

*Vesna Zabijakin Chatleska, PhD, associate professor*  
[vesna.catleska@isppi.ukim.edu.mk](mailto:vesna.catleska@isppi.ukim.edu.mk)

*Marija Topuzovska Latkovikj, PhD, full-time professor*  
[marija\\_t@isppi.ukim.edu.mk](mailto:marija_t@isppi.ukim.edu.mk)

*Mirjana Borota Popovska, PhD, full-time professor*  
[mborota@isppi.ukim.edu.mk](mailto:mborota@isppi.ukim.edu.mk)

*Blazhe Josifovski, M.Sc., assistant*  
[blaze.j@isppi.ukim.edu.mk](mailto:blaze.j@isppi.ukim.edu.mk)

Institute for Sociological, Political and Juridical Research,  
Ss. Cyril and Methodius University in Skopje, North Macedonia

## CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY IN MACEDONIAN COMPANIES

### Abstract

The study delves into the landscape of corporate social responsibility (CSR) practices in Macedonian companies within the broader context of the Western Balkans. Despite a growing interest in CSR among both academics and practitioners globally, this research highlights a prevalent trend among Macedonian companies characterized by a predominantly reactive approach to CSR initiatives. While there is observable progress in the adoption of CSR activities, the absence of a systemic and strategic incorporation of CSR into the core mission, vision, and business objectives is evident. Notably, a significant number of companies engage in CSR activities primarily as a response to external pressures rather than a proactive and strategic initiative. The study identifies a lack of perceived linkages between CSR and enhanced economic outcomes, potentially explaining the sporadic adoption of formal CSR strategies within these companies. To foster a more conducive environment for CSR development and adoption, the research emphasizes the critical need to bolster the capabilities and functions of the Coordinating Body. Strengthening this entity's role in disseminating knowledge, educating stakeholders about CSR concepts, fostering closer collaboration with businesses, and enhancing public awareness is pivotal in encouraging a more proactive and integrated approach to CSR across Macedonian companies.

**Keywords:** Corporate Social Responsibility (CSR), Macedonian companies, strategic integration, sustainable business



## КОРПОРАТИВНА ОПШТЕСТВЕНА ОДГОВОРНОСТ ВО МАКЕДОНСКИТЕ КОМПАНИИ

### ВОВЕД

Деловната активност на компаниите има значајно влијание врз животот на граѓаните, економијата и општеството во целина. Непосредно влијание компаниите остваруваат преку понуда на производи и услуги, како и преку работните места што ги создаваат. Но, тие влијаат и врз условите за работа на работниците, човековите права, здравјето, животната средина, иновациите и образованието. Како фактор што обликува широк спектар на општествени односи и појави, компаниите се повикани да демонстрираат општествено одговорно однесување. Концептот на корпоративна општествена одговорност (КОО) претпоставува дека компанијата, покрај грижата за сопствените економските резултати, треба да придонесува и за добросостојбата на поширокото опкружување во коешто ги остварува своите бизнис-операции.

Интересот за општествено одговорно работење расте сè повеќе и во академската заедница и меѓу практичарите ширум светот. Бројот на компании што проактивно се посветуваат на решавање на мноштво на општествени прашања се зголемува постојано. Повеќе од 8.000 компании од над 150 земји се потписници на Глобалниот договор на Обединетите нации што ги адресира прашањата на човекови права, работнички стандард, екологија и борба против корупција (Wang et al. 2016).

Во Македонија, практиките на општествено одговорно однесување се познати од поодамна, но во последните петнаесетина години, КОО почнува да се развива поинтензивно, откако Министерството за економија во 2007 година го формира Националното координативно тело за општествена одговорност на претпријатијата. Следната година е донесена Национална агенда за општествена одговорност на претпријатијата, 2008-2012, со што се актуализираше и се создаде поволен амбиент за КОО, а резултираше со зголемен интерес и ангажман на компаниите. Во 2019 година е усвоена Среднорочна стратегија за општествена одговорност на Република Северна Македонија, 2019-2023. Денеска, многу успешни македонски компании практикуваат КОО и вложуваат напори во развивањето на систематски и стратешки приод во управувањето со КОО.

