



# Општествената одговорност на претпријатијата во Македонија

ноември 2012 г.

## Издавач

Македонска развојна фондација за претпријатија

## За издавачите

Тетјана Лазаревска, Извршен директор на Македонска развојна фондација за претпријатија (МРФП)

## Уредник

Владимир Мисев, Институт за демократија Социетас цивилис - Скопје (ИДСЦС)

## Автор

Миша Поповиќ, ИДСЦС

Марко Трошановски, ИДСЦС

## Лектура

Даниел Медароски

## Дизајн и подготовка

Илина Мангова

ISBN 978-608-65553-0-6

Скопје, ноември 2012 г.

## Контакт

Адреса: МРФП, ул. Никола Парапунов б.б; пошт. факс 55, 1060 Скопје; Тел. +389/2/3065-381; Факс: +389/2/3065-298;

е-пошта: mrfp@mrfp.mk; Веб: www.mrfp.mk; Facebook: <https://www.facebook.com/mrfp.mk>.

Мислењата што се изразени овде му припаѓаат на авторот и не ги одразуваат ставовите на Македонската развојна фондација за претпријатија и Европската комисија.

### Македонска развојна фондација за претпријатија

Сите права се задржани, репродуцирањето, копирањето, трансмисијата или преводот на кој било дел од оваа публикација може да се изврши единствено под следните услови: со претходна дозвола на издавачот, заради цитирање во анализа на книгата и под услови изложени во продолжение.

Авторското право на оваа публикација е заштитено, но публикацијата може да се репродуцира на кој било начин и без наплата за едукативни намени. За копирањето во други услови, за употреба во други публикации или пак за превод или адаптација, треба да се обезбеди претходна дозвола од издавачот.



Анализата е подготвена во рамките на проектот „Општествена одговорност на претпријатијата во Македонија“, кофинансиран од Европската Унија во рамките на Рамковната програма за конкурентност и иновации (CIP) 2007-2013

# ОПШТЕСТВЕНА ОДГОВОРНОСТ НА ПРЕТПРИЈАТИЈАТА ВО МАКЕДОНИЈА

## Содржина

Кратенки .....	4
Предговор .....	5
Вовед .....	6
1. Национална агенда за општествена одговорност на претпријатија .....	7
2. За проектот .....	8
3. Терминологија .....	10
4. Методологија .....	11
5. Наоди од истражувањето .....	12
5.1. Познавање на поимот .....	12
5.2. Активности за ООП .....	12
5.3. Придобивки од ООП (перцепции) .....	14
5.4. Пречки за спроведување ООП .....	16
5.5. Мотиви за ООП .....	17
5.6. Структура на мали и средни претпријатија .....	18
6. Заклучоци и препораки .....	23
Прилози .....	26
Прилог 1. Прашалник за општествена одговорност на претпријатија .....	26
Прилог 2. Структура на примерокот .....	30
Прилог 3. Листа на градови дел од ООП караванот каде бил дистрибуиран прашалникот за ООП ....	31
Библиографија .....	32

## Кратенки

ООП	Општествена одговорност на претпријатијата
МСП	Мали и средни претпријатија
НКТ-ООП	Национално координативно тело за општествена одговорност на претпријатијата
МРФП	Македонска развојна фондација за претпријатија
ССК	Сојуз на стопански комори на Македонија
ЦИП	Рамковна програма за конкурентност и иновации

## Предговор

Долгорочната перспектива на турбулентното окружување во кое функционира деловниот сектор упатува на тоа дека единствено општествено одговорните претпријатија, кои се грижат за општеството во целина ќе бидат успешни и ќе опстојат.

Особено значајно е практикувањето на општествена одговорност од страна на малите и средни претпријатија кои ја чинат светската економија, а сеуште нејасно ја доживуваат својата улога и одговорност кон општеството. Иднината наложува нивната свест и политики да се менуваат и насочат кон стратегиски опфат на општествено одговорни практики. Општествената одговорност не подразбира една активност, потребно е нејзино практикување во секој сегмент на работењето на претпријатието.

Претпријатијата со посебен осврт кон малите и средни претпријатија кои ќе ја вклучат општествената одговорност во деловната стратегијата се претпоставува дека ќе имаат долгорочно, одржливо и позитивно влијание врз развојот на државата, притоа намалувајќи ја сиромаштијата и другите проблеми со кои се соочува. Деловниот сектор со своите општествено одговорни напори нема да ја замени улогата на државата во општеството, единствено ќе помогне во обезбедувањето општествена благосостојба на граѓаните.

Во Стратегија за економски раст преку развој на мали и средни претпријатија (МСП), подготвена од Сојузот на стопански комори на Македонија, истакнато е дека МСП доминираат на економската карта на земјата и ангажираат речиси 4/5 од вкупната работна сила. Ова го покажува големото значење на МСП врз насочувањето на обемот и динамиката на економскиот развој на земјата и големо влијание за одржувањето на економско социјалната стабилност на земјата. Круцијално за вибрантен приватен сектор е постоење на мали и средни претпријатија кои играат централна улога. Во светот на МСП отпаѓаат 90% од бизнисите и 50-60% од населението е вработено во нив. Како резултат на тоа поголем е предизвикот за создавање општествено одговорни практики достапни и соодветни за МСП. Препознавањето на ООП како концепт кој го подржува, а не поткопува развојот на претпријатијата во земјите во развој е неопходно за реализирање на целите за подобрување на неговото влијанието во општеството. МСП се од суштинско значење на „патот на избавување од сиромаштија“ за многу земји во развој и не е пожелно да се дозволи концептот да биде негативно толкуван. Големите претпријатија исто така голем дел од својата општествено одговорна програма потребно е да го посветат на подршката за развојот на МСП.

## Вовед

Македонската развојна фондација за претпријатија преку поддржувањето на спроведувањето на проектот Индекс за општествена одговорност во Македонија придонесе кон воведувањето на концептот на ООП во Македонија. Во јули 2009 година, МРФП, како организација чија мисија е развој на малите претпријатија, беше дел од координативното тело кое ја подготви апликацијата Вклучување на Националната агенда за општествена одговорност на претпријатијата (ООП) во главните текови - Поддршка за националната платформа за ООП, за повикот на Генералниот директорат за претпријатија при Европската комисија. Во координативното тело учествуваа Министерството за економија на Р. Македонија, како носител на апликацијата, МРФП, Сојузот на стопански комори на Македонија (ССК) и Здружението Конект. Од 2010 година започна реализацијата на проектните активности за промовирање на концептот општествена одговорност на претпријатијата.

Анализата за сегашната состојба на општествената одговорност во Македонија ќе придонесе кон реализација на првиот резултат на проектот „Општествена одговорност на претпријатијата на РМ за зголемена свест на јавноста за концептот и придобивките од ООП“, кој истовремено придонесува за реализација на првата цел дефинирана во Националната агенда за општествена одговорност 2008-2012, во насока на подигнување на свеста за ООП во земјата.

Анализата ги истражува и анализира разбирањата и перцепциите на МСП во Република Македонија за концептот на општествената одговорност, степенот и областите на негово практикување, перцепциите за придобивките, пречките и мотивите за примена на општествено одговорни практики во работењето на МСП.

# 1. Национална агенда за општествена одговорност на претпријатија

Како дел од работниот план на Националното координативно тело за општествена одговорност во 2007 година е подготвена Национална агенда за општествена одговорност на претпријатијата. Во октомври 2008 година оваа агенда е усвоена од Владата на Република Македонија.

Националната агенда за ООП во Македонија има визија за промовирање на одржлив деловен раст кој поттикнува социјална инклузија и спречува деградирање на животната средина.<sup>1</sup>

Главна улога на Владата на Република Македонија во визијата за развивање на ООП во Македонија е создавање на поволен амбиент за ООП што промовира раст, социјална инклузија и оддржливост. Нејзините напори за привлекување на странски инвестиции и за пристапување во Европската Унија создаваат можност за усогласување на активностите во овие области и поттикнување на имплементацијата на ООП преку соработка и партнерства со бизнисите.

Зголемувањето на конкурентноста на домашните претпријатија и соработката со меѓународни компании е поддржано со изработка на амбициозен план за ООП кој би претставувала конкурентска предност за домашните претпријатија. Мултинационалните корпорации вложуваат во намалување на ризикот во раководење на синџирот за снабдување при што инвестирањето во земја која развива практики на ООП би се сметало за олеснителен фактор за нивните инвестиции. Само оние земји кои ќе бидат предводници во имплементацијата на ООП ќе ги извлечат најголемите придобивки. Според Агендата, Владата треба да се насочи кон промовирање на ООП не само во деловниот сектор туку и во јавниот сектор од причина што јавниот сектор е суштински и треба да обезбеди доверба кај граѓаните и да може да привлече и задржи на нов квалитетен кадар.

Според Агендата, Владата треба да прифати стратегија на ООП која би се состоела од:

- Спроведување на ООП со цел привлекување на инвестиции во Македонија;
- Поттикнување организации од деловниот, граѓанскиот и јавниот сектор да ги земат предвид своите економски, социјални и еколошки влијанија;
- Поттикнување организации од деловниот, граѓанскиот и јавниот сектор да преземат дополнителни мерки за да се справат со клучните предизвици на локално, регионално и национално ниво врз основа на нивните суштински компетенции;
- Издвојување средства за да се овозможи изградба на човечки и материјални капацитети за ООП;
- Да се разгледа можноста за законски промени со кои би се создал поволен амбиент.

