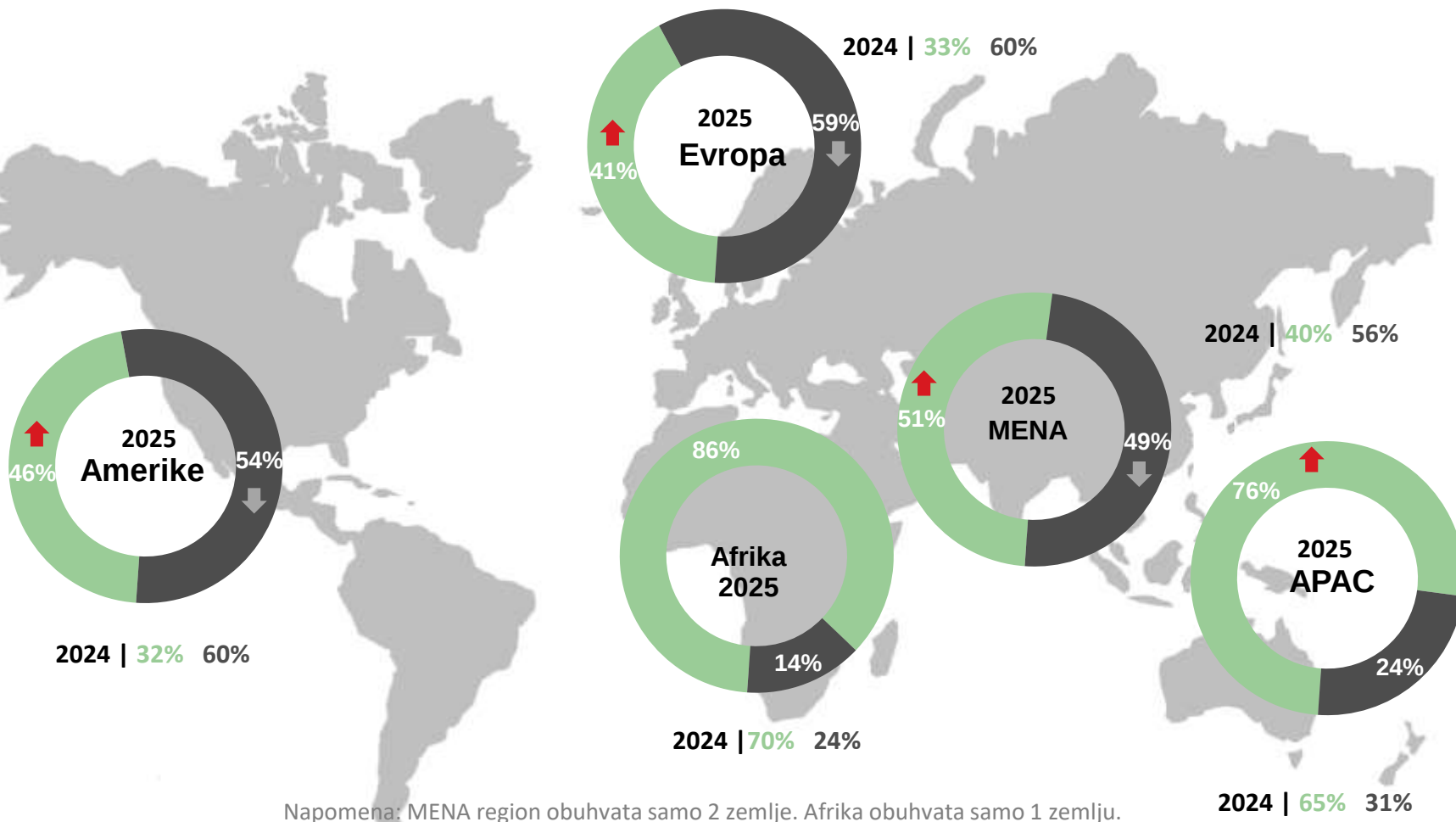
Izvor: WIN 2025. Baza: 35.216

# U kojoj meri se slažete ili ne slažete sa sledećom izjavom: Vlade preduzimaju neophodne mere za zaštitu životne sredine

