ВЛИЈАНИЕТО НА ОПШТЕСТВЕНАТА ОДГОВОРНОСТ НА ПРЕТПРИЈАТИЈАТА ВРЗ СОЦИЈАЛНАТА ВКЛУЧЕНОСТ НА РАНЛИВИТЕ ГРУПИ

(со фокус на жените–жртви на семејно насилство)

ВЛИЈАНИЕТО НА ОПШТЕСТВЕНАТА ОДГОВОРНОСТ НА ПРЕТПРИЈАТИЈАТА ВРЗ СОЦИЈАЛНАТА ВКЛУЧЕНОСТ НА РАНЛИВИТЕ ГРУПИ

(со фокус на жените–жртви на семејно насилство)

Скопје, јули, 2012

ВЛИЈАНИЕТО НА ОПШТЕСТВЕНАТА ОДГОВОРНОСТ НА ПРЕТПРИЈАТИЈАТА ВРЗ СОЦИЈАЛНАТА ВКЛУЧЕНОСТ НА РАНЛИВИТЕ ГРУПИ

(со фокус на жените–жртви на семејно насилство)

Автор: Д-р Виолета Маџова

Рецензенти: Д-р Владимир Петковски

Д-р Нехат Рамадани

Лектор: Мариетка Петровска

Превод на албански: Исмаил Крифца - Мали

Графички дизајн: ARCUSS Design

Оваа публикација е изработена со техничка и финансиска поддршка на Програмата за развој на Обединетите нации (УНДП) во рамките на заедничката програма на Обединетите Нации за Зајакнување на националните капацитети за превенција на семејно насилство, финансирана од Владата на Кралството Холандија и Фондот на Обединетите нации за елиминација на насилството врз жените. Мислењата и гледиштата искажани во оваа Публикација се мислења и гледишта на авторот и нужно не ги рефлектираат мислењата и гледиштата на Обединетите нации, УНДП или други релевантни организации.

СОДРЖИНА

АКРОНИМИ....4
ПРЕДГОВОР 5
РЕКОА ЗА : 7
КОНЦЕПТОТ НА ОПШТЕСТВЕНА ОДГОВОРНОСТ НА ПРЕТПРИЈАТИЈАТА 7
Г-ин Ибрахим Ибраими, Заменик- Министер на Министерството за труд и социјална политика....7
ЗА ЖРТВИТЕ НА СЕМЕЈНО НАСИЛСТВО КАКО РАНЛИВА ГРУПА....7
МОЖНОСТА ЗА СОЦИЈАЛНА ВКЛУЧЕНОСТ НА РАНЛИВИТЕ ГРУПИ ПРЕКУ КОНЦЕПТОТ НА ОПШТЕСТВЕНА ОДГОВОРНОСТ НА ПРЕТПРИЈАТИЈАТА.... 8
1.КОНЦЕПТОТ НА ОПШТЕСТВЕНА ОДГОВОРНОСТ НА ПРЕТПРИЈАТИЈАТА (ООП) 9
1.1. ООП - ШТО Е ТОА? 9
1.2. ЗАСЕГНАТИ СТРАНИ 10
1.3. СФЕРИ НА ДЕЛУВАЊЕ....11
1.4. ИСТОРИЈАТ....12
1.5. ФАКТОРИ КОИ ВЛИЈААТ ВРЗ ПОШИРОКОТО ПРИФАЌАЊЕ НА ООП....14
1.6. ПРИСТАПИ И ФАЗИ ПРИ ИМПЛЕМЕНТАЦИЈА НА КОНЦЕПТОТ НА ООП 15
1.7. ПРИДОБИВКИ ОД ПРИМЕНАТА НА КОНЦЕПТОТ НА ООП....16
2.0 ПШТЕСТВЕНА ОДГОВОРНОСТ НА ПРЕТПРИЈАТИЈАТА И РАНЛИВИТЕ ГРУПИ (со посебен фокус на жените) 17
СТУДИЈА НА СЛУЧАЈ: РЕПУБЛИКА СЛОВАЧКА 17
3.0 ПШТЕСТВЕНА ОДГОВОРНОСТ НА ПРЕТПРИЈАТИЈАТА ВО РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА 22
3.1 МЕРКИ ЗА ВКЛУЧУВАЊЕ НА РАНЛИВИТЕ ГРУПИ ПРЕКУ КОНЦЕПТОТ НА ОПШТЕСТВЕНА ОДГОВОРНОСТ НА ПРЕТПРИЈАТИЈАТА....23
4. ПРЕДРАСУДИ И СТЕРЕОТИПИ ПРИ ВРАБОТУВАЊЕ НА ЖРТВИ НА СЕМЕЈНО НАСИЛСТВО 28
5. ИСКУСТВА НА ПРЕТПРИЈАТИЈАТА ПРИ ВРАБОТУВАЊЕ НА ПРЕТСТАВНИЦИ ОД РАНЛИВИТЕ КАТЕГОРИИ
(СО ФОКУС НА ЖРТВИТЕ НА СЕМЕЈНО НАСИЛСТВО)....31
ЗАКЛУЧОЦИ И ПРЕПОРАКИ 34

АКРОНИМИ

ООП - Општествена одговорност на претпријатијата

КОО - Корпоративна општествена одговорност

ООН - Организација на обединетите нации

УНДП - Програма за развој на Обединетите нации

НВО - Невладини организации

НКТ ООП - Национално координативно тело за општествена одговорност на претпријатијата

ЕУ - Европска унија

МСП - Мали и средни претпријатија

МТСП - Министерство за труд и социјална политика

ПРЕДГОВОР

Општествената одговорност е концепт преку кој организациите во своето делување го земаат предвид интересот на општеството, набавувачите, вработените, акционерите, заедниците и другите заинтересирани страни, како и средината во која што работат и делуваат. Во оваа смисла, ранливите и маргинализирани групи[1] претставуваат особено значајна засегната страна и нивната вклученост преку овој концепт може да даде бројни позитивни ефекти, како за претпријатијата, така и за самите ранливи групи и општеството во целина. Иако бројноста и разноликоста на овие ранливи и социјално маргинализирани групи е голема, како најдоминантни претставници на оваа категорија се: корисниците на дроги и членовите на нивните семејства, децата на улица и нивните родители, бездомниците и жртвите на семејно насилство.

Општествената одговорност на претпријатијата во Република Македонија е нов концепт, за кој нема доволно сознанија и не се практикува доволно, при што компаниите во основа се незаинтересирани за вработување на ранливите категории лица, а особено на претставничките од категоријата жртви на семејно насилство. Во таа смисла, целта на оваа публикација која е наменета за претставниците на реалниот сектор е насочена кон:

- подигање на свеста и информираноста меѓу реалниот сектор за концептот на општествената одговорност,
- истакнување на придобивките што претпријатијата би можеле да ги остварат од примената на овој концепт и организираното вклучување на ранливите групи во деловниот процес,
- разбивање на стереотипите и предрасудите што постојат за одредени категории на ранливи групи, а особено за жените-жртви на семејно насилство,
- осознавање и подобро искористување на поттикнувачките мерки што Владата ги прави преку активните мерки за вработување и активностите предвидени со Националната Агенда за Општествена одговорност на претпријатијата.

Всушност, оваа публикација е дел од „промотивните алатки" предвидени со Програмата „Зајакнување на националните капацитети за превенција од семејното насилство" што од 2008 година ја спроведува УНДП во соработка со Министерството за труд и социјална политика.

1 *Групи на поединци што ги обединува специфична положба во општеството, кои се објект на предрасуди, кои имаат посебни карактеристики што ги прават погодни за одредени видови на насилство, имаат помала можност за остварување и заштита на сопствените права или се изложени на зголемена можност за натамошна виктимизација*

Во насока на заштита и директна поддршка на жените-жртви на семејно насилство преку оваа програма за прв пат во земјава се разви модел за економско јакнење на жртвата. Овој модел беше дел од оперативниот план на Владата во 2010 и 2011, а веќе во 2012 оваа категорија на корисници се изедначи со останати ранливи категории.

Програмата ги насочи своите активности кон:

- едукација на потенцијалните кандидатки за вработување преку организирање на серија специјализирани обуки зависно од потребите на фирмите и
- зголемување на свесноста на претставниците на приватниот сектор за концептот на општествена одговорност на претпријатијата и придобивките што се стекнуваат со примената на истиот.

МЕТОДОЛОГИЈА

Во изработката на Публикацијата користени се бројни анализи на студии за општествената одговорност на претпријатијата, стратешки документи и оперативни планови за поддршка на ранливите групи, за нивна подобра вклученост на пазарот на трудот, но особен придонес имаат дискусиите, коментарите и заклучоците што се презентирани на работилници организирани во рамките на Проектот „Зајакнување на националните капацитети за превенција од семејното насилство".

Имено, во рамките на овој проект, УНДП во соработка со Стопанската комора на Македонија организираше циклус сесии за претставниците на приватниот сектор од 15 регионални канцеларии на Комората од кои, особено успешни беа четирите тркалезни маси во Берово, Гевгелија, Кичево и Штип, како и главната дебата што се одржа во Скопје на 24 април 2012.

Последниот настан ги собра претставниците на дипломатскиот кор и Владата, претставници на академскиот збор, практичарите, експертите од земјава и странство како и претпријатијата кои во рамките на Програмата на УНДП вработија жени–жртви на насилство, да ги разменат искуствата, а воедно и да го поттикнат и мотивираат приватниот сектор за вклучување на ранливите категории и маргинализираните групи во општеството во нивниот работен процес. Притоа презентациите, коментарите, предлозите и заклучните согледувања и препораки

изнесени на завршната дебата и останатите четири споменати тркалезни маси претставуваат дел од оваа публикација.