Предвидени среднорочни цели кои треба да се постигнат за остварување на визијата се следните:

1. Подигнување на свеста за ООП;
2. Развивање капацитети и компетенции за да се помогне етаблирањето на ООП;
3. Обезбедување на поволен амбиент за ООП.

---

<sup>1</sup> Петковски и Николов (2008), Национална Агенда за општествена одговорност на претпријатијата во Република Македонија, стр 16.

## 2. За проектот

Општата цел на проектот „Општествена одговорност на претпријатијата во РМ“ претставува вклучување на Националната агенда за општествена одговорност на претпријатијата во главните текови. Поддршка за националната платформа за ООП е придонес кон одржлив економски раст, преку промоција на општествена одговорност на претпријатијата во општеството. **Цел на проектот е поддршка на вклучувањето на практиките и политиките на ООП во главните текови, во рамките на делувањето на различни чинители за ООП во Република Македонија. Целна група се општата јавност и медиумите; и клучните чинители во ООП, особено: претпријатијата, особено МСП; граѓански организации; претставници на Владата.**

**Очекувани резултати од имплементацијата на проектот и предвидените три компоненти за нивно остварување се следните:**

### **Резултат 1. Зголемена свест на јавноста за концептот и придобивките од ООП**

**Компонентата 1** ги вклучува следните активности: изработка на промотивни материјали за ООП, ООП караван, тематски форуми за ООП, анализа за ООП, медиумска кампања за ООП, како и интернет сајт за ООП и е-билтен.

### **Резултат 2. Развиени капацитети и знаења на клучните чинители за ООП**

**Компонентата 2** вклучува обука на МСП, развивање на капацитетите на граѓанските организации (ГОи), обука на медиумите и градење капацитет на Националното координативно тело за ООП.

### **Резултат 3. Создадена поволна околина за развој на ООП**

**Компонентата 3** вклучува организација на доделување национална награда за ООП, известување од државните и приватните претпријатија за мерките за ООП кои ги спроведуваат, мапирање на потребните чекори за воведување ООП во процедурите за јавни набавки и консултации и експертска поддршка за креирање политики за работните групи на државните институции и Националното координативно тело за ООП.

Анализата на сегашниот статус со општествена одговорност на претпријатијата во деловниот сектор во земјата се спроведува како дел од првата компонента насочена кон зголемување на свеста на јавноста за концептот и придобивките од општествена одговорност. Познато е постоење на ниско ниво на разбирање за концептот на ООП во Република Македонија помеѓу сите засегнати актери како претпријатијата, владините институции, граѓанските организации, медиумите како и општата јавност. Со цел да се поттикне интерес од страна на претприемачите за вредноста на ООП од една страна како и да се зголеми свеста на потрошувачите за прашањата на ООП од друга страна, беа креирани информативни и промотивни материјали за ООП. Кампањата за развивање на свеста започна со публикување на **брошура за општи прашања поврзани со ООП**, каде се обезбеди преглед на ООП концептот. Дополнително, изработени беа **5 (пет) тематски брошури за ООП**, со фокусот кон главните елементи во ООП: животната околина, односите со вработените, пазарни односи (помеѓу добавувачите и потрошувачите), етика и вклученост во заедницата.

Во главниот град на Македонија, Скопје каде се лоцирани поголем дел од МСП, се реализираат поголемиот дел од нивните деловни активности. Сепак, постојат голем број бизниси и во останатите градови во земјата кои вработуваат значителен број луѓе и ги задоволуваат потребите на голем број локални потрошувачи. Со цел да се зголеми влијанието на МСП и да се осигура еднаква дисеминација на информациите поврзани со ООП, МРФП организирал **караван за ООП** во 10 градови во Македонија. Целите на овие промотивни настани вклучуваа општи и специфични теми за ООП.

Настаните биле организирани од страна на малите и средните претпријатија во соработка со локалните бизнис клубови. Воведничарите вклучувале владини институции, бизнис асоцијации, стопански комори, синдикати, синдикати, граѓански организации и стручњаци. Во секој град, локалните успешни примери во ООП споделиле своите искуства од областа на ООП. Приближно 350 учесници на настаните биле изложени на презентација на темите и најдобрите практики од областа на ООП. На промотивните настани како одлична можност за истражување на сегашните потенцијали за ООП кај (локалните) МСП, билизработен и дистрибуиран краток прашалник до учесниците на настаните и наодите од истиот се претставени во оваа анализа изработена од Институт за демократија Социетас цивилис - Скопје (ИДСЦС).

### 3. Терминологија

#### Општествена одговорност на претпријатијата

Според новото дефинирање<sup>2</sup> за општествена одговорност на претпријатијата на Европската Унија од 25 октомври 2011 година концептот подразбира „одговорност на претпријатијата за нивното влијание врз општеството“.

Национално координативно тело за општествена одговорност на претпријатијата (НКТ ООП) формирано декември 2007 година од страна на Министерството за економија на Република Македонија, како постојана работна група при Економскиот и социјален совет на Владата на Република Македонија. НКТ-ООП е крос секторско тело одговорно за развивање на повеќекратен дијалог и идентификување на заеднички дејствија за промоција и имплементација на ООП. Телото ја дефинира ООП како „успех во деловните активности што се постигнува не само преку придржување до законите и прописите, туку и преку пристап со кој се постигнува рамнотежа помеѓу економските, еколошките и социјалните цели на начин полезен за граѓаните, заедницата и општеството.“

#### Национална агенда за општествена одговорност на претпријатијата во Македонија.

Во јуни 2008 година, како дел од работниот план на НКТ-ООП, беше подготвена Националната агенда за општествена одговорност на претпријатијата. Агендата беше усвоена од страна на Владата на Р. Македонија во октомври 2008 година. Целите на Агендата се подигнување на свесноста за ООП, развивање на капацитети и компетенции за да се помогне етаблирањето на ООП и обезбедување на поволен амбиент за ООП.

#### Мали и средни претпријатија во Република Македонија.

Според податоците на Централен регистар на Р. Македонија на крајот на 2010 г. во Македонија биле регистрирани вкупно 61,454 претпријатија, од нив 61,262 или **99,7%** припаѓаат на групата микро, мали и средни претпријатија<sup>3</sup>

---

<sup>2</sup> Европска комисија (2011), стр 6.

<sup>3</sup> Службен весник на Република Македонија (2004), бр 28.

## 4. Методологија

Истражувањето е спроведено преку анкета (прашалници), на примерок од 122 испитаници, претставници на малите и средните претпријатија во земјата. Имено, во периодот од јуни 2011 до јуни 2012 беа спроведени презентации за ООП во 10 различни градови во земјата, на кои присутните претпријатија беа информирани за ООП. Поради тоа што овие настани претставуваа одлична можност за истражување на сегашната состојба и можности за вклучување на ООП во претпријатијата, беше изработен и дистрибуиран прашалник до учесниците на настаните.

Наодите од прашалниците претставуваа основа за изработка на истражувачки извештај за сегашниот статус со ООП во деловниот сектор во земјата. Теренска анкета беше спроведена од авторот Македонска развојна фондација за претпријатија додека Институтот за демократија Социетас цивилис (ИДСЦС) го подготви истражувачкиот извештај. Сите резултати од ова истражување се подложни на статистичка грешка од  $\pm 2,45\%$ . Во прилог следуваат резултатите од истражувањето.

Прашалниците поделени на промотивните каравани за општествена одговорност низ земјата обезбедија податоци за изготвување на анализата за сегашната состојба со општествена одговорност на мали и средни претпријатија. Добиени беа одговори на 122 прашалници од претпријатија присутни на настаните во рамки на караванот од 8 (осум) различни градови низ Македонија и тоа Скопје, Велес, Охрид, Битола, Прилеп, Штип, Струмица, Куманово, додека дел (7) од прашалниците беа дистрибуирани преку Стопанска комора на северозападна Македонија и Сојуз на стопански комори на Македонија до нивните членки.

Примерокот на одговорени прашалници врз основа на кој беа изнесени заклучоци и препораки ги опфаќа микро, малите и средни претпријатија кои земале учество на промотивните настани во рамки на караванот за општествена одговорност во земјата.

Анализата единствено ги опфати претпријатијата кои одговориле дека знаат или имаат слушнато за концептот на општествена одговорност на претпријатијата, додека оние за кои општествената одговорност е непозната беа советувани да не продолжат со одговарање на прашалникот.

Почетните наоди од анализата засновани на ставовите на МСП во земјата за спроведување на ООП беа дел од дневниот ред на тематските форуми за општествена одговорност на претпријатијата кои беа реализирани во тековниот период.

Одговорите на прашалниците, по логичката проверка, без обработени со помош на статистичката алатка СПСС.

### Ограничувања

Дел од учесниците кои присуствувале на настаните и одговориле на прашалникот се претставници на големи претпријатија, граѓански организации и државни институции и нивните одговори се изземени при обработката на податоците.

