

ПОЧИТУВАЊЕ НА ЧОВЕКОВИТЕ ПРАВА ВО БИЗНИС СЕКТОРОТ

РЕЗУЛТАТИ ОД ИСТРАЖУВАЊЕ

Декември 2018



**Поттикнување на принципите
за бизнис и човекови права**

Проектот е финансиран
од Европската Унија



Оваа публикација е подготвена со поддршка од Европската Унија. Содржината на оваа публикација е единствена одговорност на Здружението Конект и авторите на содржините и на никој начин не може да се смета дека ги претставува ставовите на Европската Унија

ПОЧИТУВАЊЕ НА ЧОВЕКОВИТЕ ПРАВА ВО БИЗНИС СЕКТОРОТ

РЕЗУЛТАТИ ОД ИСТРАЖУВАЊЕ

Ристо Карајков
Марија Димитровска

Декември 2018

Содржина

Листа на табели и графикони	2
1. Вовед	8
1.1 ВПОН и состојби со човековите права и бизнисот	12
2. Методолошки пристап	16
3. Резултати од истражување	18
3.1 Резултати од дигитален мониторинг	19
3.2 Резултати од анкета со компании	35
3.3 Интервјуа со релевантни чинители	49
4. Заклучок	52
Библиографија	55
Анекс 1: Резултати од дигитален мониторинг на компании	57
Анекс 2: Резултати од анкета со компании	82
Анекс 3: Интервјуа со релевантни чинители	140

Листа на табели и графикони

Табела/Графикон 1. Компании кои на веб страницата имаат документ за етички принципи во работењето, во проценти.	19
Табела/Графикон 2. Компании кои на веб страницата имаат документ за етички принципи во работењето, во проценти.	20
Табела/Графикон 3. Компании на чиешто веб страница се спомнуваат права на потрошувачи, во проценти.	21
Табела/Графикон 4. Компании што на веб страницата имаат наведено етички принципи при избор и соработка со добавувачи, во проценти.	22
Табела/Графикон 5. Компании што на веб страницата навеле грижа за заедниците во кои работат, во проценти.	23
Табела/Графикон 6. Компании што на веб страницата имаат наведено грижа за животната средина и/или заштита на здравјето на заедниците/јавноста, во проценти.	24
Табела/Графикон 7. Компании на чија веб страница постојат информации за комуникација на активности од општествена одговорност и грижа за човекови права, во проценти.	25
Табела/Графикон 8. Компании кои на веб страницата имаат информации за вршење претходна проверка на ризици по човекови права, во проценти.	26
Табела/Графикон 9. Компании кои на веб страницата имаат објавено информации за организирање на обуки за вработени, во проценти.	26
Табела/Графикон 10. Компании што на веб страницата го спомнуваат концептот корпоративна општествена одговорност, во проценти.	27
Табела/Графикон 11. Компании што на веб страницата го спомнуваат концептот Водечки принципи за човекови права и бизнис, во проценти.	28
Табела/Графикон 12. Скала на застапеност на информации на тема општествена одговорност и човекови права на веб страница, во проценти.	29
Табела/Графикон 13. Скала на демонстриран интерес на тема општествена одговорност и човекови права на веб страница, во проценти.	29
Табела/Графикон 14. Процент на компании што имаат пишан документ за општествена одговорност.	31
Табела/Графикон 15. Процент на компании што изјавиле дека водат грижа за животната средина.	32
Табела/Графикон 16. Процент на компании што имаат процедури за поплаки.	33
Табела/Графикон 17. Процент на компании кои водат грижа за етичкото работење на добавувачите.	34
Табела/Графикон 18. Процент на компании што имаат пракса да ја информираат јавноста за активности за општествена одговорност, грижа за човековите права.	35
Табела/Графикон 19. Процент на компании што вршат проценка на ризици по човековите права.	37
Табела/Графикон 20. Компании што преземаат мерки за грижа за животната средина според големина (кростабулација).	38

Табела/Графикон 21. Компании што имаат веб страница за државата и и компании кои се презентирани на глобално ориентиран веб страница, во проценти.	45
Табела/Графикон 22. Компании што на веб страницата навеле грижа за правата на работниците, во проценти.	45
Табела/Графикон 23. Компании што на веб страницата навеле грижа за заштита од дискриминација на работниците, во проценти.	46
Табела/Графикон 24. Компании што на веб страницата навеле грижа за безбедност при работа на вработените, во проценти.	46
Табела/Графикон 25. Компании што на веб страница навеле грижа за здравјето на вработените, во проценти.	47
Табела/Графикон 26. Компании што на веб страницата навеле грижа за заштита од дискриминација на потрошувачите, во проценти.	47
Табела/Графикон 27. Компании што на веб страницата навеле грижа за заштита од дискриминација на одредени групи потрошувачи, во проценти.	48
Табела/Графикон 28. Компании што на веб страницата навеле грижа за приватноста на потрошувачите, во проценти.	48
Табела/Графикон 29. Компании што на веб страницата имаат објавено годишен извештај во кој директно или индиректно се адресираат теми од општествена одговорност и човекови права, во проценти.	49
Табела/Графикон 30. Компании што на веб страница имаат утврден пристап за ризици по човекови права, во проценти.	49
Табела/Графикон 31. Компании што на веб страницата имаат информации за механизам за поплаки, во проценти.	50
Табела/Графикон 32. Компании што на веб страницата имаат наведено процедура за разрешување на поплаки, во проценти.	50
Табела/Графикон 33. Компании што на веб страницата демонстрираат пракса на сослушување на вработените, во проценти.	51
Табела/Графикон 34. Компании што на веб страницата демонстрираат пракса на сослушување на потрошувачите, во проценти.	51
Табела/Графикон 35. Компании што на веб страницата демонстрираат пракса на сослушување на релевантните чинители, во проценти.	52
Табела/Графикон 36. Компании што на веб страницата го имаат спомнато концептот Глобален договор.	52
Табела/Графикон 37. Компании што на веб страницата директно го спомнуваат терминот човекови права, во проценти.	53
Табела/Графикон 38. Застапеност на податоци за темата според локална/глобална ориентираност на онлајн присуството.	53
Табела/Графикон 39. Компании што имаат објавено документ за етички принципи во работењето според веб страница, кростабулација.	54
Табела/Графикон 40. Компании според постоење на основен документ за етичко работење и демонстрирана грижа за права на потрошувачи, кростабулација.	55
Табела/Графикон 41. Претпријатија што декларираат грижа за потрошувачите и имаат механизам за поплаки (кростабулација).	56
Табела/Графикон 42. Процент на компании кои имаат механизми за претходна проверка на човекови права (due dilligence), според веб страница.	57
Табела/Графикон 43. Компании со утврден пристап кон клучни ризици по човекови права според веб страница, кростабулација.	58

Табела/Графикон 44. Компании со конкретен основен документ за етички принципи и утврдување конкретни ризици по човекови права, кростабулација.	59
Табела/Графикон 45. Наведен концепт на корпоративна општествена одговорност, според веб страница (кростабулација).	60
Табела/Графикон 46. Наведување на термин човекови права, според веб страница (кростабулација).	61
Табела/Графикон 47. Самоперцепција за општествена одговорност кај компаниите.	62
Табела/Графикон 48. Процент на компании што преземаат мерки на општествена одговорност.	62
Табела/Графикон 49. Носители на одлуки за мерки за општествена одговорност на компаниите, во проценти.	63
Табела/Графикон 50. Процент на компании што организирале обуки за општествена одговорност.	63
Табела/Графикон 51. Мерки за заштита на животната средина, во проценти.	64
Табела/Графикон 52. Процент на компании што изјавиле дека реализираат мерки за помош на заедниците каде дејствуваат.	65
Табела/Графикон 53. Мерки за поддршка на заедницата, во проценти.	66
Табела/Графикон 54. Процент на компании што изјавиле дека дискутираат со вработените за нивните проблеми.	67
Табела/Графикон 55. Пракси на сослушување на проблеми на вработените, во проценти.	68
Табела/Графикон 56. Процент на компании што изјавиле дека се грижат за правата на потрошувачите.	69
Табела/Графикон 57. Процент на компании што имаат пишан документ за етички принципи во работењето.	70
Табела/Графикон 58. Процент на компании што изјавиле дека преземаат мерки за заштита на работниците од дискриминација.	71
Табела/Графикон 59. Процент на компании што организирале обуки за вработените на тема човекови права.	72
Табела/Графикон 60. Процент на компании запознаени со концептот Водечки принципи за бизнис и човекови права.	73
Табела/Графикон 61. Процент на компании што имале соработка со граѓанска организација.	74
Табела/Графикон 62. Регионална застапеност на компании во анкетно истражување.	74
Табела/Графикон 63. Големина на компании според број на вработени.	75
Табела/Графикон 64. Процент на компании што преземаат мерки за општествена одговорност според големина (кростабулација).	76
Табела/Графикон 65. Процент на компании што имаат пишан документ за општествена одговорност според големината (кростабулација).	77
Табела/Графикон 66. Процент на компании што држеле обуки за вработените на тема општествена одговорност според големината (кростабулација).	78
Табела/Графикон 67. Процент на компании што преземаат мерки за помош на заедниците, според големина (кростабулација).	79
Табела/Графикон 68. Процент на компании што имаат пракса да разговараат со вработените за нивните проблеми, според големина (кростабулација).	80

Табела/Графикон 69. Процент на компании што имаат процедури за поплаки, според големина (кростабулација).	81
Табела/Графикон 70. Компании што се грижат за правата на потрошувачите, според големина (кростабулација).	82
Табела/Графикон 71. Компании што се грижат за етичкото работење на добавувачите, според големина (кростабулација).	83
Табела/Графикон 72. Компании што ја информираат јавноста за активности врзани за општествена одговорност и заштита на човекови права, според големина (кростабулација).	84
Табела/Графикон 73. Компании што имаат донесено интерни акти за етичко работење, според големина (кростабулација).	85
Табела/Графикон 74. Компании што преземаат мерки за заштита на вработените од дискриминација, според големина (кростабулација).	86
Табела/Графикон 75. Компании што вршат проценка на ризици по човекови права, според големина (кростабулација).	87
Табела/Графикон 76. Компании што организираат обуки за вработените на тема човекови права, според големина (кростабулација).	88
Табела/Графикон 77. Запознаеност на компании со концептот Водечки принципи за бизнис и човекови права, според големина (кростабулација).	89
Табела/Графикон 78. Компании што соработуваат со граѓански организации, според големината (кростабулација).	90
Табела/Графикон 79. Носители на одлуки за мерки на општествена одговорност, според големина на компанија, кростабулација.	91
Табела/Графикон 80. Сектор на дејствување на компанијата, во проценти.	92
Табела/Графикон 81. Компании што имаат интерни акти за општествена одговорност, според сектор (кростабулација).	93
Табела/Графикон 82. Форми на носење одлуки за општествена одговорност, според сектор (кростабулација).	94
Табела/Графикон 83. Компании што држеле обуки за вработени на тема општествена одговорност, според сектор (кростабулација).	96
Табела/Графикон 84. Компании што применуваат мерки за заштита на животната средина, според сектор (кростабулација).	97
Табела/Графикон 85. Мерки за заштита на животна средина, според сектор (кростабулација).	98
Табела/Графикон 86. Компании што преземаат мерки за заедниците во кои работат, според сектор (кростабулација).	100
Табела/Графикон 87. Мерки за поддршка на заедницата, според сектор (кростабулација).	102
Табела/Графикон 88. Компании каде постои пракса за разговор за проблемите на вработените, според сектор (кростабулација).	104
Табела/Графикон 89. Механизми на комуникација за проблемите на вработените, според сектор (кростабулација).	106
Табела/Графикон 90. Компании што имаат процедури за поплаки, според сектор (кростабулација).	108
Табела/Графикон 91. Компании што се грижат за правата на потрошувачите, според сектор (кростабулација).	109

Табела/Графикон 92. Компании што водат грижа за етичкото работење на добавувачите, според сектор (кростабулација).	110
Табела/Графикон 93. Компании што комуницираат до јавноста активности од областите на општествена одговорност и човекови права, според сектор (кростабулација).	111
Табела/Графикон 94. Компании со интерни акти за етичко управување, според сектор (кростабулација).	112
Табела/Графикон 95. Компании што преземаат мерки за заштита на работниците од дискриминација, според сектор (кростабулација).	113
Табела/Графикон 96. Компании што вршат проверка на ризици по човековите права, според сектор (кростабулација).	114
Табела/Графикон 97. Компании што вршеле обуки за вработените на тема човекови права, според сектор (кростабулација).	115
Табела/Графикон 98. Компании што се запознаени со ВПОН, според сектор (кростабулација).	116
Табела/Графикон 99. Компании кои имале соработка со граѓанска организација, според сектор (кростабулација).	117
Табела/Графикон 100. Компании според големина и сектор на дејствување.	118

1. Вовед

Компаниите како двигател на економскиот раст и општествен развој претставуваат чинител кој има значајно влијание врз мноштво различни општествени процеси, влијание што може да биде како позитивно, така и негативно. Ова подеднакво се однесува на сите учесници во бизнис секторот, од микро компании до мултинационални корпорации. Компаниите можат да имаат директно влијание врз правата на нивните вработени и соработници, заедниците во чии рамки дејствуваат, како и потрошувачите, крајните корисници на нивните производи или услуги. Во овој контекст, нивното влијание може да се протега на целокупниот спектар на човекови права, па компаниите претставуваат значаен релевантен чинител во поглед на степенот на уживање и почитување на човековите права во едно општество. Кога зборуваме за односот меѓу бизнисот и човековите права, може да се констатира дека одредени права се под поголем ризик да бидат нарушени во рамки на одредени стопански гранки и околности; но, општо земено, секоја компанија, без оглед на нејзината големина и дејност може да има влијание врз човековите права.

Меѓународно признатите човекови права се содржани во Декларацијата за човекови права на ООН од 1948 (The United Nations, 1948), која е дел од меѓународното право преку Меѓународниот пакт за граѓански и политички права (UN General Assembly, 1966) и Меѓународниот пакт за економски, социјални и културни права (UN General Assembly, 1966) од 1966. Во поглед на правата на работниците, Декларацијата за фундаменталните принципи и права при работа (International Labour Organization, 1988) на Меѓународната организација на трудот наведува четири категории на принципи и права: право на здружување и колективно преговарање; елиминација на принудна и задолжителна работа; укинување на детскиот труд; и укинување на дискриминацијата во поглед на вработувањето и занимањето.

Усвојувањето на Водечките принципи на Обединетите нации за човекови права во бизнис (Ruggie, 2008) значи почеток на период на засилена посветеност за заштита, почитување и унапредување на човековите права во деловното работење. Водечките принципи за бизнис (ВПОН или Принципите) беа усвоени од Советот за човекови права на Обединетите нации во 2011 година и претставуваат продолжение на напорите за унапредување на стандардите за општествена одговорност и добро управување на компаниите започнати со десетте принципи на Глобален договор. Овие принципи се базирани на рамката „заштити, почитувај и правни лекови“, која почива на следните столбови:

- Обврска на државата да ги заштитува човековите права од повреди од трети страни преку соодветна регулатива, политики и судство;
- Одговорност на претпријатијата за почитување на човековите права, пред сè, преку примена на стандарди за претходна проверка (due diligence), односно вршење на проценки врзани за ризиците по човековите права кои настануваат како резултат на нивните операции и преземање на соодветни мерки за превенција и заштита од нарушување на човековите права;
- Обезбедување на пристап до правен лек на лицата чии права биле нарушени како резултат на операциите на претпријатијата.

ВПОН се состојат од 31 принцип и претставуваат прв глобален стандард за почитување и превенирање на ризици од нарушување на човековите права. Компаниите ширум светот, со различна динамика и посветеност, работат на имплементирање на Принципите за бизнис и човекови права и сообразување со воспоставените стандарди. Имплементацијата на Принципите претставува континуиран процес кој со себе носи серија предизвици, но и можности за учење и унапредување на работењето. Со цел да им се помогне на компаниите во имплементацијата на ВПОН, изработени беа серија водичи/прирачници кои „ги водат“ низ процесите на усогласување на политиките и операциите со стандардите за почитување на човековите права.

Одредени држави започнаа со развивање и имплементација на национални акциски планови за почитување на човекови права во бизнис. Процесот на дисеминација и сообразување со препораките содржани во Принципиите е поддржан и преку тенденцијата односите меѓу самите актери во бизнис секторот сè почесто да се засноваат врз база на почитување и грижа за меѓународни стандарди во работата, при што сè позначајно место земаат и стандардите за почитување на човековите права.

Почитувањето на човековите права е блиску врзано за:

- Зголемено задржување на работниците и регрутација, вклучително и на раководни лица што се посветени на перформансите на компанијата во доменот на човековите права;
- Поголем пристап до бизнис можности со властите, финансиери и клиенти, кои сè повеќе стануваат свесни за намалените ризици при соработка со компании кои се грижат за човековите права;
- Поголем пристап до капитал преку сè поголемата свесност на општествено одговорните инвеститори;
- Унапредени односи со вработените, заедниците и другите релевантни чинители, што резултира со поголема доверба и поголеми можности за работа;
- Создавање на иновативни производи и услуги од страна на компаниите, кои адресираат релевантни потреби на вработените или заедниците во кои дејствуваат (Shift, Oxfam and Global Compact Network Netherlands, 2016, pp. 15-16).

