



Република Македонија  
Министерство за економија



координативно тело за  
**ОПШТЕСТВЕНА ОДГОВОРНОСТ НА ПРЕТПРИЈАТИЈА**

**НАЦИОНАЛНА НАГРАДА ВО 2016  
ЗА НАЈДОБРИ ОПШТЕСТВЕНО ОДГОВОРНИ ПРАКТИКИ НА  
МАКЕДОНСКИТЕ ПРЕТПРИЈАТИЈА  
РЕАЛИЗИРАНИ ВО ПЕРИОДОТ ОД 01.01.2015 ДО 01.06.2016 ГОДИНА**

**НАСОКИ ЗА АПЛИЦИРАЊЕ**

Јуни 2016

Ве молиме да ги доставите вашите пријави преку електронска пошта, на адреса [beti.popova@economy.gov.mk](mailto:beti.popova@economy.gov.mk), или по пошта (во затворен плик), на адреса: Министерство за економија на Република Македонија, ул. „Јуриј Гагарин“ 15, 1000 Скопје. Пријавите треба да се испратат со назнака или наслов на пораката „Пријава за Национална награда во 2016 за општествено одговорни практики“.

**Краен рок за поднесување на пријавите е 15-ти август 2016 година.**



Проектот „ООП за сите“ е ко-финансиран од ЕУ



БИЗНИС КОНФЕДЕРАЦИЈА НА МАКЕДОНИЈА  
проектен партнер за Македонија

## ЦЕЛ НА НАЦИОНАЛНАТА НАГРАДА

Целта на Наградата за најдобри општествено одговорни практики на претпријатијата е да промовира позитивни практики на општествено одговорно делување на претпријатијата во Македонија и да инспирира за воведување и натамошно унапредување на општествената одговорност на претпријатијата (ООП) во Македонија.

И оваа година Националната награда е помогната од регионалниот проект „Општествена одговорност за сите“, кој е кофинансиран од Европската унија и во Македонија го спроведува Бизнис Конфедерација на Македонија.

## КАТЕГОРИИ НА НАЦИОНАЛНАТА НАГРАДА

Наградата за општествено одговорни практики ќе се доделува во 5 категории кои ги отсликуваат главните области во рамки на ООП:

- Награда за однос кон вработените
- Награда за етичко управување
- Награда за односи на пазарот (со снабдувачи, потрошувачи или купувачи)
- Награда за однос кон животната средина
- Награда за вложување во заедницата

На стр. 7-11 од овој документ е даден опис на концептот на ООП и на наведените категории, како и индикативен список на можни практики во рамките на секоја категорија.

Во секоја категорија се доделува награда за големо претпријатие и за мало или средно претпријатие. Претпријатијата со најдобри практики во секоја категорија ќе добијат **статуетка** во облик на логото на Координативното тело за ООП, како и сертификат. На кандидатите кои ќе влезат во потесен круг на избор ќе им биде доделено признание во облик на **плакета** за успешно спроведена општествено одговорна практика. И оваа година, во конкуренција на сите апликации од петте категории, **ќе се додели признание за најинвентивен проект/практика**.

Наградените практики ќе бидат избрани од страна на стручни жири комисији за секоја категорија, кои се составени од истакнати претставници од граѓанскиот сектор и државните органи. Жири комисиите го задржуваат правото да не доделат награда во одредена категорија доколку пристигнатите апликации бидат оценети како несоодветни. Врз основа на добиените апликации и материјали, организаторите на наградата ќе објават резиме на најдобрите општествено одговорни практики на веб-страницата на Координативното тело за општествена одговорност на претпријатија ([www.cbcsr.mk](http://www.cbcsr.mk)), кое ќе им биде доставено на компаниите пред објавувањето.

Доколку претпријатието аплицира за Националната награда со практика/проект со која веќе аплицирало и во некоја претходна година, се очекува да прикаже дека постои надградување на практиките и/или се остварени дополнителни резултати.