Ограничувања во спроведувањето се однесуваат на неможноста да се дистрибуираат и приберат одговори на прашалници од сите можни учесници на настаните во рамки на караванот, ако се земе во предвид карактерот на настанот, каде е потребна добра волја од учесниците да се задржат и да издвојат време на пополнување на истиот.

### Ризици

При одговарање на прашалникот можен ризик претставуваше целната група на прашалникот да има предзнаења за општествена одговорност (претпријатијата присутни на ООП караванот) бидејќи пројавиле интерес за учество на караванот, како и со тоа што стекнале дополнителни информации на самиот караван.

Дел од прашањата кои се отворени за коментар од претпријатијата во заграда содржат детално појаснување на прашањето и голем дел од претпријатијата се служеле со препишување на она што било наведено, поистоветувајќи се со напишаното и не внесувајќи индивидуален инпут во одговорот.

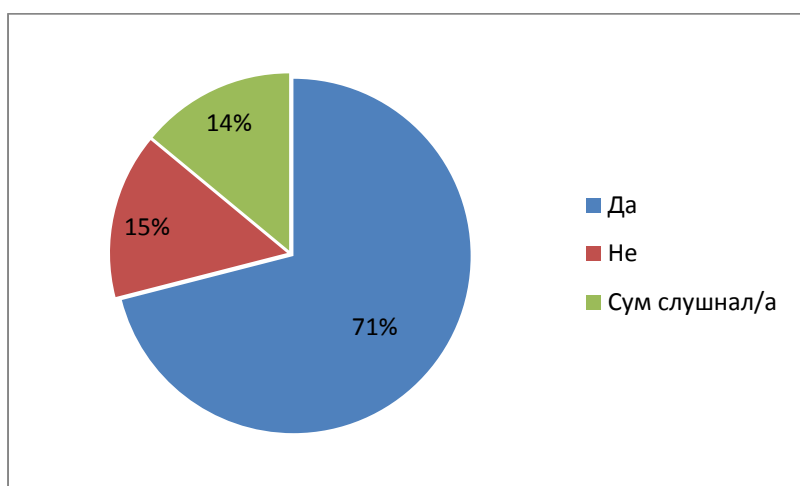
## 5. Наоди од истражувањето

### 5.1. Познавање на поимот

#### **Прашање 1. Дали знаете што е Општествена одговорност на претпријатијата (ООП)?**

За малите и средни претпријатија да дадат одговор на прашалникот на самиот почетокот нагласена беше потребата од познавање/препознавање на концептот на општествена одговорност за да можат да го комплетираат прашалникот. Дел од нив продолжиле со одговарање на прашалникот и покрај тоа што забележале дека не им е познат концептот. Нивните одговори се разгледуваат во оваа анализа бидејќи голем дел од нив применуваат „тивка“ општествена одговорност или воопшто не се свесни дека акциите кои ги преземаат низ своето работење подразбираат општествена одговорност. **71% (80)** од вкупниот број мали и средни претпријатија одговориле дека знаат што претставува општествената одговорност на претпријатијата, додека **14% (16)** одговориле дека само слушнале за поимот. Не ја познаваат 15% (17) од одговарачите на прашалникот.

#### **Знаење за Општествена одговорност на претпријатијата**



### 5.2. Активности за ООП

#### **Прашање 2. Кои од наведените општествено одговорни активности се применуваат во Вашето претпријатие?**

Националното координативно тело за општествена одговорност на претпријатијата на Република Македонија и Министерството за економија на Република Македонија определува постоење на општествено одговорни активности на претпријатијата во пет области на работење:

**А. Односите со вработените** во едно претпријатие ги опфаќаат сите политики и практики поврзани со човечките ресурси во претпријатието, извршувањето на работата во претпријатието, од страна на претпријатието или во име на претпријатието. Особено значајно за секое претпријатие е да располага со способен, квалификуван и мотивиран кадар. Шесте од десетте начела на Глобалниот договор на ОН се однесуваат токму на оваа област, што го потврдува исклучителното значење на истата.

**Б. Етичко управување** го опфаќа системот преку кој претпријатијата ги донесуваат и спроведуваат одлуките во реализирањето на своите цели. Тоа треба да е базирано на инкорпорирање на принципите и практиките на одговорност, транспарентност, етичко однесување, почитување на интересите на сите засегнати страни, како и почитување на правилниците и законите при донесувањето и спроведувањето на одлуки.

**В. Односи на пазарот** 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 во јавните институции, добавувачите, конкурентите, потрошувачите итн. Овој сегмент ги опфаќа областите на антикорупција, одговорно вклучување во јавната сфера, конкуренција, почитување на правата на сопственост, почитување на правата на потрошувачите.

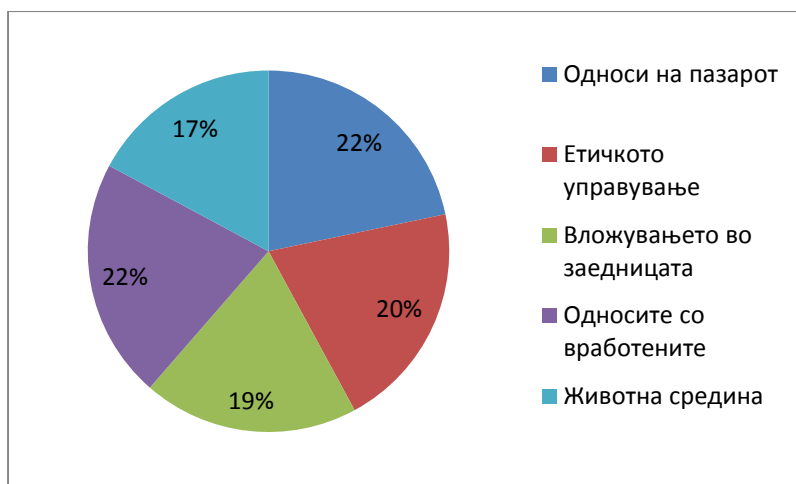
**Г. Животна средина** ги опфаќа одлуките и активностите на претпријатието кои несомнено имаат влијание на животната средина без оглед каде делуваат. Општеството се соочува со многу еколошки предизвици вклучувајќи осиромашување на природните ресурси, загаденост, климатски промени. Еколошката одговорност е предуслов за опстанок и просперитет на човечките суштества и затоа е еден од најважните аспекти на ООП.

**Д. Вложување во заедницата** произлегува од препознавање 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. Практиките во оваа област се многу видливи во јавноста поради што се и често применувани од страна на претпријатијата.

Испитаниците биле прашани да определат во секоја област дали применуваат или не применуваат општествена одговорност или пак да забележат дека не знаат (доколку не се сигурни во својот одговор).

Од претпријатијата кои одговориле потврдно за секоја од областите, најчесто применувани општествено одговорни активности на малите и средни претпријатија на прашалникот се односите на пазарот со **22%**, како и односите со вработените **22%**. На последно место пак, или во најмала мера применувани се активности во рамки на областа животна средина **17%**.

#### ***Општествено одговорни активности во претпријатието***



Во рамки на областа односи со пазарот **84%** одговориле дека практикуваат општествено одговорни активности, не применуваат **4%**, додека **5%** не знаат дали практикуваат.

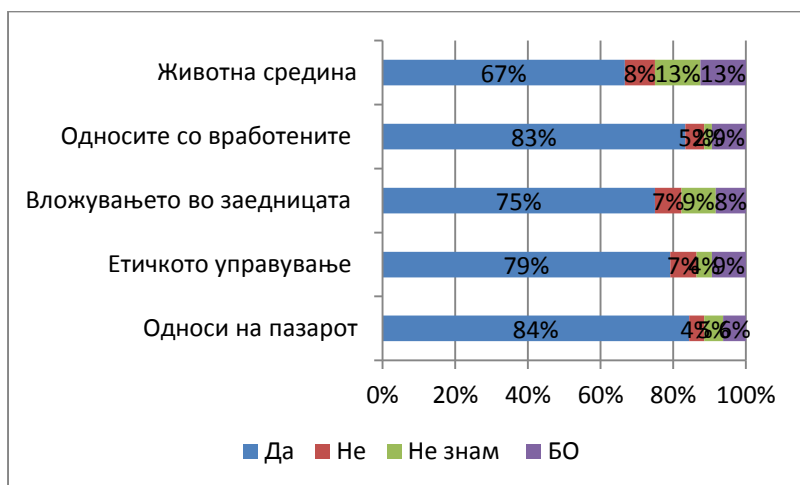
Во рамки на областа односи со вработените **83%** одговориле дека практикуваат општествено одговорни активности, не применуваат **5%**, додека **2%** не знаат дали практикуваат.

Во рамки на областа етичко управување **79%** одговориле дека практикуваат општествено одговорни активности, не применуваат **7%**, додека **4%** не знаат дали практикуваат.

Во рамки на областа вложување во заедницата **75%** одговориле дека практикуваат општествено одговорни активности, не применуваат **7%**, додека **9%** не знаат дали практикуваат.

Во рамки на областа животна средина 67% одговориле дека практикуваат општествено одговорни активности, не применуваат 8%, додека 13% не знаат дали практикуваат.