### ДЕФИНИРАЊЕ НА КОРПОРАТИВНАТА ОПШТЕСТВЕНА ОДГОВОРНОСТ (КОО)

Почетоците на КОО се забележуваат во средината на 19 век и се поврзани со индустриската револуција. Тогашните социјални иницијативи и практики се резултат на потребата на компаниите да ја подобрат продуктивноста на своите вработени и

да го максимираат профитот. Кон крајот на 19 век се појавува и филантропијата како практика на богатите деловни луѓе за помош на заедницата, која е доминантна до средината на минатиот век, кога компаниите главно донираат во добротворни организации. На средината на минатиот век, концептот на КОО станува предмет на посериозен теориски интерес, но истовремено е присутен и меѓу деловниот свет.

Најзначаен придонес во развојот на концептот на КОО прави Керол, кој во 1979 година ја дава својата дефиниција на КОО, според којашто: „Општествената одговорност на бизнисот ги опфаќа економските, правните, етичките и дискрециските очекувања што општеството ги има од организациите во даден временски период“ (во Carroll 2008: 10). Керол ќе го креира четирипартидниот концептуален модел на КОО, кој подоцна ќе го претстави како „пирамида на КОО“ (Carroll 1991), со четирите основни одговорности според коишто треба да се водат компаниите, а тоа се: 1) економски одговорности; 2) правни одговорности; 3) етички одговорности; и 4) филантропски одговорности. Концептот на КОО во овој период се развива според премисата дека неколку стотини најголеми компании од тоа време претставуваат сериозни центри на моќ и на одлучување, па според тоа нивните економски активности директно го засегаат животот на граѓаните.

Почетокот на овој век е време кога КОО станува глобален феномен во деловниот свет и кај компаниите расте интересот за практикување на КОО. Во првата и втората декада на 21 век, стратешката перспектива на КОО е сè повеќе предмет на академски интерес. Концептот почнува да добива стратешки карактеристики и да се именува како стратешка корпоративна општествена одговорност (СКОО). Од компаниите се очекува општествените прашања да ги вградат во своите бизнис-стратегии. СКОО се дефинира како: „Вградување на холистичка перспектива на КОО во стратешкото планирање и клучното работење на фирмата, така што фирмата се управува во интерес на широк збир на заинтересирани страни за да се постигне максимална економска и општествена вредност на среден и долг рок“ (Chandler and Werther 2013, во Latari Agudelo et al. 2019). Во современата теориска концептуализација на КОО, стратешката перспектива претпоставува дека конкурентноста и одржливоста на компаниите ќе бидат условени од нивната способност да ги инкорпорираат принципите на КОО во бизнис-целите, на начин што тие ќе генерираат споделени вредности.

КОО се состои од пет основни димензии што ја дефинираат нејзината суштина: еколошка димензија (однос кон животната средина); социјална димензија (однос со општеството); економска димензија (инкорпорирање на КОО во деловните операции); стејкхолдер-димензија (однос со вработени, добавувачи, клиенти, конкуренција); и волонтерска димензија (доброволен однос над правните обврски). Во основата, активностите на КОО се насочени кон: 1) животна средина и екологија; 2) локална заедница и општеството во целина; и 3) внатрешни и надворешни стејкхолдери.

Придобивките од КОО се повеќекратни. КОО може да поттикне поголема конкурентност, развој и одржливост на компаниите и на економијата, но придонесува и за добросостојбата на граѓаните и за подобра општествена кохезија.