% unutar ukupnog uzorka

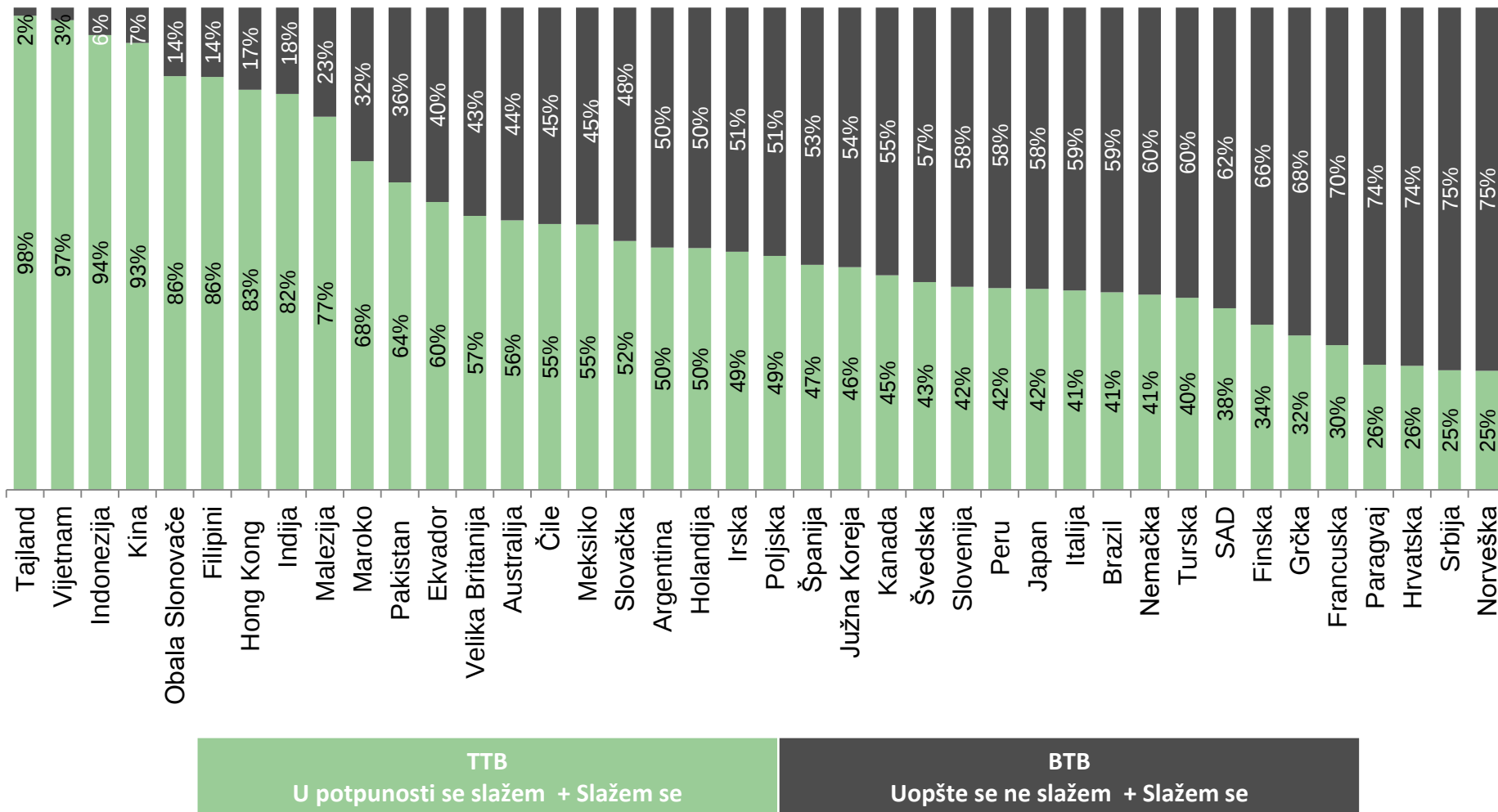
TTB  
U potpunosti se slažem + Slažem se

