

Што е корпоративна општествена одговорност?

Живееме во свет каде веќе не се верува дека единствената улога на приватниот сектор е да прави профит за своите акционери. Денешните граѓани признаваат дека функцијата на приватниот сектор директно влијае добро или лошо врз животот во заедниците. Секој ден сме сведоци на порастот на различни закони и акти кои го регулираат работењето на бизнисите, но исто така, сведочиме и на зголемувањето на корпоративната општествена одговорност, која е пристап што не е регулиран со закон, пристап кој има за цел да се постигне рамнотежа меѓу економијата, животната средина и социјалното влијание на претпријатието во неговата заедница и контекст.

Циркуларна економија: Комисијата го поздравува конечното усвојување на нови правила на Советот за еднократната употреба на пластика за да се намали пластиката во морскиот отпад¹

Советот на ЕУ денеска ги усвои амбициозните мерки предложени од Комисијата за справување со морскиот отпад кој се создава од 10-те пластични производи за еднократна употреба кои најчесто се наоѓаат на Европските плажи, како и напуштената риболовна опрема и оксо-разградливата пластика.

Правилата за предмети од пластика за еднократна употреба и риболовна опрема предвидуваат различни мерки да се однесуваат на различни производи и ја ставаат ЕУ во првите редови на глобалната борба против морски отпад. Онаму каде што алтернативите се лесно достапни и прифатливи, производите од пластика за еднократна употреба ќе бидат забранети на пазарот, како на пример прибор за јадење, чинии и цевчиња. За други производи, фокусот е да се ограничи нивната употреба преку национално намалување на потрошувачката; во врска барањата за дизајнот и означувањето; и обврски а производителите во врска со управувањето/расчистувањето на отпад...

Денешните граѓани ќе бидат силно поттикнати да ги признаат напорите на една компанија да оди над минималните законски барања за да биде општествено одговорен субјект. Затоа, важно е за учениците да го разберат овој значаен концепт и како засегнати граѓани, но и како идна кариера можност. Концептот на КОО е важно да се дискутира отворено, да се научи, за да биде признаен, да се слави и се зголеми дури и на повисоко ниво, бидејќи тоа поттикнува конкуренција (компаниите се натпреваруваат кој е подобар за своите клиенти и заедници), економски раст и создава поволни работни места, во чиј центар е човекот.

Корпоративната општествена одговорност или скратено како КОО, има разни дефиниции. Бизнисите кои ја практикуваат корпоративната општествена одговорност имаат за цел да ги подобрат заедниците, економијата или животната средина.

КОО е релативно нова бизнис практика меѓу бизнис лидерите, а се појавува во изминатите 50 години. КОО е програма за саморегулација, која има за цел следење на современата деловна етика, практики, кои ги минимизираат ризици по животната средина, ги оспособува луѓето и заедниците, поставува внатрешни механизми кои ги стават вработените во подобра позиција.

¹ https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/IP_19_2631

Корпоративната општествена одговорност е концепт на управување според кој менаџментот има за цел да ги интегрира социјалните и еколошките вредности во работата на компанијата. КОО не е задолжителна пракса, но под притисок на светот и глобалната посветеност од страна на сите светски земји да придонесат за агендата 2030, сепак е водилка за приватниот сектор. Агендата 2030 на Обединетите нации ги започна Целите за одржлив развој (SDGs) со кои се признава важноста на сите општествени актери да придонесат кон остварување мир и развој. Очекувањата од поставените амбициозни цели се дека приватниот сектор, со сиот свој технички капацитет ќе ја усогласи својата бизнис стратегија со Целите и Парискиот договор. Во согласност со стратегијата на УНДП за приватниот сектор, УНДП им помага на земјите да ги усогласат активностите и инвестициите во приватниот сектор со агендата 2030: влијаат врз инвеститори и претпријатија од сите големини; ги вметнуваат Целите во нивното донесување одлуки и практики; и ги поддржуваат владите во воспоставување и овозможување политики и регулаторна средина, истовремено олеснувајќи ги партнерствата составени од повеќе чинители.²



Слика 417 Цели за трансформација на нашиот свет - Целите за одржлив развој се повик за дејствување од страна на сите земји – сиромашни, богати и со средни приходи – да се промовира напредокот, а притоа да се заштити ланетата. Тие признаваат дека ставањето крај на сиромаштијата мора да оди рака под рака со стратегиите кои ги носат економски раст и да се однесува на широк опсег на социјални потреби вклучувајќи ги образованието, здравството, социјалната заштита, како и можностите за работа, како и со справувањето со климатските промени и заштитата на животната средина. Поважно од кога било, целите обезбедуваат критичка рамка за закрепнувањето од COVID-19.³

Дискутирање на темата КОО

Добар пристап кон започнување дебата за КОО е да се играат игри на знаење со едноставни прашања и повеќе опции за одговори — "Како големите компании можат да ѝ помогнат на животната средина?". Друг начин да се начне темата е преку обид

²

<https://www.undp.org/content/undp/en/home/2030-agenda-for-sustainable-development/partnerships/sdg-finance-private-sector.html>

³ <https://www.un.org/sustainabledevelopment/>

да се создаде временска рамка на развојот на КОО и да се побара од учениците да го посочат потеклото и поголемите настани во еволуцијата на концептот на корпоративна општествена одговорност. Со истакнување значајни настани учениците ќе откријат зошто компаниите се повеќе општествено одговорни денес отколку што биле во минатото.