### Утврдување на големината на претпријатието

Во рамки на Националната награда, согласно акт на Европската унија<sup>1</sup>, големината на претпријатието се утврдува според бројот на вработени лица. Претпријатијата со 250 или повеќе вработени се сметаат за големи. Во бројот на вработени за потребите на Наградата се сметаат и вработените во поврзани претпријатија (компаниии „мајки“ или „ќерки“), како и пропорција на вработените во „партнерски претпријатија“ (компаниии кои имаат удел од 25–50% во претпријатието, или во кои претпријатието има таков удел). Оттука, претставништвата или филијалите на големи странски компаниии во Република Македонија имаат третман на големи претпријатија без оглед на бројот на вработени во земјава.

## ПРОЦЕС И ВРЕМЕНСКА РАМКА НА ДОДЕЛУВАЊЕ НА НАЦИОНАЛНАТА НАГРАДА

Процесот на доделување на Националната награда за општествено одговорни практики се состои од неколку чекори:

Активност	Краен рок
1. Објавување конкурс	3 јуни 2016
2. Информативно-едукативна средба за потенцијални апликанти	јули 2016
<b>3. Поднесување на апликациите</b>	<b>15 август 2016</b>
4. Прва средба на жири комисиите (за првична селекција)	август 2016
5. Појаснување на податоците во пријавите од страна на апликантите	август–септември 2016
6. Втора средба на жири комисиите (оценка на апликациите)	септември 2016
7. Трета средба на жири комисиите (конечен избор на најдобри практики)	септември 2016
8. Средба на групата за избор на најинвентивна практика	септември 2016
9. Свечено доделување на Националната награда	октомври–ноември 2016

При процесот на оценување, доколку се потребни дополнителни информации, т.е. појаснувања, претпријатието кое аплицирало може да биде контактирано или посетено од страна на членовите на жири комисијата.

Апликантите ќе бидат информирани во писмена форма за бодувањето на апликацијата, нејзините силни страни и можните подобрувања по свеченото доделување на Националната награда.

## КРИТЕРИУМИ ЗА СЕЛЕКЦИЈА<sup>1</sup>

Критериумите вклучуваат критериуми на подобност, општи критериуми и специфични критериуми. Критериумите за подобност мора да се исполнети за да се пристапи кон бодување на апликацијата. Општите критериуми се заеднички за сите 5 категории и се однесуваат на општите практики и стратегии на претпријатието поврзани со ООП. Секоја категорија вклучува и специфични критериуми кои се однесуваат на самата област на ООП. Практиките кои ќе добијат награда ќе се изберат преку собирање на бодовите доделени врз основа на општите критериуми и оние доделени врз основа на специфичните критериуми. Максималниот број бодови е 100, при што секоја апликација оценета како подобна ќе биде бодувана според општите критериуми со можни максимум 70 бодови, а според специфичните критериуми со можни максимум 30 бодови. За да може да освои прва награда, апликацијата треба да биде избрана од соодветната жири комисија и мора да биде оценета со најмалку 60 бодови збирно по општите и специфичните критериуми.

Право на учество во изборот имаат сите претпријатија регистрирани во Република Македонија кои во предвидениот рок ќе ја достават комплетната апликација.

**Едно претпријатие може да аплицира само со еден проект во една категорија. Претпријатието може да учествува со повеќе проекти само доколку проектите се во различни категории.**

*Критериуми на подобност (не се бодуваат, доколку не се исполнети апликацијата се дисквалификува):*

- Претпријатието е регистриран правен субјект во Република Македонија
- Апликацијата е комплетно пополнета
- Предложениот проект е од областа на ООП и се вклопува во една од 5-те категории

*Општи критериуми:*

- Предложениот проект се вклопува во севкупната стратегија за ООП на претпријатието (поткрепено со одреден акт – стратегија, програма, политика, приоритетни цели за ООП...)
- Предложениот проект придонесува кон остварување на деловните цели на претпријатието (профитабилност, конкурентност, остварување на одреден пазарен удел, одржливост на бизнисот...)
- Предложениот проект генерира корист за општеството/заедницата

---

<sup>1</sup>Критериумите се развиени врз база на критериумите поставени од ILTIS GmbH со соодветна модификација.