BTB  
Uopšte se ne slažem + Slažem se



# U kojoj meri se slažete ili ne slažete sa sledećom izjavom: Vlade preduzimaju neophodne mere za zaštitu životne sredine

% unutar ukupnog uzorka

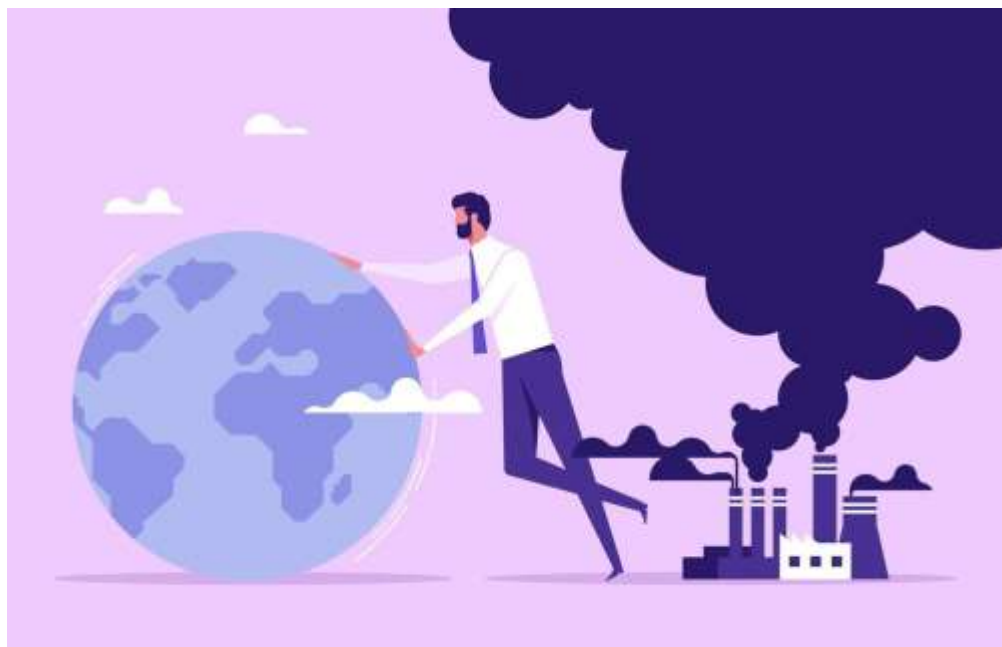


Izvor: WIN 2025. Baza: 35216



**WIN**

Worldwide  
Independent Network  
Of Market Research