Компаниите се соочуваат со предизвикот да се создадат програми кои привлекуваат, да го променат однесувањето и да имаат корист во нивната работа. Кога велиме дека компанијата е општествено одговорна мислиме на следните аспекти на нејзиното внатрешно или надворешно функционирање.

Внатрешни аспекти:

- Односи со вработените - велиме дека компанијата е општествено одговорна ако има развиени внатрешни политики поврзани со човечките ресурси
- Етичко управување - велиме дека компанијата е општествено одговорна ако нејзиниот менаџмент и управување се базираат на донесување одлуки на одговорен, транспарентен и етички начин, сè со интерес да се промовира социјална инклузија и вредности кои ги интегрираат маргинализираните луѓе

Надворешни аспекти:

- Пазарни односи - велиме дека една компанија е општествено разумна, ако ги применува принципите на фер конкуренција и се однесува етички кон други субјекти
- Враќање на заедницата - можеме да кажеме дека една компанија е општествено одговорна ако ја подобрува благосостојбата на луѓето од заедницата и придонесува за подобрување на заедницата
- Заштита и унапредување на животната средина - можеме да кажеме дека компанијата е општествено одговорна ако нејзините практики не ѝ штетат на животната средина на ниеден начин, и велиме дека фирмата промовира зелени вредности, ако ја унапредува животната средина со инкорпорирање на зелени вредности во сите свои операции

За подобро да се илустрираат внатрешните и надворешните практики на програмите на корпоративната општествена одговорност на една компанија може да ги погледнеме следниве КОО практики:

- Политики на компанијата со кои се инсистира да се работи со партнери кои ги следат етичките бизнис практики

Пример: Поседуваме еден голем хотел и бидејќи сакаме да ја поддржаме нашата заедница, ние купуваме свеж зеленчук од локално производство (група на самохрани мајки произведува домати и ги продава преку своето социјално претпријатие)

- Реинвестирање на профитот во здравјето и безбедноста или во програми за животната средина

Ние сме голема компанија и градиме игралишта за деца од рециклирани материјали. И/или, ние донираме пари на детската болница.

- Поддршка на добротворни организации во заедници каде што работи компанијата

Ние сме голема компанија и секоја година даваме 10% од нашиот профит на Црвениот црст, организација која им помага на бездомните луѓе и води прифатилиште. Плус, секој прв понеделник дел од нашите вработени волонтираат во Народната кујна за бездомници!

- Промовирање еднакви можности за мажите и жените на извршно ниво

Ние сме компанија која се грижи за нашите вработени, решивме да се отвори градинка на првиот кат на компанијата.

Награди за најдобрите практики на КОО

Корпоративната општествена одговорност станува сè поважна и едуцирањето на учениците за оваа тема ќе им помогне да научат за деловната етика и одржливост. Со цел да се создаде интересна училишна атмосфера, добра идеја е и да се дискутираат локалните компании и нивните кампањи за КОО. Прашајте ги учениците дали постои признание во општеството за компании со КОО. Прашајте ги дали тие можат да препознаат некои награди и иницијативи, кои ѝ даваат видливост на КОО.

Национални награди за признавање на практиките на КОО - студија на случај за Северна Македонија

Во земјата постојат различни иницијативи во изминатите години кои обезбедиле признавање и видливост на субјекти и физички лица во областа на давањето и филантропијата. Постојат неколку утврдени иницијативи од различни државни и непрофитни институции кои наградувале иницијативи и компании за практиките на КОО на годишно ниво. Последните случувања во секторот ги поврзуваат Целите за одржлив развој на ОН со политиките за КОО на приватниот сектор, и ги наградуваат најдобрите практики кои го помагаат остварувањето на целите на пр. иницијативата на Конект од 2019 „Лидери на целите за одржлив развој“, направена во соработка со македонската Мрежа на Глобалниот договор на ОН, оддава признание на компании, лица кои се вработени во компании, како и млади бизнис лидери, за нивниот општествено одговорен придонес.