## ИСТРАЖУВАЧКА МЕТОДОЛОГИЈА

Предмет на истражувањето е КОО на компаниите што се економски активни во Северна Македонија. Истражувачка цел е да се испита сегашната состојба во однос на вклученоста и начинот на практикување на КОО и поставени се следниве истражувачки прашања: 1) Дали македонските компании применуваат КОО и колку е таа јасно дефинирана во јавно достапните организациски документи; и 2) Во кои специфични категории на активности се практикува социјално одговорно дејствување на компаниите?

За да се одговори на поставените истражувачки прашања, применет е квалитативен истражувачки метод, поточно анализа на содржина на официјални документи и текстуални материјали во форма на организациски стратешки, плански или други документи, во коишто се третира прашањето на КОО. За да се идентификуваат случаите и да се опишат нивните основни карактеристики по однос на КОО, се спроведе онлајн деск-истражување со анализа на содржина на интернет-страниците и „виртуелните“ документи на македонските компании од приватниот сектор, а коишто на ниво на организациска стратегија и политика ги инкорпорираат и ги практикуваат начелата и принципите на КОО.

Според научната цел, истражувањето е дескриптивно и експлораторно. Во однос на видот на податоци и нивната обработка, анализата е квалитативна, со квантификација на одредени индикатори. Оправданоста за примена на квалитативна истражувачка стратегија и на квалитативниот метод на анализа на содржина е потврдена во досегашните истражувања што сугерираат дека најсоодветен истражувачки метод за теми од областа на корпоративната општествена одговорност е квалитативната анализа на содржина (Sapkauskiene & Leitoniene 2014).

## РЕЗУЛТАТИ ОД ИСТРАЖУВАЊЕТО

Компаниите се идентификуваа со користење на пребарувачот „Гугл“, со пребарување на фразата „корпоративна општествена одговорност“. Се селектираа компании што се појавија како релевантни на првите десет страници на пребарувањето. Селектирани се 17 компании што го сочинуваат пригодниот примерок на којшто е спроведена анализа.

Основни карактеристики на примерокот се следниве:

- според економскиот сектор, 52,9% од компаниите се во производствениот сектор, додека 47,1% се во услужниот сектор;
- компаниите припаѓаат на различни индустрии: банкарство и осигурување (АД Комерцијална банка, НЛБ, Шпаркасе Банка, Сава осигурување), фармацевтско-хемиска индустрија (Алкалоид, Реплек Фарм), прехранбена индустрија (Витаминка, Макпрогрес, Европа, Виталиа), телекомуникации (Македонски Телеком), нафтена индустрија (Макпетрол, ОКТА), металургија (Макстил),

производство на бетон (ТИТАН Цементарница УСЈЕ) и малопродажба (КАМ маркет, Тинекс).

- според големината, 94,2% од компаниите се големи (над 250 вработени) и 5,8% се средни компании (до 250 вработени);
- според сопственоста, 58,8% од компаниите се во домашна сопственост, додека 41,2% во странска сопственост.

Анализата покажа дека 76,47% од компаниите имаат експлицитна дефиниција и содржина на нивната политика за КОО на нивната интернет-страница. Генерално, се препознаваат три категории на активности што се сметаат за КОО во коишто се вклучени компаниите, а тоа се:

1. животна средина и екологија;
2. локална заедница (посебен фокус кон здравствени и воспитно-образовни установи, како и во сферите култура, уметност, спорт) и општеството во целина;
3. внатрешни и надворешни стејкхолдери (вработени, добавувачи, потрошувачи/клиенти, деловни партнери, социјално ранливи групи).

Во продолжение, се презентираат резултатите од анализата на интернет-страниците на компаниите, групирани во три категории на активности во доменот на КОО (види: Т-1, Т-2 и Т-3).