Негативно влијание се случува кога одредена акција ја оневозможува или намалува способноста на личноста да ги ужива неговите/нејзините човекови права.

Водечките принципи во поглед на првиот столб содржат препораки кои вклучуваат:

- Заложба за поголема кохерентност на политиките за заштита на човековите права и операциите на претпријатијата, вклучително и ефективна имплементација на постоечката легислатива, идентификација на јаз во политиките и регулацијата, како и обезбедување ефективно водство за бизнисите;
- Промовирање на почитување на човековите права во бизнис секторот, вклучително во случаи на јавно-приватни партнерства или при соработката на државните институции со бизнис секторот;
- Обезбедувајќи услови за бизнисите кои работат во подрачја погодени од конфликт да не придонесуваат или предизвикаат кршење на човековите права;
- Да ја исполнуваат својата заштитна улога во учеството во мултилатерални институции (Shift, Oxfam and Global Compact Network Netherlands, 2016, p. 25).

Во рамки на вториот столб, кој се однесува на улогата на компаниите за почитување и заштита на човековите права, Принципите предвидуваат:

- Да се превенираат и адресираат влијанијата врз човековите права преку нивните активности – нивните операции и врски со други засегнати страни;
- Да покажат дека се запознаени со и се посветени на грижата за човековите права, вклучително и преку ефективни процедури за претходна проверка (due diligence); и,
- Да разберат како контекстите во чии рамки оперираат можат да влијаат врз ризик за нарушување на човековите права (Shift, Oxfam and Global Compact Network Netherlands, 2016, p. 26).

Во рамки на третиот столб, кој се однесува на унапредување на пристапот до правен лек за индивидуите чии права биле нарушени од операциите на бизнисите, ВПОН предвидуваат:

- Државите имаат обврска да обезбедат механизми за заштита на лицата чии права се потенцијално нарушени, преку пристап до судски и несудски лекови;
- Недржавните механизми, вклучително механизми на оперативен ниво, ниво на сектор и меѓународно ниво треба да дејствуваат комплементарно со државните механизми;
- Несудските механизми треба да ги исполнуваат главните критериуми за ефективност.

Овој извештај ги содржи резултатите од истражувањето реализирано за потребите на проектот Поттикнување на принципите за бизнис и човекови права, реализиран од здружението Конект, а финансиски поддржан од Европската комисија.

Целите на истражувањето се:

- да се дефинираат нивоата на свесност, препознавање и разбирање на бизнисите во врска со Водечките Принципи на ОН,
- да се идентификуваат актуелните политики и практики за спроведување на човековите права во компаниите;
- да се идентификуваат предизвиците, потребите и поттиците за компаниите да ги интегрираат ВПОН во нивното работење;
- да се мапира тековниот контекст и моменталната состојба на ниво на политики.

Потпоглавјето 1.1 дава краток преглед на состојбите со човековите права и активности за промовирање на ВПОН во нашата држава. Поглавјето 2 ги презентира резултатите од дигиталниот мониторинг и анкета со компании, како и заклучоци од интервјуа со релевантни чинители. Во рамки на Поглавје 3 презентирани се заклучни согледувања од истражувањето. Целосните резултати, како и листа на соговорници се приложени во Анекси 1-3.

Глобален договор и ВПОН

Глобален договор

- Претставува стратегиска иницијатива за бизнис политики;
- Се базира на 10 принципи (човекови права, труд, животна средина, антикорупција);
- Најголема доброволна иницијатива за општествена одговорност во светот, во која партиципираат преку 10.000 компании.

ВПОН

- Претставува сет од универзални стандарди за превенција на нарушување на човековите права од активностите на компаниите;
- Целна група не се исклучиво компании туку и државите;
- Содржи универзално применливи репери за проценка на влијанието на компаниите;
- Не функционира на база на членство.

1.1 ВПОН и состојби со човековите права и бизнисот

Во нашата држава постои широка правна рамка за заштита на човековите права, која во дел ги регулира и активностите на бизнис секторот во насока на превенција и заштита од нивно нарушување. Правната рамка која се однесува на почитувањето на човековите права општо и работата на компаниите и нивното влијание во доменот на човековите права ги вклучува:

- Уставот на Република Северна Македонија;
- Законот за спречување и заштита од дискриминација;
- Законот за работните односи;
- Законот за вработување на лицата со попреченост;
- Законот за еднакви можности на жените и мажите;
- Кривичен законик;
- Законот за безбедност и здравје при работа;
- Законот за здравствена заштита;
- Законот за здравствено осигурување;
- Законот за пензиското и инвалидското осигурување;
- Законот за заштита од вознемирување на работното место;
- Закон за евиденции во областа на работните односи;
- Законот за инспекција на трудот;
- Законот за минимална плата;
- Законот за животна средина;
- Законот против корупцијата;
- Законот за заштита на укажувачите;
- Законот за парнична постапка;
- Законот за вонпарнична постапка;
- Законот за мирно решавање на работните спорови и други закони, подзаконски акти и правилници.

Во поглед на ВПОН, земјата нема донесено стратегиски план за унапредување на човековите права во бизнисот преку нивна имплементација. Усвојувањето на ВПОН во државата беше проследено со неколку иницијативи на организации од граѓанскиот сектор со цел нивно промовирање меѓу релевантните чинители во земјата. Како резултат на овие напори, во 2014 година беа неофицијално преведени на македонски јазик од страна на Центарот за регионални истражувања и соработка Студиорум (Центар за регионални истражувања и соработка „Студиорум“, 2018). Во 2016 година беше издаден Водич за човекови права и бизнис (Дангова Хуг, 2018) од страна на Адвокатското друштво ИНТЕР ПАРТЕС и Данскиот институт за човекови права.

Иако не постојат студии кои на систематски начин го третираат проблемот за почитување на човековите права од аспект на влијанието на бизнисот во земјата, за општите состојби во контекст на почитувањето на човековите права дознаваме по-

средно, преку анализи и извештаи домашни и странски организации и институции, каде во делови се коментираат и состојби кои се под директно влијание на компаниите. Последниот извештај на Фридом Хаус (Freedom House) ја рангира земјата во групата „делумно слободни“ држави, при што во поглед на слободата на синдикално организирање констатира дека „работниците имаат право на организирање и преговарање, иако синдикатите се соочуваат со недостиг од стабилно финансирање. [...] Неформалната економија е голема, што остава многу работници во ризик од злоупотреба од страна на работодавците“ (Freedom House, 2018).

Извештајот за состојбата со човековите права во 2017 година на Министерството за надворешни работи на САД во поглед на почитувањето на човековите права констатира дека домашните и странските организации за заштита на човековите права работат без владини опструкции, меѓутоа властите остануваат нереспонзивни за нивните сугестии и изнесени мислења. Како позитивно решение беше забележано усвојувањето на забелешките од Меѓународната организација на трудот, кои се однесуваат на правата на штрајк и колективно преговарање кои беа ограничени со можноста работодавачите да им забранат на синдикални лидери да водат колективни преговори за време на штрајк. Како резултат на ова, во 2017 беа донесени законски измени кои го забрануваат заменувањето на кадрите што штрајкуваат.

Регистрирани биле и поплаки од синдикални лидери, кои се соочиле со долги процедури за регистрација на нови синдикати, за кои не добиле соодветно образложение. Дополнително, извештајот констатира дека „државните органи и работодавачите секогаш не ги почитуваат слободата на здружување, правото на штрајк и колективно преговарање. [...] Способноста на државните органи за спроведување на законот во оваа сфера и правните лекови што се нудат, беа на незадоволително ниво. Законски предвидените парични казни за повреди на законот во овој дел, не беа доволни за да се спречат повредите. Поведените управни и судски спорови, генерално, беа предмет на подолготрајни одложувања“ (Министерство за надворешни работи на САД, 2018, стр. 34).

Во Извештајот за 2016 година, Министерството за надворешни работи на САД констатира дека постојат сериозни индиции за врски помеѓу бизнис секторот и државните органи, додека инспекциските надзори се користат како алатка за закана за компаниите кои не „несоработливи“. Дополнително, извештајот констатира и дека синдикалните организации не успеваат да ја задржат својата независност од структурите на моќ, што се потврдува и со избор на синдикални лидери кои се блиски до владејачките структури. Во извештајот се констатира и незадоволителна имплементација на законската регулатива која се однесува на минималната плата, работното време и стандардите за безбедност и здравје при работа. Националниот Совет за безбедност и здравје при работа останува непотоплно функционален и не може да ја исполнува својата функција (Министерство за надворешни работи на САД, 2018).

Иако дискриминацијата по било кој основ е забранета со Закон, државните органи не покажале ефективност во имплементацијата на правната рамка. Извештајот како посебно ранливи категории ги наведува жените, припадниците на мнозинските етнички заедници, лицата со инвалидитет, како и лицата со алтернативна сексуална ориентација чии права не се заштитени со Законот за спречување и заштита од дискриминација. Комисијата за заштита од дискриминација е институцијата задолжена да ги разгледува поднесените жалби за дискриминација, да издава препораки и да го унапредува спроведувањето на Законот за спречување и заштита од дискриминација. Комисијата нема законско овластување да ги казнува актерите кои го кршат Законот. За разлика од Народниот правобранител, чии надлежности се во доменот на државните институции, Комисијата има мандат да разгледува и претставки кои се однесуваат на приватниот сектор. Сепак, од нејзиното основање во 2011 година, работата на Комисијата е засенета од скандали врзани за политичките врски на членовите на Комисијата, недостигот од финансиска независност, недостигот од напори да се промовира нејзината улога како механизам во борба против дискриминацијата. Во периодот кога беше реализирано истражувањето Комисијата немаше функционална веб страница и не беа достапни годишните извештаи за нејзиното работење.

Отсуството на квалитетен и ефикасен систем на бесплатна правна помош дополнително го отежнува пристапот на граѓаните до правен лек во случаи кога нивните права се загрозени. Ова беше и една од главните забелешки на Законот за превенција и заштита од дискриминација – дека не предвидува поддршка преку бесплатна правна помош, па оштетените страни се соочени со долги и тешки за докажување постапки.

Кога станува збор за безбедноста на работното место, во извештајот на Институтот за јавно здравје за периодот 2016-2017 година биле забележани вкупно 1111 повреди на работно место, што претставува значајно зголемување (20%) во однос на претходната извештајна година (Институт за јавно здравје, 2018). Повеќе од една третина од овие повреди се однесуваат на работници во индустријата и рударството, при што во овие сектори постои зголемување од 10,3% во однос на 2016 година.

Извештаите и истражувачките резултати на повеќе организации од граѓанскиот сектор посочуваат бројни проблеми во работата на инспекциските служби и посебните тела формирани за имплементација на законската рамка. Годишниот извештај на Државниот пазарен инспекторат за 2017 година посочува на сериозни недостатоци во поглед на кадровската екипираност на институцијата и финансиските ресурси што им се достапни во извршувањето на својата функција. Како пример наведен е Скопскиот регион, каде 21 инспектор треба да вршат надзор на 27.000 правни субјекти и речиси 70% од вкупната економска активност во земјата (Државен пазарен инспекторат, 2018).

Во поглед на правото на граѓаните на здравје и чиста животна средина, загрижувачки беа настаните од 2017 година, кога локалните и централните власти дејствуваа спротивно на барањата на граѓаните од шест општини од југоисточниот дел од земјата во поглед на отворањето на рудници за злато и бакар. Граѓанските организации предупредуваа дека рудниците Иловица, Казандол и Кожуф би ја уништиле животната средина, земјоделското производство и здравјето на луѓето во регионот. Беше организирана серија локални референдуми, при што изјаснувања беа успешни во три општини, во Гевгелија, Дојран и во Богданци, а бројката од 50 отсто гласачи не се достигна во Валандово, Ново Село и во Босилово. Сепак, Уставниот суд ги поништи одлуките за распишување референдуми во Босилово, Ново Село и во Дојран.

Може да се констатира дека и покрај широката правна рамка која уредува различни аспекти од работата на компаниите и нивното влијание врз човековите права, постојат значајни проблеми и предизвици во поглед на обезбедување ефективна имплементација, а заложбите на државните органи остануваат засенети од скандали врзани за корупција, конфликт на интереси и супстандардни капацитети на институциите со мандат да го надгледуваат и санкционираат почитувањето на законската рамка. Земјата нема дефинирана стратегија во поглед на промоција на ВПОН преку стратешки план или мерки кои ќе ги поттикнат компаниите да ги унапредат стандардите во работењето над она што претставува законска обврска. Промоцијата на ВПОН главно останува заложба на ограничен број чинители од граѓанскиот сектор; токму овие иницијативи овозможуваат поголемо популаризирање на Водечките Принципи за бизнис и човекови права и постепено сензибилизирање на засегнатите страни за темата.

2. Методолошки пристап

Целта на истражувањето е да се утврди степенот на запознаеност на релеванните чинители со концептот на ВПОН, но и степенот на експлицитна или имплицитна усогласеност на работата на компаниите со нив. Воедно, со истражувањето се настојуваше и да се утврдат и пошироките околности кои имаат овозможувачко или инхибирачко влијание врз процесите на сообразување со ВПОН од страна на властите и бизнис секторот.

Во овој контекст, методолошката рамка на истражувањето беше базирана на комбинација од неколку истражувачки методи и техники. Беше реализирано десет истражувања и беше направен преглед на релевантна литература од областа, правна рамка, политики и извештаи кои се однесуваат на почитувањето на човековите права во бизнисот. Второ, беше реализиран мониторинг на онлајн присуството на повеќе од 50 компании селектирани од листата на најголемите и најуспешните 200 компании во земјата според рангирањето на Еуро Бизнис Центар, со цел да се утврди дали постојат политики и мерки за заштита на човековите права кои се дисеминирани преку интернет до јавноста. Дополнително, беше реализирана анкета со повеќе од 100 компании врзана за идентификување на различните аспекти на општествена одговорност и почитување на човековите права како дел од нивните политики и пракса. Со цел да се добијат продлабочени сознанија за ставовите и перцепциите на различните засегнати страни, беа реализирани полуструктурирани интервјуа со релевантни чинители: претставници на граѓанскиот сектор (организации за заштита и промоција на човековите права и организации за развој на претприемништвото), претставници на синдикални организации, претставници од бизнис секторот и правни експерти и експерти во областа на примена на ВПОН.

Притоа, потребно е да се наведат можностите и ограничувањата на методолошкиот пристап. Имено, дигиталниот мониторинг овозможува преглед на клучните аспекти што компаниите ги сметаат за релевантни и ги презентираат за себе во јавноста преку интернет. Анкетата, во овој поглед, дава преглед на аспектите на работењето на компаниите базирано на нивна самоперцепција, особено во контекст на тема која е од големо општествено значење и чии аспекти во голем дел се законски регулирани. Овој факт имплицира дека значаен дел од компаниите беа инклинирани да даваат одговори кои ја изразуваат нивната посветеност на почитувањето на законската регулатива. Ова беше потврдено и преку одговорите на прашањата од отворен тип, каде значаен дел од учесниците во анкетата даваа непрецизни одговори за преземање на конкретни мерки за заштита на човекови права, давајќи одговори како „работиме се што треба според Закон“ или воопшто не обезбедија поопширен одговор.

Поради оваа причина анкетата со компании вклучуваше серија прашања од отворен тип, кои даваа можност за пристап до поконкретни информации за мерките што компаниите ги спроведуваат во доменот на општествена одговорност и грижа за човековите права, играјќи ја улогата на контролен механизам во поглед на потенцијалната инклинација на респондентите да даваат посакувани одговори.

Дигиталниот мониторинг претставуваше анализа на онлајн присуството на 59 компании и анализа на содржините презентирани нивните веб страници. Компаниите вклучени во дигиталниот мониторинг беа избрани од редот на 200-те најголеми и најуспешни компании во земјата според рангирањето на Еуро Бизнис Центар. Во рамки на дигиталниот мониторинг беа вклучени компании што имаат веб страница, а предмет на анализа беа документи (интерни акти на компаниите) и декларации објавени на веб страницата, вести, проекти и годишни извештаи. Низ дигиталниот мониторинг беа истражувани следните аспекти:

- Дали компанијата има објавено документи/декларации кои се однесуваат на етички принципи во работењето;
- Дали на веб страницата се презентирани содржини за мерки и политики врзани за правата на работниците (дискриминација, безбедност и здравје при работа и

друго), потрошувачите (дискриминација, заштита на приватност), грижа за правата на граѓаните во заедниците каде оперираат компаниите (поддршка на заедниците, грижа за животната средина);

- Постоене на механизми за поплаки, содржини кои упатуваат на соработка на компаниите со вработените, потрошувачите и другите засегнати страни;
- Сообразување со концептите на корпоративна општествена одговорност, Глобал договор и ВПОН; степен на застапеност информации и демонстриран интерес на компаниите во поглед на наведените теми.