Така конципирана, публикацијата се стреми да придонесе во насока на поголема посветеност и ангажман на претпријатијата за вклучување на компонентата на општествената одговорност во нивните деловни стратегии, зголемување на степенот на социјална вклученост на ранливите групи во деловниот процес, со што ќе се обезбеди нивна економска самостојност и независност.

РЕКОА ЗА :

КОНЦЕПТОТ НА ОПШТЕСТВЕНА ОДГОВОРНОСТ НА ПРЕТПРИЈАТИЈАТА...

- "Претпријатијата не треба да се грижат само за почитување на законите и прописите, туку треба да го почитуваат и принципот на доброволност во однос на чувството за социјалната правда и одговорност, грижата за колегите и нивните семејства, за животната средина и развојот на локалната заедница за категориите на ранливи групи на пазарот на трудот.
- Постојат многу начини едно претпријатие да биде општествено одговорно, како што се финансиската помош, вработување на ранливите групи, мотивирање на вработените, обезбедување дополнителни бенефиции за вработените и нивните семејства и многу други работи. Повеќето од претпријатијата понекогаш не се свесни дека со своите активности кон општеството имаат општествена одговорност.
- Затоа треба да работиме кон препознавање на општествената одговорност, и тоа преку презентирање на добрите примери кои ќе бидат поттик за сите останати субјекти. Општествената одговорност треба да се промовира, за што треба да постои координирана активност, учество на поголем број чинители имајќи го предвид големиот број на прашања кои ги третира концептот на општествената одговорност на претпријатијата.

Г-ин Ибрахим Ибраими, Заменик- Министер на Министерството за труд и социјална политика

ЗА ЖРТВИТЕ НА СЕМЕЈНО НАСИЛСТВО КАКО РАНЛИВА ГРУПА.....

"Семејното насилство може да биде физичко, сексуално и психолошко, и тоа не влијае само на едно лице или семејство, туку врз целото општество. Тоа се протега преку повеќе генерации - жртвите и сведоците на семејно насилство можат да

станат нови жртви. Резултатот е неможноста тие лица да функционираат нормално, во општествениот и економскиот живот. Бидејќи тоа е социјален проблем, тој бара и соодветен општествен ангажман за овие луѓе да можат да излезат од својата изолираност и да се вклучат во општествените текови. Мислам дека е наша заедничка одговорност да се справиме со семејното насилство - не само да го идентификуваме, пријавиме и осудиме истото, туку е и особено важно да им се помогне на жртвите за да го пронајдат сопствениот животен пат и повторно да им се даде можност да се движат надвор од изолацијата. Она што е особено важно за жртвите, особено за жените, е тие да станат финансиски и економски независни. Тие треба да добијат секаква помош со цел постигнување на економска независност, бидејќи тоа им дава избор, да обезбедат опција во нивните животи."

Г-ѓа Мариете Шурман, Амбасадор на Кралството Холандија

МОЖНОСТА ЗА СОЦИЈАЛНА ВКЛУЧЕНОСТ НА РАНЛИВИТЕ ГРУПИ ПРЕКУ КОНЦЕПТОТ НА ОПШТЕСТВЕНА ОДГОВОРНОСТ НА ПРЕТПРИЈАТИЈАТА....

- Понекогаш, постои перцепција од работодавците дека вработувањето на жртви од семејно насилство предизвикува повеќе трошок отколку корист. Тоа едноставно не е точно. Жените можат да се покажат како вреден ресурс за компанијата во која се вработени. Овие лица се вредни, посветени на работата. Ние признаваме дека треба многу повеќе да се направи за да му се помогне на приватниот сектор, како и да се направи подобра подготовка и поддршка за жртвите од семејно насилство во правец на нивно вработување. Ние веруваме дека постојат многу менаџери кои се подготвени да создадат можности и работни места за овие ранливи групи. Не само затоа што сакаат да помогнат, туку и поради фактот што со оваа одлука компанијата како и целата заедница ќе имаат соодветна корист. Веруваме дека треба сите заедно да се бориме со предрасудите кои се против вработување на лица од ранливите групи, луѓето-жртви од семејно насилство, луѓе од ромската заедница, луѓето со хендикеп, лица кои живеат со ХИВ. Компаниите и бизнисот ја имаат клучната лидерска позиција во ова. Тие се во состојба да ја убедат јавноста дека не толерираат дискриминација или предрасуди на работното место. Сите ние имаме одговорност да ги охрабриме и поддржиме овие луѓе за да можат подобро да се интегрираат на пазарот натрудот и општеството."

Г-ѓа Диадре Бојд, Постојан Координатор на Обединетите нации и Постојан Претставник на УНДП

1. КОНЦЕПТОТ НА ОПШТЕСТВЕНА ОДГОВОРНОСТ НА ПРЕТПРИЈАТИЈАТА (ООП)

1.1 ООП - ШТО Е ТОА?

Иако различни теоретичари, практичари и организации имаат различни поимања за концептот на Општествена одговорност на претпријатијата (или корпоративна општествена одговорност), сепак една поширока дефиниција ќе каже дека:

Општествена одговорност на претпријатијата претставува збир на сите економски, правни, етички и дискрециони очекувања што општеството ги има кон претпријатијата во одреден временски период.

Така презентираната четирикомпонентна дефиниција прилично експлицитно ја покажува повеќестраната природа на корпоративната општествена одговорност.

Имено:
1. Економската одговорност се однесува на очекувањата на општеството дека организациите ќе произведуваат добра и услуги што се потребни и посакувани од страна на клиентите и ќе ги продаваат тие стоки и услуги по разумна цена.
2. Правната одговорност се однесува на очекувањата, организациите да работат во согласност со законите кои ги третираат и прашањата на добро владеење и почитување на конкуренцијата на пазарот, вклучително и законите за заштита на производите, заштита на потрошувачите, како и законите за заштита на животната околина и вработувањето.
3. Етичката одговорност се однесува на општествените очекувања компаниите да сторат повеќе отколку што самиот закон бара, односно да сторат особени напори во насока на предвидување и задоволување на општествените норми, во смисла на реализирање на сите деловни функции и активности на фер и праведен начин.
4. Дискреционата одговорност на корпорациите се однесува на очекувањата на општеството дека организациите ќе бидат лица,добри граѓани". Ова може да вклучува работи како што се филантропска поддршка на програми што се во корист на заедницата или на нацијата. Таа, исто така може да вклучува давање стручна експертиза за остварување повисоки заеднички или општествени цели.

Значи, овој концепт претпочита дека претпријатијата имаат бројни морални, етички и филантропски одговорности, покрај нивната основна задача да остварат профит за нивните сопственици и да работат во согласност со законот.

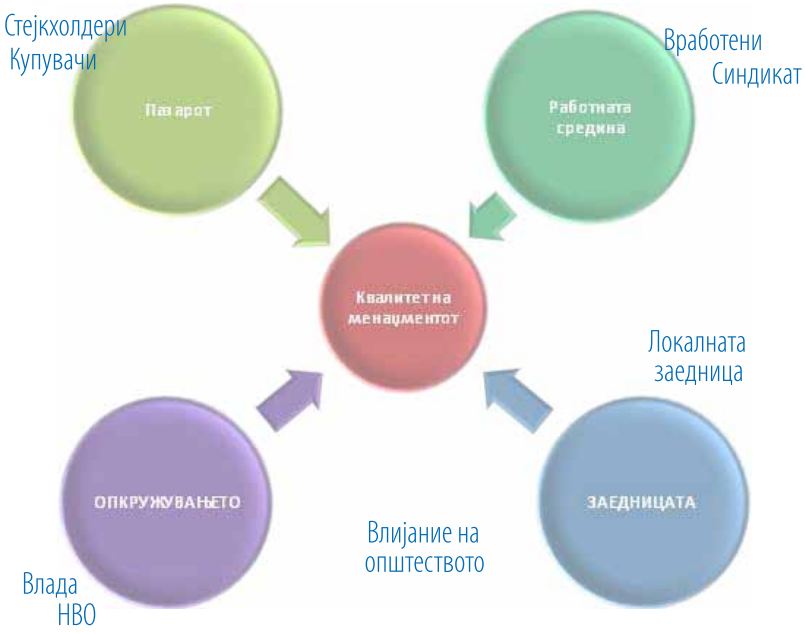
1.2 ЗАСЕГНАТИ СТРАНИ

Иако традиционално претпријатието се посматра како субјект кој е примарно, ако не и единствено одговорен на неговите сопственици или акционери, Концептот на Општствена одговорност бара од претпријатијата да прифатат поширок обем на одговорности кои не ги вклучуваат само акционерите, туку и многу други субјекти.

Во таа смисла како засегнати страни што се вклучени и кои ја анализираат и вреднуваат општествената компонента и придонес на претпријатијата се:

- вработените и нивните синдикати,
- набавувачите и клиентите,
- локалната заедница,
- локалните и државните власти,
- невладините здруженија и други форми на здружувања, интересни групи и поединци.

Слика 1 – засегнати страни според Концептот на ООП



Извор: Презентација на д-р В. Маџова во Скопје на 24.04.2012

Сите овие субјекти имаат определени очекувања за делувањето на претпријатијата во нивното или поширокото опкружување и според тоа го оценуваат нивното севкупно работење, со одредени општествени стандарди, покрај деловните показатели што се од интерес на нивните сопственици и акционери.