### Во која област применувате општествена одговорност



### 5.3. Придобивки од ООП (перцепции)

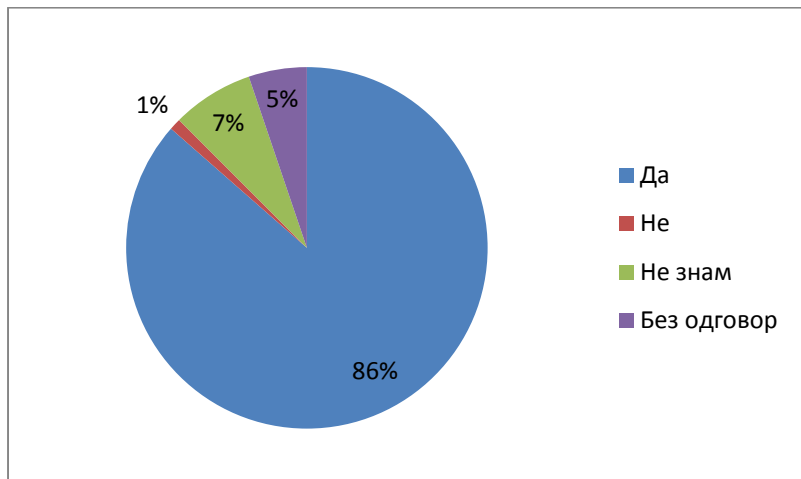
#### Прашање 3. Дали има/би можело да има придобивки од спроведување на општествено одговорни практики во Вашето претпријатие?

Последните истражувања во светот упатуваат на постоење корелација (но сеуште слаба) помеѓу практикувањето општествена одговорност и подобрен финансиски перформанс. Под одредени пазарни услови, повеќе од јасно е дека економската одржливост на претпријатијата навистина е неопходна, но не и доволен услов за одржливост на општеството. Во таа смисла, одговорните бизнис практики се клучни решенија за постигнување на одржлив развој кој дозволува задоволување на потребите на денешните и обезбедување на одржливост за идните генерации. Одговорното однесување од страна на претпријатијата придонесува за хармонизација на економските и општествени цели за развој. Придобивки можат да бидат многубројни, а сепак тие се различни за секое претпријатие кое се јавува на пазарот.

Ова прашање ги покажа перцепциите на претпријатијата за придобивките кои постојат или пак можните придобивки од спроведувањето општествено одговорни практики. Во продолжение на прашањето наведени беа можни придобивки како и простор за дополнување за да се согледаат перцепциите по секоја одделна придобивка/можна идна придобивка за претпријатијата.

86% од испитаниците сметаат дека од спроведувањето на ООП има/би можело да има придобивки за нивното претпријатие, додека незначителен 1% сметаат дека нема придобивки. За постоењето придобивки од ООП не знаат 7% од претпријатијата а не дале одговор 5% од испитаниците.

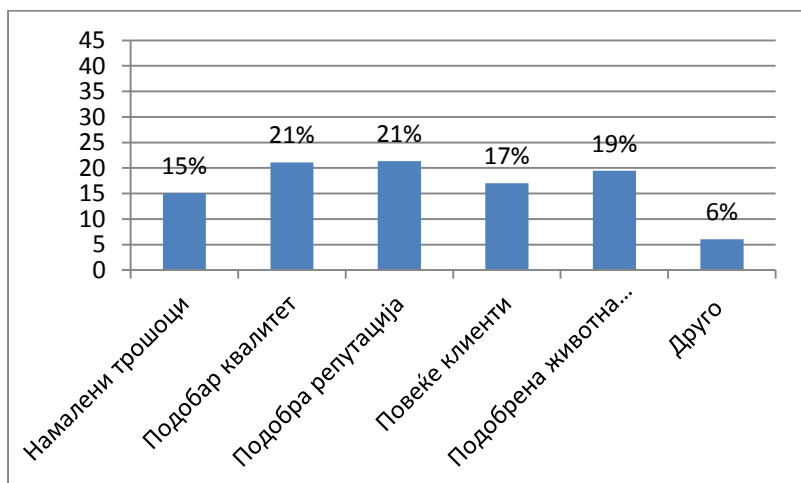
## Придобивки од спроведување на општествено одговорни практики во Вашето претпријатие



### Доколку има/би можело да има придобивки, кои се тие?

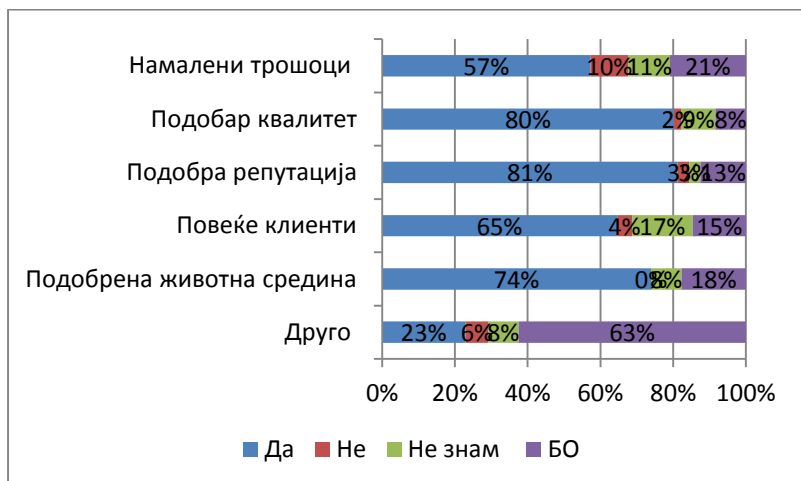
Претпријатијата кои одговориле дека има/би можело да има придобивки од спроведувањето на општествено одговорни практики во работењето најмногу ги споменувале подобрата репутација со 21% и подобриот квалитет 21% како придобивки. Иако процентуално другите придобивки не заостануваат во голема мера во одговорите на испитаниците.

### Придобивки од ООП



На графикот подолу претставени се одговорите на сите наведени можни придобивки од примената на општествената одговорност на претпријатијата. Квалитативната анализа покажа дека од испитаниците кои одговориле дека постојат „други“ придобивки (6%) навеле придобивки кои се однесуваат на односите со вработените и пазарот: задоволни вработени и задоволни потрошувачи. Потоа следуваат придобивките кои се однесуваат на зголемена конкурентност на претпријатијата и можности за развој. Но најголемиот број на испитаници кои одговориле дека постојат други придобивки од ООП не навеле кои се тие други придобивки.

## Вид на придобивки од ООП



### 5.4. Пречки за спроведување ООП

#### Прашање 4. Кои се пречките за примена на ООП активности во Вашето претпријатие?

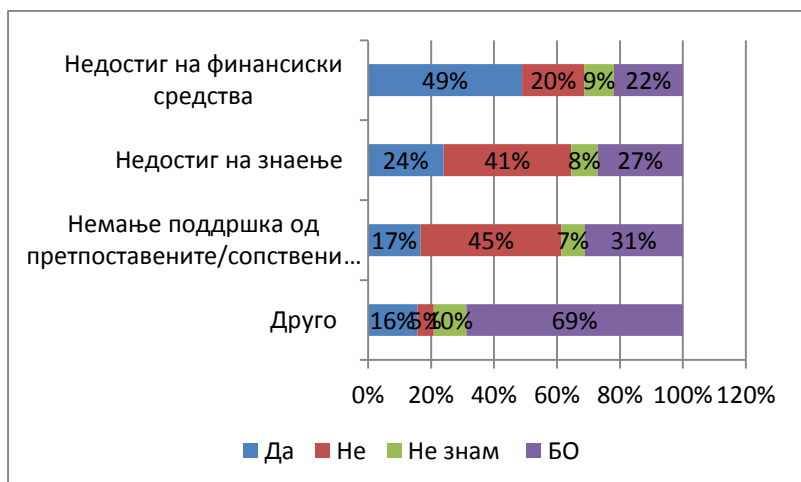
Претпријатијата се соочуваат со пречки во примената на општествено одговорни активности. Постојат многубројни бариери и ограничувања за претпријатијата да го прифатат овој концепт и да отпочнат одговорно да се однесуваат. Претпријатијата во прашалникот беа замолени да одговорат одделно какви се нивните перцепции за неколку наведени пречки, дали наидуваат/не наидуваат на нив или пак не се свесни дека им претставуваат кочница за да бидат општествено одговорни.

Недостигот на финансиски средства доминантно е оценет како пречка со 49%, понатаму недостигот на знаење не се перципира како голема пречка со оглед на тоа што 41% одговориле дека не претставува пречка.

При можноста да одговорат што мислат за секоја пречка индивидуално испитаниците во најголем дел кај немање поддршка од претпоставените/сопствениците 45% одговориле дека не претставува пречка за да имплементираат општествена одговорност.