Со анкетното истражување опфатени беа 105 компании со различна големина, регион на дејствување и сектор, при што фокусот беше да се обезбеди бројна застапеност на компании од сите големини: микро, мали, средни и големи претпријатија. Анкетата беше администрирана електронски и преку електронска пошта: во најголем дел одговорите на анкетата беа дадени преку телефон; за компаниите каде учеството во истражувањето подразбираше консултација на повеќе оддели (пред сè станува збор за средни и големи компании) анкетниот прашалник беше пополнет од страна на учесниците и испратен преку електронска пошта. При контактот со компаниите се инсистираше одговорите да бидат обезбедени од лица кои се наоѓаат на позиции што подразбираат сеопфатно познавање на политиките и активностите на компанијата: управители, менаџери, одговорни лица од сектори за човечки ресурси, правна служба или маркетинг.

Анкетата се состоеше од прашања од затворен и отворен тип. Прашањата од отворен тип имаа за цел да дадат појаснувања, попрецизни информации за конкретните мерки и активности што компаниите ги реализираат во сферите на општествена одговорност и грижа за човековите права. По формирањето на базата на податоци дел од отворените прашања беа затворени и кодирани¹, олеснувајќи ја статистичката обработка на податоците и овозможувајќи добивање поопсежни сознанија за истражуваните теми. Со анкетата се настојуваше да се добијат одговори во следните сфери:

- Постоене на политики (документи), мерки и активности на општествена одговорност (политики и активности за поддршка на локалните заедници и релевантни локални чинители, заштита на животната средина, обезбедување обуки за општествена одговорност, грижа за етичкото работење на добавувачите);
- Постоене на политики, мерки и активности врзани за заштита на човековите права (превенција и заштита од дискриминација на работници, грижа за правата на потрошувачите, спроведување на анализи на ризици по човековите права и согласно со тоа превентивни и/или корективни акции, обезбедување на обуки за човекови права на вработените);
- Препознавање и сообразување со концептите на Глобален договор и ВПОН.

¹ Станува збор за отворени прашања каде постоеше поголема хомогеност во одговорите на учесниците и постоеше можност за нивно групирање – кодирање и анализа.

3. Резултати од истражување

Генерално земено, резултатите упатуваат на заклучокот дека меѓу компаниите што учествуваа во истражувањето постои ограничена свест за рамката и принципите за човекови права во бизнис содржани во ВПОН. Компаниите, барем декларативно, се грижат за човековите права во обем во кој тоа го налагаат правните прописи, додека сè уште е мал бројот на компании кои имаат направено обид за интегрирање на ВПОН во своите интерни политики и спроведуваат претходна проверка на човекови права во компанијата.

Како што беше наведено во елаборацијата на методолошкиот пристап, темата на истражувањето наметна извесни ограничувања во поглед на добивањето објективни информации од респондентите. Имено, постои широка правна рамка која ја регулира заштитата и почитувањето на човековите права и во овој контекст беше очекувано одговорите на учесниците да бидат во контекст на нивните уставни и законски обврски за почитување на човековите права. Отворените прашања обезбедија поголем увид во конкретните мерки и активности што компаниите ги преземаат по испитуваните прашања.

3.1 Резултати од дигитален мониторинг

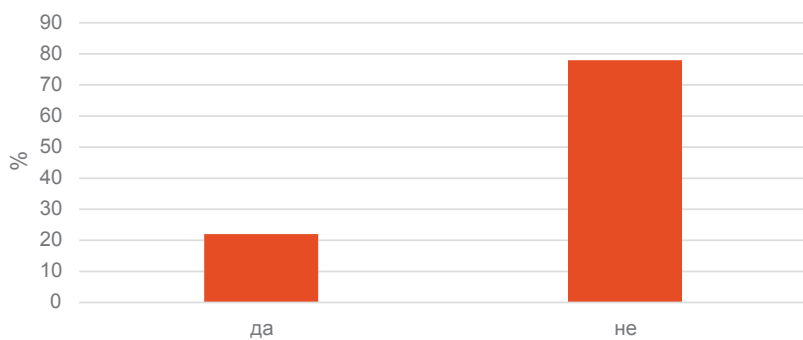
Изборот на компании за дигиталниот мониторинг беше направен од редот на 200-те најголеми компании во земјата, при што беа вклучени и компании кои функционираат како дел од мултинационални корпорации и согласно со тоа, дел од нив немаа веб страница достапна на македонски јазик, односно нивната презентација на интернет е уредувана од фирмите-мајки. Околу 90% од компаниите што беа вклучени во дигиталниот мониторинг имаат веб страница во нашата држава, додека 10% се присутни во рамки на корпоративски веб страници (и се презентирани глобално). Во поглед на застапеноста на документи кои ги дефинираат етичките принципи во дејствувањето, резултатите покажаа дека околу една петина од мониторираните веб страници содржат документ за етичките принципи на компанијата.

Внимателноста во поглед на интерпретацијата на овој резултат упатува на тоа дека овој податок не треба да се толкува како индикатор за тоа колку компании имаат усвоено етички документи кои го регулираат нивното работење, туку колку компании ја имаат усвоено праксата на транспарентност овие документи да ги направат јавно достапни за заинтересираните релевантни чинители. Во овој контекст, може да се констатира дека процентот на компании што имаат објавено интерни акти кои се однесуваат на етичкото работење е релативно мал, односно дека ова се должи на недостигот од развиена свест за потребата од усвојување на документи од овој вид, или за потребата од олеснување на пристапот на релевантните чинители до нив (Табела/Графикон 1).

Табела/Графикон 1. Компаниии кои на веб страницата имаат документ за етички принципи во работењето, во проценти.

Дали на веб страницата на компанијата има конкретен основен документ за етичките принципи на компанијата				
	Фреквенција	Процент	Валиден процент	Кумулативен процент
да	13	22.0	22.0	22.0
не	46	78.0	78.0	100.0
Вкупно	59	100.0	100.0	

Дали на веб страницата на компанијата има конкретен основен документ за етичките принципи на компанијата пр. етички кодекс, принципи на добро управување, итн.)



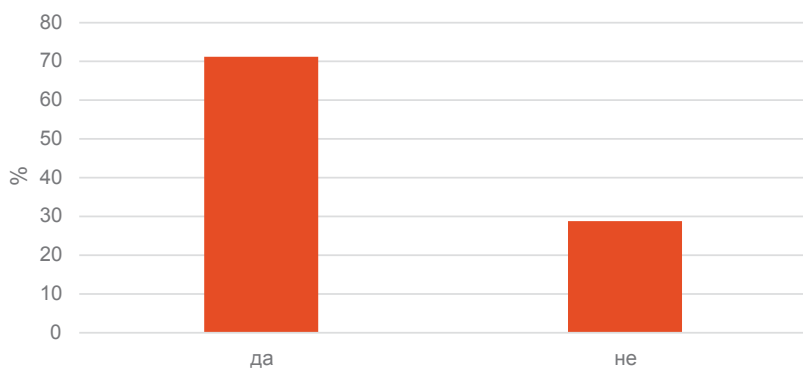
Покрај постоење (и објавување) на акти врзани за етичките принципи на работа на компанијата, со дигиталниот мониторинг се настојуваше да се утврди и дали постојат други, алтернативни изјави врзани за вредностите и етичките принципи врз кои компаниите го базираат своето работење. Во поглед на ова прашање, значајно е повисок процентот на компании кои на својата веб страница имаат некаква декларација за етичките принципи (71,2%): мисија, визија и вредности на компанијата, политики на управување и слично (Табела/Графикон 2). Овие изјави честопати се дел од основачките и/или стратешките документи на компаниите и како такви во значајно повисок процент се застапени во онлајн презентацијата на компаниите.

Табела/Графикон 2. Компании со објавена декларација за етичко работење на веб страницата, во проценти.

Дали на веб страницата на компанијата има изјава (декларација) за етичките принципи на компанијата пр. етички кодекс, принципи на добро управување, итн.)

	Фреквенција	Процент	Валиден процент	Кумулативен процент
да	42	71.2	71.2	71.2
не	17	28.8	28.8	100.0
	59	100.0	100.0	

Дали на веб страницата на компанијата има изјава (декларација) за етичките принципи на компанијата



Вработените претставуваат засегната страна која на најдиректен начин е засегната од етичкото работење на компаниите. Затоа, во рамки на дигиталниот мониторинг беше разгледувано дали компанијата посветува внимание на правата на работниците во своето претставување на интернет. Во поглед на ова прашање, кај 55% од компаниите чии веб страници беа предмет на мониторинг се спомнуваат правата на работниците (Табела/Графикон 22). Општо земено, станува збор за изјави кои се дел од етичките документи на компанијата, или како дел од вредностите врз кои се базира нејзиното работење. Најчесто станува збор за декларации и содржини кои се однесуваат на грижата за безбедноста и здравјето на работниците при работа (Табела/Графикон 24, Табела/Графикон 25), додека во нешто понизок процент (кај околу половина од компаниите) наведени се вредности/мерки/политики за заштита од дискриминација на работниците/еднакви можности (Табела/Графикон 23).

Во контекст на последното, терминот дискриминација или мерки против дискриминација кај најголем дел од компаниите не се наведувани експлицитно, туку како дел од вредностите за еднакви можности при вработување или вработување врз база на компетенции покажани од кандидатите. Во случаите кога е наведен анти-дискриминаторен став, во најголем дел од случаите не се наведени основи за дискриминација. Исклучително мал дел од компаниите што беа предмет на дигитален мониторинг навеле конкретни мерки за промоција на еднакви можности, освен во еден случај, каде компанијата навела дека има програма за поттикнување вработливоста на млади од социјално загрозени семејства.

Грижата за човековите права не е ограничена исклучиво на правата на работниците туку и на конзументите на добра и услуги и пошироко, заедниците каде овие компании оперираат. Во контекст на правата на потрошувачите, високи 74,6% од компаниите на своите веб страници навеле дека се грижат за нивните права (Табела/Графикон 3Табела/Графикон 4). Овие содржини, пред сè се однесуваат на грижата за квалитетот на производите и услугите што компанијата ги пласира на пазарот, почитување на договорните обврски и обезбедување механизми за поплаки. Во мал процент од случаите овие изјави биле дел од интерни акти на компанијата; во мнозинство од случаите станува збор за изјава/декларација за грижа за квалитетот на производите и услугите што се презентираат на потрошувачите/клиентите. Мал процент од компаниите наведуваат конкретни мерки за грижа за правата на потрошувачите.

Во поглед на оваа тема, дискриминацијата на одредени групи потрошувачи не е перцепирана како проблем за кој постои потреба од дизајн и имплементација на посебни мерки (Табела/Графикон 26). Дополнително, грижата за приватноста на потрошувачите се спомнува само во 16,9% од случаите (Табела/Графикон 28). Податоците од мониторингот покажуваат дека во случаите кога компаниите декларирале грижа за правата на потрошувачите, овие изјави, политики и мерки вообичаено се дел од интерните акти на компанијата, како етички кодекс на однесување, но и во рамките на засебни политики за приватност.

Табела/Графикон 3. Компани на чиишто веб страница се спомнуваат права на потрошувачи, во проценти.

Дали на веб страницата на компанијата се спомнуваат права на потрошувачите (или грижа за потрошувачите)?					
	Фреквенција	Процент	Валиден процент	Кумулативен процент	
да	44	74.6	74.6	74.6	
не	15	25.4	25.4	100.0	
	59	100.0	100.0		



Релевантен аспект од грижата за правата на потрошувачите, но и другите засегнати страни, претставува поседувањето механизми и процедури за поплаки (grievance mechanisms). Дигиталниот мониторинг, во контекст на ова прашање, имаше за цел да го утврди на постоењето и формите на механизми за поплаки, односно непосредната посветеност на компаниите да овозможат олеснет пристап до информации околу процедурите за поплаки и нивното разгледување и решавање. Податоците од дигиталниот мониторинг покажаа дека во поглед на ова прашање речиси сите компании во некаква форма имаат објавено информации за поплаки од релевантните чинители: контакт адреса, имејл адреса, можност за контакт преку веб страница и центри за корисничка поддршка (Табела/Графикон 31). Сепак, во значајно понизок процент компаниите имаат објавено повеќе информации околу процедурите за поплаки, телата кои донесуваат одлуки по поднесените поплаки и мерки за заштита на правата на релевантните чинители. Кај околу петина од мониторираните веб страници наведено е тело кое решава за поплаките (Табела/Графикон 32). Само три компании што беа вклучени во дигиталниот мониторинг имаат helpline линија за поплаки од релевантни чинители придружени со пишани правила за процедурите и механизмите за поплаки.

Општествената одговорност и грижата за човековите права се концепти кои подразбираат холистички пристап во поглед на операциите на компаниите во сите фази, што вклучува и соработка со добавувачи кои подеднакво се посветени на почитувањето и заштитата на човековите права, кои имаат развиено и се придржуваат до етички принципи во работењето. Од овој аспект, релевантно за анализата беше дали на веб страниците на компаниите е наведена грижа за етичкото работење на добавувачите. Резултатите покажаа дека релативно низок процент – кај помалку од петина од веб страниците на компаниите се споменува и грижа за етичкото работење на добавувачите (Табела/Графикон 4). Во најголем дел од случаите овие принципи и мерки се дел од кодекси за етичко и бизнис однесување на компаниите.

Табела/Графикон 4. Компании што на веб страницата имаат наведено етички принципи при избор и соработка со добавувачи, во проценти.

Дали на веб страницата на компанијата се споменуваат (етички) принципи при избор и во соработка со добавувачи?				
	Фреквенција	Процент	Валиден процент	Кумулативен процент
да	11	18.6	18.6	18.6
не	48	81.4	81.4	100.0
	59	100.0	100.0	



Со дигиталниот мониторинг се настојуваше и да се утврди и дали колкав напорт вложуваат компаниите за видливост на нивните активности за помош и поддршка на заедниците во чии рамки функционираат. Околу две третини од компаниите чии веб страници беа предмет на дигитален мониторинг истакнале дека се грижат за заедниците во чии рамки дејствуваат (Табела/Графикон 5), додека нешто понизок е процентот на компании (59,3%) кои на своите веб страници декларирале дека се грижат за животната средина.

За разлика од прашањата врзани за грижа за правата на вработените, потрошувачите и грижа за етичкото работење на добавувачите, компаниите кои навеле грижа за заедниците најчесто имаат посебен сегмент на веб страниците каде се наведени заложби, проекти и активности за општествена одговорност. Грижата за заедниците претставува и интегрален дел од документите за етичко работење кај компаниите што имаат објавено вакви документи. Кај 15% од компаниите кои изјавиле грижа за заедниците каде работат, ова било изразено во форма на декларативни заложби, без повеќе информации за конкретни мерки и проекти кои ги реализираат на ова поле.

Табела/Графикон 5. Компанији што на веб страницата навеле грижа за заедниците во кои работат, во проценти.

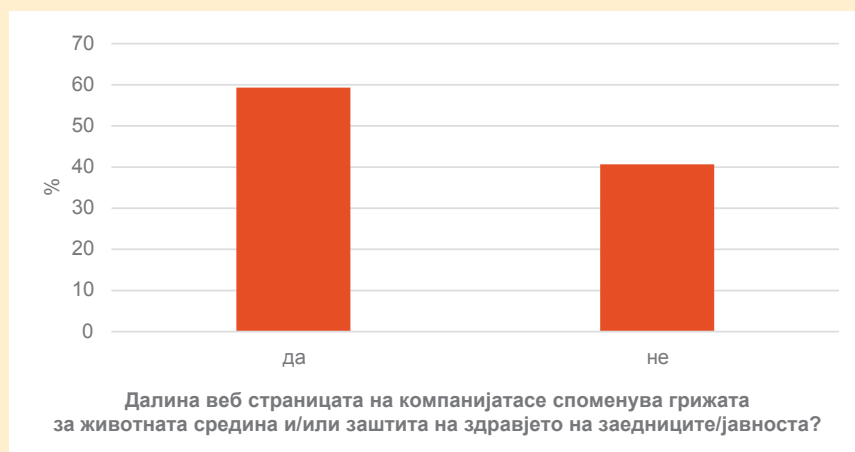
Дали на веб страницата на компанијата се споменува грижа за заедниците во кои се работи?				
	Фреквенција	Процент	Валиден процент	Кумулативен процент
да	37	62.7	62.7	62.7
не	22	37.3	37.3	100.0
	59	100.0	100.0	



Нешто помалку од две третини од компаниите вклучени во дигиталниот мониторинг декларираат посветеност/мерки/политики за грижа за животната средина (Табела/Графикон 6). Во помал дел од случаите оваа посветеност е изразена во форма на изјави/декларации за грижа за животната средина. Во мнозинството од случаите на веб страниците се објавени сертификати за стандарди за одговорен однос кон животната средина, конкретни проекти посветени на заштита и унапредување на животната средина (формирање на зелен појас, проекти за заштита на птици), политики за заштита на животната средина или мерките за заштита на животната средина биле наведени како дел од политиките за квалитет на компанијата.