1.3 СФЕРИ НА ДЕЛУВАЊЕ

Претпријатијата се справуваат со широк спектар на општествени прашања и проблеми, при што некои се директно поврзани со нивното работење, а некои не. Во таа смисла многу тешко е да се набројат и опишат сите општествени прашања што се предмет на интересирање на компаниите.

Имајќи го предвид поширокото дефинирање на концептот на ООП, може да се издвојат следите сфери на делување на бизнисот, по однос на нивната општествена одговорност и тоа:

Владеење: постоење на јасни принципи на управување и раководење, етичко однесување кон вработените, транспарентност и отчетност во работењето на компаниите, избегнување на активности што би предизвикале конфликт на интереси, почитување на интерните кодекси, правила и законот.

Управување со ризиците: запазување на принципите на здравје и сигурност, безбедност на производи, заштита на потрошувачите, примена на одговорни деловни практики, вклучување на засегнатите страни, градење и одржување на репутација.

Синџир на вредности (value chain): одговорни јавни набавки, управување со мрежата на набавувачи и анализа на набавувачите, следење на повратните информации од набавувачите, фер-трговија.

Социјални: човековите права, ангажирањето во заедницата, филантропски активности, добротворни донации, волонтерство, социјални бенефиции, градење на локалните капацитети, вложување во градење на добри односи и соживот.

Вработени: морал и задоволство при работата, остварување рамнотежа меѓу социјалниот живот и работата, негување на внатрешната култура (транспарентност), безбедност на работното место, примањата, разновидност при работата, еднакви можности за вработените, можности за обука и напредување во кариерата.

Животната средина: избегнување на правење отпад и загадување, екоефикасност, произведување производи за рециклирање, обезбедување на одржливост, контрола на емисиите на гасови, активности за спречување на континуирано намалување на одредени ресурси.

Мерење: транспарентно известување, примена на внатрешни и надворешни ревизии, верификација на извештаи.

Сепак, една поедноставна поделба многу соодветно ја доловува содржината на проблемите и прашањата кои се од посебен интерес за корпорациите и поширокаta општествена заедница во исто време.

Во таа смисла ги разликуваме следните сфери на делување во рамките на концептот на ООП:

1. ОДНОСИ СО ВРАБОТЕНИ - постоење на политики и практики поврзани со човечките ресурси во претпријатието,
2. ЕТИЧКО УПРАВУВАЊЕ - донесување на одлуки кои се базирани на одговорност, транспарентност, етичко однесување, почитување на интересите на сите, како и вклучување на хендикепираните и другите ранливи групи во процесот на креирање нови вредности,
3. ОДНОСИ НА ПАЗАРОТ - етичкото однесување на претпријатието во односот со други организации и примена на принципите на фер конкуренција,
4. ЖИВОТНА СРЕДИНА - еколошката одговорност како предуслов за опстанок и просперитет на човекот,
5. ВЛОЖУВАЊЕ ВО ЗАЕДНИЦА - придонес на претпријатието во развојот на заедницата кој понатаму води кон подобрување на квалитетот на живот на населението.

1.4 ИСТОРИЈАТ

Историски гледано концептот на ООП е релативно нов. Всушност, овој поим почнал пошироко да се употребува од 60-тите години на минатиот век. Сепак одредени очекувања што општеството ги имало кон компаниите низ историјата, ни даваат за право да кажеме дека овој концепт бележи одредени појавни облици многу поодамна.

Имено уште во XVIII век големиот економист и филозоф Адам Смит го постави класичниот економски модел на бизнисот. Во суштина, овој модел сугерира дека потребите и желбите на општеството може најдобро да бидат исполнети преку неограничена интеракција на поединци и компании на пазарот. Преку заемното дејствување, компаниите ќе произведуваат и испорачуваат стоки и услуги со кои ќе заработат профит, но исто така и ќе ги задоволат потребите на другите.

Еден век по Адам Смит, ерата на индустриска револуција донесе радикални промени, особено во Европа и САД. Големите компании поседуваа голема финансиска моќ, а нивните основачи и сопственици станаа едни од најбогатите

и најмоќните луѓе во светот. Во овој период на т.н. „социјален дарвинизам", (кога се смета дека и во општеството како и во природата опстанува само насилниот), присутен е своевиден парадокс.

Имено, иако многу од големите тајкуни донирале милиони долари од своите пари за општествено корисни и филантропски цели, нивните компании кои ги направиле богати практикувале бизнис-методи кои, од страна на денешните стандарди, во најмала рака биле експлоататорски кон работниците.

Тоа на почетокот на дваесеттиот век предизвикува силни реакции против големите корпорации. Големите бизниси биле критикувани бидејќи се премногу моќни од една страна, а применуваат антисоцијални и антиконкурентски практики иако паралелно нивните газди како индивидуи се најголеми филантропи и донатори. Во овој период се донесени и бројни закони со цел да се зауздаат големите корпорации и да се заштитат вработените, потрошувачите и општеството во целост. Така, во периодот меѓу 1900 и 1960 година светот на бизнисот постепено почнува да прифаќа дополнителни одговорности, освен правењето профит.

Периодот на 60-тите и 70-тите години претставува период на движење за заштита на граѓанските права, потрошувачите и екологијата кои од своја страна извршија влијание и врз очекувањата на општеството кон бизнис-секторот.
Во основа, општата идеја дека оние со голема моќ имаат и голема одговорност, го повика бизнис-секторот не само да престане да предизвикува општествени проблеми, туку и да почне да учествува во решавањето на тие општествени проблеми.

Многу законски одредби му наметнуваа обврски на бизнис-секторот, кои беа поврзани со еднакви можности за вработување, безбедност на производите, безбедноста при работа, како и за заштита на животната средина. Исто така, општеството почна да очекува корпорациите доброволно да учествуваат во решавањето на општествените проблеми без разлика дали тие се предизвикувачи на тие проблеми или не.
Овие барања се базираат на ставот дека корпорациите треба да одат подалеку од нивните економски и законски обврски и да ги прифатат одговорностите поврзани со подобрување на општеството. Овој поглед на корпоративната социјална одговорност преовладува во поголемиот дел од светот денес.

1.5 ФАКТОРИ КОИ ВЛИЈААТ ВРЗ ПОШИРОКОТО ПРИФАЌАЊЕ НА ООП

Покрај спомнатите состојби кои придонесуваат за промовирање и поширока примена на концептот на ООП, постојат и бројни фактори кои само го дополнуваат веќе трасираниот тренд на општо прифаќање на овој концепт:

1. Дерегулација

Во минатото, владите го користеа законодавството и регулативата за да вметнат стндарди за одредени социјални и еколошки цели што требаше да ги исполни бизнис-секторот. Општиот тренд на дерегулација, наметна потреба од изнаоѓање на форми што се базираат на доброволна и необлигаторна иницијатива од страна на бизнисот.

2. **Барања за поголема транспарентност на бизнис-секторот пред општествената заедница**

Постои се понагласено барање од страна на сите заинтерсирани групи во општеството за јавно обелоденување на финасиската состојба и транспарентност во работењето на бизнис-секторот пред општествената заедница, вклучувајќи клиенти, набавувачи, вработени, заедници, инвеститори, и невладини организации.

3. Зголемена заинтересираност на потрошувачите

Постојат докази дека одлуките за купување на клиентите многу зависат од етичкото однесување на компаниите . Всушност, истражувањата покажале дека повеќе од еден во пет анализирани потрошувачи ги имаат (условно кажано) наградено или казнето компаниите (преку купување или апстиненција од нивните производи или услуги) врз основа на согледувањата за нивната општествена одговорност.

4. Растечки притисок на инвеститорите

Во последно време, инвеститорите го менуваат начинот на кој ги проценуваат перформансите на компаниите и донесуваат одлуки за инвестирање врз основа на критериуми кои вклучуваат етички елементи. Истражувања направени од Општествениот Инвестициски Форум покажаа дека во САД во 2000 година се инвестирани над 2 трилиони долари вредност во проекти на кои им претходела анализа на прашања од сферата на животната средина и општествената одговорност.

5. Очекувања на вработените

Сè поизразени се очекувањата на вработените, кои покрај условите за плата и финансиски бенефиции бараат од работодавците деловната филозофија и практика на комanијата да поддржува хуман принцип кон вработените и околината . Со цел да ангажираат и задржат квалификувани работници, компаниите се упатени да ги подобрат работните услови во поширока смисла на зборот.

6. Односот со набавувачите

Многу компании бараат од своите набавувачи /партнери да се однесуваат на општествено одговорен начин. Некои од нив, со воведување кодекси на однесување за нивните набавувачи, се осигуруваат дека политиките и практиката на другите компании нема да ја оцрнат нивната репутација.

1.6 ПРИСТАПИ И ФАЗИ ПРИ ИМПЛЕМЕНТАЦИЈА НА КОНЦЕПТОТ НА ООП

Основен и базичен пристап во концепт на КОО е филантропијата. Ова вклучува парични донации и помош на компаниите кон локалните организации и посиромашните општини во земјите во развој. Иако доста користен, сепак овој пристап не помага да се изградат вештините на локалните жители и не води кон одржлив развој на општините.

Друг пристап кон КОО е пристап на вклучување (инкорпорирање) на стратегија за КОО во самите деловни стратегии на компаниите.