# KOMPANIJE I DRUŠTVENA ODGOVORNOST (CSR)

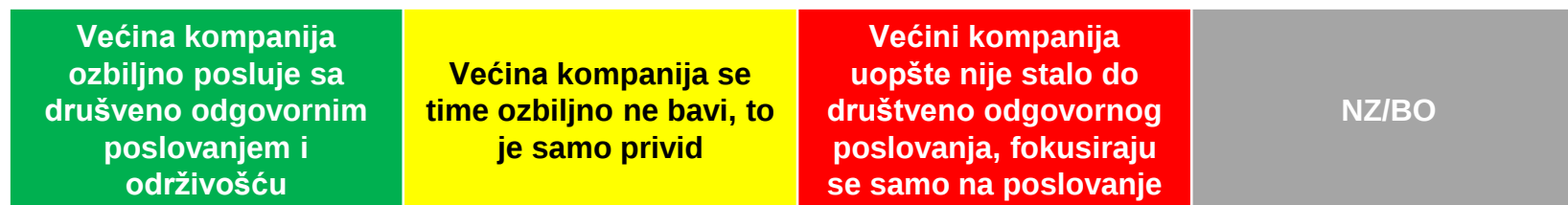
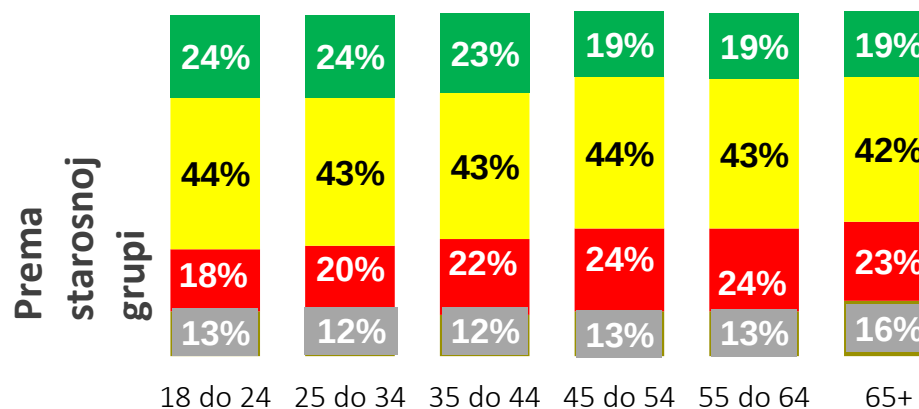
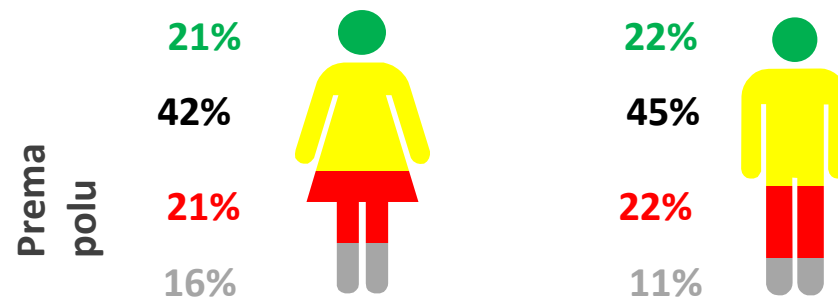
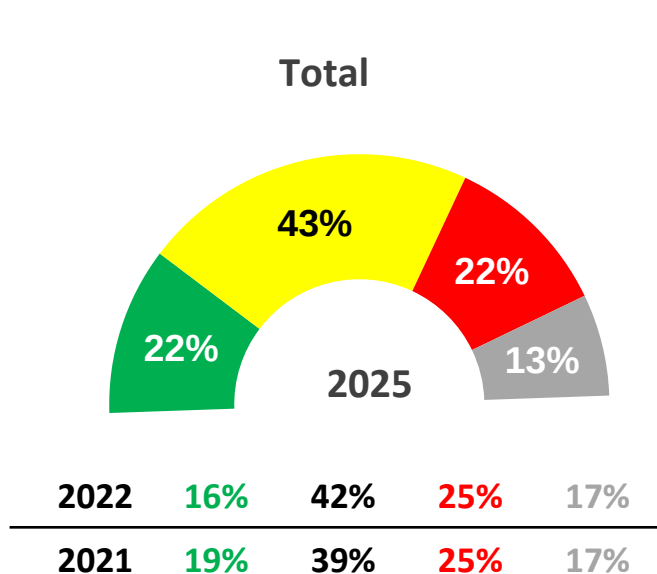


**WIN**

Worldwide  
Independent Network  
Of Market Research

# Napori da se prihvati i promoviše društvena odgovornost kompanija

% unutar ukupnog uzorka



Izvor: WIN 2025. Baza: 35515.