Табела/Графикон 6. Компаниии што на веб страницата имаат наведено грижа за животната средина и/или заштита на здравјето на заедниците/јавноста, во проценти.

Дали на веб страницата на компанијата се споменува грижата за животната средина и/или заштита на здравјето на заедниците/јавноста?				
	Фреквенција	Процент	Валиден процент	Кумулативен процент
да	35	59.3	59.3	59.3
не	24	40.7	40.7	100.0
	59	100.0	100.0	



Релевантен аспект од дигиталниот мониторинг претставуваше и дали и колкав простор компаниите одвојуваат за информирање на релевантните чинители околу нивните активности на полето на општествена одговорност и заштита на човековите права. Во поглед на ова прашање, резултатите покажаа дека кај половина од мониторираните веб страници компаниите презентирале информации во поглед на нивните активности од доменот на општествена одговорност и заштита на човекови права (Табела/Графикон 7). Во мнозинството од случаите компаниите овие активности ги презентираат во посебен сегмент за општествена одговорност. Значително понизок процент објавуваат вакви информации во медиумите или презентираат медиумски написи врзани за нивните активности од овие сфери на веб страниците.

Табела/Графикон 7. Компаниите на чија веб страница постојат информации за комуникација на активности од општествена одговорност и грижа за човекови права, во проценти.

Дали на веб страницата на компанијата има информации за комуникација со јавноста (во врска со претходните прашања?)

	Фреквенција	Процент	Валиден процент	Кумулативен процент
да	27	45.8	45.8	45.8
не	32	54.2	54.2	100.0
	59	100.0	100.0	



Посветеноста на компаниите на заштитата на човековите права беше истражувана и преку достапноста на информации за активности од доменот на општествена одговорност и заштита на човековите права во годишните извештаи на компаниите. Ова исто така се врзува за практиките на транспарентност на компаниите во комуникацијата со релевантните чинители преку објавување на документи од ваков вид. Резултатите од анализата покажаа дека значаен дел од компаниите вклучени во дигиталниот мониторинг не објавуваат годишни извештаи за работата на своите веб страници. Сепак, во најголемиот број на случаи кога вакви извештаи биле достапни на веб страницата, во овие документи биле наведени мерки и активности од областите на општествена одговорност и грижа за човековите права (Табела/Графикон 29).

Претходна проверка во сферата на човекови права (due diligence), односно редовното следење и проценка на влијанието на операциите на компаниите врз правата на вработените, потрошувачите и граѓаните што се засегнати од нивните операции, претставува еден од клучните сегменти на имплементацијата на ВПОН. Во поглед на ова прашање, со дигиталниот мониторинг се настојуваше да се утврди дали информации за проценка на ризици и мерки и активности врзани за овие процедури се достапни на веб страниците на истражуваните компании. Резултатите од мониторингот покажаа дека нешто помалку од една третина од мониторираните компании објавиле информации врзани за активности за проценка на ризици, или декларација дека реализираат претходна проверка во одреден домен (Табела/Графикон 8).

Сепак, во мнозинството од случаите каде имало вакви информации, станува збор за кратки декларации дека проценки на ризици се вршат во еден или неколку домени, без притоа експлицитно да бидат наведени процедурите или активностите и мерките што се преземени како резултат на утврдени ризици. Дополнително, во најголем дел од случаите овие информации се врзани за процедурите за квалитет на производи или произлегуваат од обврски на компанијата за грижа за животната средина, што имплицира ограничен опфат на човековите права. Само 13,6% од мониторираните компании демонстрирале утврден пристап во поглед на конкретни ризици по човековите права (Табела/Графикон 30).

Табела/Графикон 8. Компанији кои на веб страницата имаат информации за вршење претходна проверка на ризици по човекови права, во проценти.

Дали според податоците на веб страницата компанијата вршела претходна проверка (due diligence) и утврдила одредени конкретни клучни ризици по човековите права?				
	Фреквенција	Процент	Валиден процент	Кумулативен процент
да	17	28.8	28.8	28.8
не	42	71.2	71.2	100.0
	59	100.0	100.0	



Уште еден релевантен аспект кој беше истражуван се однесува на тоа дали на веб страниците на компаниите постојат информации кои потврдуваат заинтересираност на компаниите за сослушување на потребите на релевантните чинители – вработени, потрошувачи/клиенти, граѓани. Кај само една компанија вклучена во мониторинг активностите е забележано презентирање на информации за постоење на пракса на сослушување на вработените (Табела/Графикон 33), а ниски 5,1% демонстрирале практики на сослушување на потрошувачите (Табела/Графикон 34). Во овој контекст, исклучително низок процент од компаниите презентирале информации за комуникација и слушање на потребите на релевантните чинители (Табела/Графикон 35).

Иако поддршката за професионалниот развој на вработените е наведена како заложба на повеќето компании, во најголем дел од случаите овие изјави не се поткрепени со дополнителни информации на кој начин се поддржува професионалниот развој на вработените (организација на обуки, финансиска поддршка поддршка на вработените да продолжат со образование, стипендирање и слично). Кај само 15,3% од набљудуваните случаи компаниите презентирале информации за организација на обуки за вработените (Табела/Графикон 9).

Табела/Графикон 9. Компанији кои на веб страницата имаат објавено информации за организирање на обуки за вработени, во проценти.

Дали на веб страницата на компанијата се презентирани информации за организирање на обуки за вработените?				
	Фреквенција	Процент	Валиден процент	Кумулативен процент
да	9	15.3	15.3	15.3
не	12	20.3	20.3	35.6
нема	38	64.4	64.4	100.0
Вкупно	59	100.0	100.0	

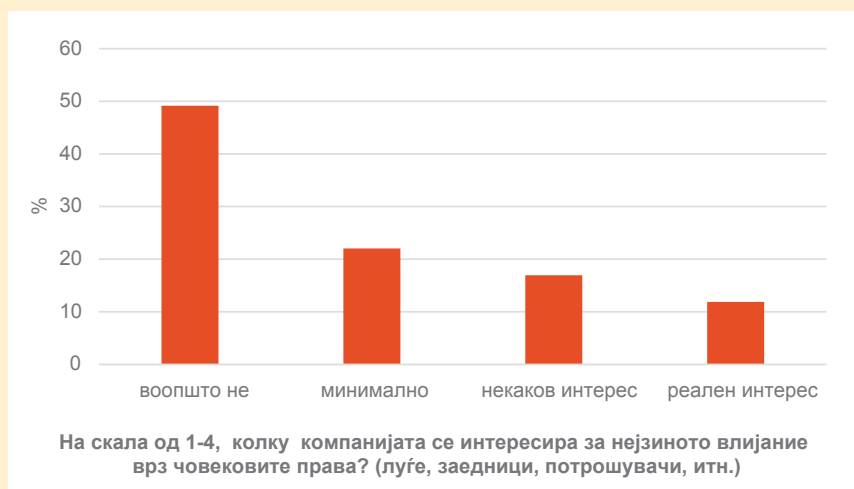


Со мониторингот се настојуваше и да се утврди дали компаниите се запознаени со некои од основните концепти за општествена одговорност и грижа за човековите права и дали овие концепти експлицитно се наведени во нивните политики и во рамки на другите содржини објавени на веб страниците. Преку мониторингот се истражуваше дали на веб страниците се презентирани информации врзани за концептите општествена одговорност, Глобален договор и ВПОН. Концептот на корпоративна општествена одговорност се споменува во нешто помалку од половина од мониторираните веб страници (Табела/Графикон 10).

Табела/Графикон 10. Компании што на веб страницата го спомнуваат концептот корпоративна општествена одговорност, во проценти.

Дали на веб страницата компанијата го споменува терминот/концептот ООП (CSR)?

	Фреквенција	Процент	Валиден процент	Кумулативен процент
да	26	44.1	44.1	44.1
не	33	55.9	55.9	100.0
	59	100.0	100.0	



Од друга страна, процентот на компании кои демонстрираат свесност и посветеност на ВПОН и Глобален договор е значајно понизок. Имено, концептот Глобален договор е спомнат кај 13,6% од веб страниците (Табела/Графикон 36), додека ВПОН се споменува во уште понизок процент – само 11,9% од компаниите го наведуваат на

своите веб страници како концепт инкорпориран во нивните политики (Табела/Графикон 11). Нешто помалку од третина (28,8%) од компаниите го спомнуваат терминот човекови права (Табела/Графикон 37).

Табела/Графикон 11. Компании што на веб страницата го спомнуваат концептот Водечки принципи за човекови права и бизнис, во проценти.

Дали на веб страницата компанијата го споменува терминот/концептот Водечки принципи за човекови права?

	Фреквенција	Процент	Валиден процент	Кумулативен процент
да	7	11.9	11.9	11.9
не	52	88.1	88.1	100.0
	59	100.0	100.0	



Конечно, во рамки на дигиталниот мониторинг на компании беше направена проценка на степенот на информации врзани за човековите права објавен на веб страниците на компаниите. Станува збор за проценка на истражувачите кои компаниите ги оценуваа на скала од четири степени: воопшто нема информации, има минимални информации, средно се застапени информации и има многу презентирани информации на темата. Во формирањето на финалната оценка земени предвид беа информациите врзани за сите истражувани аспекти: декларации, документи, вести за мерките за почитување на човековите права и општествена одговорност.

Во поглед на ова прашање резултатите покажаа дека во случајот на повеќе од една третина од компаниите немаат објавено никакви информации врзани за почитувањето на човековите права на нивните веб страници (Табела/Графикон 12). Кај дополнителни 40% презентирани информации се минимални, пред сè изразени во форма на декларативни заложби за етичко работење, генерално во насока на обезбедување на квалитет и задоволство на потрошувачите, без презентација на дополнителни содржини (политики, мерки, активности, проекти, анализи на ризици) кои ја потврдуваат посветеноста на овие заложби.

Табела/Графикон 12. Скала на застапеност на информации на тема општествена одговорност и човекови права на веб страница, во проценти.

На скала од 1-4 колку информации има објавено компанијата на темата?

	Фреквенција	Процент	Валиден процент	Кумулативен процент
воопшто нема	21	35.6	35.6	35.6
минимални	24	40.7	40.7	76.3
средно	7	11.9	11.9	88.1
многу	7	11.9	11.9	100.0
Вкупно	59	100.0	100.0	

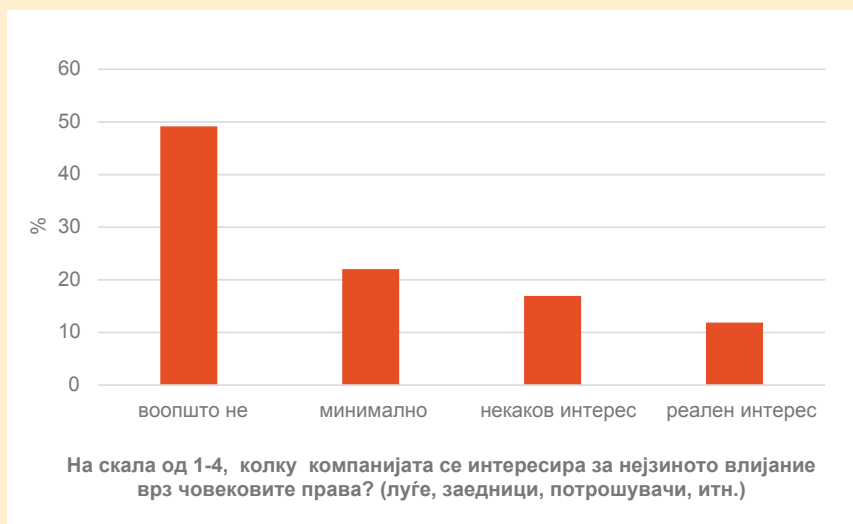


Дополнително, беше направена проценка на заинтересираноста на компаниите за нивното влијание врз човековите права. И во овој случај оценките беа базирани на проценка на истражувачите врз основа на достапните содржини презентирани на веб страниците, на скала од четири степени: воопшто не покажува интерес, покажува минимален интерес, покажува некаков интерес, покажува реален интерес. Во контекст на ова прашање се наметна заклучокот дека речиси половина од компаниите не демонстрираат слика за интерес за човековите права (Табела/Графикон 13).

Табела/Графикон 13. Скала на демонстриран интерес на тема општествена одговорност и човекови права на веб страница, во проценти.

На скала од 1-4, колку компанијата се интересира за нејзиното влијание врз човековите права? (луѓе, заедници, потрошувачи, итн.)

	Фреквенција	Процент	Валиден процент	Кумулативен процент
воопшто не	29	49.2	49.2	49.2
минимално	13	22.0	22.0	71.2
некаков интерес	10	16.9	16.9	88.1
реален интерес	7	11.9	11.9	100.0
Вкупно	59	100.0	100.0	



Споредбата на податоците според тоа дали компанијата има веб страница во државата или глобално покажува дека компаниите кои се присутни преку глобално-ориентирани веб страници објавуваат значително повеќе информации за човековите права (Табела/Графикон 38), но и покажуваат поголема свесност за концептите Глобален договор и ВПОН. Сите компании кои функционираат како дел од мултинационални корпорации спроведуваат претходна проверка на човекови права во компанијата, што имплицира дека нивните политики и активности се сообразуваат со меѓународните стандарди во работењето во рамки на нивното постоење како дел од мултинационални компании.

3.2 Резултати од анкета со компании

Анкетата со компании беше реализирана на примерок од 105 микро, мали, средни и големи претпријатија. Учесниците во анкетата одговараа на прашања за самоперцепција на нивната грижа за заедниците и општествена одговорност, но и на прашања врзани за механизмите и мерките на компаниите за заштита на човековите права. Анкетниот инструмент се состоеше од прашања од затворен и отворен тип, при што прашањата од отворен тип имаа за цел да обезбедат попрецизни информации за различните механизми и активности на компаниите во овие сфери. Во поглед на одредени отворени прашања каде имаше помала хетерогеност во одговорите и можност за нивно групирање, одговорите на отворените прашања беа кодирани и статистички обработени.

Резултатите од анкетата покажаа дека кога станува збор за самоперцепцијата за општествена одговорност, речиси сите учесници во анкетата се изјасниле како општествено одговорни компании (Табела/Графикон 47), а подеднакво големо мнозинство (89,3%) изјавиле дека преземаат и конкретни мерки за општествена одговорност (Табела/Графикон 48). Кога станува збор за конкретните мерки за општествена одговорност што ги навеле учесниците, резултатите се прилично хетерогени – од донации, мерки за заштита на животната средина, до одговори кои се однесуваат на почитување на законите, како и почитување на правата на работниците.

Запрашани за тоа дали овие мерки за општествена одговорност се дел од интерните акти на компанијата, нешто помалку од половина од учесниците, односно 44,2%, изјавиле дека имаат и пишани документи каде се дефинирани насоките и мерките на општествена одговорност (Табела/Графикон 14). Од одговорите на учесниците очигледна е поголемата свесност и проактивност во поглед на препознавањето на општествената одговорност како релевантен концепт до дејствувањето на компаниите.

Табела/Графикон 14. Процент на компании што имаат пишан документ за општествена одговорност.

		Фреквенција	Процент	Валиден процент	Кумулативен процент
Валидни	да	46	43.8	44.2	44.2
	не	58	55.2	55.8	100.0
	Вкупно	104	99.0	100.0	
	немам одговор	1	1.0		
Вкупно		105	100.0		



Во контекст на активностите и мерките на компаниите од доменот општествена одговорност, учесниците беа запрашани за тоа кој во компанијата ги носи одлуките за активности и мерки во доменот на општествена одговорност, односно дали за мерките на општествена одговорност одлучува едно лице, или истите се резултат на соработка меѓу повеќе сектори. Резултатите од анализата на податоците покажаа дека во големо мнозинство од случаите станува збор за едно лице – сопственик/директор или управител/менаџер кое одлучува за мерките на општествена одговорност на компанијата. Кај само една петина од анкетираниите претпријатија за мерките на општествена одговорност одлучува надлежно тело или истите се дизајнирани преку соработка на повеќе сектори (Табела/Графикон 49).

Иако исклучително висок процент од претпријатијата се самоперцепираат како општествено одговорни, во поглед на прашањето за градење на капацитетите за општествена одговорност кај вработените преку организирање обуки, потврдно одговориле нешто помалку од третина од учесниците во анкетата, што упатува на заклучокот дека темите и активностите врзани за општествена одговорност главно се перцепираат како теми за кои одлучува и во кои е примарно вклучен менаџментот на компанијата (Табела/Графикон 50).