Трет пристап е повик за зголемување на интересот кон корпоративната одговорност, преку т.н. модел на создавање заеднички вредности (creating shared value) . Моделот на заедничка вредност е базиран на идејата дека корпоративниот успех и општествената благосостојба се меѓусебно зависни. Имено, од една страна на компаниите им треба здрава, образувана работна сила, одржливи ресурси и владеење на правото со цел остварување фер и конкурентен натпревар. Од друга страна, со цел општеството да напредува, потребно му е да се развиваат профитабилни и конкурентни бизниси за да се создаде приход, богатство, даночни приходи, како и можности за филантропија.

Во таа смисла моделот на создавање заеднички вредности ја поддржува размената на профитабилноста на претпријатијата со социјални или еколошки цели на општеството, фокусирајќи се на можностите за креирање на конкурентна предност што можат да ја стекнат компаниите со вклучување на општествените вредности во нивната корпоративна стратегија.

Табела 1 Пристапи и фази при имплементација на ООП

ВРЕДНОСТ	ЦЕЛ	ВЛИЈАНИЕ	КОРИСТ
КОО – креатор на вредности	Иновативност и промовирање на одржлив бизнис модел	Значајно стратешко и оперативно влијание	Заеднички вредности-(бизнис –општество) Промовирање на конкурентност и иновативност Промовирање на одржлив бизнис модел Интегрирање на бизнисот во заедницата Развој на социјалниот капитал Вклучување на општествените вредности во деловните стратегии на компаниите
КОО- управување со ризикот	Усогласеност	Средно до високо стратешко и оперативно	Намалување на тековните негативни влијанија Намалување на тековните ризици Поддржување на екстерните однос
КОО- корпоративна филантропија	Обезбедување на средства и знаење	Мало стратешко и оперативно влијание	Спонзорство и донации Краткотрајни користи Лимитирани расположиви средства Компетенциите на бизнисот не се целосно искористени од страна на заедницата Недоволна поврзаност на компаниите со целите и стратегиите на општествената одговорност

Извор: Corporate Social Responsibility Framework, Oct.2010

1.7 ПРИДОБИВКИ ОД ПРИМЕНАТА НА КОНЦЕПТОТ НА ООП

Донесувањето политика и примена на концептот за општествена одговорност од страна на претпријатијата овозможува остварување бројни позитивни резултати и продобивки како за компаниите, така и за општествената заедница и животната средина :

1. Придобивки за компанијата:

- Подобрен бренд, имиџ и углед;
- Зголемена продажба и лојалност на клиентите;
- Поголема продуктивност и квалитет;
- Повеќе способност да се привлечат и задржат вработените;
- Намален регулаторен надзор;
- Полесен пристап до капиталот;
- Диверзифитет на работната сила;
- Безбедност на производите и заштита на потрошувачите.

2. Предности на заедницата и на поширокаата јавност:

- Донации;
- Волонтерски програми;
- Вклучување на ранливите групи на општеството во образованието и вработувањето;
- Безбедност на производите и повисок квалитет.

3. Еколошки бенефиции:

- Големо рециклирање на материјалите;
- Подобра издржливост и функционалност на производите;
- Поголема употреба на обновливите извори на енергија;
- Примена на алатките за управување со животната средина во бизнис-плановите, вклучувајќи ги проценката на трошоците и животниот циклус на производите, стандардите за управување со животната средина и еко-етикетирање.

Може слободно да се каже дека концептот на корпоративна општествена одговорност сè повеќе се етаблира во глобалната бизнис-агенда. Но, со цел да се придвижи присутното сознание за овој концепт кон конкретна акција, треба да се надминат многу пречки. Транспарентноста и дијалогот може да помогнат да се зголеми кредибилитетот и имиџот на компаниите, со истовремено зголемување на стандардите за работење и на другите организации.

2. ОПШТЕСТВЕНА ОДГОВОРНОСТ НА ПРЕТПРИЈАТИЈАТА И РАНЛИВИТЕ ГРУПИ (со посебен фокус на жените)

СТУДИЈА НА СЛУЧАЈ: РЕПУБЛИКА СЛОВАЧКА

Република Словачка донесе своја национална стратегија за ООП за периодот 2011-2020 која ја подготви Министерството за економија, но сè уште не е започнато со практична имплементација на истата. Она што е особено важно за реализација на оваа стратегија е потребата од институционализација на концептот на ОПП, односно креирање на тело или друга институционална форма во чија надлежност ќе биде реализацијата и следењето на активностите од сферата на општествената одговорност.

Сепак, она што е особено важно е да се напомене дека во септември 2011 година, Словачка пристапи кон т.н. Иницијатива за Отворено Владино Партнерство чии основачи се осум држави[2] а денес членуваат преку педесет држави.Притоа, приоритетните области за Владата, согласно оваа Иницијатива се:
подобрување на јавните услуги, јакнење на општествените вредности, зголемување на ефективноста и ефикасноста на јавниот сектор, како и подигнување на општествената одговорност на корпоративниот сектор. За таа цел во процес е формирање на работна група која ќе ги следи и ќе помага во реализацијата на приоритетите предвидени со Стратегијата на ООП.

2 САД, Бразил, Филипини, Индонезија,Јужна Африка, Мексико, Норвешка и Обединетото Кралство

2.1 МЕРКИ ЗА ВКЛУЧЕНОСТ НА РАНЛИВИТЕ ГРУПИ

Кога станува збор за ранливите групи и нивната вклученост во корпоративниот сектор на Словачка, тогаш законските одредби предвидуваат одредени можности, кои предвидуваат директна и индиректна поддршка.

а) Во првиот случај постои задолжителна законска обврска за вработување на лица со посебни потреби или т.н. законска обврска за стапка на вработување,
б) Во вториот случај станува збор за т.н. даночна асигнација .

а) Законска обврска за стапка на вработување

Секоја компанија во Словачка, што има 20 и повеќе вработени треба да вработи 4% од лицата со хендикеп. Во случај компаниите да не можат (или не сакаат) да вработат хендикепирани лица, тогаш имаат две дополнителни опции: или да користат производи на компании кои вработуваат хендикепирани лица или да платат законска казна за неизвршување на оваа одредба. Степенот на исполнување на оваа законска одредба може да се илустрира со податоците од 2010 година.

Имено, Словачка има население од околу 5 милиони луѓе, и околу 11 446 компании со над 20 вработени што се должни да ја исполнат обврската согласно оваа мерка. Притоа, податоците покажуваат дека 5 957 компании или (52%), ја исполниле обврската за вработување на хедикепирани лица, 1.693 компании (15%) користеле производи од т.н. компании што ангажираат хендикепирани лица, 15% од компаниите ја плаќаат законската казна, но постојат сè уште 18% од компаниите што не сториле ништо по ова прашање, односно ниту вработуваат, ниту купуваат производи од работилници или компании со хендикепирани лица, ниту плаќаат пенали.

б) Даночна асигнација

Даночната асигнација им дава право на компаниите и поединците да одлучуваат како ќе бидат искористени околу 2% од платениот данок на добивка и персонален данок. Тоа значи дека 2% од данокот што треба компаниите и поединците да ги уплатат на државата, може да ги наменат за одредени филантропски и други проекти од сферата на општествената одговорност и со тоа да придонесат кон развојот на заедницата.

Всушност, државата откажувајќи се од 2% од данокот на добивка, им дава можност на компаниите да бидат општествено одговорни, за да можат да основаат свои фондации или да формираат посебен фонд за помош на ранливите групи во рамките на постоечките фондации.

Иако навидум процентот е мал, сепак за големи компании тие износи се навистина значајни, така што во 2010 година најголемата компанија во Словачка издвои 3-4 милиони евра и наместо да ги плати на државата на име данок на добивка и персонален данок, ги употреби за филантропски проекти. Според одредени проценки преку механизмот за даночна асигнација се одлеаја околу 15 милиони евра и се насочија за општествено корисни акции. Оваа бројка ја изненади и самата Влада на Словачка која, поради кризата, се одлучи од 2011 година постепено да го намалува овој процент од 2% во 2010 година, на 0,5% за 2016 година и подоцна. Но ова никако не значи помалку средства за засегнатите страни кои имплементираат општествено одговорни проекти. Напротив и покрај постепеното намалување на делот што се зафаќа со механизмот на даночна асигнација, во случај компаниите да донираат дополнителни 0,5-1,5%, државата дополнително дозначува за таа цел уште 0,5% од данокот. Во таа смисла проектите од сферата на општествената одговорност се финасираат со повеќе средства, отколку што тоа е случај во 2010 година. Новиот систем на даночна асигнација е прикажан на Табела 2.

Табела 2 – Комбиниран систем на даночна асигнација во Словачка

	Максимална асигнација	НВО примаат само:	Ако компаниите дополнително донираат	Тогаш државата дополнително пренесува:	Вкупно средства за НВО
	A	B=A	C	D	A+C+D
2011	1.5%	1.5%	0.5%	0.5%	2.5%
2012	1.5%	1.5%	0.5%	0.5%	2.5%
2013	1.5%	1.0%	1.0%	0.5%	2.5%
2014	1.0%	1.0%	1.0%	0.5%	2.5%
2015	1.0%	1.0%	1.0%	0.5%	2.5%
2016	0.5%	0.5%	1.0%	0.5%	2.5%
2017	0.5%	0.5%	1.5%	0.5%	2.5%
2018	0.5%	0.5%	1.5%	0.5%	2.5%
2019	0.5%	0.5%	1.5%	0.5%	2.5%
2020	0.5%	0.5%	x	x	0.5%
	Пад на процентот на даночна асигнација		**Пораст на донираната сума**		

Извор : Презентација на П. Мезарош, во Скопје на 24.04.2012

Денес во Словачка има 75 фондови и фондации кои се организирани како новоосновани фондации или претставуваат фондови во рамките на постоечките фондации. Во таа смисла особено интересно да се спомне е т.н. центар за филантропија како присутна форма во Словачка, како и ПОНТИС фондацијата, која во својот состав има бројни фондови на словачките компании, кои поддржуваат општественокорисни проекти (вклучително и проекти за социјална вклученост на

ранливите групи).