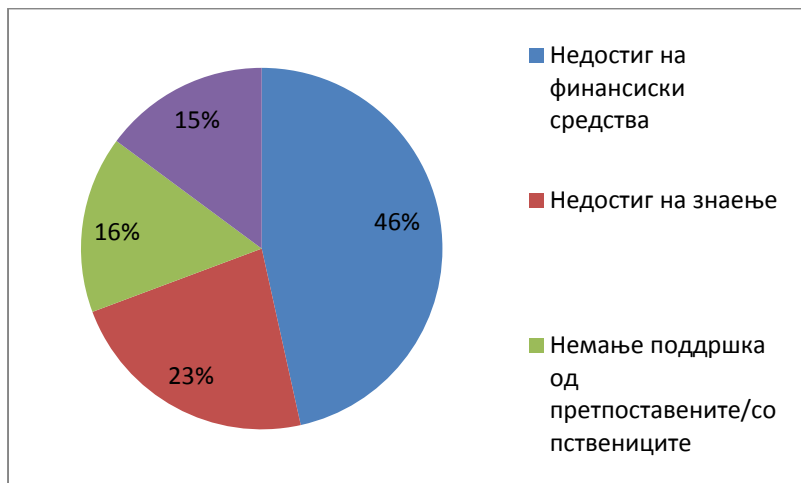
Од оние кои одговориле дека постојат „други“ пречки за примена на ООП во нивните претпријатија најмногу ги наведуваат следните пречки: недоволната поддршка од надлежните институции како и необученоста на менаџерите во поглед на ООП. Но, најголем број од испитаниците што одговориле дека постојат други пречки за имплементација на ООП не навеле кои се тие други пречки.

#### Пречките за примена на ООП



Претпријатијата кои одговориле позитивно на одделните прашања за идентификување на пречки во примената на ООП активности во нивното работење најмногу го препознаваат недостигот на финансиски средства 46%.

### Вид предизвици за примена на ООП



### 5.5. Мотиви за ООП

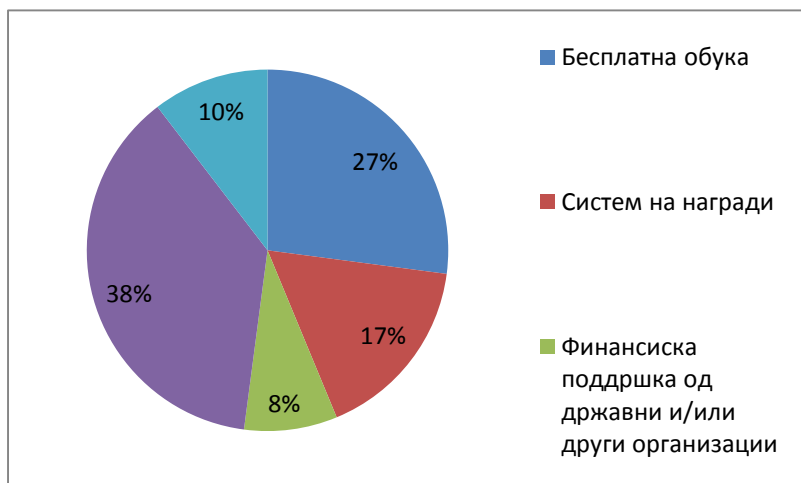
#### Прашање 5. Што е потребно за да се охрабри Вашата компанија да имплементира ООП практики? (Заокружете најмногу 1 одговор)

Претпријатијата спроведуваат општествено одговорни практики од различни мотиви. Перцепциите на претпријатијата за тоа што им е потребно и што ја охрабрува нивната потреба за општествено одговорни практики беа согледани од понудените одговори.

Делот од претпријатијата кои заокружиле повеќе од еден одговор, не се земени во предвид при анализата, со цел да не се извлечат погрешни заклучоци, бидејќи примерокот е мал.

Како фактори кој во најголема мера ја охрабруваат компанијата да имплементира ООП практики испитаниците навеле други фактори во најголем процент 38%, покрај оние кои биле наведени во прашањето. На второ место е бесплатната обука со 27%, потоа следат системот на наградување со 17% и финансиската поддршка со 8%. Квалитативната анализа покажува дека испитаниците кои одговориле дека постојат други фактори кои можат да ги охрабрат за имплементација на ООП (38%) како најзначајни ги наведуваат: даночни олеснувања, (не)финансиска поддршка од страна на државата и повисок степен на информираност за ООП.

### Мотивација за ООП



## 5.6. Структура на мали и средни претпријатија

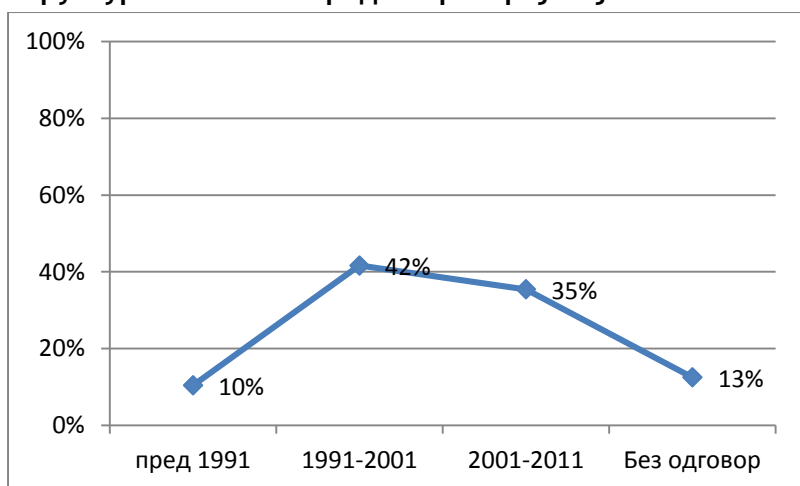
### Прашање 6. Кога е основана Вашата компанија?

Претпријатијата кои одговориле на прашалникот се групирани во три периоди на основање и тоа, пред 1991 г., од 1991 г.-2001г., и од 2001г.-2011 г.

Најстарото претпријатие кое одговорило на прашалникот е основано во 1923 додека последното е основано во 2011 г.

Најголем дел од претпријатијата кои одговориле на прашалникот се дел од групата на претпријатија основани во периодот 1991 до 2001 година и тоа 42%.

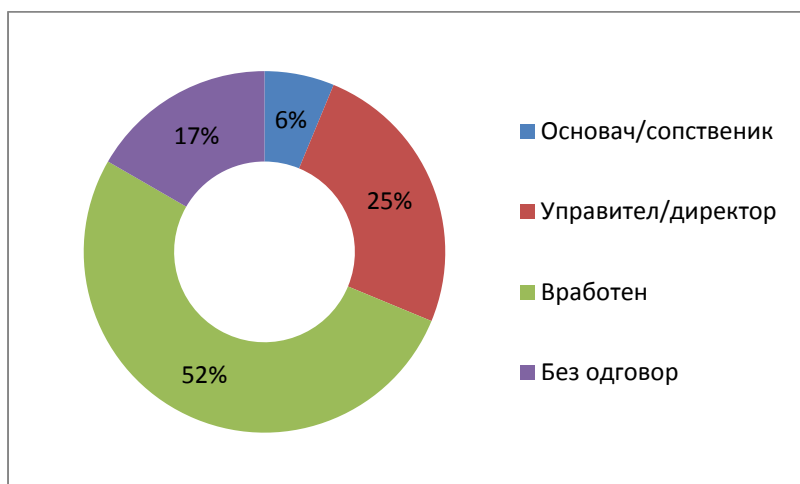
### Структура на мали и средни претпријатија



### Прашање 7. Која е Вашата функција во претпријатието?:

Најголем дел од испитаниците на прашалникот се лица вработени во мали и средни претпријатија 52%, додека на второ место се лица со позицијата управител/директор со 25% и 6% во функција на основач/сопственик.

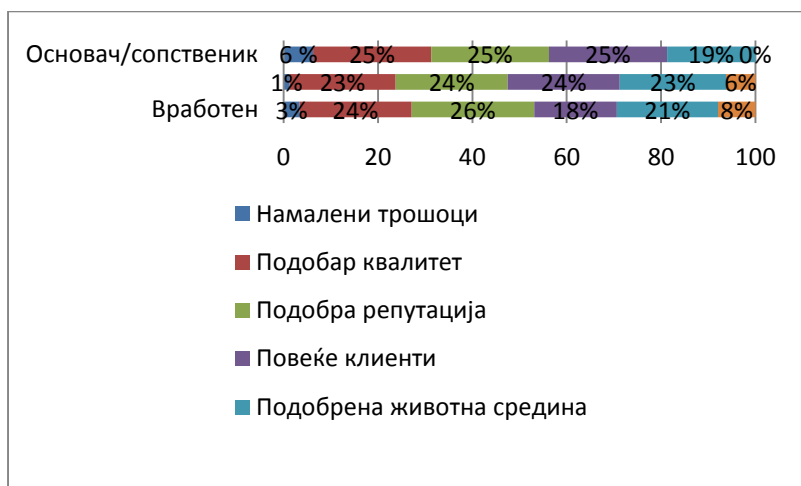
### Функција во претпријатието



По однос на придобивките од општествената одговорност, перцепциите на основачите/сопствениците, управниците/директори и вработените не се разликуваат во голема мера. Перцепцијата на сопствениците за придобивките на општествената одговорност во однос на животната средина е на пониско ниво (19%) во однос на управниците (23%) и вработените (21%).