- Зацртаните цели и резултати на проектот се постигнати – поткрепено со соодветни показатели и податоци
- Претпријатието е долгорочно посветено на делувањето во областа на проектот<sup>2</sup>
- Претпријатието спроведува соодветна комуникација (внатре во претпријатието и кон јавноста) за проектот
- Предложениот проект е иновативен и нуди приод различен од досега реализираните во земјата и/или во соодветната стопанска гранка на апликантот

### *Специфични критериуми:*

#### 1. Награда за однос кон вработените

- Предложениот проект ја подобрува благосостојбата на вработените и ги унапредува нивните права, вклучително и правото на недискриминација и еднакви можности без оглед на полот, возраста, етничката и религиозна припадност, сексуална ориентација, стил на живеење итн.
- Работниците се синдикално организирани, имаат склучено колективен договор на ниво на работодавач и предложениот проект го унапредува социјалниот дијалог
- Предложениот проект ги стимулира и промовира вештините, талентот и знаењето на вработените и го поттикнува нивниот личен развој

#### 2. Награда за етичко управување

- Предложениот проект воведува и/или промовира правила на етичко деловно однесување, системи за следење и поттикнување на етичкото деловно однесување или на придржувањето до законите и прописите
- Предложениот проект промовира соработка со цел посеопфатно да се земат предвид интересите на засегнатите страни при водењето на претпријатието или при формулирањето на неговата стратегија и политики
- Предложениот проект промовира транспарентно и одговорно работење кон сите засегнати страни и комуникација (внатре и надвор) која е кредибилна и се базира на факти и веродостојни податоци

#### 3. Награда за односи на пазарот

- Предложениот проект ги зема предвид интересите и ставовите на потрошувачите<sup>3</sup>, снабдувачите<sup>4</sup> и/или купувачите<sup>5</sup>

<sup>2</sup>Доколку претпријатието аплицира за Националната награда со практика/проект со која веќе аплицирало и во некоја претходна година, се очекува да прикаже дека постои надградување на практиките и/или дека се остварени дополнителни резултати.

<sup>3</sup>Физичко лице кое купува производи и/или користи услуги за непосредна сопствена потрошувачка, т.е. за цели кои не се наменети за вршење на неговото занимање или за други деловни дејности.

- Предложениот проект промовира практики кои се во согласност со меѓународните стандарди за квалитет (на пр. оние на ISO) и/или правата на потрошувачите
- Предложениот проект промовира отворена комуникација и соработка со снабдувачите, потрошувачите или купувачите и ги зема предвид нивните повратни информации и поплаки. Проектот ги прикажува начините на решавање на спорови со потрошувачите, како и соработката со организациите на потрошувачи и надлежните државни органи во постапување по жалбите на потрошувачите (Напомена: последната реченица не се применува доколку проектот се однесува на снабдувачите и/или купувачите.)

#### 4. Награда за однос кон животната средина

- Предложениот проект третира и разрешува одреден еколошки проблем
- Предложениот проект го зема предвид и го интегрира влијанието врз животната средина од активностите на претпријатието
- Предложениот проект вклучува соработка со релевантни институции, експерти, здруженија на граѓани и останати релевантни засегнати страни во заштитата на животната средина

#### 5. Награда за вложување во заедницата

- Предложениот проект решава одреден проблем во заедницата и/или ја подобрува благосостојбата на граѓаните (или одредена група на граѓани)
- Предложениот проект инкорпорира партнерство и соработка со засегнатите страни од заедницата (институции, здруженија на граѓани, итн.) во планирањето и спроведувањето на проектот
- Предложениот проект ги поттикнува и мотивира вработените, клиентите и другите актери во заедницата да вложуваат и активно да се вклучат во подобрување на условите на живеење и постигнување на одржлив развој

**Важна напомена:** Во оваа категорија ќе им се даде предност на проектите кои не се однесуваат само на еднократни донации туку кои покажуваат долгогодишна посветеност на претпријатието кон проблематиката на која се однесува проектот и кои се базираат на стратешки партнерства на претпријатието со други општествени актери (институции, јавни установи, граѓански организации и сл.).