Во прилог се дадени табели (Табела бр. 3 и 4) од која може да се види износот на средства кој во 2010 година бил назначен преку Центрите за филантропија, како и дел од програмите со кои се поддржуваат ранливите групи и нивната социјална вклученост.

Табела 3 . Средства дозначени преку Центрите за филантропија во 2010 год

	Број на програми	Број на поддржани апликации	Одвоена сума во евра за 2010
Orange Фондација	10	704	645 660
SPP Фондација	11	448	2 461 152
Tatrabanka Фондација	13	203	751 013
Eko фонд	7	1913	1 586 034
Baumit	2	19	22 499
Siemens	5	498	234 635
Вкупно	48	3 785	5 700 933

Извор: Презентација на П. Мезарош, во Скопје на 24.04.2012

Табела 4. Програми наменети за поддржување на ранливите категории

Име на грант програмата	Име на фондацијата
Зелено за постарите	Orange Фондација
Стипендии за хендикепирани	Orange Фондација
Премостување на бариерите	Orange Фондација
Култура без граници	Orange Фондација
Помош	SPP Фондација

Извор: Презентација на П. Мезарош, во Скопје на 24.04.2012

Од друга страна, Понтис фондацијата е иницијатор за формирање на форум на бизнис-лидери [3] со цел да се развие идеја за филантропија меѓу корпоративниот сектор. Всушност, овој форум основан во 2004 година денес брои 23 членови. Тие се најчесто светски корпорации што работат и во Словачка

3 *Понтис фондацијата во 2010 година реализираше проект со средства од фондовите на Словачка, за поддршка на ООП во Македонија. Во рамките на овој проект се основа македонски форум на бизнис-лидери.*

и идејата е тие да дејствуваат како амбасадори на корпоративната општествена одговорност во Словачка. Овие компании креираат фондови во рамките на Понтис фондацијата од кои се дистрибуираат пари за програми кои вклучуваат ранливите групи. Како пример компаниите како KIA, TELECOM, Accenture Company и други, поддржуваат програми за глуви и за лица со оштетувања на слухот и обезбедуваат пари за за„start-up" претпријатија.

2.2 ДРУГИ ФОРМИ НА ПОДДРШКА НА КОНЦЕПТОТ НА ОПП И ВКЛУЧЕНОСТ НА РАНЛИВИ ГРУПИ ВО Р. СЛОВАЧКА

Интересен проект кој го поддржува концептот на ООП е доделување на т.н. Via Bona награда, што претставува убав начин на оддавање признание на општественоодговорните компании и на тој начин се обезбедува нивна промоција.

Понатаму, интересно е да се спомне иницијативата на Министерството за труд кое организира награда за „работодавачи кои се грижат за семејството" особено оние кои применуваат флексибилно работно време или се вклучени во поддршка на семејни активности и др.

Волонтерството од страна на компаниите исто така е пример за општествена одговорност, кој може да се потенцира во случајот на Словачката Фондација Pontis, која исто така организира програма наречена НАША БРАТИСЛАВА и успеа да договори волонтерство на 43 компании ангажирани во 90 активности со 1500 волонтери, за период од 2,5 години, при што, најголем број од нив волонтираа во невладини организации што работат со ранливите групи. На крајот може да се спомене и една специфична тема, врзана со општествената одговорност, а тоа е социјалната економија. Имено, социјалната економија обезбедува одлични алатки за работна интеграција. Во Словачка постојат две форми кои се имплементираат во сферата на социјалната економија. Всушност, станува збор за формите:

а) заштитни работилници и
б) социјални претпријатија.

Заштитните работилници се наменети за луѓе кои се инвалиди, лица со хендикеп, при што заштитната работилница е нужно да вработи 50% или повеќе од оваа ранлива група луѓе.

Социјалните претпријатија се насочени кон сите ранливи групи, кои имаат за цел да ги подготват претставниците на овие групи за период од една или две години работа во овие социјални претпријатија да можат целосно да се вклучат на пазарот на трудот. За периодот додека се вработени во т.н. социјални претпријатија нивните сопственици добиваат поддршка од словачката влада доколку во структурата на нивните вработени има најмалку 30% од ранливите

групи. Ова е прв пат да се зборува за обид за одржлива интеграција на ранливите групи на пазарот на трудот и општеството воопшто преку корпоративниот сектор и поддршка од страна на државата.

3. ОПШТЕСТВЕНА ОДГОВОРНОСТ НА ПРЕТПРИЈАТИЈАТА ВО РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА

Начинот на практицирање на општествената одговорност во нашата земја може да биде различен. Имено, општествената одговорност на претпријатијата може да се дефинира како успех остварен не само со своето деловно работење и почитување на законите и прописите, туку и со пристап кој обезбедува рамнотежа на економските, еколошките и социјалните цели на начин кој е од корист за граѓаните, заедницата и општеството.

Поради ова уште во текот на 2007 година Економско-социјалниот совет донесе одлука за формирање на координативно тело за промовирање на општествената одговорност. Така, во декември 2007 година, Министерството за економија на Р. Македонија формираше Национално координативно тело за општествена одговорност на претпријатијата (НКТ ООП) како постојана работна група при Економско-социјалниот совет на Владата на Република Македонија. Ова е крос-секторско тело одговорно за развивање на повеќекратен дијалог и идентификување на заеднички дејствија за промоција и имплементација на ООП. Во работата на ова тело учествуваат државни органи, стопански субјекти, невладни организации, синдикати, претставници на високообразовни институции и други. Во изминатиот период ова тело има реализирано голем број активности.

Имајќи ја предвид важноста на оваа тема, Владата на РМ донесе Национална агенда за општествената одговорност на претпријатијата за периодот 2008 – 2012 година со главна цел подигнување на свесноста за ООП, развивање на капацитети и компетенции за да се помогне етаблирањето на ООП и обезбедување на поволен амбиент за ООП.

Ова од аспект што анализите направени од страна на Националното координативно тело за ООП покажаа дека фокусот во сферата на општествената одговорност во Македонија е сè уште ставен на надворешните фактори и има екстерен карактер. Имено, забележано е дека кај компаниите преовладуваат донациите, спонзорствата, доброволните прилози додека се запоставени внатрешните димензии т.е. грижата за вработените, односот кон опкружувањето и социјалните аспекти, вклучувајќи ги и елементите за социјалната вклученост на ранливите групи.

Меѓутоа, анализите понатаму покажуваат дека во случајот на Македонија постојат неколку стимулативни моменти што одат во прилог на потребата за покомплексно и сеопфатно развивање на концептот на ООП.

Прво, општествената одговорност на претпријатијата е поттик за зголемување на конкурентноста. Ова може да биде поттик за јакнење на

конкуретноста на фирмите, но само доколку кон општествената одговорност се пристапи и таа се прифати како составен легитимен дел на вкупната деловна стратегија на фирмата, а не како секторска работа на дел од компанијата.

Второ, општествената одговорност на претпријатијата е мотивот за поттикнување на инвестициите, особено на странските директни инвестиции. Имено утврдено е дека инвеститорите ги надополниваат своите финансиски цели и со други согледувања што досега не бил чест случај во практиката. Тие цели имаат социјални и еколошки аспекти како и етички стандарди кои треба да ги исполнува секој инвестиционен проект. Во таа смисла, овој тип на инвестирање кој зема поголем замав во последнава година во светот, кај нас веќе претставува легитимна практика.

Трето, заложбите на Македонија за пристапувањето кон Европската унија од една страна и јасните критериуми и стандарди на ЕУ која става акцент на општествената одговорност на претпријатијата. Имено, Европската комисија гледа на општествената одговорност на претпријатијата (ООП) како на дел од деловниот придонес кон одржливиот развој и кон Европската стратегија за раст и работни места, бидејќи ООП има потенцијал да придонесе кон различни заеднички цели, како што е социјалната кохезија, економската конкурентност и порационална употреба на природните ресурси. Во ЕУ, ООП е втемелена во политиката на вработувањето и социјалните прашања, политиките на претпријатијата, еколошката политика, потрошувачката политика, политиката на јавните набавки и политиката на надворешни односи. За Македонија, пристапувањето кон ЕУ ќе бара прифаќање на нормите и принципите на ЕУ, вклучително и оддавање признание и промовирање на ООП и нејзиниот придонес кон социјалната кохезија и одржливата конкурентност и развој.

3.1 МЕРКИ ЗА ВКЛУЧУВАЊЕ НА РАНЛИВИТЕ ГРУПИ ПРЕКУ КОНЦЕПТОТ НА ОПШТЕСТВЕНА ОДГОВОРНОСТ НА ПРЕТПРИЈАТИЈАТА

Преку усвоената Национална Агенда за ОПП , Владата има мисија да создаде поволен амбиент за ООП што промовира раст, социјална инклузија и одржливост преку остварување три основни цели:

а) Подигнување на свеста за ОПП
б) Развивање на капацитети и компетенции за да се помогне етаблирањето на ООП
в) Обезбедување на поволен амбиент за ООП

За секоја од зацртаните цели предвидени се соодветни мерки и активности кои треба да бидат имплементирани согласно зацртаните рокови.