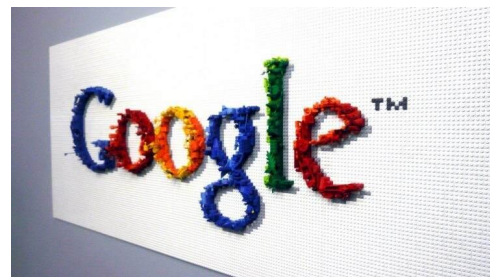
ОКО Награди за филантропија

Здружението Хорус организираше Годишни награди за филантропија - „ОКО“ во 2016 и 2017 година. Според изјавата за мисијата на програмата на нивната веб-страница: **Целта на ОКО Наградите за филантропија, е јавно да се признаат и истакнат оние компании, здруженија, фондации, граѓани и медиуми кои го поддржуваат развојот на заедницата, и поттикнале зајакнување на филантропијата во Македонија во текот на изминатата година.** Се разбира, наградата не е само обична титула. Тоа исто е можност да се подигне јавната свест и да им се помогне на оние вклучени во активности и проекти за подобрување на општеството, со цел да се добие поддршка и да се пренесат важни пораки за солидарност, почит, човечност и добрина. Освен признание за донаторите, ОКО Наградите исто така им дозволуваат на корисниците јавно да ја изразат својата благодарност за поддршката и да ги споделат своите приказни. ((„ХОРУС Македонија“, 2019)

Примери на компании со практики за КОО⁴

Google

Освен што е најпопуларниот светски пребарувач, Google, исто така ја постигна својата цел за 100% обновлива енергија во 2017, и сега е најголемиот корпоративен набавувач на обновливи извори на енергија на планетата. Како тоа да не беше доволно за да се заработи место на врвот на скалата на корпоративната општествена одговорност, компанијата, исто така обезбедува грантови на неколку посветени иницијативи со социјално влијание, вклучувајќи ги и Иницијативата за еднаква правда, Goodwill Industries International, и Pratham Books: StoryWeaver платформата. Од олеснување на зелените патувања до работа, до дополнување на личните донации на вработените, до платен одмор за волонтирање, Google го разгледува речиси секој дел од бизнисот низ призмата на социјалното влијание.



Бен и Џери

Сладоледот е малку повкусен кога знаете дека производителите работат кон промовирањето безбедни, општествено одговорни состојки и бизнис практики. Од 1980-тите, Бен и Џери има поддржано голем број на важни каузи, од кои многу се директно поврзани со бизнисот на правење сладолед. Во 1989 година, тие прво се спротивставиле на употребата на говедскиот хормон за раст кај кравите, делумно поради „неговото негативно економско влијание врз семејното земјоделство.“ Тие исто така ги искористиле нивните пакувања за поддршка на семејната земјоделска организација, Farm Aid. Компанијата дури и создаде Фондација Бен и Џери која ги охрабрува своите вработени да им враќаат на нивните заедници и нуди грантови за програми за социјална правда.



LEGO

LEGO групацијата е еден од најзначајните примери за тоа како општествената одговорност може да биде неверојатна предност на еден познат бренд. Нивната посветеност кон општественото влијание е скорешна (видео на Greenpeace од 2014 година изврши притисок врз производителот на играчки да го прекине своето 50-годишно партнерство со Shell Global поради нивните планови да бушат на Арктикот), но степенот на нивната посветеност ја направи данската компанија сјаен пример на далекусежното влијание на КОО.

Компанијата неодамна беше истакната како еден од првите примери за општествена одговорност од страна на Институтот за углед и беше рангирана на второ место на



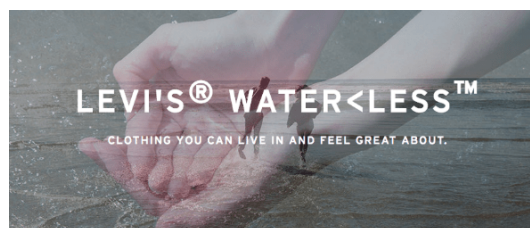
⁴ <https://www.classy.org/blog/6-socially-responsible-companies-applaud/>

[RepTrak 100 листата на Институтот за углед](#)—која ги содржи најпознатите високо-угледни компании во светот. Освен партнерствата со организации како што е Светскиот фонд за природа, LEGO исто така се обврза да го намали јаглеродниот отпечаток и работи кон 100% капацитет врз база на обновлива енергија до 2030. Огромниот бизнис има применето еколошки процеси во неговото производство со создавањето на LEGO центарот за одржливи материјали, кој работи кон наоѓање одржливи алтернативи на нивните сегашни материјали и пакување.

LEGO исто така јавно се залага за етички бизнис практики и високи стандарди за човекови права за нивните вработени.