**T-I: Активности насочени кон животна средина и екологија**

Алколоид АД ( <a href="#">Статут</a> ; <a href="#">Политика за општествена одговорност</a> ; <a href="#">Годишен извештај 2021</a> ; <a href="#">Изјава на интернет-страница</a> )
„Заштитата на животната средина е еден од највисоките приоритети во деловната стратегија на Алколоид АД Скопје.“ „Како општествено одговорна компанија, Алколоид АД Скопје го интегрира системот за управување со животна средина во Интегриран систем за управување (ИМС), во согласност со ISO 14001: 2015, ISO 9001: 2015, Стандарди ISO 45001: 2018 и упатства за добра практика за производство.“
Витаминка ( <a href="#">Изјава на интернет-страница</a> )
„Негувањето сериозен пристап кон животната средина е од особена важност за ‘Витаминка’. Друштвото постојано се грижи за зачувување на животната средина, управувајќи со отпадот од пакувањата на производите. ‘Витаминка’ е еден од основачите на ‘Пакомак’ ДОО, Скопје и со тоа е и овластен корисник на ознаката ‘Green Dot’.“
Реплек Фарм ( <a href="#">Годишен извештај 2021</a> ; <a href="#">Објава на интернет-страница</a> )
„Наша цел е континуирано зголемување на инвестициите во развој, едукација, зачувување на животната средина и градење подобра заедничка иднина.“
КАМ маркет ( <a href="#">Изјава на интернет-страница</a> )
„Економскиот успех во голема мера зависи од тоа колку успешно ги ускладуваме нашите клучни принципи ‘Едноставност’ и ‘Ориентираност кон потрошувачите’ со одговорното користење на природните ресурси...“
Виталиа ( <a href="#">Изјава на интернет-страница</a> )
„Компанијата ‘Виталиа’ ја отпочна реализацијата на инвестицискиот проект за изградба на целосно нов објект од над 700 квадратни метри. Со цел да придонесе кон заштита на животната средина, ‘Виталиа’ ќе го направи овој објект целосно енергетски ефикасен.“
Комерцијална банка ( <a href="#">Стратегија за корпоративна општествена одговорност 2022-2026 година</a> ; <a href="#">Годишни извештаи за општествена одговорност</a> ; <a href="#">Изјава на интернет-страница</a> )
„Затоа нашата корпоративна општествена одговорност вклучува посветеност за придонес кон (...) еколошка одржливост на заедницата.“
Макстил ( <a href="#">Изјава на интернет-страница</a> ; <a href="#">Политика на квалитет и општествена одговорност</a> )
„... настојува позитивно да влијае на околината преку промовирање ефективни еколошки практики.“
Сава осигурување ( <a href="#">Изјава на интернет-страница</a> )
„Нашата корпоративна општествена одговорност се темели на: кодексот (...) и грижата за животната средина.“
Цементарница УСЈЕ ( <a href="#">Annual Sustainability Report 2022</a> ; <a href="#">Изјава на интернет-страница</a> )
„Одржливоста е составен дел од нашиот бизнис. Во текот на повеќе од шесте децении од работењето на Цементарница УСЈЕ, преку нашите производи и деловни операции, континуирано се обидуваме да направиме видливи придобивки за луѓето (...) и за животната средина.“
Шпаркасе Банка ( <a href="#">Статут</a> ; <a href="#">Годишен извештај 2022</a> ; <a href="#">Изјава на интернет-страница</a> )
„Проекти што се наменети за поддршка на повеќе сегменти ... (меѓу кои) и за заштита на животната средина.“
НЛБ Банка ( <a href="#">НЛБ Рамка на одржливост</a> ; <a href="#">Изјава на интернет-страница</a> )
„... поддршка на проекти од хуманитарен карактер и од областа на (...) и заштитата на човековата околина, децата и младите.“