# Napori da se prihvati i promoviše društvena odgovornost kompanija

% unutar ukupnog uzorka



## Prema obrazovanju

Bez obrazovanja / samo nekoliko razreda



Završena osnovna škola



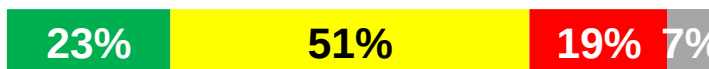
Završena srednja škola



Completed University



Završen magisterij ili doktorat

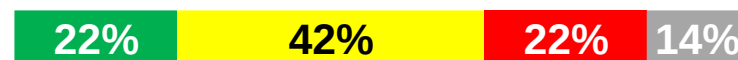


## Prema zaposlenosti

Puno radno vreme (uključuje samozaposlene)



Skraćeno radno vreme



Nezaposlen-a



Student



Domaćica



U penziji/ nesposoban-na za rad



**Većina kompanija ozbiljno posluje sa društveno odgovornim poslovanjem i održivošću**

**Većina kompanija se time ozbiljno ne bavi, to je samo privid**

**Većini kompanija uopšte nije stalo do društveno odgovornog poslovanja, fokusiraju se samo na poslovanje**

NZ/BO

Izvor: WIN 2025. Baza: 35515.

Q13 - Koja od sledeće 3 tvrdnje najbolje opisuje vaše mišljenje o kompanijama i korporativnoj društvenoj odgovornosti (CSR)?

# Napori da se prihvati i promoviše društvena odgovornost kompanija

% unutar ukupnog uzorka

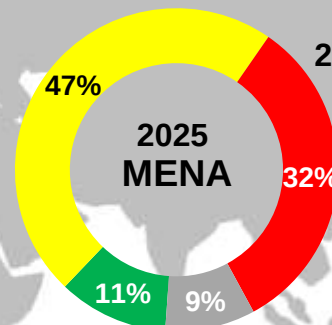
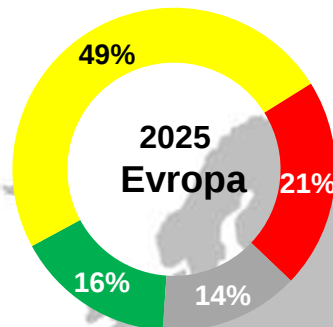
Većina kompanija ozbiljno posluje sa društveno odgovornim poslovanjem i održivošću

Većina kompanija se time ozbiljno ne bavi, to je samo privid

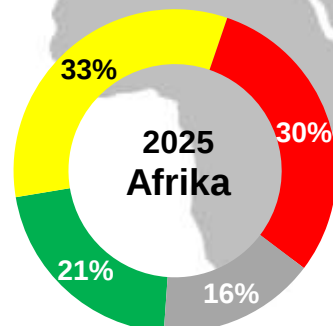
Većini kompanija uopšte nije stalo do društveno odgovornog poslovanja, fokusiraju se samo na poslovanje

NZBO

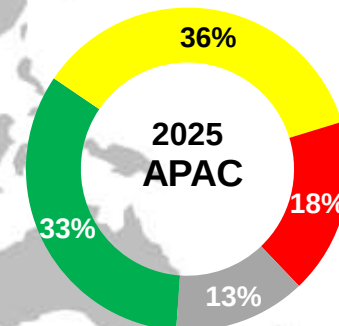
2022 | 12% 50% 21% 17%



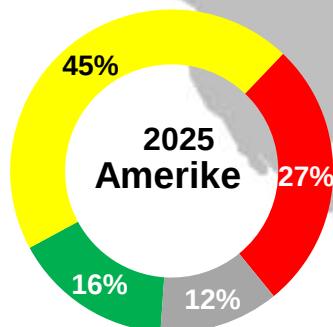
2022 | 11% 38% 36% 15%



2022 | 14% 35% 33% 18%



2022 | 24% 36% 24% 16%



2022 | 15% 41% 29% 15%

Napomena: MENA region obuhvata samo 2 zemlje. Afrika obuhvata samo 1 zemlju.