Мнозинството вработени 26% перципираат дека придобивка за претпријатието е подобрената репутација, додека пак иста е ситуацијата и кај директорите со таа разлика што за неколку процентни поени 24% (наспроти вработените 18%) сметаат дека добиваат на тој начин и повеќе клиенти. Додека пак кај основачите изедначена е перцепцијата за придобивките како подобар квалитет, репутација и повеќе клиенти и тие во поголема мера од останатите позиции 6% (наспроти 1% кај директорите и 3% кај вработените) дека придобивка од општествено одговорни активности се намалените трошоци.

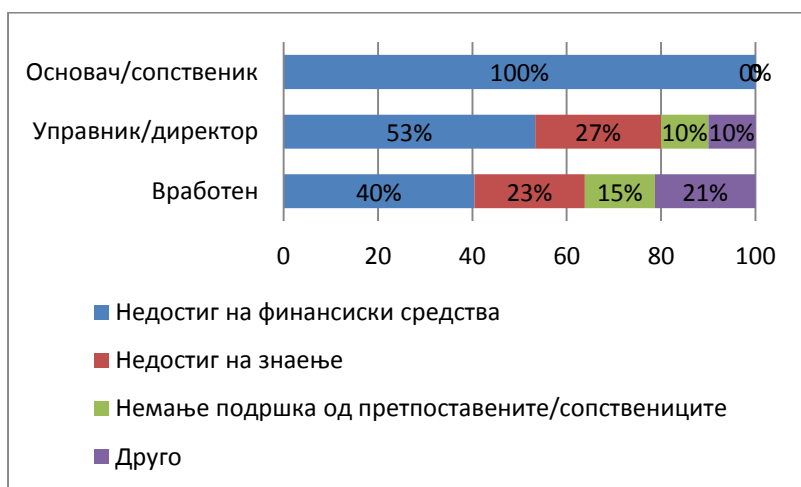
### Перцепција на сопствениците наспроти менаџерите за имплементација на ООП



По однос на пречките согледани за примена на овој концепт од вкупниот број на испитаници на позиција основач/сопственик 100% одговориле дека пречка претставува недостигот на финансиски средства. Недостатокот на финансиски средства доминира и кај останатите позиции директор (53%) и вработен (40%).

Лицата кои одговарале на прашалникот кои ја извршуваат функцијата управител/директор 27% одговориле дека пречка е недостигот на знаење. Вработените исто така сметаат дека голема пречка е недостигот на знаење (23%), сепак тие во голем процент од 21% од вкупните нивни потврдни одговори на ова прашање одговориле дека постојат други пречки во примената на овој концепт.

### Перцепција на сопствениците наспроти менаџерите за предизвици во спроведување на ООП



### Прашање 8. Која е дејноста на Вашата компанија?:

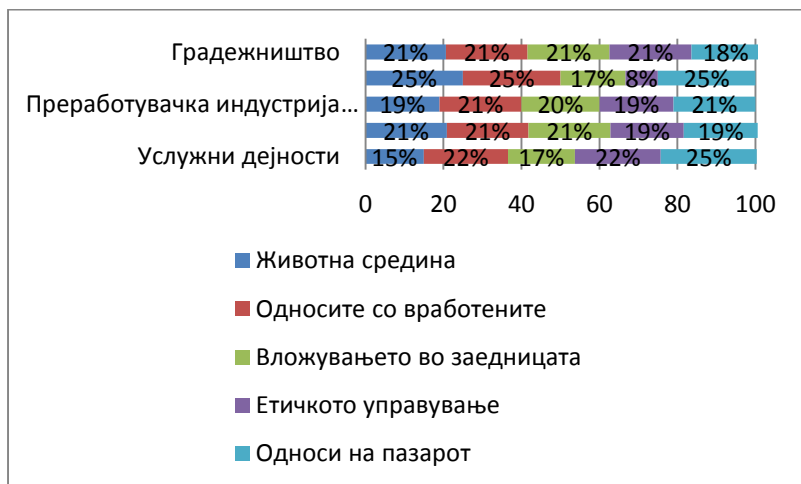
35% од испитаниците работат во услужните дејности, додека пак 23% работат во преработувачката индустрија и 19% од испитаниците не одговориле на ова прашање.

#### Дејност на претпријатието



Во зависност од тоа во која дејност работи претпријатието неопходно е да се истакне дека претпријатијата кои работат во областа на градежништвото во еднаква мера применуваат активности од сите области, а истата состојба се среќава и за останатите дејности, единствено кај услужните дејности најголема е примената на општествено одговорни активности во областа односи на пазарот 25%, додека пак најмалку активности во рамки на животна средина со 15%.

#### Дејност на претпријатието и област на ООП



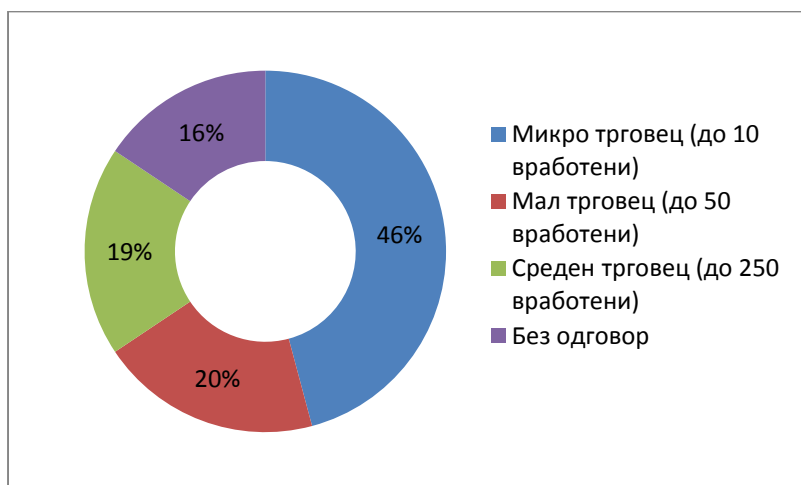
### Прашање 9. Колку вработени има во Вашето претпријатие:

Вработувањето кај малите и средни претпријатија е клучен елемент за успех<sup>4</sup> и затоа е од особено значење да се подобруваат нивните вештини, да бидат мотивирани и креативни. Затоа голем дел од општествените, еколошки и други иницијативи се водени од или фокусирани кон ангажирање на

<sup>4</sup> Niblock-Siddle, Jones and Black (2007).

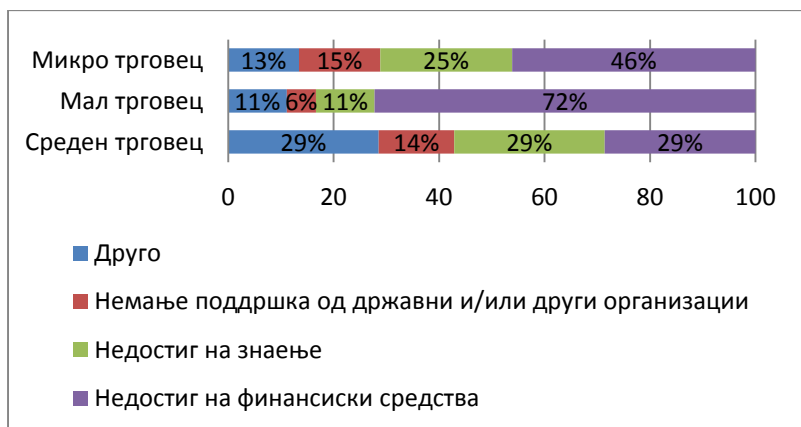
вработените и нивен развој. Од вкупниот број на одговори, најголемиот дел се од претставници на микро претпријатија (46%).

### Вработени во претпријатието



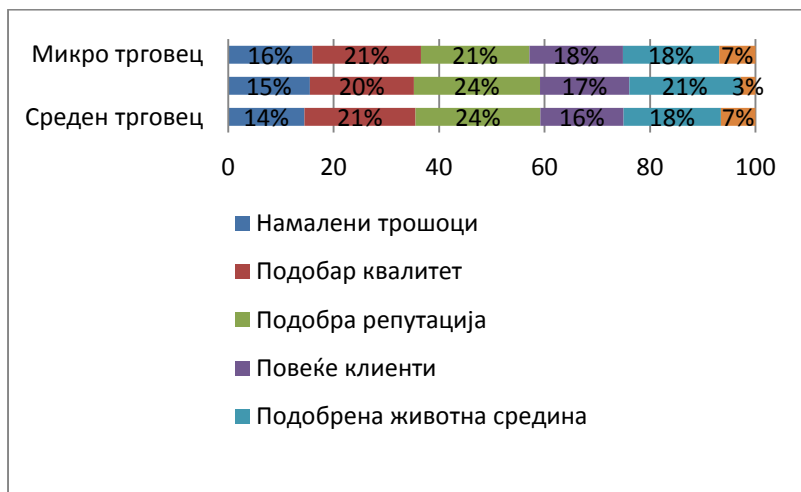
Кај доминантната група испитаници (микро претпријатијата) важно е да се истакне дека 46% од вкупниот број микро трговци како пречка го согледуваат недостигот на финансиски средства. 72% од пречките со кои се соочуваат малите претпријатија се однесува на недостигот од финансиските средства. Средните трговци пак имаат подеднаква перцепција за наведените пречки во одговорот, додека најмалку сметаат немањето поддршка од државни и/или други организации е пречка.