Кога станува збор за мерките и активностите во сферата на социјалната инклузија особено вредно е да се спомнат:

- Подигање на свеста кај деловните субјекти дека социјалната добросостојба не е грижа само за јавниот сектор, преку организирање на кампањи со граѓанските организации,
- Соработка со деловните здруженија и синдикатите за промовирање на правото на социјално осигурување,
- Воспоставување и промовирање на социјални ознаки за општествено одговорни претпријатија,
- Воспоставување на социјален индекс кој ќе информира за тоа колку еден деловен субјект е општествено одговорен спрема вработените и надворешните засегнати страни,
- Доделување сертификат или право на употреба на специјална ознака на своите производи за компании со високи оцени,
- Воведување привилегиран третман при јавните набавки,
- Воведување на поедноставени административни процедури и фискални стимули за трговски друштва кои воведуваат трудови стандарди и системи за менаџмент со здравјето и безбедноста или доделување на социјална ознака за нив,
- Поттикнување на компаниите да им даваат на вработените еквивалент на еден платен работен ден за да се пријават за доброволна работа во заедницата,
- Креирање коалиција од деловни субјекти и поединци од сите групи во општеството кои би се вклучиле во борбата против невработеноста преку форуми за совети, информации и контакти, воспоставување мрежа на доброволци од компаниите со задача да најдат места за обука и стажирање за млади луѓе,
- Покренување на иницијатива која би ги охрабрила и би им помогнала на трговските друштва да ги отстранат техничките, физичките, комуникациските и препреките на однесување на работното место што ги засегнуваат лицата со хендикеп, жените и етничките малцинства,
- Промовирање на даночни стимулации за таквите иницијативи како помош при покривање на трошоците,
- Воспоставување мрежа на деловни луѓе кои предлагаат и промовираат активности за социјална инклузија (на пример, за интегрирање на етничките малцинства и долгорочно невработените),
- Покренување на иницијатива за промовирање на проекти и партнерства помеѓу социјалните партнери, јавните власти и деловните субјекти насо чени кон промовирање на флексибилно работно време, спречување на стрес поврзан со работа и охрабрување за доживотно учење,
- Организирање натпревари и доделување на годишни награди на компании кои промовирале различни трудови аспекти на ООП - здравје и безбедност на работа, подобрување на условите за работа, флексибилност на работното време и место, рамнотежа меѓу работата

и приватниот живот, политики за помош при одгледувањето на деца, интеграција во општеството и еднакви можности.

Иако активностите треба да бидат имплементирани од бројни субјекти пред сé на национално но и на локално ниво, Националното координативно тело за ООП ја има улогата на клучна фокусна точка за активностите за промовирање на ООП во Македонија, координатор на различни сектори и актери кои се вклучени во ова поле, со задача да развива акциски планови за ООП. Понатаму, Националното Координативно тело има обврска да поднесува предлози, стратешки насоки и акциски план до Економско-социјалниот совет.

Во таа смисла поконкретно Националното координативно тело за ООП:

- служи како форум на засегнатите страни за дијалог, за политики и консултации;
- организира активности за промовирање на ООП помеѓу членовите и другите организации кои работат во Македонија и служи како движечка сила за заедничко дејствување;
- го распространува знаењето и случаите на најдобра практика меѓу членовите и другите организации што работат во Македонија преку подготвување на информативни материјали за ООП како и преку настани за учење, дијалог и лобирање;
- лобира за подобар амбиент за ООП за организациите кои работат во Македонија;
- промовира и покренува поддршка и ресурси за активности за промовирање на ООП;
- нуди помош за развој на проекти и политики;
- иницира истражувања за прашања од сферата на ООП;
- воспоставува показатели за резултатите во областа на ООП;
- ги проучува и „локализира" главните меѓународни документи, релевантни за ООП, со цел да ги идентификува прашањата на кои може да се осврне приватниот сектор, граѓанското општество и владата.

Притоа, во составот на Националното Координативно тело за ООП се вклучени: државни органи (министерства), деловни здруженија, синдикати, високообразовни институции и експерти, медиуми и други организации.

3.2 АКТИВНИТЕ МЕРКИ ЗА ВРАБОТУВАЊЕ ОД ИНТЕРЕС ЗА ПРИВАТНИОТ СЕКТОР

Заради успешно спроведување на програмите/мерките за вработување предвидени со Програмата за работа на Владата на Република Македонија 2011-2015 година и Европската стратегија за паметен, одржлив и инклузивен пораст – Европа 2020, Владата на Република Македонија изработи и донесе Оперативен

план за 2012-2013 година во кој се дефинирани видот на програмите и активните мерки за вработување, целните групи, потребните средства и изворите на средствата, како и конкретните активности и рокови за субјектите надлежни за имплементација на истите.

Целта за изготвување на Оперативниот план е да се обезбеди навремено и успешно спроведување на предвидените активни програми/мерки за вработување за 2012-2013 година.

Притоа постојат следните програми во вкупен износ од 5.907.499.866.000,00 ден.:

1. **Програма за самовработување**
2. **Финансиска поддршка на правни субјекти (мали и средни претпријатија, занаетчии) за отворање на нови работни места**
3. **Субвенционирање на вработување**
4. **Пилот-програма за субвенционирање на плодоуживатели на државно земјоделско земјиште**
5. **Програма за практикантство**
6. **Програма за подготовка за вработување преку обуки**
7. **Анкета за слободни работни места**
8. **Пилот-програма – Општинско корисна работа**

Целта на овие Програми од Оперативниот план, е обезбедување на:

1. ПАМЕТЕН РАСТ – Програма за подготовка за вработување
2. ОДРЖЛИВ РАСТ – Програма за самовработување, Програма за финансиска поддршка на правни субјекти (мали и средни претпријатија, занаетчии) за отворање на нови работни места
3. ИНКЛУЗИВЕН РАСТ – Програма за субвенционирање, Програма за практикантство, Пилот-програма за субвенционирање на плодоуживатели на државно земјоделско земјиште, Програма за општинско корисна работа, Програми со комбинирани пакети на поддршка за вработување.

Кога станува збор за инклузија на ранливите групи, (со фокус на жените-жртви од семејно насилство), Оперативниот план особено предвидува мерки во рамките на следните програми:

а) Субвенционирање на вработувањето
б) Финансиска поддршка на МСП и занаетчии за отворање на нови работни места
в) Пилот-програма – Општинско корисна работа

а) Програмата за субвенционирање на вработувањето се реализира за евидентирани невработени лица што потешко се вклучуваат на пазарот на трудот и инвалидни лица. Цел на оваа мерка е да обезбеди стимулирање на побарувачката на работна сила и вработување на невработени лица што потешко се вклучуваат на пазарот на трудот преку обезбедување на финансиска поддршка, за секое вработено лице за бруто плата во износ од 13.000,00 денари месечно за период од 6 месеци, со обврска на работодавачот овие лица да ги задржи на работа најмалку уште 12 месеци (вкупно 18 месеци) или на нивно место да вработи друго невработено лице од евиденцијата на невработени лица на АВРМ. Цел за 2012 година е да се опфатат 600 невработени лица од кои 100 лица би биле претставници на ранливите групи што потешко се вклучуваат на пазарот на трудот. Притоа, износот на финансиската поддршка за ранливите групи изнесува 17.000,00 денари од кои 3.000,00 денари по лице месечно на работодавачот, како партиципација за трошоците за прилагодување на лицето во работниот процес.

Како дополнување на ова е и потпрограмата за субвенционирање на вработувањето на инвалидните лица со која за 2012 година е предвидено вработување на 200 лица со посебни потреби, што директно ќе се одрази на зголемување на вработеноста и социјалната вклученост на оваа категорија на невработени лица и нивно интегрирање на пазарот на трудот.

б) Финансиска поддршка на МСП и занаетчии за отворање на нови работни места е програма која предвидува поддршка со неповратни средства во вид на опрема и/или материјали во висина од 92.000,00 денари за секое новоотворено работно место, но не повеќе од 5 работни места (максимум 460.000,00 денари), при што се земаат превид и евентуалните вработувања остварени во претходните календарски години, согласно со програмите кои обезбедуваат поддршка за дополнителни вработувања во фирми. Работодавачот кој ќе вработи лица согласно оваа програма, има обврска да ги задржи на работа најмалку 12 месеци од денот на засновањето на работниот однос или на нивно место да вработи друго невработено лице регистрирано во евиденцијата на АВРМ. Во спротивно ќе треба да ги врати средствата обезбедени во вид на опрема и/или материјали, во паричен износ сразмерно со времетраењето на вработувањето.

в) Пилот програма – Општинско корисна работа

Цел на оваа програма е да обезбеди социјална вклученост преку вработување на определено скратено работно време за невработени лица кои потешко се вклучуваат на пазарот на трудот заради стекнување на одредени вештини и постепено вклучување во редовниот пазар на труд. Програмата се реализира преку вработување на определено скратено работно време во период до 5 месеци за обезбедување на услуги од областа на социјалната заштита од страна на тешко вработливи категории невработени лица, со што ќе се овозможи нивно интегрирање во локалната средина.

4. ПРЕДРАСУДИ И СТЕРЕОТИПИ ПРИ ВРАБОТУВАЊЕ НА ЖРТВИ НА СЕМЕЈНО НАСИЛСТВО

За жените-жртви на семејно насилство, постојат бројни предрасуди во општеството, дури и меѓу нивните најблиски, што ја прават таквата личност несигурна во себе и во своите квалитети, како човек, мајка, работник...