---

<sup>4</sup>Физичко или правно лице што непосредно или посредно преку други субјекти снабдува други лица со производи и/или услуги наменети за вршење на нивното занимање или за други деловни дејности.

<sup>5</sup>Физичко или правно лице кое купува производи и/или користи услуги наменети за вршење на неговото занимање или за други деловни дејности.

## КОНЦЕПТ НА ОПШТЕСТВЕНА ОДГОВОРНОСТ НА ПРЕТПРИЈАТИЈАТА (ООП)

Општествената одговорност на претпријатијата станува се позначајна за успешното работење на претпријатијата, како во глобални рамки така и во Македонија. Постојат повеќе различни дефиниции и формулации на ООП и на глобално ниво и во Македонија. Покрај ООП, се среќава и под името „корпоративна општествена одговорност“, „корпоративно граѓанство“ и сл. Сите формулации и објаснувања на ООП водат кон една дефиниција:

*Општествената одговорност на претпријатијата може да се дефинира како одговорност на претпријатието за влијанието на неговите одлуки и активности врз општеството и животната средина<sup>6</sup>. Тоа се постигнува преку транспарентно и етичко однесување кое придонесува кон одржливиот развој и ги зема предвид очекувањата на засегнатите страни, е во согласност со меѓународните норми и е интегрирано низ целото претпријатие.*

ООП во најголем дел се базира на доброволна стратешка одлука на претпријатието и подразбира повеќе од почитување на законската регулатива. ООП опфаќа широк опсег на области во сите сегменти од работењето на претпријатието како на пример: односите кон вработените и процесите на регрутирање на кадар; етичкото управување; односите на пазарот со снабдувачите, потрошувачите и купувачите; односот кон животната средина и вложувањето во заедницата. Притоа, ООП не треба да претставува дополнителна активност на одреден сектор во претпријатието, туку напротив, треба да е интегрирана во секојдневното дејствување на претпријатието и на сите структурни нивоа. Како што се менуваат процесите во претпријатието така треба да се менува и ООП. Политиките за ООП во едно претпријатие мора да бидат жив и функционален процес кој редовно се ревидира и подобрува.

При спроведувањето на ООП, честопати претпријатијата усвојуваат фокусиран приод кон одреден сегмент на ООП кој е приоритетен за тоа претпријатие. Препознавајќи го ваквиот приод во работењето на нашите претпријатија, Националната награда за општествено одговорни практики се доделува за проекти во неколку области на ООП.

### Области на ООП опфатени со Наградата

- 1) Односот кон вработените во едно претпријатие ги опфаќа сите политики и практики поврзани со човечките ресурси во претпријатието, извршувањето на работата во претпријатието, од страна на претпријатието или во име на претпријатието. Оваа област за многу претпријатија е од клучно значење поради тоа што успехот на нивното деловно работење во голема мера се базира на способен, квалификуван и мотивиран кадар. Примената на практиките на ООП во оваа област исто така се од суштинско значење за социјална правда, стабилност и мир. Создавањето на работни места, како и надоместоците и другите компензации платени за извршената работа се меѓу најважните

<sup>6</sup> Според Водичот за општествена одговорност – ISO26000:2010.

економски и социјални придонеси. Продуктивната работа е суштински елемент во човековиот развој, а животниот стандард се подобрува преку обезбедено вработување. Поради ова, шест од десетте начела на Глобалниот договор на ОН се однесуваат токму на оваа област.