Izvor: WIN 2025. Baza: 35515.

Q13 - Koja od sledeće 3 tvrdnje najbolje opisuje vaše mišljenje o kompanijama i korporativnoj društvenoj odgovornosti (CSR)?

# Napori da se prihvati i promoviše društvena odgovornost kompanija

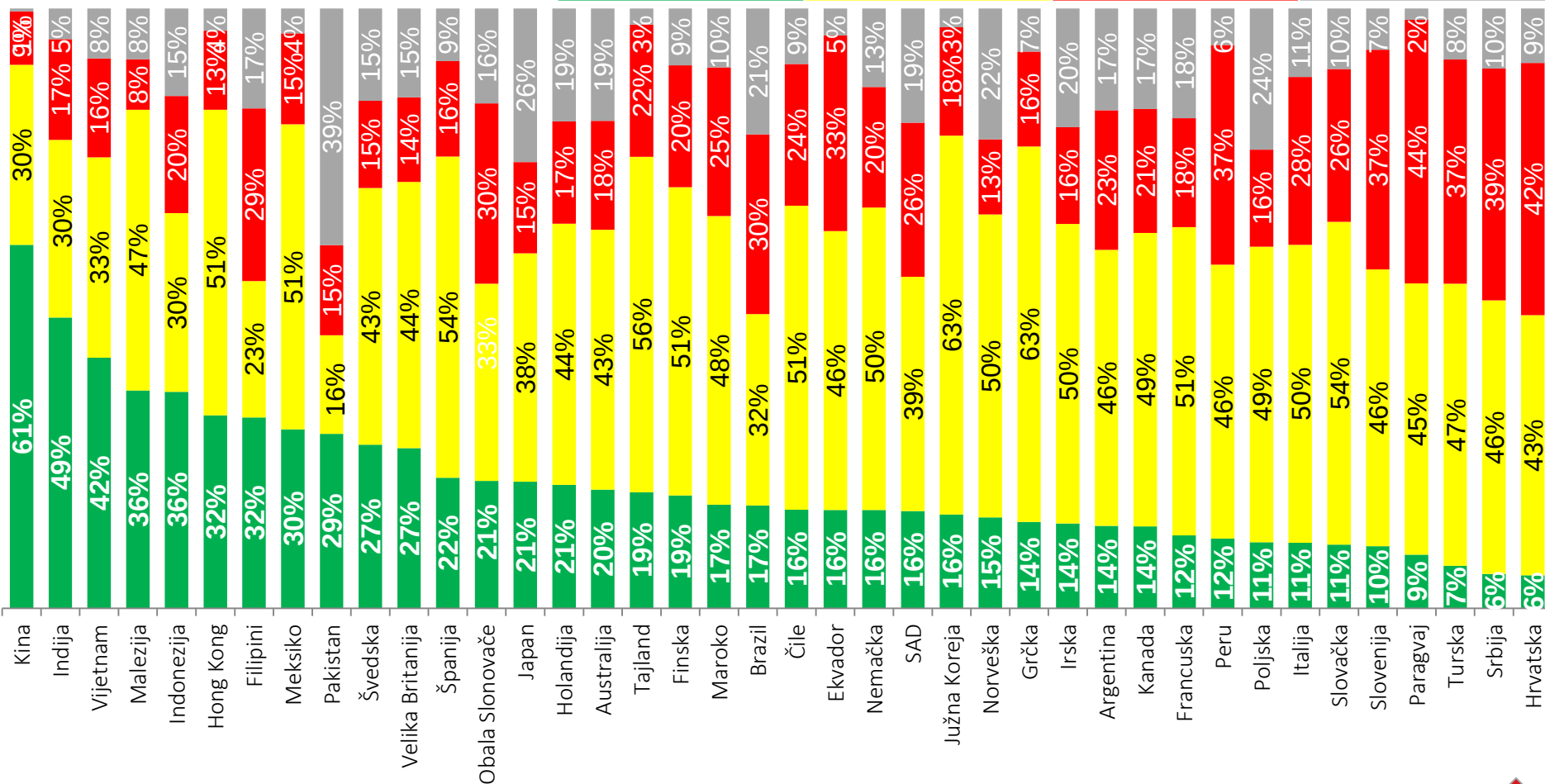
% unutar ukupnog uzorka

Većina kompanija ozbiljno posluje sa društveno odgovornim poslovanjem i održivošću