Levi Strauss

Дали вашите фармерки придонесуваат за недостигот на вода? Повеќето од нас веројатно не размислуваат за тоа кога купуваат, но тоа е важно прашање за Levi Strauss. Во последниве години, компанијата е посветена на намалување на количината на вода која се користи во производството на нивните фармерки, производ што се прави од 1873.



Според веб-страницата на Levi Strauss, нивната [Вода на дизајнирање и производство има заштедено повеќе од 1 милијарди литри вода од своето засновање во 2011 година. Компанијата исто така се бори против стигмата и поддржува лица кои живеат со ХИВ/СИДА, го олеснува рециклирањето облека на Goodwill, и го намалува нивниот придонес кон климатските промени.](#)

Warby Parker

За луѓето во развиениот свет, потребата за нов пар очила е шанса за моден додаток, но исто така може да биде обврска да се пронајдат вистинските. [Warby Parker помага да се поедностави задачата](#) со испраќање на потрошувачите пет различни рамки по нивен избор да ги пробаат, пред да донесат одлука. Но, знаејќи дека за многу луѓе функционалниот пар очила може да биде од животна значење, B-Corp, исто така, работи за да обезбеди очила за оние на кои им се потребни.



Преку нивната [Купи-пар, Дај-Пар програма](#), Warby Parke прави месечна донација на нивните непрофитни партнери, како што се [VisionSpring](#), за да однесат медицински препишани очила на луѓето во земјите во развој. Компанијата има дистрибуирано повеќе од четири милиони пара очила од нејзиниот почеток во 2010 година.

Microsoft

Microsoft го смени начинот на кој светот функционира, учи и игра со компјутерите и софтверот. Но нивните амбиции одат многу подалеку од екраните. Компанијата основана од Бил Гејтс, кој сега се посветува на филантропијата, започна со програмата за давање во 1983 година, кога компанијата собра \$17,000 за добротворни цели. Како што објаснува нивната [веб страница за филантропија](#), програмата за давање на Microsoft нема посветено само време (вработените имаат поминато пет милиони часа во волонтирање во последните 13



години), туку и пари. Програмата достигна вкупно 1.6 милијарди подарени долари во 2017 и е на пат да стигне до 2 милијарди до 2020 година.

Софтверскиот гигант исто така ја создаде [Microsoft Philanthropies](#), иницијатива за социјалн добро, која работи со непрофитни организации, влади и бизниси, за да создаде „иднина, каде секој човек има вештини, знаење и можност да постигне повеќе.“ Иницијативите покриваат сè, од обезбедување на компјутерско образование, до нудење грантови на непрофитните организации и склучување партнерства со организации од целиот свет.

Приказната за STRET

Со STRET проектот учениците организираа Гала настан за собирање средства каде што посетителите се наддаваа преку тивка аукција за ученичките фотографии кои беа дел од кампањата „Љубезноста е насекаде околу нас, треба само да ја препознаеме“, а учествуваа градовите Скопје, Риека и Радвилишкис.

Гала настанот за собирање средства на STRET – тивка аукција на филантропски фотографии се одржа во петок, на 4-ти мај во Скопје, во Центарот за иновации на Телеком - компанија која ги донираше своите простории за настанот). На галата беа споделени приказни за филантропија и општествена одговорност од страна на претставниците на приватниот сектор, социјалните претпријатија и филантропите. „Вистински дела на љубезност“, „Охридска Банка АД Скопје“, „Лице в лице“ (Паблик) “ и зелениот стартап „Храна за сите“ зборуваа за својот придонес кон „правењето добро за општеството“. Еко-илузионистот Кристијан Шопов имаше краток настап изведувајќи забавно-образовни магични трикови и споделувајќи пораки кон младите дека понекогаш формулата за успешен стартап е да се има иновации, добра идеја и добро срце.



По настанот учениците требаше да одлучат како ќе ги користат собраните средства понатаму, дали ќе ги донираат или реинвестираат парите, со примена на принципите на стратешки донации и одржливост за кои учеа во текот на проектот.

⁵Во рамките на оваа пилот-активност, и по 2-годишниот натпревар на Виртуелни компании и Општествено одговорни претпријатија, учениците беа будно набљудувани во текот на нивната дискусија и заедничкото одлучување за користењето на средствата, во последната сесија тие претставуваа про и контра аргументи за секоја употреба на парите и додадената вредност, што илустрираше разбирање на концептот на стратешки донации. Пример: училиштето РЈК од Скопје одлучи да купи звучници и да организира серија понатамошни музички настани за собирање средства, за да се соберат пари за



⁵ <https://arno.org.mk/wp-content/uploads/2020/09/STRET23.jpg>

полна стипендија за ученик што се соочува со финансиски предизвици (наместо да му дадат еднократна мала донација), додека литванското училиште одлучи да ги искористи парите за поддршка на функционирањето на нивното училишно социјално претпријатие.