Грижата за заштита на животната средина и следењето и намалувањето на штетните влијанија врз истата како резултат на операциите на компаниите претставува релевантен аспект од грижата за човековите права не единствено од аспект на вработените во компанијата, туку и за правата на граѓаните во заедниците каде се лоцирани компаниите. Во тој контекст, запрашани за тоа дали применуваат мерки за заштита на живот-

ната средина, големо мнозинство од компаниите (83,3%) одговориле потврдно (Табела/Графикон 15). Во рамки на оваа група иницијативи, доминираат мерките за управување со отпад кај 44,4% од компаниите (селектирање, складирање и рециклирање на отпад). Нешто помалку од 10% од компаниите преземаат мерки за намалување на штетното влијание врз животната средина (механизми за намалување на штетни емисии во околината, поставување филтри и сл.). Околу 7% од учесниците реализираат мерки согласно обврските за интегрирана еколошка дозвола, додека околу 5% применуваат мерки за енергетска ефикасност и организираат/учествуваат во акции за пошумување и хортикултурно уредување на заедниците во чии рамки дејствуваат (Табела/Графикон 51).

Од добиените резултати може да се констатира дека во повеќето случаи мерките за грижа за животната средина се врзани и законските обврски на компаниите и главно се ориентирани кон намалување на штетното влијание на компаниите врз животната средина, а во понизок процент станува збор за интервенции кои имаат за цел унапредување на постоечките состојби преку мерки и активности кои не се директно врзани за дејноста на претпријатието.

Табела/Графикон 15. Процент на компании што изјавиле дека водат грижа за животната средина.

Дали вашата компанија применува мерки за грижа за животната средина?

		Фреквенција	Процент	Валиден процент	Кумулативен процент
Валидни	да	85	81.0	83.3	83.3
	не	17	16.2	16.7	100.0
	Вкупно	102	97.1	100.0	
	не е релевантно за мојата компанија	1	1.0		
	немам одговор	2	1.9		
	Вкупно	3	2.9		
Вкупно		105	100.0		



Во контекст на други форми на општествена одговорност, компаниите одговараа и на прашањето за тоа дали и на кој начин ги поддржуваат заедниците во кои дејствуваат. Околу две третини од учесниците во истражувањето одговориле потврдно на ова прашање (Табела/Графикон 52). Овде исто така постоеше можност да се кодираат одговорите на отворените прашања и резултатите покажаа дека во рамки на овој вид општествена одговорност доминираат донациите (28,8% од компаниите кои спроведуваат акции за поддршка на заедницата) за различни потреби (од донации на продукти, до финансиска поддршка на проекти). По нив следуваат еколошки акции и други форми на унапредување на животната средина во локалните заедници (13,6%); помош на ранливи и социјално загрозувани категории (11,9%); како и соработка со локалната самоуправа (10,9%). Во нешто понизок процент се поддржуваат спортски и културни манифестации и организации; изградба и одржување на патната инфраструктура во заедниците, како и активности за поддршка на образованието. Околу петина од учесниците обезбедуваат други, различни форми на поддршка на заедницата (Табела/Графикон 53).

Во поглед на односот со вработените и постоењето на востановени системи и процедури за поддршка и помош, компаниите што учествуваа во истражувањето беа прашани и дали постои пракса да се разговара со вработените за проблемите со кои се соочуваат. Високи 90,2% од учесниците во истражувањето одговориле потврдно (Табела/Графикон 54). Кај најголем дел од компаниите што учествуваа во истражувањето (57%) ова се решава со усно обраќање на вработениот и/или организирање на поединечни состаноци со вработените. Околу 16% од компаниите организираат периодични состаноци каде се дискутира и за проблемите на вработените, додека кај околу 10% од компаниите постои дефиниран протокол за обраќање на вработените во случај на проблем. Кај околу 7% за овие прашања задолжен е одделот за човечки ресурси. Околу половина од компаниите имаат востановени процедури за поплаки (вработени, граѓани и потрошувачи/корисници на услуги) (Табела/Графикон 55). Резултатите упатуваат на заклучокот дека кај значаен дел од компаниите што земаа учество во истражувањето не постојат формално дефинирани процедури за помош и поддршка на вработените во случај на проблем, што индиректно може да има влијание врз остварувањето на нивните права.

Речиси половина од компаниите изјавиле дека имаат процедури за поплаки од различните релевантни чинители, што генерално земено имплицира дека се уште значаен дел од компаниите немаат востановено механизми за ефективна комуникација за проблеми со различните засегнати групи (Табела/Графикон 16). Во рамки на дополнително отворено прашање учесниците имаа можност да образложат за какви механизми станува збор. Во овој контекст, анализата на податоците покажа дека и кај компаниите кои навеле дека имаат механизам за поплаки, овие механизми функционираат повеќе неформално, преку усно обраќање или електронска пошта. Дел од компаниите имаат и кутии за поплаки, а неколку компании наведоа дека нивните процедури се во согласност со барањата врзани за сертификати за квалитетот на операциите.

Табела/Графикон 16. Процент на компании што имаат процедури за поплаки.

Дали компанијата има процедура за поплаки (од вработени, потрошувачи, граѓани, итн.)?					
		Фреквенција	Процент	Валиден процент	Кумулативен процент
	да	49	46.7	49.0	49.0
	не	51	48.6	51.0	100.0
	Вкупно	100	95.2	100.0	
	немам одговор	5	4.8		
Вкупно		105	100.0		



Како и кај дигиталниот мониторинг, така и во рамки на анкетното истражување беше анализирана грижата на компаниите за правата на потрошувачите. Во поглед на ова прашање високи 83,5% од компаниите одговориле потврдно, односно изразиле грижа за правата на нивните клиенти/потрошувачи (Табела/Графикон 56). Одговорите во поглед на мерките што се преземаат за заштита на правата на потрошувачите се врзуваат првенствено за квалитетот на производите/услугите што компанијата ги нуди, исполнување на договорните обврски, како и постоење на механизми за одговор на поплаки од потрошувачите. Заштитата на правото на приватност или дискриминацијата на одредени групи потрошувачи не беа наведени како теми од значење за компаниите.

Грижата за етичките стандарди во работењето беше уште една тема истражувана преку анкетниот прашалник. Околу половина од учесниците во истражувањето одговорија дека водат сметка за етичките стандарди на нивните добавувачи (Табела/Графикон 17). Ова најмногу се имплементира преку барања за почитување на стандарди и поседување соодветни сертификати, почитување на договорни обврски и спроведување редовни аудити, како и во помал процент преку постоење на дедицирана служба за набавка која континуирано се грижи за овие прашања. Од одговорите на учесниците евидентно беше дека грижата за етичките стандарди во работата на добавувачите е доминантна во фазите на почеток на соработка со добавувачите, при што исклучително мал број на компании одговорија дека постои континуирана грижа и дефиниран пристап за проверка на етичкото работење на добавувачите. Значаен дел од договорите се однесуваа и на почитувањето на договорните обврски од страна на добавувачите, што не имплицира и грижа за етичките операции на добавувачите во други сфери на работењето.

Табела/Графикон 17. Процент на компании кои водат грижа за етичкото работење на добавувачите.

Дали вашата компанија има пракса да проверува дека вашите добавувачи работат етички?

		Фреквенција	Процент	Валиден процент	Кумулативен процент
	да	45	42.9	48.4	48.4
	не	48	45.7	51.6	100.0
	Вкупно	93	88.6	100.0	
не е релевантно за мојата компанија	нема одговор	2	1.9		
	нема одговор	10	9.5		
	Вкупно	12	11.4		
Вкупно		105	100.0		



Комуникацијата на активностите врзани за општествена одговорност и грижа за човековите права до сите релевантни чинители претставува значаен чекор во промоцијата на добри практики во работењето, но и претставува индикатор за практиките за транспарентност на компанијата. Како индикативен се покажа податокот за релативно ниската подготвеност активностите од областа на општествената одговорност и почитувањето на човековите права да бидат комуницирани до пошироката јавност. Имено, само 38,2% од компаниите имаат пракса да ја информираат јавноста за овие активности (Табела/Графикон 18). Во значаен дел коментарите на учесниците се однесуваат на тоа дека промоцијата на овој вид активности ја доживуваат како непотребен публицитет, што упатува на заклучокот за постоење на перцепција за мерките на општествена одговорност како непотребна/ непримерна реклама, отколку како показател за одговорно управување и трасирање пример за другите релевантни чинители. Компаниите што имаат пракса да ја информираат јавноста за овие активности најчесто тоа го прават преку своите веб страници или преку страниците на социјалните медиуми. Многу поретко за информирање на јавноста ги користат локалните и националните медиуми.

Од резултатите од анкетата се наметна заклучокот дека кај компаниите недостасува свест за важноста за комуникацијата на практиките на општествено одговорно управување и грижа за човековите права за релевантните чинители. На овој начин засегнатите чинители се ускратени од информации за начинот на управување на компаниите, согласно кои би можеле да носат одлуки со кои одговорни компании можат да соработуваат.

Табела/Графикон 18. Процент на компании што имаат пракса да ја информираат јавноста за активности за општествена одговорност, грижа за човековите права.

Дали вашата компанија има пракса да ја информира јавноста (во врска со претходните прашања?)

		Фреквенција	Процент	Валиден процент	Кумулативен процент
Валидни	да	39	37.1	38.2	38.2
	не	63	60.0	61.8	100.0
		102	97.1	100.0	
		3	2.9		
Вкупно		105	100.0		



Нешто повеќе од половина од компаниите што земаа учество во истражувањето имаат пишан документ за етичките принципи на компанијата (етички кодекс, принципи на добро управување и сл.) (Табела/Графикон 57). Овој процент е повисок споредено со резултатите од дигиталниот мониторинг, што упатува на фактот дека овие документи често не се достапни јавно. Дополнително, може да се заклучи дека сè уште значаен дел од компаниите немаат усвоено интерен акт од овој вид ако се има предвид дека утврдувањето на етичките принципи во темелните документи и други интерни акти на компанијата претставува еден од основните чекори во интегрирањето на човековите права во политиките и активностите на компанијата.

Речиси 80% од учесниците изјавија дека преземаат мерки за заштита на вработените од дискриминација (Табела/Графикон 58). Сепак, во елаборацијата на мерките за превенција и заштита од дискриминација најголемиот дел од учесниците изјавиле дека е забранета дискриминација на вработените според верска и етничка припадност, што е ограничувачки од аспект на широкиот спектар на основи за дискриминација утврден со законските прописи, но и меѓународни документи. Во овој контекст, значително понизок процент од учесниците изјавиле дека вработените добиле појаснување/едукација за (анти)дискриминација и/или мобинг, како и дека овие принципи се вградени во интерните акти на компанијата. Ова упатува на постоење на повеќе пасивен однос кон ова прашање, наспроти активни мерки кои превенираат дискриминаторно однесување.

Во поглед на спроведувањето на претходна проверка за постоење на ризици во поглед на човековите права, низок процент (17,6%) од компаниите изјавиле дека реализираат вакви активности. Дел од овие изјавиле дека ризици по човекови права не биле утврдени, а онаму каде биле утврдени, се однесувале на односи меѓу вработени и кон истите било пристапено со корективни акции (мерки за ранливи групи, донесување акти за безбедност при работа, обуки за вработените). Околу една четвртина од учесниците во истражувањето реализирале обуки за вработените на теми врзани за човековите права. Резултатите во поглед на овие прашања упатуваат на заклучокот дека проценката на ризици / процедурите за претходна проверка на човековите права (due diligence) се застапени кај исклучително мал број компании, вообичаено кај поголемите (Табела/Графикон 19, Табела/Графикон 59).

Табела/Графикон 19. Процент на компании што вршат проценка на ризици по човековите права.

		Фреквенција	Процент	Валиден процент	Кумулативен процент
Валидни	да	18	17.1	17.6	17.6
	не	84	80.0	82.4	100.0
		102	97.1	100.0	
		3	2.9		
Вкупно		105	100.0		



Нешто помалку од половина (42,2%) од компаниите што земаа учество во истражувањето изјавија дека се запознаени со концептот Водечки принципи за бизнис и човекови права (Табела/Графикон 60). Иако процентот на компании запознаени со Принципите за бизнис и човекови права не е низок, овој податок треба да се разгледува во контекст на структурата на примерокот, која не е репрезентативна во поглед на структурата на бизнис секторот во земјата, каде доминираат микро и малите претпријатија. Нешто повеќе од третина имале соработка со граѓански организации (Табела/Графикон 61). Во овие случаи соработката со граѓанските организации примарно се сведува на донации за различни проекти и активности.

Анализата на податоците според големината на компанијата (микро, мала, средна или голема) покажа тренд на поголема свесност и мерки за општествена одговорност која е пропорционална со големината на претпријатието. Оваа тенденција се забележува и во поглед на прашањето дали компанијата има пишан документ за општествена одговорност (процентот на компании кои имаат донесено ваков документ се зголемува со големината на претпријатието) (Табела/Графикон 65). Ова не е случај со прашањето врзано за обучување на вработените на тема општествена одговорност, каде доминантни се малите претпријатија со оваа пракса. Не постојат значајни разлики помеѓу средните и големите претпријатија, а оваа пракса е најмалку застапена кај микро претпријатијата (Табела/Графикон 66).

На полето на реализација на мерки за заштита на животната средина, процентот е висок кај сите категории, при што предничат големите компании (сите кои учествуваа во истражувањето спроведуваат мерки за заштита на животната средина) (Табела/Графикон 20). Ангажманот во локалните заедници, преку донации, соработка со локални релевантни чинители и организации на активности за поддршка на заедниците бележи тенденција на раст пропорционална со големината на компанијата. Ова е во извес-

на мера очекувано, ако се земе предвид дека доминантниот облик на поддршка се донациите, при што поголемите компании располагаат со позначајни ресурси за реализација на вакви иницијативи (Табела/Графикон 67).

Табела/Графикон 20. Компании што преземаат мерки за грижа за животната средина според големина (кростабулација).

			Дали вашата компанија применува мерки за грижа за животната средина?		Вкупно
			да	не	
Големина на компанија (според број на вработени)	микро	Број	28	9	37
		%	75.7%	24.3%	100.0%
	мало	Број	21	4	25
		%	84.0%	16.0%	100.0%
	средно	Број	19	4	23
		%	82.6%	17.4%	100.0%
	големо	Број	15	0	15
		%	100.0%	0.0%	100.0%
Вкупно		Број	83	17	100
		%	83.0%	17.0%	100.0%



Истиот правопрпорционален тренд се забележува и во контекст на поддршката на вработените во случај на проблеми (Табела/Графикон 68), како и во поглед на постоење на процедури за поплаки (Табела/Графикон 69). Вкрстувањето на податоците во контекст на ова прашање покажаа дека постојат значајни разлики меѓу микро и малите компании од една страна и средините и големите компании од друга. Имено додека помалку од 30% од микро и малите компании имаат воспоставено вакви процедури, над

80% од средните и големите компании ги имаат развиени процедури за поплаки и нивно разрешување.

Значајни разлики се покажаа и во одговорите на прашањето за водење грижа на етичкото работење на добавувачите. Само 30% од микро компаниите имаат вакви процедури, наспроти околу половина од малите и средни претпријатија. Високи 83,3% од големите компании имаат востановено системи и процедури за следење на работата на добавувачите (Табела/Графикон 71).

Слична тенденција е забележана и во поглед на информирањето на јавноста за активностите врзани за општествена одговорност и заштита на човековите права. Нешто повеќе од петина од микро претпријатијата негуваат ваква пракса. За споредба тоа го прават помалку од половина од малите и средни претпријатија и 56,3% од големите претпријатија (Табела/Графикон 72).

Малите претпријатија, од друга страна, во значајно понизок процент од останатите категории имаат мерки за заштита на вработените од дискриминација (Табела/Графикон 74). Во поглед на прашањето за утврдување на ризици по човековите права, се издвојуваат средните претпријатија кои во најнизок процент (8,3%) вршат вакви проценки (Табела/Графикон 75). Не се покажаа значајни разлики во поглед на едукацијата на вработените за човекови права. Интересен е податокот дека големите претпријатија во најнизок процент се запознаени со концептот на ВПОН (Табела/Графикон 77). Во поглед на соработката со граѓански организации, предничат големите компании.

Добиените податоци со анкетното истражување беа анализирани и од аспект на секторот, покажа дека компаниите во преработувачките индустрии, рударството и производството и снабдување со електрична енергија во значајно повисок процент имаа донесено интерни акти за општествена одговорност. Генерално земено, сепак, резултатите од анализата покажуваат дека врз практиките на општествена одговорност и заштита на човековите права поголемо влијание има големината на претпријатието, отколку дејноста со која се занимава. Значаен дел од компаниите од секторите градежништво, рударството и производство и снабдување со електрична енергија, како и продажба на мало и големо организирале обуки за вработените на тема општествена одговорност, во споредба со компаниите од другите сектори (Табела/Графикон 83). Ова се категории кои во повисок процент имаат средни и големи компании за кои анализите покажаа дека во повисок процент применуваат мерки и стандарди на општествена одговорност.

Кога станува збор за конкретни мерки за заштита на животната средина што компаниите од различни сектори ги преземаат може да се констатира дека управувањето со отпад (селектирање, складирање и рециклирање на отпад) и најчесто применуваната мерка во рамки на повеќето сектори. Дополнително, мерки на енергетска ефикасност се забележани меѓу компании од преработувачките индустрии, рударството и производството на електрична енергија; претпријатијата од последната категорија често се носители на еколошка дозвола и применуваат сеопфатен систем на мерки за заштита на животната средина. Компаниите од сферата на градежништвото се издвојуваат по поголемиот број учесници кои преземаат мерки за намалување на емисија на штетни материи од нивното работење преку поставување филтри (Табела/Графикон 85).