Психологот д-р Мирослав Пендаровски преку презентираниот есеј[4] најплалстично ги демонстрира таквите предрасуди и стереотипи присутни за жените–жртви на семејно насилство, што прилично ја отежнува социјализацијата на овие лица во случаи на нивно вработување:

"Во светот на различностите, во денешниот свет, постојат мноштво можности за виреење и одржување на најразлични искривени перцепции за оние кои по природни непишани правила спаѓаат во „малкуте".
Во истиот тој свет на поделености со кој владее бездушниот контекст на постмодерното гледање на нештата исклучиво низ призмата на социјалниот успех, без разлика на начините како се доаѓа до него, се развиваат и множат се потесни и закоравени сфаќања за истите „малкуте".
И ако до пред некое време владееја само неколку познати и признати предрасуди и стереотипи за некои маргинализирани групи какви што се: луѓето со различна боја на кожа од нашата, некои народи, најразлични религиозни припадности, болните итн., денес бројката на истите непрекинато расте.
Од ден на ден се мултиплицираат нови и сè посилни концепции за социјално и психолошко етикетирање и генерализирање со негативен предзнак за многу нови категории луѓе: инаквите, оригиналните, несфатените, изолираните, психосоцијално запуштените, лицата со секаков вид попреченост итн.
Одамна, покрај познатите стереотипи од типот: „Несреден уметник", „Занесениот научник", „Народи со помала вредност", „Раси со нееднакво право на живот" итн., среќно „пливаат" и новите: „Неуспешниот интроверт", „емоционално осакатениот човек кој страда", „Некој кој не може да се адаптира" итн.
Секако, тука се и предрасудите од типот: Овој/Оваа нема да успее затоа што не се облекува така и така; Овој човек има семејни проблеми, не е за овде; Оваа не изгледа доволно самоуверено; Тој има свои ставови кои се противат на нашата стопанска политика итн. Но, тоа не е она најстрашното. Најстрашно е што вакви, етикетирани, стигматизирани и стреотипизирани луѓе, пикнати во една генерализирана општествена кошница, веќе не се само припадници на „малкуте", туку напротив, галопирачки се сеприсутни поради сè помалото социјално разбирање од „многуте". Токму во ваквите големи социјално искривени класификации спаѓаат и жртвите на семејно насилство.

4 *Есеј презентиран на завршната работилница организирана во Скопје на 24 април 2012*

А, за жртва на семејно насилство може да се смета секој кој страда од друг член на потесното и/или поширокото семејно опкружување: брачен партнер, дете, родител, брат/сестра, поранешен брачен партнер, па и најразлични подалечни роднини. Тука се издвојува жената-жртва која најчесто се среќава како колатерална штета предизвикана од низа фактори: традиции кои слепо се повторуваат и покрај тестот на реалноста кој ги поништува; стереотипот на „посилниот пол"; погрешното уверување на жената од овие простори дека е помалку вредна од мажот; светската устроеност на поделбата на моќта која доминантно е во рацете на мажите итн.

Некои од трагикомичните предрасуди и стереотипи, замислете, се и потполно пасивните прифаќања на судбината која морала таква да биде, па се до идеите за личната неадекватност. И, се така во круг. Но, кругот е малечок а во него сме сите ние, и ретко кога помислуваме дека последици од стигматизацијата ќе почувствуваме и самите. Ете така некако доаѓаме до фактот дека со прифаќање на стереотипите и предрасудите постануваме соучесници во семејното и социјалното насилство. Се прашувате како? Едноставно, неосудувањето на злото е самото по себе зло од најлош пасивистички вид. И додека сите молчат пред искривениот став дека жртвите се жртви затоа што дозволиле да бидат тоа, тие, жртвите продолжуваат да бидат тоа и покрај сè поголемата нивна свесност дека веќе не сакаат да бидат токму тоа – жртви.

Точно е дека жртва без насилник не може да постои. Точно е дека жртвите свесно или несвесно носат белег испишан на нивните чела Повели, јас сум жртва. Но, во исто време, точно е и дека многу од жртвите се тоа поради нивната ранливост која произлегува од некои состојби и нивни карактеристики: слаби се, незаштитени се, не им се слуша гласот, потиснати се итн. Зарем е тешко една жена која дошла од село во големиот град да постане жртва? Зарем е тешко едно нежно и зависно дете да постане жртва? Зарем е тешко жената која пркоси на некои несфатливи традиции да постане жртва? Сигурно дека не е, напротив, сето ова овие луѓе ги прави податливи да постанат жртви. Но, моралниот аспект го поставува прашањето, а мора ли да биде така? А, како јас можам барем со зрнце да придонесам да не биде така? И дали и јас сум насилник на некој начин? Згора на тоа, жената-жртва, во најголем број случаи е социоекономски зависна, несигурна, неподдржана. Таа е и мајка, честопати единствена хранителка и згора на тоа: тепана, омаловажувана, сексуално злоупотребувана, социјално отфрлена итн.

Сето тоа од старт оневозможува да биде социоекономски конкурентна, психосоцијално еднаква, емоционално стабилна. И, точно е, навистина, дека треба да ги разбереме и работодавците кои помислуваат дека една психолошки нестабилна жена, емоционално оскврнавена личност, социјално маргинализирана фигура не може адекватно да одговори на повеќето работни обврски и задолженија. Таа, како свидетел на секојдневните хронични изложености на континуиран процес на деградација во секоја смисла: физички, психолошки, социјално, економски итн., тешко ќе може да биде активен удел во некоја компанија која бара: прецизност, навременост, добросостојба, голем капацитет за поднесување на стрес итн.

Замислете, една таква жена која ретко кога спокојно спие, која постојано е емоционално напаствувана, занемарувана, навредувана, треба секое утро да се припреми за осумчасовна битка со реални предизвици и тешкотии. Од таа страна е разбирлива загриженоста на работодавецот околу нејзиниот активен ангажман. Но, ајде сега да го погледнеме проблемот од другата страна. Како резултат на ваквиот деградирачки однос од страна на насилникот од една и недоволно сензибилизираното општество од друга страна, ваквата жена развива еден несекојдневен одбранбен механизам. Таа постанува отпорна на многу нешта на кои „паѓа" жената која живее во „нормално" семејство. Таа постанува невиден борец и го развива кај себе мотивот за докажување. Згора на тоа, таквиот хронично нездрав живот кај неа, на парадоксален начин, создава егзистенцијална и психолошка способност и свесност за почитување и вреднување на она малку добро кое таа го ужива.

Ваквата личност повеќе се радува на моментите на слобода, на секојдневните мали задоволства итн., токму зашто тие се вистинска реткост, ендемичен раритет. Таквата жена ќе умее да ја почитува подадената рака од општеството. Таа ќе го вреднува работодавецот заради сенсот да и понуди работа и спас. Таа„полетува"на работното место поради тоа што тоа место значи за неа живот, спас, иднина за нејзините деца. За разлика од жените кои не се маргинализирани и стереотипизирани, оваа жена ќе умее да го вреднува она кое мора да го чува, она со кое не смее да си поигрува. Згора на тоа, годините поминати во страв од насилство, отсуство на бои во животот и разбирање и топлина, од неа прават лојален работник, исполнителен член на колективот и благодарен граѓанин на нашето општество. Доколку се погледнат работите од оваа страна, веднаш ќе се увиди дијалектичноста на феноменот – жртва на семејно насилство. Најлесно е да се откажеме од некого само поради тоа што е жртва, има проблеми, расеан е итн. Многу е потешко, но и повносно да се обидеме да дадеме можност, барем за тоа не се плаќа.

Згора на тоа, Македонија со стратегијата за борба против семејното насилство, поддржана од УНДП, МТСП и другите ресорни министерства, НВО-секторот и поширокатa јавност, веќе некое време активно се бори за дестигматизација и дестереотипизација на овие жени кои се како и сите други. Преку разните програми и проекти за психосоцијална помош и поддршка во кои активно тераписки се работи на подобрување на квалитетот на живот кај овие жени и нивна ресоцијализација и добросостојба, се повеќе жени-жртви стануваат посилни, емоционално постабилни и подготвени да се впуштат рамноправно во секојдневната борба наречена Живот.

Економските програми пак, овозможуваат поголем фокус на оваа категорија луѓе и ги зголемуваат шансите од социоекономско препознавање и активирање на жртвите. Таквиот приод им овозможува поподготвено да влезат во сите општествени процеси, само им треба Шанса, Можност, Прилика, а ние тоа можеме да им го понудиме.

Оттаму произлегува заклучокот дека да се вработи жена-жртва не само што

не е ризик, туку е и предност заради поголемата нивна насушна потреба од работа, изразената мотивација да се докаже спротивното, дека не е жртва, како и благодарноста за понудената рака. Впрочем, многуте примери од последниве години покажаа дека да се биде жртва не е особина, туку улога која повеќето од жените не ја избрале, туку им била наметната. Оние пак, кои од некои лични причини свесно или несвесно прифатиле да бидат тоа, исто така, не треба да бидат заборавени и оставени да се жртвуваат, туку низ ваквите програми да им се понуди да го освестат тоа и да го променат. Токму затоа, општеството нема повеќе време за жртвување, туку ултимативно треба да дозволи паралелно одвивање на двата процеса, на тој начин жртвувајќи ги своите стереотипи и предрасуди во полза на избавувањето на жената од жртвување.

Истовременоста на процесот на психосоцијално и економско јакнење од една страна и активното и вистинско вработување на овие жени од друга, ќе придонесе кон сè помало жртвување на времето потрошено во неодржливите верувања во стереотипните ставови за оваа популација која може да понуди нов ветер на промени и нова сила во активниот општествен живот.