**T-2: Активности насочени кон локална заедница или општеството во целина**

Алколоид АД ( <a href="#">Статут</a> ; <a href="#">Политика за општествена одговорност</a> ; <a href="#">Годишен извештај 2021</a> ; <a href="#">Изјава на интернет-страница</a> )
„Поддршка за развој на спортот. Со ова Алколоид АД Скопје ги продолжува активностите за поддршка, зајакнување и за развој на македонскиот ракомет и на спортот во глобала.“
Шпаркасе Банка ( <a href="#">Статут</a> ; <a href="#">Годишен извештај 2022</a> ; <a href="#">Изјава на интернет-страница</a> )
„Шпаркасе Банка, низ повеќегодишната традиција, ја унапредува сопствената стратегија за корпоративна општествена одговорност, која се развива во рамките на ‘SPARKASSE LIFE’ платформата. Во рамките на оваа платформа се опфатени проекти што се наменети за поддршка на повеќе сегменти (локална заедница, култура, образование, здравство, спорт).“
Македонски Телеком ( <a href="#">Годишен извештај 2020</a> ; <a href="#">Објави од активности на интернет-страница</a> )
„Македонски Телеком постојано е на линијата на широка општествена одговорност и поддршка, што подразбира учество на компанијата и нејзините вработени во секоја актуелна и акутна состојба во земјата. Во деновите на пандемија оваа пракса ја потврдиле уште неколку пати и подадовме рака за да издејствуваме позитивна промена во општеството.“
Витаминка ( <a href="#">Годишен извештај 2022</a> ; <a href="#">Изјава на интернет-страница</a> )
„Корпоративната општествена одговорност претставува составен дел од работата на ‘Витаминка’, интегрирана во нејзиното секојдневно бизнис работење и плановите за развој. Политиката на општествена одговорност се применува во сите сфери на делување на компанијата. Таа е длабоко навлезена во корпоративната организациска култура со години.“ „Со години ‘Витаминка’ финансиски помага многу спортски клубови, училишта, цркви, манастири, болници, факултети и други правни и физички лица, особено на оние поединци на кои им е неопходна некаква итна финансиска помош.“
Тинекс ( <a href="#">Изјава на интернет-страница</a> )
„Тинекс уште од основањето во 1994 негува долгогодишна традицијата на општествено одговорно работење и придонес кон развојот на заедницата. На почетокот тоа беа помали донации, а како компанијата се развиваше и растеше така и општествените одговорните подвизи беа сè поголеми и поголеми. За таа цел во 2012 ја формиравме платформата ‘Тинекс, ти и јас’ преку која досегашните активности на полето на општествената одговорност се интензивираат и издигнуваат на повисоко ниво. Со цел да придонесеме за напредок на пошироката заедница на која ѝ припаѓаме, изминативе години поддржуваме бројни проекти од областа на образованието, здравството, културата, уметноста и спортот и помош на социјално ранливи групи.“
Макпрогрес ( <a href="#">Изјава на интернет-страница</a> )
„Макпрогрес е индустриска групација со силна општествена одговорност. Со цел придонесување кон одржливоста на општествениот развој, компанијата има активна соработка со локалната заедница, вработените и општеството во целина за овозможување на што поквалитетен живот за сите.“
Комерцијална банка ( <a href="#">Стратегија за корпоративна општествена одговорност 2022-2026 година</a> ; <a href="#">Годишни извештај за општествена одговорност</a> ; <a href="#">Изјава на интернет-страница</a> )
„За Комерцијална банка општествената одговорност претставува индивидуална и колективна заложба за остварување долгорочен одржлив напредок и развој на општеството.“ „Општествената одговорност во Комерцијална банка е усвоена како современ концепт кој подразбира водење сметка не само за профитот, туку и за општествената корисност од делувањето.“ „Ние сакаме општеството и економијата да просперираат. Затоа нашата корпоративна општествена одговорност вклучува посветеност за придонес кон економска, еколошка и социјална одржливост на заедницата.“