Компаниите од преработувачките индустрии, рударството и производството на електрична енергија во значително повисок процент од другите категории се вклучени во активности за помагање на заедниците во кои функционираат. Овој заклучок потребно е да се разгледува во контекст на фактот што овие сектори, се составени од поголеми компании, па инволвирањето во заедницата не е резултат на сферите на интерес и дејствување, колку на финансиските и човечките капацитети на учесниците (Табела/Графикон 86).

Кога станува збор за праксата да се разговара со вработените за нивните проблеми, се издвојуваат компаниите од секторите продажба на мало и големо и транспорт и дистрибуција кои во значително понизок (иако генерално висок) процент негуваат ваква пракса (Табела/Графикон 88).

И во поглед на прашањето за постоење на процедури за поплаки, добиените податоци ја покажаа големината на компанијата како релевантна варијабла по ова прашање, наспроти секторот (Табела/Графикон 90). Кога станува збор за грижата за правата на потрошувачите, процентот е висок кај сите сектори освен рударство и производство на електрична енергија (Табела/Графикон 91). Во поглед на контролата на етичкото работење на добавувачите резултатите беа поделени – највисок процент од компаниите од секторот рударство и производство на електрична енергија се грижат за овој проблем, додека најнизок процент од компаниите од секторите продажба и градежништво го применуваат истото (Табела/Графикон 92).

Најчесто до јавноста комуницирани се активностите од компаниите од секторите рударство и производство на електрична енергија, следени од компаниите за продажба на големо и мало. Значително понизок процент на компании од другите сектори практикуваат информирање на јавноста за овие прашања (Табела/Графикон 93).

Се издвојуваат компаниите од рударскиот/енергетски и преработувачки сектор кои почесто имаат усвоено интерни акти за етичко работење. Интересен беше податокот дека најнизок процент на компании од аспект на преземање на мерки за спречување на дискриминација преземаат компаниите од услужните дејности (Табела/Графикон 94). Во поглед на имплементацијата на процедури за претходна проверка на човекови права (due diligence) се издвоија компаниите од транспортниот сектор (Табела/Графикон 96). Обуки на тема заштита на човекови права организирале речиси половина од компаниите во градежништвото и околу третина од компаниите од секторот продажба, додека процентот кај другите категории е значително понизок (Табела/Графикон 97).

3.3 Интервјуа со релевантни чинители

Со цел да се добијат повеќе информации за околината во која оперираат компаниите и факторите кои овозможуваат/инхибираат во поглед на почитување на човековите права во бизнисот, беа реализирани осум (8) полуструктурирани интервјуа со претставници од релевантни групи засегнати директно или индиректно со темата, како и експерти на темата: претставници на граѓански организации, синдикати, бизнис сектор и правни експерти. Листата на интервјуирани учесници е приложена во Анекс 3 од овој документ.

Со соговорниците се разговараше за степенот на запознаеност на релевантните чинители со ВПОН, посветеноста на државните органи да промовираат одговорно однесување кај компаниите во поглед на човековите права, свесноста и праксите за проценка на ризици по човековите права меѓу компаниите, проблемите во поглед на правната рамка за човекови права и нејзината имплементација, ефективноста на судските и вонсудските механизми за заштита на човековите права, како и можни сфери на идна интервенција.

Учесниците во интервјуата истакнаа дека нивото за свесност за потребата од почитување на човековите права е сè уште ниско и не ги надминува законските обврски на компаниите. Дополнително, уште пониско беше оценета генералната запознаеност на компаниите со ВПОН. Според голем дел од соговорниците, станува збор за концепт чија имплементација се уште е во зародиш и земјата треба да вложи значителни напори да ги достигне стандардите на имплементација на ВПОН на развиените земји. Кога станува збор за вработените и граѓаните (како потрошувачи и лица кои се под влијание на операциите на бизнис секторот) беше констатирано дека запознаеноста со човековите права, а уште повеќе со механизмите за нивна заштита е на многу ниско ниво. Ова дел од соговорниците го врза со недоволниот интерес кај поединците, но и недоволната посветеност на останатите релевантни чинители да влијаат врз поголема свесност кај граѓаните за своите права и начинот на кој овие права се заштитени. Се истакна потребата од поголемо ангажирање на синдикатите и граѓанскиот сектор во иницијативи за градење на капацитетите на граѓаните.

Во овој контекст беше истакнато дека иако начелно правната рамка за заштита на правата на работниците, потрошувачите и воопшто човековите права е задоволителна, се уште постојат механизми кои недоволно стимулирачки влијаат врз тоа компаниите да бидат општествено одговорни. Стимулирачки мерки за општествена одговорност, како на пример ослободување од даноци, се неефективни поради сложени и долги бирократски процедури со неизвесен исход, поради што нивната цел да промовираат општествено одговорно однесување во бизнис секторот е доведена во прашање.

Поголема загриженост беше истакната во контекст на имплементацијата на правната рамка за заштита на човековите права. Од страна на повеќе соговорници беше изразено незадоволство од ефективноста во поглед на идентификацијата и санкционирањето на случаите во кои човечките права се нарушени од операции на бизнисите. Неефективноста на инспекциските служби, сомнежите за корупција, отсуството на ефективна заштита на работниците во постапките кога нивните права се потенцијално нарушени, создаваат клима на неказливост, што директно влијае врз волјата и напорите на компаниите да го сообразат своето работење со стандардите кои го обезбедуваат почитувањето на човековите права. Од страна на некои соговорници беше истакнато недоволното вложување на медиумите во презентирање на случаи на кршење на човековите права, како релевантен чинител во борбата против кршењето на човековите права, корупцијата и културата на неказливост. Давањето поголема видливост на овие прашања во медиумите е од значење за подигнување на свеста на пошироката јавност за овие теми, но и за поголема респонзивност на надлежните институции во контекст на заштита на човековите права.

Беше истакнато дека е потребно континуирано градење на свесноста и капацитетите на чинителите во бизнис секторот за објективните придобивки од почитувањето на човековите права. Механизмите за проценка на ризици по човековите права се применувани кај ограничен сегмент од компаниите и се процес кој бара вложување на значајни ресурси и посветеност. Во контекст на ова прашање, дел од учесниците во интервјуата изразија сомнеж околу капацитетите на микро и малите претпријатија за имплементација на процедури за due diligence по човекови права. Станува збор за процес кој изискува ангажман од експерти од повеќе области, кој е комплексен и бара значајни вложувања, за кои беше изразен сомнеж околу капацитетите на малите претпријатија да ги покријат.

Учесниците во интервјуата беа речиси едногласни во поглед на фактот дека унапредувањето на почитувањето на човековите права општо и имплементацијата на ВПОН посебно, е прашање кое не може да биде решавано со поединечни иницијативи на одредени релевантни чинители, туку повикува на системски решенија. Покрај поттикнувањето на државните органи да промовираат и поддржуваат одговорно работење на компаниите преку соработка со компании кои докажано ги почитуваат човековите права, развивањето на социјалниот дијалог меѓу сите засегнати страни претставува дополнителен чекор во унапредувањето на состојбите. Во рамки на интервјуата беа наведени и некои примери на позитивна пракса, како соработката на релевантни чинители во рамки на економско-социјалните совети, како на централно, така и на локално ниво, во контекст на создавањето простор за развивање дијалог меѓу различните засегнати страни по прашањето на почитувањето на човековите права во бизнисот. Во овој поглед, беше истакната потребата од промовирање на значењето на овие форми на соработка во градењето и имплементацијата на политиките на централно и локално ниво.

Учесниците во интервјуата беа речиси едногласни во поглед на неефективноста во имплементацијата на постоечката законска рамка, која беше оценета како генерално усогласена со меѓународните стандарди. Релевантен проблем претставува и недостигот на поддршка на граѓаните во обидот за добивање ефективна заштита во случаи кога нивните права биле нарушени. Беше истакната и потребата од зајакнување на капацитетите на адвокатите за ефективен одговор на потребите на граѓаните кога нивните права се загрозени од операциите на бизнис секторот. Во повеќе случаи, решавањето на споровите во поглед на кршење на човековите права од компаниите е долга процедура која со себе повлекува значајни трошоци за инволвираните страни. Ова честопати делува демотивиращки на граѓаните да бараат заштита на своите права по судски пат,

особено во поглед на проблеми кои се исклучително тешки за докажување, како на пример дискриминацијата. Компаниите во ваквите процедури често по автоматизам работат на исцрпување на сите правни лекови во постапките, правејќи ги процедурите долги и со значајни трошоци за граѓаните. Ограничените капацитети на синдикатите, но и пристапот до бесплатна правна помош влијаат инхибирачки врз капацитетите на граѓаните да бараат заштита на нивните права по судски пат.

Кога станува збор за вонсудските механизми и нивната ефективност во заштитата на човековите права, според мислењата на повеќето интервјуирани релевантни чинители, истите остануваат недоволно искористени. Дополнително, овие механизми имаат ограничена примена имајќи предвид дека истите не можат да претставуваат замена за судските спорови кога постои сомнеж дека од страна на компанијата е сторено кривично дело.

4. Заклучок

Резултатите од мониторингот и анкетата го наметнуваат заклучокот дека постои релативно ниска свесност за и сообразување со ВПОН меѓу компаниите. Ова не имплицира отсуство на механизми за почитување на човековите права – повеќе законски акти и политики кои го регулираат работењето на компаниите обезбедуваат широка рамка за почитување на човековите права. Сепак, повеќе констатирани предизвици, врзани за предизвици во имплементација на законите, како и обезбедување на ефективни судски и вонсудски механизми за заштита и надоместување во случаи на кршење на човековите права, наметнуваат потреба од системски пристап за поттикнување на деловно работење кое го инкорпорира почитувањето на човековите права.

Резултатите од дигиталниот мониторинг покажаа дека меѓу компаниите не е распространета праксата да споделуваат документи и релевантни информации за своето работење. Аспектите врзани за етичкото работење на компаниите главно се презентирани во форма на декларативни заложби, при што постојат малку достапни информации за мерките и праксите на заштита на правата на работниците, процедурите за поплаки и разгледување на поплаки, грижата за правата на потрошувачите и спроведување и дејствување во согласност со процедури за проценка на ризици. Ако се има предвид нискиот процент на компании кои сметаат дека комуникацијата на овие информации до засегнатите страни е релевантна, може да се заклучи дека постои релативно ниско ниво на свест во поглед на сеопфатноста во пристапот за активностите за заштита и почитување на човековите права. Мал процент на компании имаат објавено интерни документи кои го регулираат етичкото работење и односите со релевантните чинители, а уште помал број компании имаат развиено механизми за претходна проверка на човековите права. Најмногу информации се објавени за активностите врзани за поддршка на заедниците и мерките за заштита на животна средина. Низок процент на компании во рамки на своето онлајн присуство демонстрираат слика за интерес за човековите права и ги препознаваат ВПОН и/или Глобален договор како релевантни стандарди за унапредување на работењето во насока на остварување на позитивно влијание врз заедниците.

Резултатите од анкетното истражување потврдуваат дел од заклучоците од анализата на податоците од дигиталниот мониторинг на компании. Иако процентот на компании што имаат освоени интерни акти за општествена одговорност и етичко работење е повисок отколку што покажаа резултатите од дигиталниот мониторинг, исклучително е низок процентот на компании што применуваат претходна проверка на човековите права во компанијата и имаат дефинирани механизми и политики за адресирање на констатирани ризици. Иако компаниите имаат декларативни заложби за грижа за вработените, потрошувачите и заедниците, во голем дел од случаите мерките се ад хок и не се резултат на дефинирани политики на компанијата. Вкрстувањето на податоците покажа дека големината на компанијата, повеќе отколку дејноста со која се занимава, претставува значајна детерминанта за степенот на геерална посветеност во поглед на прашањата за

општествена одговорност и грижа за човековите права, особено во поглед на постоењето дефинирани политики и мерки за грижа за човековите права и реализирање на претходна проверка на човековите права во компанијата. Ова се врзува и за капацитетите на компаниите за реализација на проценки на ризици, но и за нивното поголемо присуство на регионални и глобални пазари каде релациите меѓу релевантните чинители се почесто вклучуваат почитување и сообразување со меѓународно прифатени стандарди во работењето.

Во рамки на интервјуата релевантните чинители демонстрираат грижа и во поглед на заложбите на државата за почитување на човековите права во бизнисот, пред сè, преку обезбедување услови за ефективна примена и мониторинг на имплементацијата на правната рамка за заштита на човековите права, како и обезбедување на механизми за поддршка на граѓаните во пристапот до правен лек во случај кога нивните права биле загрозени.

Значаен недостаток е фактот што Република Северна Македонија нема дефинирана стратегија за унапредување на почитувањето на човекови права во бизнисот преку акциски планови. Резултатите од истражувањето упатуваат на потребата од поголема сензибилизација за проблемот и кај граѓанскиот сектор и едукација на компаниите за имплементација на претходна проверка на човековите права во компанијата. Властите исто така можат да покажат поддршка за овие принципи, преку поддржување соработка со компании кои докажано и континуирано работат на почитување на човековите права согласно со ВПОН.

Имплементацијата на ВПОН, во овој контекст, во значаен степен зависи од создавањето поттикнувачки услови за бизнисите да ги вградат овие принципи во своите политики и операции. Ова подразбира поголема проактивност на државните органи во поглед на дефинирањето на стратешки пристап во промоција на ВПОН; олеснување на пристапот до ефективни правни лекови во случаи на кршење на човековите права; како и поддршка за бизнисите кои ги применуваат овие принципи преку соработка со компании кои докажано ги почитуваат и заштитуваат човековите права (чии интерни политики и механизми на оперирање обезбедуваат рамка за почитување на човековите права и кои континуирано спроведување на претходна проверка на човековите права во компанијата).

Потребни се континуирани напори за зајакнување на свеста и капацитетите за имплементација на ВПОН кај сите релевантни чинители (државните органи, бизнисите, организациите на работодавачи и работници, граѓанските организации и граѓаните) во насока на создавање на клима на транспарентност, отчетност и одговорност за влијанието на операциите на индивидуалните актери врз човековите права.

Библиографија

- Freedom House. (2018, November 30). *Freedom in the World 2018: Macedonia Profile*. Повратено од Freedom House: <https://freedomhouse.org/report/freedom-world/2018/macedonia>
- International Labour Organization. (1988). *ILO Declaration on Fundamental Principles and Rights at Work*. International Labour Organization.
- Ruggie, J. (2008). *Protect, respect and remedy : a framework for business and human rights : report of the Special Representative of the Secretary-General on the Issue of Human Rights and Transnational Corporations and Other Business Enterprises*. UN Human Rights Council.
- Shift, Oxfam and Global Compact Network Netherlands. (2016). *Doing Business With respect for Human Rights: A Guidance Tool for Companies*.
- The United Nations. (1948). *Universal Declaration of Human Rights*.
- UN General Assembly. (1966). *International Covenant on Civil and Political Rights*. United Nations.
- UN General Assembly. (1966). *International Covenant on Economic, Social and Cultural Rights*. United Nations.
- Дангова Хуг, А. (2018, ноември 03). *Водич за човекови права и бизнис*. Повратено од Адвокатско друштво ИНТЕР ПАРТЕС: <http://interpartes.mk>
- Државен пазарен инспекторат. (2018). *Годишен извештај за работата на Државниот пазарен инспекторат за 2017 година*. Државен пазарен инспекторат.
- Институт за јавно здравје. (2018, декември 3). *Информација за повреди на работа 2016-2017*. Повратено од Институт за јавно здравје: <http://iph.mk/wp-content/uploads/2018/04/%D0%9F%D0%BE%D0%B2%D1%80%D0%B5%D0%B4%D0%B8-%D0%BD%D0%B0-%D1%80%D0%B0%D0%B1%D0%BE%D1%82%D0%B0-%D0%B2%D0%BE-%D0%A0%D0%9C-2017.pdf>
- Министерство за надворешни работи на САД. (2018, ноември 29). *Годишен извештај за состојбата со човековите права за 2016 година*. Повратено од Амбасада на Соединетите американски држави: https://mk.usembassy.gov/wp-content/uploads/sites/249/2017/04/hrr2016_macedonia_mk.pdf
- Министерство за надворешни работи на САД. (2018, ноември 29). *Годишен извештај за состојбата со човековите права за 2017 година*. Повратено од Амбасада на Соединетите американски држави: <https://mk.usembassy.gov/wp-content/uploads/sites/249/2017-HUMAN-RIGHTS-REPORT-MKD.pdf>
- Центар за регионални истражувања и соработка „Студиорум“. (2018, октомври 25). *Насочувачки принципи за бизнис и човекови права*. Повратено од Центар за регионални истражувања и соработка „Студиорум“: http://studiorum.org.mk/draft/wp-content/uploads/2013/12/Business_and_HRMKfinal.pdf

Анекс 1: Резултати од дигитален мониторинг на компании

Табела/Графикон 21. Компании што имаат веб страница за државата и компании кои се презентирани на глобално ориентиран веб страница, во проценти.