Većina kompanija se time ozbiljno ne bavi, to je samo privid

Većini kompanija uopšte nije stalo do društveno odgovornog poslovanja, fokusiraju se samo na poslovanje

NZ/BO



Izvor: WIN 2025. Baza: 35515.

Q13 - Koja od sledeće 3 tvrdnje najbolje opisuje vaše mišljenje o kompanijama i korporativnoj društvenoj odgovornosti (CSR)?

# METODOLOGIJA

|    | Zemlja            | Ime agencije                                              | Metodologija           | Uzorak | Pokrivenost     | 2024-2025<br>Datumi terena  |
|----|-------------------|-----------------------------------------------------------|------------------------|--------|-----------------|-----------------------------|
| 1  | Argentina         | Voices Research & Consultancy                             | CAWI                   | 1027   | NACIONALNI      | 30 Dec<br>2024 – 9 Jan 2025 |
| 2  | Australija        | Luma Research                                             | Online Panel           | 500    | NACIONALNI      | 20-24 Januar 2025           |
| 3  | Brazil            | Market Analysis Brazil                                    | CAWI                   | 1032   | NACIONALNI      | 16-23 Januar 2025           |
| 4  | Kanada            | LEGER                                                     | CAWI                   | 1000   | NACIONALNI      | 9-19 Januar 2025            |
| 5  | Čile              | Activa Research                                           | CAWI                   | 1095   | NACIONALNI      | 10-27 Januar 2025           |
| 6  | Kina              | WisdomAsia                                                | CAWI                   | 1000   | URBAN           | Nedelja 1-2 Januar 2025     |
| 7  | Hrvatska          | Institute for market and media<br>research, Mediana Fides | CAWI                   | 531    | NACIONALNI      | 17-23 Januar 2025           |
| 8  | Ekvador           | Centro de Estudios Y Datos -<br>CEDATOS                   | CAPI                   | 708    | NACIONALNI      | 1-3 Februar2025             |
| 9  | Finska            | Taloustutkimus Oy                                         | Online Panel           | 1112   | NACIONALNI      | 16-24 Januar 2023           |
| 10 | Francuska         | BVA Xsight                                                | CAWI / Online<br>Panel | 1001   | NACIONALNI      | 6-7 Februar2025             |
| 11 | Nemačka           | Produkt+Markt                                             | CAWI                   | 1000   | NACIONALNI      | 20 Dec 2024 – 6 Jan 2025    |
| 12 | Grčka             | Alternative Research Solutions                            | CAWI                   | 500    | NACIONALNI      | 5-20 Decembar 2024          |
| 13 | Hong Kong         | Consumer Search Group (CSG)                               | Online Panel           | 516    | ŠIRA TERITORIJA | 31 Dec 2024 -10 Jan 2025    |
| 14 | Indija            | DataPrompt International Pvt. Ltd.                        | CAWI                   | 1000   | NACIONALNI      | 19 Dec 2024 - 20 Jan 2025   |
| 15 | Indonezija        | DEKA                                                      | Face to Face           | 1000   | NACIONALNI      | 12-25 Decembar 2024         |
| 16 | Republic of Irska | RED C Research & Marketing Ltd                            | CAWI                   | 1013   | NACIONALNI      | 9-15 Januar 2025            |
| 17 | Italija           | BVA Doxa                                                  | CAWI                   | 1000   | NACIONALNI      | 13-16 Decembar 2024         |
| 18 | Japan             | Nippon Research Center, LTD.                              | CAWI                   | 1131   | NACIONALNI      | 22-27 Januar 2025           |
| 19 | Malezija          | Central Force International                               | Online Panel           | 1008   | NACIONALNI      | 2-9 Decembar 2024           |
| 20 | Meksiko           | Brand Investigation S.A.de C.V                            | Online                 | 800    | NACIONALNI      | 9-18 Januar 2025            |