Сегментот „Однос кон вработените“ вклучува широк спектар на мерки од доменот на човековите и работничките права и го опфаќа не само односот кон постоечките вработени туку и процесите на регрутирање на работниците и прекилот на работниот однос. Некои од мерките на едно општествено одговорно претпријатие во областа на односот кон вработените треба да:

- овозможат соодветни услови за работа и социјална заштита за вработените,
- го обезбедат и зачуваат здравјето и безбедноста на работно место,
- овозможат развој на човечките ресурси и соодветна обука,
- ги унапредуваат човековите права во претпријатието во континуитет,
- ја почитуваат разликоста и да овозможуваат еднакви можности на персоналот без оглед на пол, возраст, етничка и религиозна припадност, сексуална ориентација, стил на живеење, итн.,
- овозможат рамнотежа меѓу работата и приватниот живот,
- го задржат и унапредат моралот и задоволството меѓу вработените,
- го препознаваат значењето на социјалниот дијалог и да ги почитуваат правата на вработените да формираат синдикати и здруженија за остварување на своите права, итн.

- 2) Етичкото управување го опфаќа системот преку кој претпријатијата ги донесуваат и спроведуваат одлуките при реализирањето на своите цели. Тоа треба да се темели на принципите и практиките на одговорност, транспарентност, етичко однесување, почитување на интересите на сите засегнати страни, како и на почитувањето на прописите и законите при донесувањето и спроведувањето на одлуки. Етичкото управување има двојна улога – тоа е една од основните области на ООП, но од друга страна тоа е и средство преку кое претпријатието постигнува општествено одговорно однесување и во останатите области.

Мерките во овој домен можат да опфатат:

- создавање и негување на опкружување во кое се практикуваат принципите на ООП во сферата на влијание на претпријатието,
- воведување и промовирање правила на етичко деловно однесување,
- воведување на систем кој обезбедува придржување до сите прописи и закони во дејноста,
- воспоставување на двонасочна комуникација со засегнатите страни, водење сметка за нивните интереси и преговарање со нив за разрешување на можните конфликти,



- промовирање на учеството на засегнатите страни, што не се акционери, во работата на одборот на директори или управниот одбор,
- балансирање на нивото на авторитет, одговорност и капацитет на лицата кои ги носат одлуките во име на претпријатието,
- промовирање на соодветна застапеност на маргинализирани групи (жени, етнички малцинства, итн.) на високи позиции во претпријатието,
- периодично следење и оценување на процесите на управување во претпријатието,
- транспарентно и отчетно известување на акционерите и другите релевантни засегнати страни за работењето на претпријатието, за влијанието врз социјалната и животната средина,
- надворешно потврдување на вистинитоста, целосноста и целесообразноста на ваквите известувања,
- охрабрување на ефективно учество на вработени на сите нивоа во претпријатието при донесување на одлуките за ООП иницијативи, и воведување на стимулации за реализација на истите,
- воведување на менаџмент системи поврзани со ООП.

3) Односи на пазарот. Оваа област на ООП се осврнува на етичкото однесување на претпријатието во односот со други организации и поединци како и на начинот на кој претпријатието ги користи односите со другите актери во промовирањето на позитивните резултати. Тоа ги вклучува односите со јавните институции, снабдувачите, купувачите, конкурентите, потрошувачите итн. Овој сегмент ги опфаќа областите на анти-корупција, одговорно вклучување во јавната сфера, фер конкуренција, почитување на правата на сопственост, почитување на правата на потрошувачите итн.

Во односите на пазарот, дел од мерките на ООП кои претпријатието може да ги применува, меѓу другото, се:

- подобрување и примена на политики и практики за спречување на корупција, поткуп и изнудување кои ќе вклучуваат и систем на внатрешна контрола, обука и поттикнување на вработените и претставниците на претпријатието да превенираат, се справуваат и известуваат за случаи на коруптивно однесување, итн.,
- примена на практики и градење на свеста за справување со конфликтот на интереси,
- транспарентно однесување поврзано со учеството во креирањето на јавните политики, лобирањето, донациите кон политички партии и политичка инволвираност,
- спроведување на политики и практики кои го промовираат почитувањето на правото на сопственост,
- да ги спроведува своите активности во согласност со регулативите за фер конкуренција,
- да овозможи одговорен и транспарентен процес на набавки,