Дали компанијата има веб страница во државата или глобално?				
	Фреквенција	Процент	Валиден процент	Кумулативен процент
	53	89.8	89.8	89.8
	6	10.2	10.2	100.0
Вкупно	59	100.0	100.0	



Табела/Графикон 22. Компании што на веб страницата навеле грижа за правата на работниците, во проценти.

Дали на веб страницата на компанијата се спомнуваат права на работниците?				
	Фреквенција	Процент	Валиден процент	Кумулативен процент
да	33	55.9	55.9	55.9
не	26	44.1	44.1	100.0
Вкупно	59	100.0	100.0	



Табела/Графикон 23. Компанији што на веб страницата навеле грижа за заштита од дискриминација на работниците, во проценти.

Дали на веб страницата на компанијата се спомнува заштита од дискриминација на работниците (еднакви можности)?					
		Фреквенција	Процент	Валиден процент	Кумулативен процент
	да	17	28.8	28.8	28.8
	не	42	71.2	71.2	100.0
		59	100.0	100.0	



Табела/Графикон 24. Компанији што на веб страницата навеле грижа за безбедност при работа на вработените, во проценти.

Дали на веб страницата на компанијата се споменува безбедност при работа?					
		Фреквенција	Процент	Валиден процент	Кумулативен процент
	да	26	44.1	44.1	44.1
	не	33	55.9	55.9	100.0
		59	100.0	100.0	



Табела/Графикон 25. Компанији што на веб страница навеле грижа за здравјето на вработените, во проценти.

Дали на веб страницата на компанијата се споменува заштита на здравјето на работниците?					
	Фреквенција	Процент	Валиден процент	Кумулативен процент	
да	24	40.7	40.7	40.7	
не	35	59.3	59.3	100.0	
Вкупно	59	100.0	100.0		



Табела/Графикон 26. Компанији што на веб страницата навеле грижа за заштита од дискриминација на потрошувачите, во проценти.

Дали на веб страницата на компанијата се спомнува заштита од дискриминација на потрошувачите? (општо)					
	Фреквенција	Процент	Валиден процент	Кумулативен процент	
да	2	3.4	3.4	3.4	
не	57	96.6	96.6	100.0	
Вкупно	59	100.0	100.0		



Табела/Графикон 27. Компани што на веб страницата навеле грижа за заштита од дискриминација на одредени групи потрошувачи, во проценти.

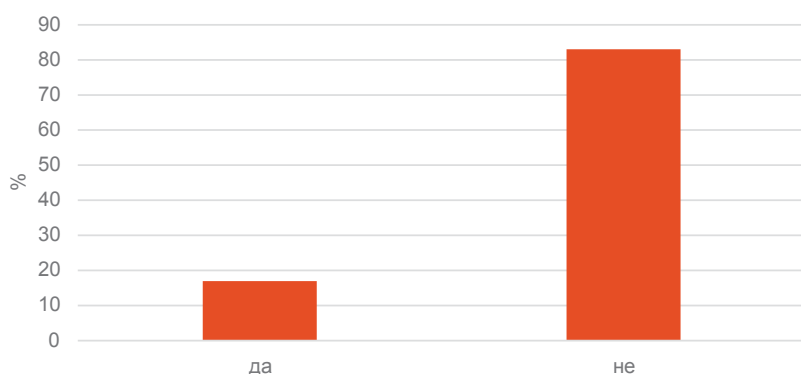
Дали на веб страницата на компанијата има поконкретни информации во врска со дискриминација на одредени групи на потрошувачи?

	Фреквенција	Процент	Валиден процент	Кумулативен процент
не	59	100.0	100.0	100.0

Табела/Графикон 28. Компани што на веб страницата навеле грижа за приватноста на потрошувачите, во проценти.

Дали на веб страницата на компанијата се споменува грижа за приватноста на потрошувачите?

	Фреквенција	Процент	Валиден процент	Кумулативен процент
да	10	16.9	16.9	16.9
не	49	83.1	83.1	100.0
Вкупно	59	100.0	100.0	

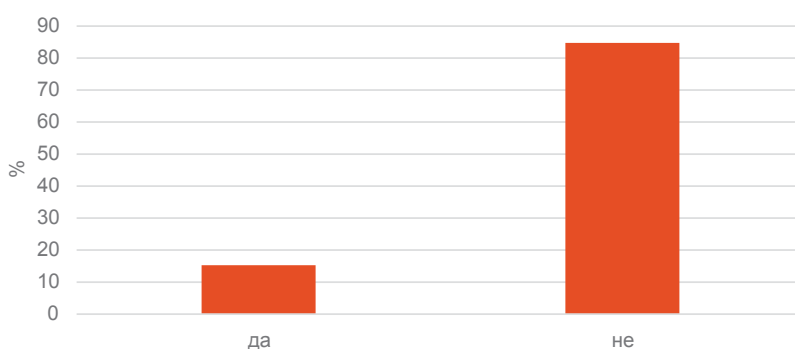


Дали на веб страницата на компанијата се споменува грижа за приватноста на потрошувачите?

Табела/Графикон 29. Компанији што на веб страницата имаат објавено годишен извештај во кој директно или индиректно се адресираат теми од општествена одговорност и човекови права, во проценти.

Дали на веб страницата на компанијата има годишен извештај во кој директно или индиректно се адресираат некои од претходните прашања?

	Фреквенција	Процент	Валиден процент	Кумулативен процент
да	9	15.3	15.3	15.3
не	50	84.7	84.7	100.0
Вкупно	59	100.0	100.0	

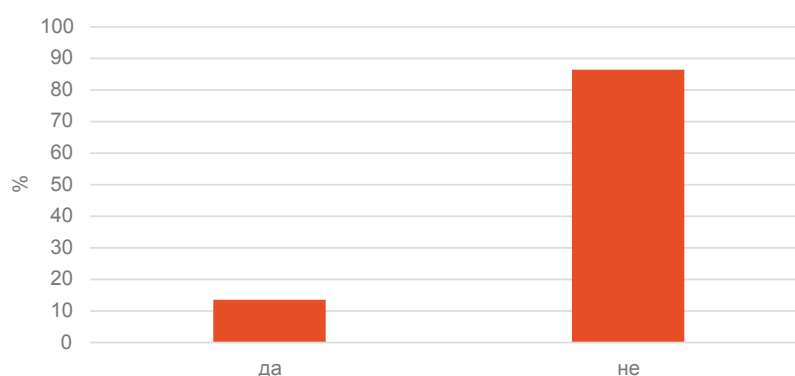


Дали на веб страницата на компанијата има годишен извештај во кој директно или индиректно се адресираат некои од претходните прашања?

Табела/Графикон 30. Компанији што на веб страница имаат утврден пристап за ризици по човекови права, во проценти.

Дали според податоците на веб страницата компанијата има стратегија (утврден пристап) кон конкретни клучни ризици по човековите права?

	Фреквенција	Процент	Валиден процент	Кумулативен процент
да	8	13.6	13.6	13.6
не	51	86.4	86.4	100.0
Вкупно	59	100.0	100.0	



Дали компанијата има стратегија (утврден пристап) кон конкретни клучни ризици по ЧП?

Табела/Графикон 31. Компанији што на веб страницата имаат информации за механизам за поплаки, во проценти.

Дали на веб страницата на компанијата има механизам за поплаки (grievance mechanism)?

	Фреквенција	Процент	Валиден процент	Кумулативен процент
да	58	98.3	98.3	98.3
не	1	1.7	1.7	100.0
Вкупно	59	100.0	100.0	



Табела/Графикон 32. Компанији што на веб страницата имаат наведено процедура за разрешување на поплаки, во проценти.

Дали на веб страницата на компанијата е наведена процедура (правила, надлежно тело) за решавање на поплаките?

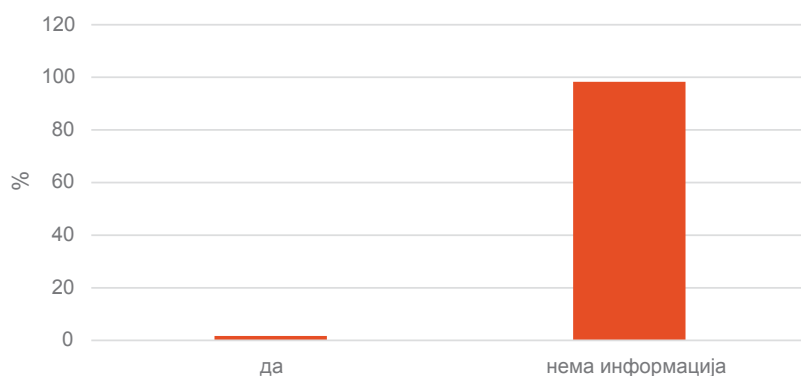
	Фреквенција	Процент	Валиден процент	Кумулативен процент
да	13	22.0	22.0	22.0
не	2	3.4	3.4	25.4
нема информација	44	74.6	74.6	100.0
Вкупно	59	100.0	100.0	



Табела/Графикон 33. Компанији што на веб страницата демонстрираат пракса на сослушување на вработените, во проценти.

Дали компанијата демонстрира постоење на пракса да ги слуша вработените?

	Фреквенција	Процент	Валиден процент	Кумулативен процент
да	1	1.7	1.7	1.7
нема информација	58	98.3	98.3	100.0
Вкупно	59	100.0	100.0	

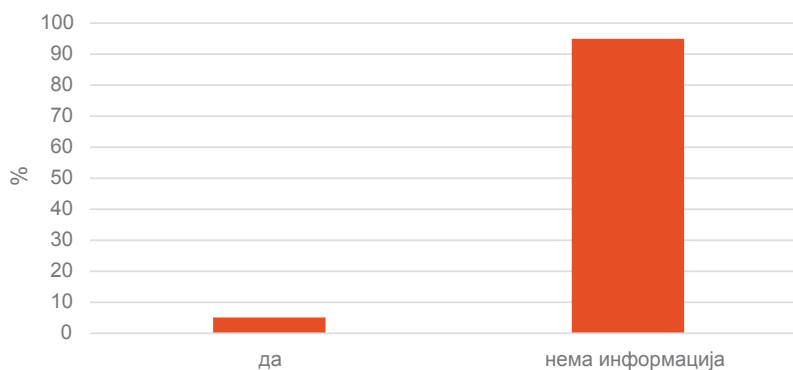


Дали компанијата демонстрира постоење на пракса да ги слуша вработените?

Табела/Графикон 34. Компанији што на веб страницата демонстрираат пракса на сослушување на потрошувачите, во проценти.

Дали компанијата демонстрира постоење на пракса да ги слуша потрошувачите?

	Фреквенција	Процент	Валиден процент	Кумулативен процент
да	3	5.1	5.1	5.1
нема информација	56	94.9	94.9	100.0
Вкупно	59	100.0	100.0	



Дали компанијата демонстрира постоење на пракса да ги слуша потрошувачите?

Табела/Графикон 35. Компании што на веб страницата демонстрираат пракса на сослушување на релевантните чинители, во проценти.

Дали компанијата покажува постоење на пракса да ги слуша релевантните чинители?				
	Фреквенција	Процент	Валиден процент	Кумулативен процент
да	2	3.4	3.4	3.4
нема	57	96.6	96.6	100.0
Вкупно	59	100.0	100.0	



Табела/Графикон 36. Компании што на веб страницата го имаат спомнато концептот Глобален договор.

Дали на веб страницата компанијата го споменува терминот/концептот Глобален договор?				
	Фреквенција	Процент	Валиден процент	Кумулативен процент
да	8	13.6	13.6	13.6
не	51	86.4	86.4	100.0
Вкупно	59	100.0	100.0	



Табела/Графикон 37. Компанији што на веб страницата директно го спомнуваат терминот човекови права, во проценти.

Дали компанијата на веб страницата директно го спомнува терминот човекови права?				
	Фреквенција	Процент	Валиден процент	Кумулативен процент
да	17	28.8	28.8	28.8
не	42	71.2	71.2	100.0
Вкупно	59	100.0	100.0	



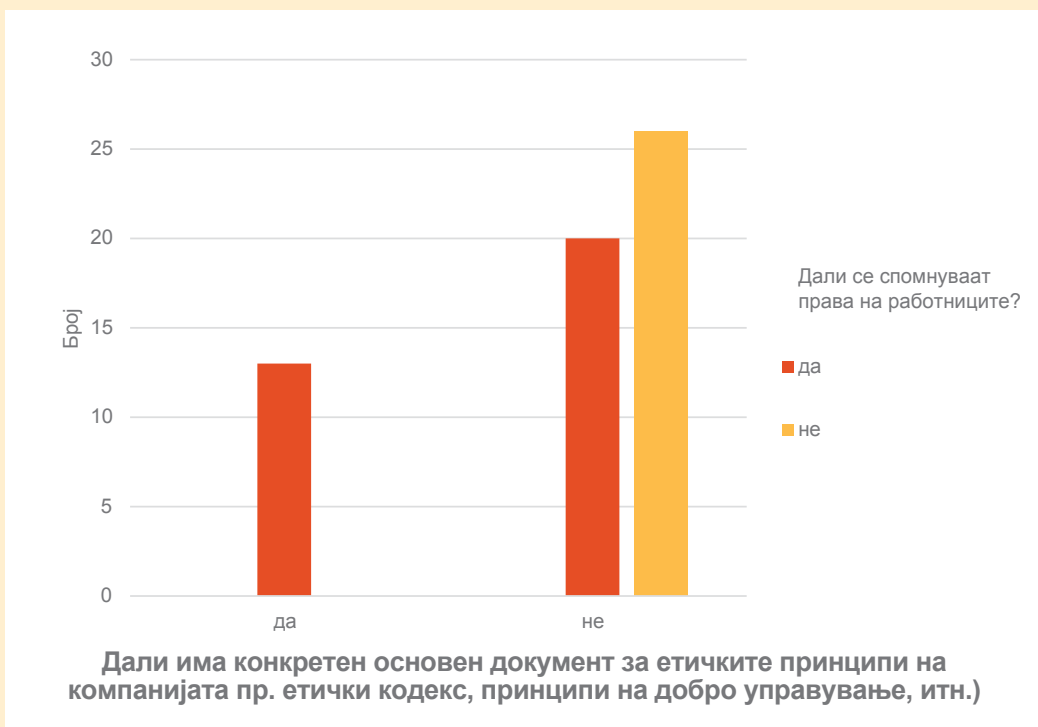
Табела/Графикон 38. Застапенот на податоци за темата според локална/глобална ориентираност на онлајн присуството.

Дали компанијата има веб страница во државта или глобално? *							
На скала од 1-4 колку информации има објавено компанијата на темата?							
			На скала од 1-4 колку информации има објавено компанијата на темата?				Вкупно
			воопшто нема	минимални	средно	многу	
Дали компанијата има веб страница во државта или глобално?	Во државта	Број	21	23	6	3	53
		% во рамки на категоријата	39.6%	43.4%	11.3%	5.7%	100.0%
	Глобално	Број	0	1	1	4	6
		% во рамки на категоријата	0.0%	16.7%	16.7%	66.7%	100.0%
Вкупно		Број	21	24	7	7	59
		% во рамки на категоријата	35.6%	40.7%	11.9%	11.9%	100.0%

Табела/Графикон 39. Компанији што имаат објавено документ за етички принципи во работењето според веб-страница, кростабулација.

Дали има конкретен основен документ за етичките принципи на компанијата пр. етички кодекс, принципи на добро управување, итн.) * Дали се спомнуваат права на работниците? Кростабулација

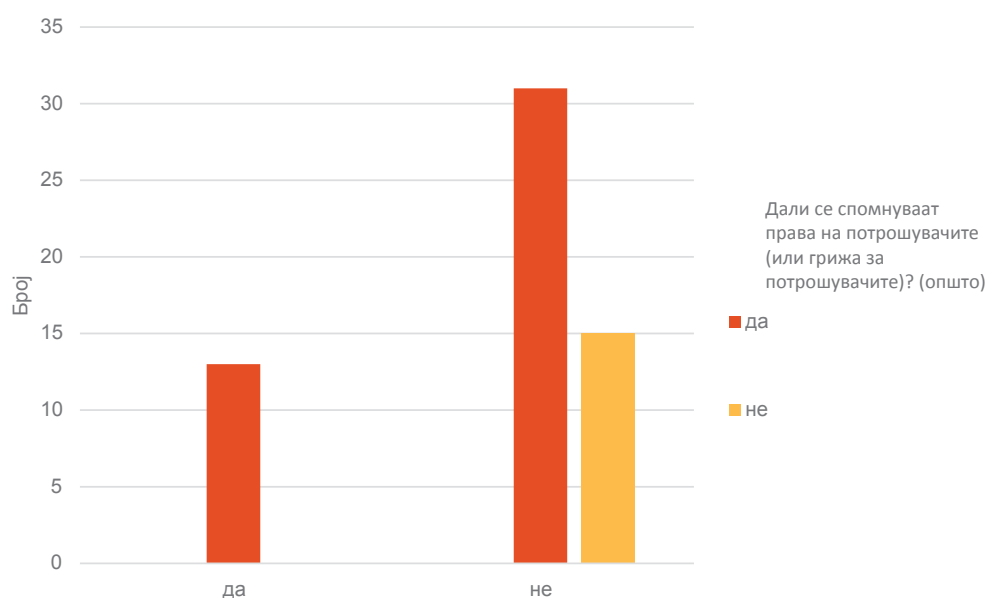
			Дали се спомнуваат права на работниците?		Вкупно
			да	не	
Дали има конкретен основен документ за етичките принципи на компанијата пр. етички кодекс, принципи на добро управување, итн.)	да	Број	13	0	13
		% во рамки на категоријата	100.0%	0.0%	100.0%
	не	Број	20	26	46
		% во рамки на категоријата	43.5%	56.5%	100.0%
Вкупно		Број	33	26	59
		% во рамки на категоријата	55.9%	44.1%	100.0%



Табела/Графикон 40. Компании според постоење на основен документ за етичко работење и демонстрирана грижа за права на потрошувачи, кростабулација.