## METODOLOGIJA

|    | Zemlja           | Ime agencije                                           | Metodologija | Uzorak | Pokrivenost                                                  | 2024-2025<br>Datumi terena |
|----|------------------|--------------------------------------------------------|--------------|--------|--------------------------------------------------------------|----------------------------|
| 21 | Maroko           | Integrate Consulting SARL                              | Online       | 509    | NACIONALNI                                                   | 21-24 Januar 2025          |
| 22 | Norveška         | Opinion AS                                             | CAWI         | 1031   | NACIONALNI                                                   | 13-21 Januar 2025          |
| 23 | Pakistan         | Gallup Pakistan                                        | CATI         | 1000   | NACIONALNI                                                   | 3 Dec 2024 -2 Jan 2025     |
| 24 | Paragvaj         | ICA Consultoría Estratégica                            | CATI         | 500    | NACIONALNI                                                   | 8-31 Januar 2025           |
| 25 | Peru             | Datum Internacional                                    | F2F          | 1204   | NACIONALNI                                                   | 31 Jan – 7 Feb 2025        |
| 26 | Filipini         | Philippine Survey and Research Center, Inc. (PSRC)     | CAPI         | 1000   | NACIONALNI                                                   | 14-31 Januar 2025          |
| 27 | Poljska          | Mareco Polska                                          | CAWI         | 1080   | NACIONALNI                                                   | 18-22 Decembar 2024        |
| 28 | Srbija           | Institute for market and media research, Mediana Adria | CAWI         | 536    | NACIONALNI                                                   | 17-23 Januar 2025          |
| 29 | Slovačka         | Go4insight                                             | CAWI         | 500    | NACIONALNI                                                   | 17-22 Januar 2025          |
| 30 | Slovenija        | Institute for market and media research, Mediana       | CAWI         | 700    | NACIONALNI                                                   | 17-21 Januar 2025          |
| 31 | Južna Koreja     | Gallup Korea                                           | CAWI         | 1085   | NACIONALNI                                                   | 16-24 Januar 2025          |
| 32 | Španija          | Instituto DYM                                          | CAWI         | 1014   | NACIONALNI                                                   | 16-20 Januar 2025          |
| 33 | Švedska          | DEMOSKOP AB                                            | CAWI         | 1004   | NACIONALNI                                                   | 21 Dec 2024 – 23 Jan 2025  |
| 34 | Tajland          | INFOSEARCH LIMITED                                     | F2F          | 500    | NACIONALNI                                                   | 22 Dec 2024 – 18 Jan 2025  |
| 35 | The Holandija    | Motivaction International B.V.                         | CAWI         | 1023   | NACIONALNI                                                   | 6-18 Decembar 2024         |
| 36 | Turska           | Barem                                                  | CATI         | 775    | NACIONALNI                                                   | 24-28 Januar 2025          |
| 37 | Velika Britanija | ORB International                                      | CAWI         | 1000   | NACIONALNI                                                   | 19-23 Dec 2024             |
| 38 | USA              | LEGER                                                  | CAWI         | 1000   | NACIONALNI                                                   | 9-19 Januar 2025           |
| 39 | Vijetnam         | Indochina Research (Vijetnam) Ltd                      | CAPI         | 900    | Hanoi, Ho Chi Minh city, Da Nang, Can Tho - Urban population | 18 Dec 2024 – 10 Jan 2025  |