### Големина на претпријатие и предизвик на спроведување ООП



Кај придобивките, во групите на мали и средни претпријатија по 24% од испитаниците одговориле дека подобра репутација е главната придобивка. Додека кај микро претпријатијата доминира подобра репутација подеднакво со подobar квалитет (21%).

## Големина на претпријатие и придобивки од спроведување ООП



## 6. Заклучоци и препораки

### **Малите и средни претпријатија се генерално запознати со концептот на ООП**

Поголемиот број од испитаните мали и средни претпријатија 71% (80) одговориле дека знаат што претставува општествената одговорност што упатува на постоењето на висок степен на познавање на самиот термин на ООП. Ова претставува можност за поефикасен процес на промоција на идеата за ООП но и спремност на самите претпријатија поактивно да се ангажираат во општествено одговорните активности. Закана претставува претпоставката дека испитаниците, учесници во истражувањето веќе имале предзнаења за ООП со самиот факт дека се пријавиле за учество на караванот. Дополнително дел од испитаниците применуваат ООП без истите да бидат свесни за тоа. Испитаниците кои одговориле дека применуваат ООП се најмногу насочени кон односите со вработените и односите со пазарот. Ова упатува на знаењето на претпријатијата кои применуваат ООП за важноста да почнат интерно (од себе) со примена на концептот како и да воспостават добри односи на чинителите на пазарот во кој дејствуваат. Анализата покажува дека не постои зависност помеѓу видот на дејност на претпријатијата и видот на ООП практики кои се применуваат од страна на испитаниците. Единствено може да се забележи помала вклученост на претпријатија од услужни дејности во примената на ООП од областа на заштита на животна средина.

Главна препорака за главните чинители за промоција на концептот на ООП е организација на промотивни настани како презентации, дебати, форумски сесии со цел промоција на суштинските 5 одделни елементи на ООП: заштита на животната средина, односи со вработените и со пазарот, етичко работење и вложување во заедницата. Резултат кој треба да биде постигнат е поголема информираност за спектарот на ООП активности кон кои тие можат да се насочат.

### **Недостигот на финансиски средства е главна пречка за примена на општествена одговорност кај малите и средни претпријатија**

Од вкупниот број на претпријатија кои одговориле на прашалникот 46% сметаат дека недостигот на финансиски средства им попречува во идејата да бидат општествено одговорни, на второ место е недоволното знаење за спроведување на такви практики. Доколку се земат предвид потешкотиите со кои се соочуваат во своето работење малите и средни претпријатија, особено во услови кога сеуште се чувствуваат последиците на светската финансиска криза, разбирливо е дека кај нив перцепцијата за концептот на општествена одговорност е дека таа би им предизвикала дополнително оптоварување кои тие не би можеле да ги дозволат во секојдневното функционирање. Деталната анализа покажува дека кај малите и микро претпријатија понагласен е недостигот на финансиски средства како пречка за имплементација на ООП. Претпријатијата со до 250 вработени имаат помала потреба од помош од државните и други институции за примена на ООП што упатува на тоа дека нивната големина им овозможува тие да согледуваат и други пречки за спроведување на општествена одговорност, за разлика од претпријатијата со помал број на вработени кои се соочуваат со егзистенцијални проблеми. Вработените за разлика од директорите и сопствениците кои посебно го нагласуваат недостигот на финансиски средства како пречка за имплементација на ООП согледуваат и други пречки, посебно во делот на недостиг на знаење.

Дел од елементите на ООП, етичко работење и односи со вработените, немаат високи побарувања на финансиски средства како другите елементи на ООП. Овој значаен факт треба да им се презентира на малите и средните претпријатија и да се поттикнат истите за нивна имплементација. Со оглед на тоа што одговорите се добиени во периодот кога претпријатијата се соочуваат со

финансиски потешкотии во време на светска економска криза голема е веројатноста недостигот на финансиски средства како нагласена пречка всушност да ја прикрива вистинската пречка за неимплементирање на ООП а тоа е недостигот на знаење за ООП. Имено средните претпријатија одговориле со најнизок процент (29%) дека недостигот на финансиски средства е пречка во однос на одговорите на малите и микро претпријатија за истото прашање. Сепак наодот дека најголема пречка за имплементација на ООП претставува недостигот на финансиските средства упатува на тоа дека се потребни субвенции за претпријатијата кои инвестираат во ООП. Субвенциите, наградите можат да се искористат како поттик за инвестирање во ООП. Според анализата, микро и малите претпријатија имаат поголема потреба од финансиска помош за да инвестираат во ООП за разлика од средните претпријатија. Оттука финансиските субвенции од страна на државата треба да бидат првенствено наменети за микро и мали претпријатија. Од друга страна, средните претпријатија треба да бидат насочени кон инвестирање во обуки за имплементација на системи и процедури со кои активностите на ООП ќе бидат соодветно спроведени. Овие системи и процедури мора да содржат методи на оценување на перформансите на компанијата како резултат на имплементацијата на ООП. Институциите одговорни за промовирање на концептот на ООП треба дополнително да ги промовираат даночните олеснувања во државата кои се нудат на оние компании кои вложуваат во заедницата како концепт на ООП. Такви постоечки даночни олеснувања кои се дефинирани според законот за донации за спонзорства во јавните дејности се олеснувањата кај: данокот на добивка, данокот на додадена вредност и данокот на имот. Во иднина треба да се продолжат напорите за дополнителни даночни олеснувања и субвенции за имплементација на ООП.

### **Бројни фактори ги охрабруваат малите и средни претпријатија да практикуваат општествена одговорност**

И покрај понудените можни одговори на фактори кои ги мотивираат претпријатијата за имплементација на општествена одговорност најголем дел од испитаниците одговориле дека сепак други фактори се значајни. Наведени други фактори од страна на испитаниците се: повеќе информации за концептот на ООП, финансиска и нефинансиска поддршка од државата како и даночни олеснувања.

Извор на мотивација за отпочнување со општествено одговорни практики се и бесплатните обуки кои би можеле да ги добијат вработените што е резултат на перцепцијата на претпријатијата дека не располагаат со доволно знаење за спроведување на такви практики. Во таа насока треба да се вклучат и самите работодавци кои би организирале обуки за раководење со ООП за своите вработени. Со 17% системот на награди го оцениле претпријатијата како предизвикувачки да прават напори да ја подобруваат благосостојбата во општеството. Ова претставува сигнал главните чинители да создадат соодветна програма за наградување на општествено одговорните претпријатија.

### **Зголемената репутација и подобриот квалитет се најмногу очекувани придобивки од имплементацијата на општествено одговорни практики кај компаниите**

Најголемиот број на испитаници во истражувањето одговориле дека очекуваат придобивки од спроведувањето на ООП и тоа најмногу дека очекуваат да се зголеми репутацијата на нивното претпријатие и да добијат на подобар квалитет на нивните производи или услуги. Перцепцијата на очекуваните придобивки од ООП е независна од карактерот на испитаниците (сопственици, директори/управители, вработени) и големината на претпријатието (микро, мали и средни

претпријатија). Индикативен е фактот што испитаниците најмалку очекуваат намалување на финансиските трошоци што можеби е причина за невложување во општествената одговорност во нивните претпријатија.

Иако претпријатијата сметаат дека најголема придобивка од примената на ООП е подобрената репутација и подобриот квалитет тие недоволно вложуваат во главните компоненти на ООП кои водат до тие придобивки. Малите и средните претпријатија треба да бидат насочени кон инвестирање во општествено одговорни практики посебно во областа на зачувување на животната средина и во вложување во заедницата. Активностите во овие две компоненти бараат поголем ангажман на финансиски средства но од друга страна придонесуваат директно за подобрување на угледот на компанијата и имиџот на нејзиниот бренд. Активности кои треба да се превземат од претпријатијата а да се промовираат од страна на главните чинители за промоција на ООП се следните:

- Долгорочни инвестиции и ангажман во програми за решавање на проблеми од областа на заедницата.
- Нудење на бесплатни услуги од областа на своето работење за загрозуени групи на граѓани и локални здруженија.
- Вклученост во програми за вклучување на маргинализираните групи во работните процеси и филантропски активности за развој на еколошката свест кај граѓаните.
- Волонтерство на работниците на претпријатието во локални здруженија и граѓански активности.
- Воспоставување на различни видови алатки за менаџмент со животна средина преку системи, еколошки индикатори, еко-етикети и извештаи кои придонесуваат кон помали трошоци, го намалуваат еколошкиот ризик и го зголемуваат јавниот имиџ и пазарните можности на претпријатијата.

Владините институции можат да придонесат кон поефикасен процес на спроведувањето на претходно предложените активности и тоа преку:

- Спроведување на Националната Стратегија за ООП и дополнување на законската регулатива која би ги поттикнала претпријатијата за спроведување на ООП.
- Спроведување на ООП практики во државните институции и јавните претпријатија.
- Помош и поддршка на здруженијата на граѓани, стопанските комори како и професионалните, невладините и владините организации за поттикнување на јавната свест за важноста на ООП практиките и ООП известувањето.
- Организација на работилници и обуки за запознавање со ООП стандардите како и презентација на најдобри примери на компании кои што користат ООП стандарди.