ОКТА ( <a href="#">Изјава на интернет-страница</a> )
„Како дел од корпоративната стратегија, ОКТА е посветена да возврати и на значаен начин да придонесе во општеството каде што работиме и живееме. Имајќи го предвид фактот дека сме една од најголемите компании во земјата, веруваме дека со користење на нашите ресурси и работна сила, можеме да придонесеме и влијаеме за доброто на целата заедница.“
МАКСТИЛ ( <a href="#">Кодекс на етика</a> ; <a href="#">Изјава на интернет-страница</a> )
„Со цел остварување на целите на општествената одговорност на компанијата во деловните операции, таа беше водена од напорите да даде конкретен придонес кон социјалната заедница преку постојано приспособување на нејзините иницијативи. Компанијата континуирано ја поддржува локалната заедница, притоа е посветена на квалитетот, здравјето и безбедноста во сите аспекти на работењето.“ „Придонесување за развој на општеството и заедницата во којашто работиме“.
Сава осигурување ( <a href="#">Изјава на интернет-страница</a> )
„Корпоративната општествена одговорност за Друштвото претставува интегрален дел од начинот на кој работи и клучот за успех. Веруваме дека таквата наша определба го претставува вистинскиот избор, и е основа за да го одржиме нашиот бизнис, развој и раст.“ „Нашата корпоративна општествена одговорност се темели на: кодексот, вработените, членовите, пошироката заедница...“ „Дарувањето крв е израз на највисок степен на солидарност – крводарителска акција.“ „Поддршка на социјални претпријатија – почеток на ново партнерство на Сава осигурување со Црвениот крст на град Скопје.“
Цементарница УСЈЕ ( <a href="#">Annual Sustainability Report 2022</a> ; <a href="#">Изјава на интернет-страница</a> )
„Одржливоста е составен дел од нашиот бизнис. Во текот на повеќе од шесте децении од работењето на Цементарница УСЈЕ, преку нашите производи и деловни операции, континуирано се обидуваме да направиме видливи придобивки за луѓето, за општеството...“
Европа АД ( <a href="#">Изјава на интернет-страница</a> )
„’Европа’ е компанија ориентирана кон вредности и затоа сметаме дека наша должност е да се однесуваме одговорно кон општеството во кое работиме. Со цел да придонесеме кон одржливоста на општествениот развој, активно соработуваме со нашите вработени, локалната заедница и општеството воопшто, заради овозможување на што поквалитетен живот за сите.“
НЛБ Банка ( <a href="#">НЛБ Рамка на одржливост</a> ; <a href="#">Изјава на интернет-страница</a> )
„Грижата за општото добро претставува еден од највисоките приоритети во нашиот систем на вредности и интегрален дел од нашата деловна политика. Веруваме дека таквата наша определба и одговорно работење се клуч на нашиот успех и темел на нашиот раст и развој.“
Макпетрол АД ( <a href="#">Изјава на интернет-страница</a> )
„Животот во општествените сфери, кога станува збор за бизнис активности, сè повеќе подразбира општествена одговорност. ‘Макпетрол’ АД активно се вклучува во делот на зголемување на квалитетот на општественото живеење. Здравјето и безбедноста на своите вработени, како и на граѓаните, спаѓаат во редовните активности.“