Можеби единствената шанса да се деетикетизираат луѓето е преку практика да се тестира нивната способност и кадарност да излезат од улогата која не е здрава за никого. Така паралелно се зголемува фактичката добросостојба на овие жени, но и континуираната процесуална свесност за почитувањето на другиот како и продуктивноста на нашето општество. На крај на краиштата, секој заслужува шанса, макар еднаш во животот.“

5. ИСКУСТВА НА ПРЕТПРИЈАТИЈАТА ПРИ ВРАБОТУВАЊЕ НА ПРЕТСТАВНИЦИ ОД РАНЛИВИТЕ КАТЕГОРИИ
(СО ФОКУС НА ЖРТВИТЕ НА СЕМЕЈНО НАСИЛСТВО)

Македонските компании имаат и предрасуди дека жените-жртви на семејно насилство не се продуктивни поради ситуацијата во која се наоѓаат. Но, практиката го покажува спротивното. Тие се многу вредни, трудољубиви, посветени и лојални, што е особено значајно за приватниот сектор.

Најдобар пример за тоа се изјавите на работодавачите кои во своите претпријатија имаат вработено претставнички на оваа ранлива категорија и кои можат директно да посведочат за бенефитот што тие го имаат од нивното вработување.

На работилниците одржани во соработка со Стопанската комора на Македонија, со цел промоција на концептот на општествена одговорност на претпријатијата и вклученоста на жените-жртви на семејно насилство, повеќе стопанственици ги разменија своите искуста кои ги имаат на ова поле. Во продолжение се извадоци од изјавите на некои од нив.....

"Детроблаг" - Битола

Г-ин Владо Пејчиновски, работодавец на жртва на семејно насилство..

"Во овој период од 1 година , среќен сум што една жена-жртва на семејно насилство доби можност да биде вработена во мојата компанија. Јас сум среќен кога наутро ќе дојде на работа и ќе рече -Добар ден директоре, како сте?. Тоа е сатисфакција зашто навистина таа се чувствува во средината примена од сите вработени и ги исполнува сите обврски онака како што се поставени. Бидејќи таа работи во текстилна фирма, задоволството е тоа што секојдневно доаѓа на работа, ги остварува своите потреби, излегува од дома, се најдува во оној свет каде сите постоиме, и кога ќе го рече тоа -Добро утро директоре, јас сум многу среќен. Секогаш кога нема да дојде наутро, знаеме дека нешто се случило. Но, сето ова таа потоа го надокнадува, а сите вработени се трудат да помогнат таа да се снајде и да има своја иднина . Засега, таа е пресреќна што е вработена, а јас како работодавач и сите вработени сме многу задоволни од неа и како работник и како човек. "

"Лукс Комерц" – Гостивар

Г-ин Турам Радиша, работодавач на жртва на семејно насилство:

"Секоја средина има свои истории и биографии. Гостивар е традиционално град во кој се работи текстил и е голема стапката на невработеност, па овие луѓе што се жртви на овие насилства или хендикепираните, остануваат во втор план. Но, од тие луѓе кај мене случајно сум вработил неколку. Откако агенциите станаа малку поактивни да соработуваат со нас, тие не информираа за ваквите можности за вработување, за разлика од порано кога не бевме информирани. Кај нас традиионално жената е поубавиот и понежниот пол, но за жал, сè уште зборуваме за насилство, што е срамно во овој век. Тие треба да се прилагодуваат, и зошто да имаат срам кога судбината никој не ја крои. Женава што ја вработив се покажа дека е вредна и освен проблемите со бракот имаше и други сериозни работи. Ние мора да разбереме дека општеството сме ние, не можеме да се поделиме на работодавачи или не, сите сме граѓани на РМ и мора да бидеме свесни за добробитта и иднината на Република Македонија. Општество без производство, не знам дали може да постои. Ако сакаме да бидеме здраво општество, треба да имаме млади кадри, кои наоѓаат смисла во производството, а овие жени се подготвени да ја одберат и потешката страна за да успеат. Не верувам дека има лоша жена или лош маж, туку треба да им се даде шанса на луѓето да се покажат. "

Еди Стил "- Струмица

Г-ин Илија Кузмановски, работодавач на две жртви на семејно насилство:

"Во мојата конфекција имам направено две вработувања од програмата за поддршка и вработување на жените-жртви на семејно насилство. Оваа програма ја поддржувам бидејќи жените што овде доаѓаат, а се жртви на семејно насилство, воопшто не се разликуваат од другите вработени, туку напротив изразуваат поголема желба за извршување на работните обврски, со исклучок кога некогаш се малтретирани, а наредниот ден ќе дојдат на работа и не се способни за тоа. Инаку, има една година како тие работат кај нас и со истекување на времето кај нив се враќа самодовербата бидејќи платата што ја земаат, каква таква, им значи многу бидејќи од оваа плата тие опстануваат и ги гледаат нивните деца. Со тие пари и дома придонесуваат, па и мажот може да е зависен од тие средства затоа што можеби и тој не работи. Единствено во мали средини тие сакаат да не се кажува дека се жртви на семејно насилство, и тоа ние го почитуваме. На пример, нема потреба другите вработени да знаат дека тие се жртви на семејно насилство. Со финансиската помош што ја земаат, тие може и да се разведат од мажите насилници и да имаат свој живот."

ЗАКЛУЧОЦИ И ПРЕПОРАКИ

Концептот на општествена одговорност на претпријатијата укажува дека претпријатијата покрај нивните основни одговорности и задачи да остварат профит за инвеститорите/сопствениците, имаат и морални, етички и филантропски одговорности кон општеството. ООП е концепт кој не е обврзувачки за фирмите. Нема уникатен модел и претпријатијата сами си поставуваат свои политики во однос на ООП и истиот е интегриран во деловните стратегии на претпријатијата, дури и заедно со општеството креираат нови и иновативни форми на соработка.

Една од формите за изразување на општествената грижа на компаниите за општеството е вработувањето на социјално ранливите категории кои поради бројни предрасуди потешко можат да се вработат и социјализираат во општеството.

Проектот „Зајакнување на националните капацитети за превенција на семејното насилство" во соработка со Стопанската комора на Македонија организира серија работилници со цел подигање на свеста на компаниите за концептот на ООП и можноста за вработување на жртвите на семејно насилство (како ранлива категорија) во нивните компании.

На работилниците учесниците ги донесоа следниве заклучоци и препораки кои можат да бидат патоказ за понатамошниот развој на овој концепт и зголемување на стапката на вработување на жените-жртви на семејно насилство во македонските компании:

Од примената на ООП, претпријатијата имаат економски придобивки на подолг временски период - зголемување на куповната моќ на ранливите категории како посебен пазарен сегмент кој ќе троши пак кај нив (зголемување на агрегатната побарувачка).

ООП служи и како промотивна алатка – добротворните активности се најдобра промотивна алатка, многу поевтина во споредба со рекламирањето, директниот маркетинг и сл.

За изнаоѓање на можностите за поголемо вклучување на ранливите групи во приватниот сектор во Македонија, потребни се програми кои ќе претходат, а ќе значат ресоцијализирање на ранливите категории (посебно за жртвите на семејно насилство) и нивно опоравување пред да влезат во работни односи.

Постои потреба од создавање на поттикнувачки амбиент за приватниот сектор. Соработка на Министерството за труд и социјална политика, Кординативното Тело за Општествена Одговорност на Претпријатијата, стопанските комори, синдикатите, организациите на работодавачите и другите граѓански организации за воспоставување и промовирање на социјални ознаки за компаниите кои имаат практики и активности за социјална инклузија, што би им овозможило на овие компании поголема препознатливост и прифатеност на пазарот.

Постои потреба од изградба на коалиција од водечки деловни субјекти и поединци кои би се вклучиле во интегрирањето на ранливите категории во пазарот на труд преку форуми, информации и контакти; воспоставување на мрежа на доброволци од водечките компании со задача да најдат места за вработување, обука и стажирање за ранливи и маргинализирани групи.

Со вработувањето на лица од ранливите категории, фирмите ќе го подобрат својот имиџ зашто на надворешните пазари тоа е еден од минимум потребните стандарди. Воедно, овој тип општествена одговорност ќе им послужи и како промотивна алатка, позитивно да бидат прифатени од околината што, пак, би значело интензивирање на бизнисот. Затоа, бизнисмените треба сериозно да размислат и да ги ангажираат доколку навистина имаат потреба од отворање нови, одржливи работни места.

КОРИСТЕНА ЛИТЕРАТУРА

1.Национална Агенда за општествена одговорност на претпријатијата на Република Македонија (2008-2012), октомври 2008,

2. UNDP - Baseline Study on Corporate Social Responsibility Practices in Slovakia, 2007,

3. Corporate Social Responsibility - National public policies in the European Union, Directorate - General for Employment, Social Affairs and Equal Opportunities, 2003,

4. УНДП - Оперативен план за активни програми и мерки за вработување за 2012-2013 година,

5. д-р Виолета Маџова - Концептот на општествена одговорност на претпријатијата (теоретски аспекти), оригинален труд презентиран на 24.04.2012,

6. д-р Мирослав Пендаровски - Предрасуди и стереотипи при вработување на жртвите на семејно насилство, оригинален труд презентиран на 24.04.2012.

Оваа публикација е изработена со техничка и финансиска поддршка на Програмата за развој на Обединетите нации (УНДП). Целта на оваа публикација е да ја подигне свеста за концептот на општествена одговорност и да ги истакне придобивките што претпријатијата би можеле да ги остварат од примената на овој концепт и организираното вклучување во деловниот процес.

јули 2012