Континуитетот во спроведувањето но и надградување на Националната агенда за ООП на Македонија е од суштинско значење за развојот на концептот на ООП во Македонија.

## Прилози

### Прилог 1. Прашалник за општествена одговорност на претпријатија

Министерството за економија на Република Македонија, Македонската развојна фондација за претпријатија (МРФП), Сојузот на стопански комори на Македонија (ССК) и Здружението Конект се спроведувачи на проектот “Поддршка за реализација на Националната агенда за општествена одговорност на претпријатијата во Република Македонија“, кофинансиран од Европска Комисија.

Во рамките на наведениот проект ќе биде спроведено истражување помеѓу мали и средни претпријатија (МСП) во Р.Македонија, со цел да се добие појасна слика за нивното разбирање на и сегашниот статус со Општествената одговорност на претпријатијата (ООП) во Македонија.

Наодите од ова истражувањето ќе бидат презентирани на тематски форуми за ООП и истите, заедно со заклучоците и препораките од форумите, ќе бидат публикувани. Крајната цел на ова истражување е придонес кон подобро адаптирање на идните политики за ООП од страна на институциите и организациите во Македонија кои се занимаваат со оваа проблематика.

За таа цел, Ве молиме да посветите 10 минути од Вашето време за пополнување на овој Прашалник. Овој прашалник е целосно анонимен и одговорите на прашањата ќе бидат третирани како строго доверливи информации. Резултатите од ова истражување ќе бидат презентирани во збирни броеви без референци за било кој поединечен учесник.

Ви благодариме однапред за Вашата соработка.

**1. Дали знаете што е Општествена Одговорност на Претпријатијата (ООП)?**

Да  Не  Сум слушал/а

Доколку Вашиот одговор е НЕ, предлагаме да не одговарате на преостанатите прашања од Прашалникот. Ви благодариме на соработката.

Доколку Вашиот одговор е ДА или Сум слушал/а, продолжете со одговарање на преостанатите прашања од Прашалникот.

**2. Кои од наведените ООП активности се применуваат во Вашето претпријатие?**

**а) Односи на пазарот.** Оваа област на ООП се осврнува на етичкото однесување на претпријатието во односот со други организации и поединци. Тоа ги вклучува односите со јавните институции, добавувачите, 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.

Да  Не  Не знам

Доколку Вашиот одговор е ДА, ве молиме наведете примери на вакви активности кои се применуваат во Вашето претпријатие:

---

---

**б) Етичкото управување** го опфаќа системот преку кој претпријатијата ги донесуваат и спроведуваат одлуките во реализирањето на своите цели. Тоа треба да е базирано на принципите и практиките на одговорност, транспарентност, етичко однесување, почитување на интересите на сите засегнати страни, како и почитувањето на правилници и закони при донесувањето и спроведувањето на одлуки, воведување на стандарди за интеракција со засегнатите страни, дијалог со луѓето и организациите што може да влијаат или се засегнати од дејноста, ревизија на објавени податоци за социјалните и резултатите од работењето поврзани со животната средина.

Да  Не  Не знам

Доколку Вашиот одговор е ДА, ве молиме наведете примери на вакви активности кои се применуваат во Вашето претпријатие:

---

---

**в) Вложувањето во заедницата** произлегува од препознавање 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. 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.

Да  Не  Не знам

Доколку Вашиот одговор е ДА, ве молиме наведете примери на вакви активности кои се применуваат во Вашето претпријатие:

---

---

г) Односите со вработените во едно претпријатие ги опфаќаат сите политики и практики поврзани со човечките ресурси во претпријатието, извршувањето на работата во претпријатието, од страна на претпријатието или во име на претпријатието, и меѓу другото вклучува и активности како: учество на вработените во процесот на одлучување, обезбедување на континуирана обука на вработените, вработување на принцип на недискриминација и еднакви можности, воведување на систем на награди, флексибилно работно време и др.

Да  Не  Не знам

Доколку Вашиот одговор е ДА, ве молиме наведете примери на вакви активности кои се применуваат во Вашето претпријатие:

---

---

д) Животна средина. Одговорноста на претпријатијата во поглед на животната средина може да биде во различни форми и активности, меѓу кои: преземање на мерки за намалување, рециклирање и повторна употреба на сирови материјали и отпад, минимизирање на влијанието кое го има транспортот, контролирање на употребата на вода и енергија во фирмата, донирање или поддршка на еколошките групи, имплементирање на формалните еколошки политики или намалување на загадувањето од страна на претпријатието.

Да  Не  Не знам

Доколку Вашиот одговор е ДА, ве молиме наведете примери на вакви активности кои се применуваат во Вашето претпријатие:

---

---

3. Дали сметате дека може да имате придобивки од спроведување на ООП практики во Вашето претпријатие?

Да  Не  Не знам

Доколку има/би можело да има, кои се тие?

а) Намалени трошоци

Да  Не  Не знам

б) Подобар квалитет

Да  Не  Не знам

в) Подобра репутација

Да  Не  Не знам

г) Повеќе клиенти

Да  Не  Не знам

д) Подобрена животна средина

Да  Не  Не знам

ѓ) Друго (наведете) \_\_\_\_\_

Да  Не  Не знам

**4. Кои се пречките за примена на ООП активности во Вашето претпријатие?**

а) Недостиг на финансиски средства

Да  Не  Не знам

б) Недостиг на знаење

Да  Не  Не знам

в) Немање поддршка од претпоставените/сопствениците

Да  Не  Не знам

г) Друго (наведете) \_\_\_\_\_

Да  Не  Не знам

**5. Што е потребно за да се охрабри Вашата компанија да имплементира ООП практики?  
(Заокружете најмногу 1 одговор)**

а) Бесплатна обука

б) Систем на награди

в) Финансиска поддршка од државни и/или други организации

г) Друго: \_\_\_\_\_

**6. Кога е основана Вашата компанија?**

\_\_\_\_\_ година

**7. Која е Вашата функција во компанијата?:**

\_\_\_\_\_

**8. Која е дејноста на Вашата компанија?:**

\_\_\_\_\_

**9. Колку вработени има во Вашата компанија:**

\_\_\_\_\_

## Прилог 2. Структура на примерокот

Примерокот ги опфати одговорите на 122 микро, мали и средни претпријатија кои учествуваа на промотивни настани како дел од караванот за Општествена одговорност во 8 (осум) различни градови во земјата.

<b>1. Период на основање на компанијата</b>	<b>%</b>
пред 1991	12%
1991 - 2001	48%
2001 - 2011	40%
<b>2. Функција во компанијата</b>	<b>%</b>
Основач/сопственик	8%
Управител/директор	30%
Вработен	63%
<b>3. Дејност на компанијата</b>	<b>%</b>
Градежништво	10%
Земјоделство, шумарство и рибарство	4%
Преработувачка индустрија (производство на прехранбени производи, прерботка, пијалаци, тутун, текстил, облека, хартија, картон, печатење)	28%
Трговија на големо и трговија на мало	14%
Услужни дејности	44%
<b>4. Вработени во компанијата</b>	<b>%</b>
До 10 вработени	54%
До 50 вработени	23%
До 250 вработени	22%

Прилог 3. Листа на градови дел од ООП караванот каде бил дистрибуиран прашалникот за ООП

1. Велес, 5 јули 2011
2. Охрид, 15 септември 2011
3. Битола, 26 септември 2011
4. Прилеп, 29 септември 2011
5. Тетово, 10 октомври 2011
6. Штип, 18 октомври 2011
7. Кавадарци, 20 октомври 2011
8. Куманово, 25 октомври 2011
9. Струмица, 27 октомври 2011
10. Скопје, 6 јуни 2012

## Библиографија

- Niblock-Siddle K., Jones R. and Black L. (2007) **The Importance of Corporate Social Responsibility for SMEs** [интернет] Australian Centre for Corporate Social Responsibility for SMEs. Достапно на: [http://www.accsr.com.au/pdf/SMEs\\_and\\_CSR.pdf](http://www.accsr.com.au/pdf/SMEs_and_CSR.pdf). Посетена на 03.02.2012
- Европска комисија (2011) **A renewed strategy 2011 -14 for Corporate Social Responsibility** [интернет]. Brussels, Communication from the commission to the European parliament, the council, the European economic and social committee and the committee of the regions. Достапно на: [http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sustainable-business/files/csr/new-csr/act\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sustainable-business/files/csr/new-csr/act_en.pdf). Посетена на 17.04.2012.
- Петковски, В. Николов А. (2008) **Национална агенда за општествена одговорност на претпријатијата за Република Македонија** [интернет]. Скопје ,Национално координативно тело за општествена одговорност на претпријатијата. Достапно на: <http://www.cbcsr.mk/Upload/Content/Documents/Macedonian-CSR-agenda-2008-2012-MK.pdf>. Посетена на 26.04.2012.
- Службен весник на Република Македонија (2004), Закон за трговски друштва, Скопје, бр. 28.
- Сојуз на стопански комори на Македонија (2012), Стратегија за економски раст преку развој на мали и средни претпријатија