**T-3: Активности насочени кон внатрешни и надворешни стејкхолдери**

Шпаркасе Банка ( <a href="#">Статут</a> ; <a href="#">Годишен извештај 2022</a> ; <a href="#">Изјава на интернет-страница</a> )
„Банката создава дополнителни вредности за клиентите, вработените, здруженијата...“
Макпрогрес ( <a href="#">Изјава на интернет-страница</a> )
„... компанијата има активна соработка со (...) вработените и општеството во целина за овозможување на што поквалитетен живот за сите.“
КАМ маркет ( <a href="#">Изјава на интернет-страница</a> )
„Обирното опходување со муштериите, вработените и деловните партнери.“
Витаминка ( <a href="#">Изјава на интернет-страница</a> )
„Квалитетни односи со потрошувачите и снабдувачите.“ „Интересите на вработените и акционерите.“
Виталиа ( <a href="#">Изјава на интернет-страница</a> )
„Виталиа – општествено одговорна компанија во која жените се силен поттик за развој.“ „Виталиа ја одржува виталноста и преку општествено ангажирање – проактивно учество во животот на заедницата на која ѝ припаѓа, на која постојано ѝ враќа и за која се грижи, секогаш со тенденција за нејзино подобрување. Во таа смисла, Виталиа започнува од кругот на своите вработени и овозможува тој да се шири нанадвор, на разновидни начини. Одговорноста према заедницата и работникот Виталиа ја отелотворува преку инвестирањето во еден отворен и рамноправен простор за сите, каде шансата да се биде дел од нејзиниот бизнис значи да се има пристап до постојана едукација чија цел е заеднички напредок. Вложувањето во едукацијата на вработените значи создавање на плодна почва за иновации и нивното ефективно спроведување во пракса...“ „Компанијата донираше функционални производи од својот асортиман (мусли, сирови барови и гранола барови) за 100 социјално загрозени семејства.“
ОКТА ( <a href="#">Изјава на интернет-страница</a> )
„Ја препознаваме одговорноста да бидеме добар корпоративен граѓанин и затоа сме посветени на постигнување видливи и мерливи бенефити за нашите вработени, нашите клиенти и општеството во целина.“
Макстил ( <a href="#">Кодекс на етика</a> ; <a href="#">Изјава на интернет-страница</a> )
„При комерцијалната соработка со купувачите и добавувачите, применува етички деловни практики...“ „Почитување на нашите вработени. Работиме на тоа, заедно со вработените да создадеме квалитетно и мотивирачко опкружување за работа во кое ќе се почитуваат нивните права и потреби...“ „Нашата цел е со деловните партнери и надворешни соработници да воспоставиме партнерски однос на поддршка и доверба...“
Тинекс ( <a href="#">Изјава на интернет-страница</a> )
„Со цел да придонесеме за напредок на пошироката заедница на која ѝ припаѓаме, изминативе години поддржуваме бројни проекти (...) и помош на социјално ранливи групи...“
Комерцијална банка ( <a href="#">Изјава на интернет-страница</a> )
„Затоа нашата корпоративна општествена одговорност вклучува посветеност (...) преку постојана интеракција со засегнатите страни...“

Макпетрол ( <a href="#">Изјава на интернет-страница</a> )
„Здравјето и безбедноста на своите вработени, како и на граѓаните, спаѓаат во редовните активности.“
НЛБ Банка ( <a href="#">НЛБ Рамка на одржливост</a> ; <a href="#">Изјава на интернет-страница</a> )
„Нашата определба се базира на унапредување и подобрување на целокупниот квалитет на животот на поединците, семејствата, институциите и организациите во поширокото окружување во кое дејствуваме...“

Резултатите покажуваат дека најприменетите практики на КОО се во категоријата „локална заедница и/или општеството во целина“. Четиринаесет компании своите активности ги насочиле кон оваа категорија. Во категориите „животна средина и екологија“ и „внатрешни и надворешни стејкхолдери“ се идентификувани по 11 компании со активности во соодветните две категории. Не се забележани значителни разлики помеѓу компаниите во однос на сопственичката структура, во смисла дали се со доминантен домашен или странски капитал. Исто така, нема значајни разлики меѓу компаниите според секторот на економска активност, т.е. дали дејствуваат во производствениот или во услужниот сектор.

Наодите од истражувањето сугерираат дека македонските компании постигнале значителен напредок во имплементацијата на КОО и ги прифаќаат новите трендови во економијата што наложуваат компаниите да се профилираат како одговорни чинители во општеството. Исто така, анализата покажува дека тие ги препознаваат потребата за КОО и потенцијалот што таа го има не само за градење на нивната репутација и препознатливост во општеството туку и за подобрување на економските резултати.