- да ги поттикнува и потпомага снабдувачите да интегрираат ООП практики

За примена на ООП практиките во односите со потрошувачите потребно е претпријатието:

- да применува фер маркетинг, споделувајќи точни информации и да применува фер договори,
- да води грижа за безбедноста и здравјето на потрошувачите,
- да овозможи одржлива потрошувачка,
- да овозможи заштита на приватноста на потрошувачите,
- да обезбедува систем за поплаки и повратни информации за истите,
- да ги решава споровите со потрошувачите,
- да има соодветна реакцијата по жалбите упатени до надлежните инспекциски органи, организации на потрошувачи, и сл.

- 4) Однос кон животната средина. Одлуките и активностите на претпријатието несомнено имаат влијание на животната средина без оглед каде се наоѓаат. Општеството се соочува со многу еколошки предизвици вклучувајќи го осиромашувањето на природните ресурси, загаденоста, климатските промени итн. Еколошката одговорност е предуслов за опстанок и просперитет на човечките суштества и затоа е еден од најважните аспекти на ООП. Покрај придржувањето кон законската регулатива, претпријатието треба да преземе одговорност за импликациите од своите активности, производи и услуги во рурални и урбани средини како и во пошироката животна средина. Тоа треба да делува во насока на подобрување на своето работење како и на работењето на другите во доменот на својата сфера на влијание.

Доменот на животна средина опфаќа многу комплексни мерки. Областите во кои претпријатието може да делува во доменот на животна средина за да биде општествено одговорно се:

- превенција и заштита од загадување (емисии во воздухот, испуштање на материи во водата, отпад, испуштање на токсични хемикалии и други форми на загадување),
- одржливо користење на ресурси (енергетска ефикасност, пристап кон вода, ефикасно користење на материјали итн.),
- ублажување на климатските промени и прилагодување,
- заштита на животната средина и реставрација на природните живеалишта (биодиверзитет, заштита на еко-системот, користење на земјиштето и природните ресурси, примена на еколошки принципи во руралниот и урбаниот развој и сл.).

- 5) Вложувањето во заедницата произлегува од препознавањето на фактот дека претпријатието е дел од заедницата во која делува. Придонесот на претпријатието во развојот на заедницата води кон подобрување на квалитетот на живот на населението. Посредно, тоа има позитивно влијание врз деловното

работење на претпријатието. Претпријатието треба да ги препознае и почитува правата на заедницата во која делува, нивните карактеристики и историја и да ја препознае вредноста од воспоставување на партнерски однос со заедницата преку размена на информации, искуство како и ресурси.

Претпријатието може да вложи во заедницата со мерки кои опфаќаат создавање на нови работни места преку диверзификација на економските активности и технолошкиот развој. Преку социјални инвестиции тоа може да придонесе во проекти за развој на образованието и вештините на жителите, обезбедување на здравствени услуги, зачувување на културното наследство, развој на демократијата и учеството на граѓаните во јавниот живот, итн. Практиките во оваа област се многу видливи во јавноста поради што се и често применувани од страна на претпријатијата.

Мерките во оваа област се доста шаренолики и важно е да се стратешки насочени и комбинирани со останатите сегменти на ООП. Тие можат, меѓу другото да вклучуваат:

- систематско консултирање со засегнатите страни и нивни претставници (на пр. невладини организации), вклучително и со претставниците на локалната самоуправа,
- учество во локални здруженија доколку е тоа соодветно со цел да се придонесе кон јавното добро и поставување на целите за развој на заедницата,
- ангажирање во заедницата за решавање на одредени проблеми преку долгорочно инвестирање во програми во одредени области (образование, здравство, култура, пристап до технологии за маргинализирани групи, економски развој, итн.)
- соработка со релевантни организации и институции при планирање и спроведување на јавни политики и проекти во заедницата,
- стратешки филантропски активности на претпријатието кои се вон вообичаените хуманитарни донации и се во насока на долгорочниот развој на заедницата,
- волонтирање од страна на персоналот во локални здруженија и активности на граѓаните .