Сепак, се забележува недостигот од КОО како дел од организациските документи, односно мнозинството од анализираниите компании, 9 од вкупно 17, немаат организациски документи за КОО и/или воопшто не ја споменуваат во постојните организациски документи. КОО на компаниите најчесто се сретнува во облик на објави за активности или како изјави на нивните интернет-страници. Но, исто така, треба да се нагласи дека кај неколку од компаниите во примерокот, КОО е декларирана организациска политика вградена во статутот на компанијата, во документ за стратегија за КОО, како интегрален дел на рамка за одржлив развој или како дел од етичкиот кодекс на компанијата. Активностите по однос на општествената одговорност на компаниите се често составен дел на нивните годишни извештаи.

## ЗАКЛУЧОК

Иако има евидентен напредок во имплементацијата на активности поврзани со КОО во македонските компании, сепак резултатите покажуваат дека повеќето компании имаат реактивен пристап кон КОО, најчесто како одговор на поставените барања од поширокото надворешно опкружување. Кај компаниите недостига системски и стратешки фокус и вградување на КОО во мисијата, визијата и деловните цели.

Се забележува дека се инцидентни случаите на декларирана компаниска стратегија за КОО, веројатно затоа што компаниите не ја согледуваат КОО како алатка за постигнување на подобри економски резултати.

Со цел понатамошно унапредување на КОО и креирање на поповолна средина за развој на КОО, потребно е зајакнување на капацитетите и активностите на Координативното тело, со фокус на информирање и едуцирање за концептот на КОО, блиска соработка со деловните субјекти, со засегнатите страни, како и зголемување на свеста за важноста на КОО во општата јавност.

## Библиографија

### Единици на кирилица

Борота Поповска М (2004) *Деловна етика*. Скопје: Де Гама.

Среднорочна стратегија за општествена одговорност на Република Северна Македонија, 2019-2023. Достапно на: <https://www.economy.gov.mk/mk-MK/news/strategii-2753.nspх>

### Единици на латиница

Carroll A B (1991) “The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders”. *Business Horizons* 34(4): 39-48. [https://doi.org/10.1016/0007-6813\(91\)90005-G](https://doi.org/10.1016/0007-6813(91)90005-G)

Carroll A B (2008) “A History of Corporate Social Responsibility”. In: Crane A, Matten D, McWilliams A, Moon J and Siegel D S (eds.) *The Oxford Handbook of Corporate Social Responsibility*. Oxford: Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780199211593.003.0002>

Carroll A B (2016) “Carroll’s pyramid of CSR: taking another look”. *International Journal of Corporate Social Responsibility* 1(3). <https://doi.org/10.1186/s40991-016-0004-6>

Kotler P & Lee N (2005) *Corporate Social Responsibility: Doing the Most Good for Company and Your Cause*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc. [http://www.rebelalliance.eu/uploads/9/2/9/2/9292963/kotler\\_corporate\\_social\\_responsibility.pdf](http://www.rebelalliance.eu/uploads/9/2/9/2/9292963/kotler_corporate_social_responsibility.pdf)

Latapi Agudelo M A, Jóhannsdóttir L & Davídsdóttir B (2019) “A literature review of the history and evolution of corporate social responsibility”. *International Journal of Corporate Social Responsibility* 4(1). <https://doi.org/10.1186/s40991-018-0039-y>

Sapkauskienė A and Leitoniene S (2014) “Corporate Social Responsibility Research Methods Analyses”. *European Scientific Journal*, /SPECIAL/ edition vol. 1.

Wang H, Tong L, Takeuchi R and George G (2016) “Corporate Social Responsibility: An Overview and New Research Directions: Thematic Issue on Corporate Social Responsibility” [From the Editors]. *Academy of Management Journal* 59(2): 534-544. [https://ink.library.smu.edu.sg/lkcsb\\_research/4942](https://ink.library.smu.edu.sg/lkcsb_research/4942)