Дали има конкретен основен документ за етичките принципи на компанијата пр. етички кодекс, принципи на добро управување, итн.) * Дали се спомнуваат права на потрошувачите (или грижа за потрошувачите)? (општо) Кростабулација

			Дали се спомнуваат права на потрошувачите (или грижа за потрошувачите)? (општо)		Вкупно
			да	не	
Дали има конкретен основен документ за етичките принципи на компанијата пр. етички кодекс, принципи на добро управување, итн.)	да	Број	13	0	13
		% во рамки на категоријата	100.0%	0.0%	100.0%
	не	Број	31	15	46
		% во рамки на категоријата	67.4%	32.6%	100.0%
Вкупно		Број	44	15	59
		% во рамки на категоријата	74.6%	25.4%	100.0%

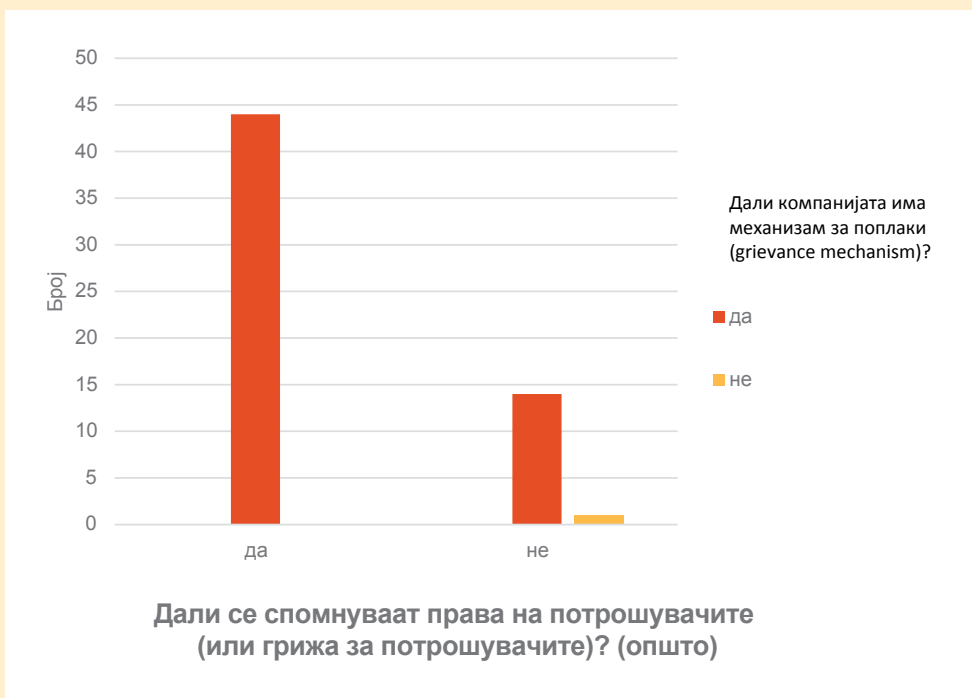


Дали има конкретен основен документ за етичките принципи на компанијата пр. етички кодекс, принципи на добро управување, итн.)

Табела/Графикон 41. Претпријатија што декларираат грижа за потрошувачите и имаат механизам за поплаки (кростабулација).

Дали се спомнуваат права на потрошувачите (или грижа за потрошувачите)? (општо) * Дали компанијата има механизам за поплаки (grievance mechanism)?
Кростабулација

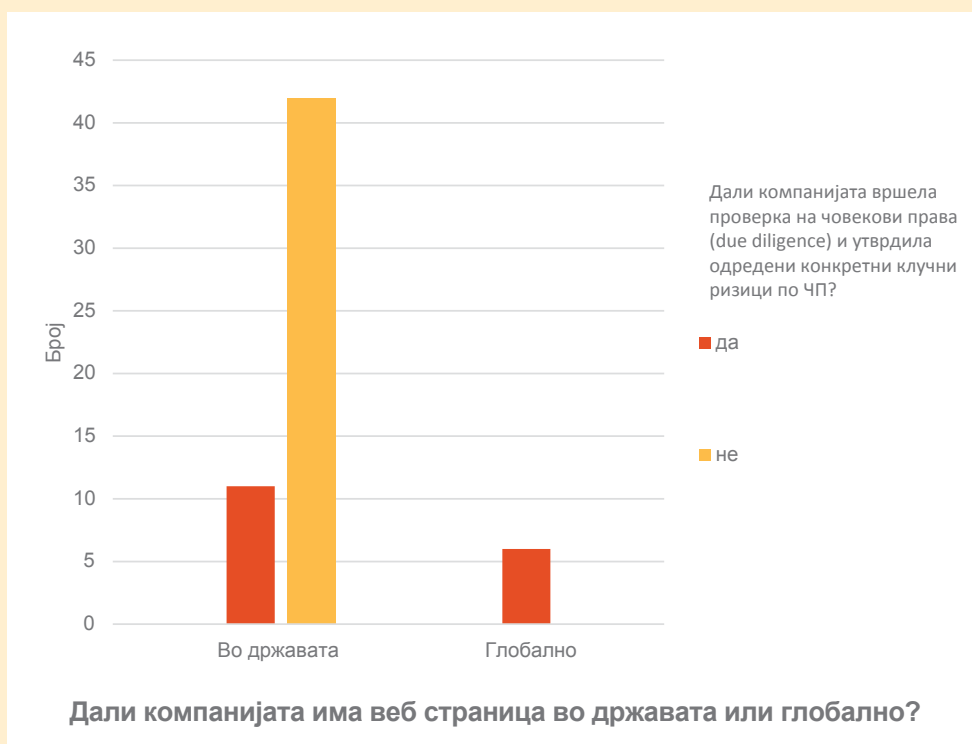
			Дали компанијата има механизам за поплаки (grievance mechanism)?		Вкупно
			да	не	
Дали се спомнуваат права на потрошувачите (или грижа за потрошувачите)? (општо)	да	Број	44	0	44
		% во рамки на категоријата	100.0%	0.0%	100.0%
	не	Број	14	1	15
		% во рамки на категоријата	93.3%	6.7%	100.0%
Вкупно		Број	58	1	59
		% во рамки на категоријата	98.3%	1.7%	100.0%



Табела/Графикон 42. Процент на компании кои имаат механизми за претходна проверка на човекови права (due diligence), според веб страница.

Дали компанијата има веб страница во државата или глобално? *
Дали компанијата вршела претходна проверка на човекови права (due diligence) и утврдила одредени конкретни клучни ризици по ЧП?
Кростабулација

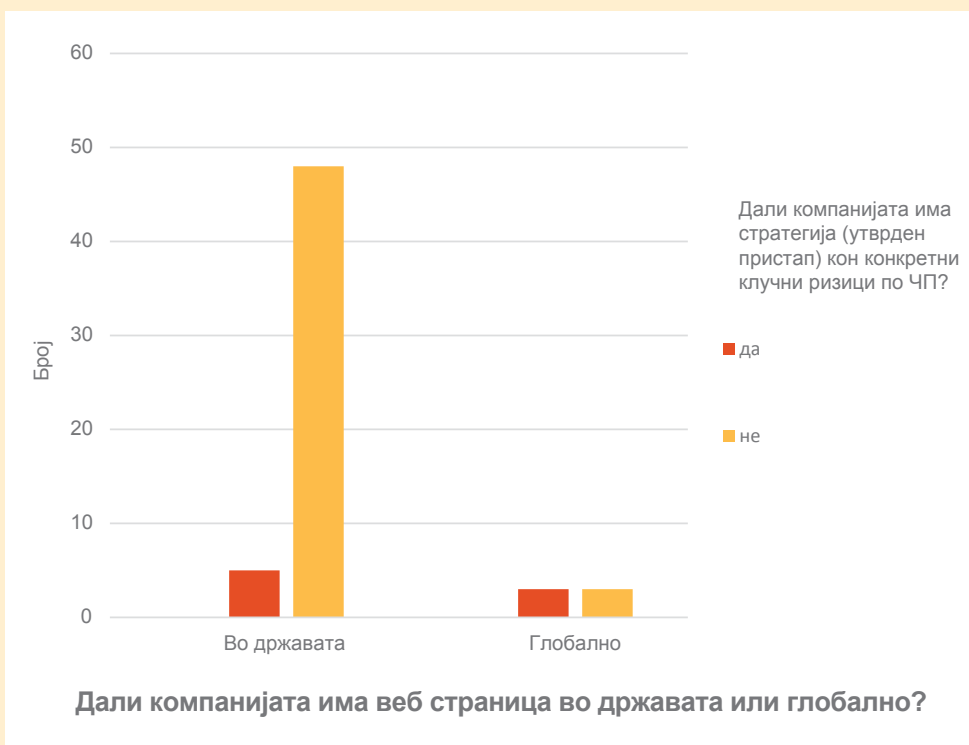
			Дали компанијата вршела проверка на човекови права (due diligence) и утврдила одредени конкретни клучни ризици по ЧП?		Вкупно
			да	не	
Дали компанијата има веб страница во државата или глобално?	Во државата	Број	11	42	53
		% во рамки на категоријата	20.8%	79.2%	100.0%
	Глобално	Број	6	0	6
		% во рамки на категоријата	100.0%	0.0%	100.0%
Вкупно		Број	17	42	59
	% во рамки на категоријата		28.8%	71.2%	100.0%



Табела/Графикон 43. Компанији со утврден пристап кон клучни ризици по човекови права според веб страница, кростабулација.

Дали компанијата има веб страница во државата или глобално? * Дали компанијата има стратегија (утврден пристап) кон конкретни клучни ризици по ЧП? Кростабулација

			Дали компанијата има стратегија (утврден пристап) кон конкретни клучни ризици по ЧП?		Вкупно
			да	не	
Дали компанијата има веб страница во државата или глобално?	Во државата	Број	5	48	53
		% во рамки на категоријата	9.4%	90.6%	100.0%
	Глобално	Број	3	3	6
		% во рамки на категоријата	50.0%	50.0%	100.0%
Вкупно		Број	8	51	59
		% во рамки на категоријата	13.6%	86.4%	100.0%



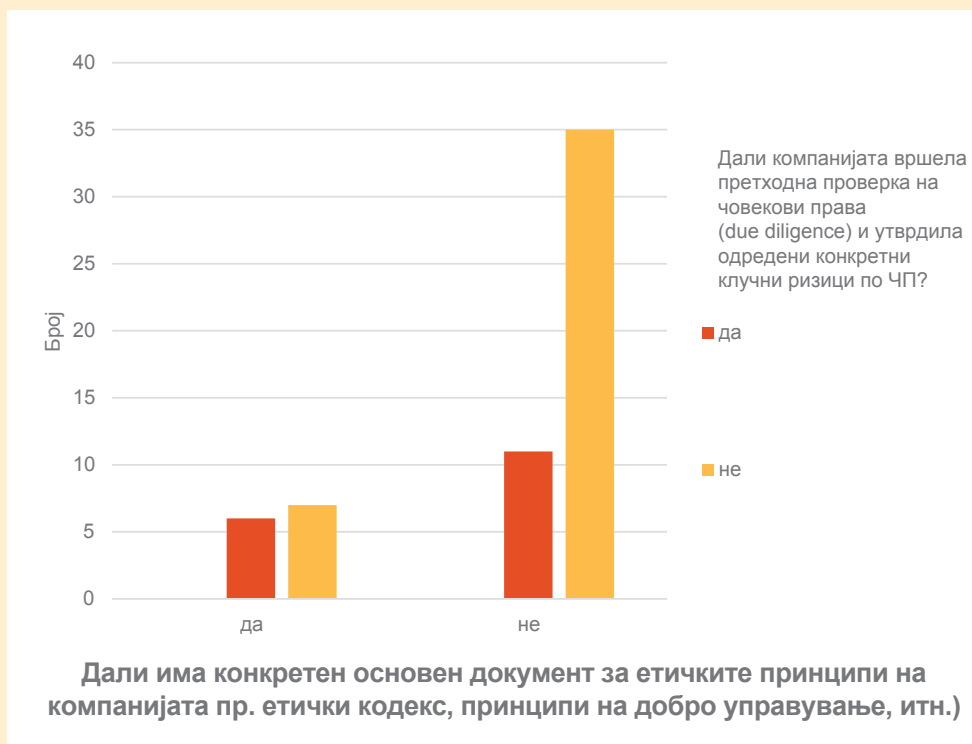
Табела/Графикон 44. Компанији со конкретен основен документ за етички принципи и утврдување конкретни ризици по човекови права, кростабулација.

Дали има конкретен основен документ за етичките принципи на компанијата пр. етички кодекс, принципи на добро управување, итн.)

*** Дали компанијата вршела претходна проверка на човекови права (due diligence) и утврдила одредени конкретни клучни ризици по ЧП?**

Кростабулација

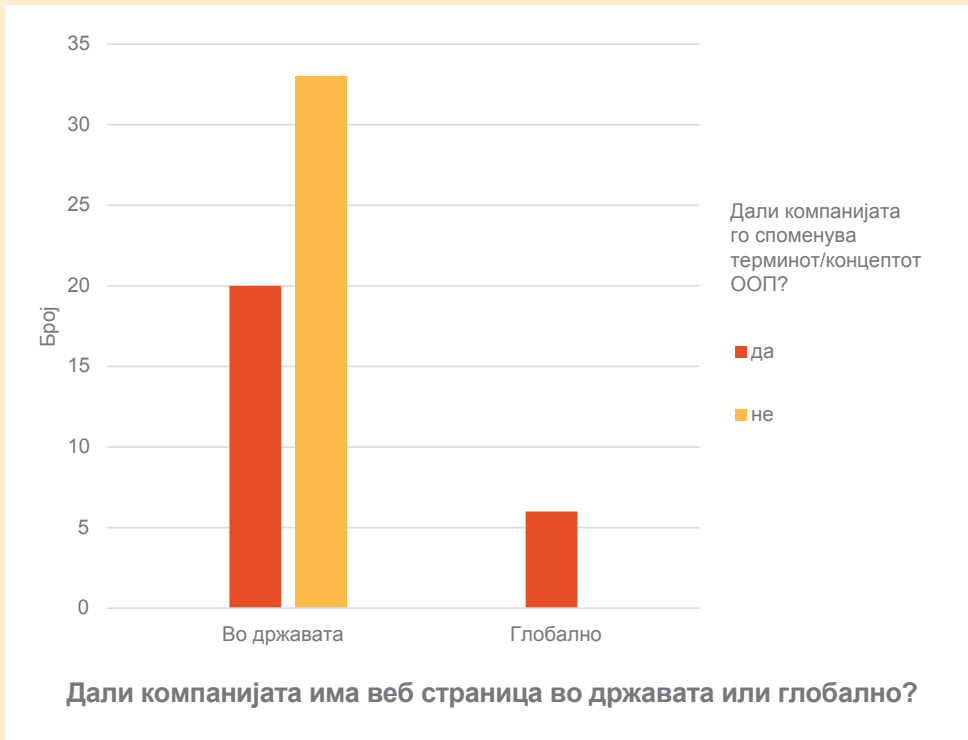
			Дали компанијата вршела претходна проверка на човекови права (due diligence) и утврдила одредени конкретни клучни ризици по ЧП?		Вкупно
			да	не	
Дали има конкретен основен документ за етичките принципи на компанијата пр. етички кодекс, принципи на добро управување, итн.)	да	Број	6	7	13
		% во рамки на категоријата	46.2%	53.8%	100.0%
	не	Број	11	35	46
		% во рамки на категоријата	23.9%	76.1%	100.0%
Вкупно	Број	17	42	59	
	% во рамки на категоријата	28.8%	71.2%	100.0%	



Табела/Графикон 45. Наведен концепт на корпоративна општествена одговорност, според веб страница (кростабулација).

Дали компанијата има веб страница во државата или глобално?
*** Дали компанијата го споменува терминот/концептот ООП (CSR)?**
Кростабулација

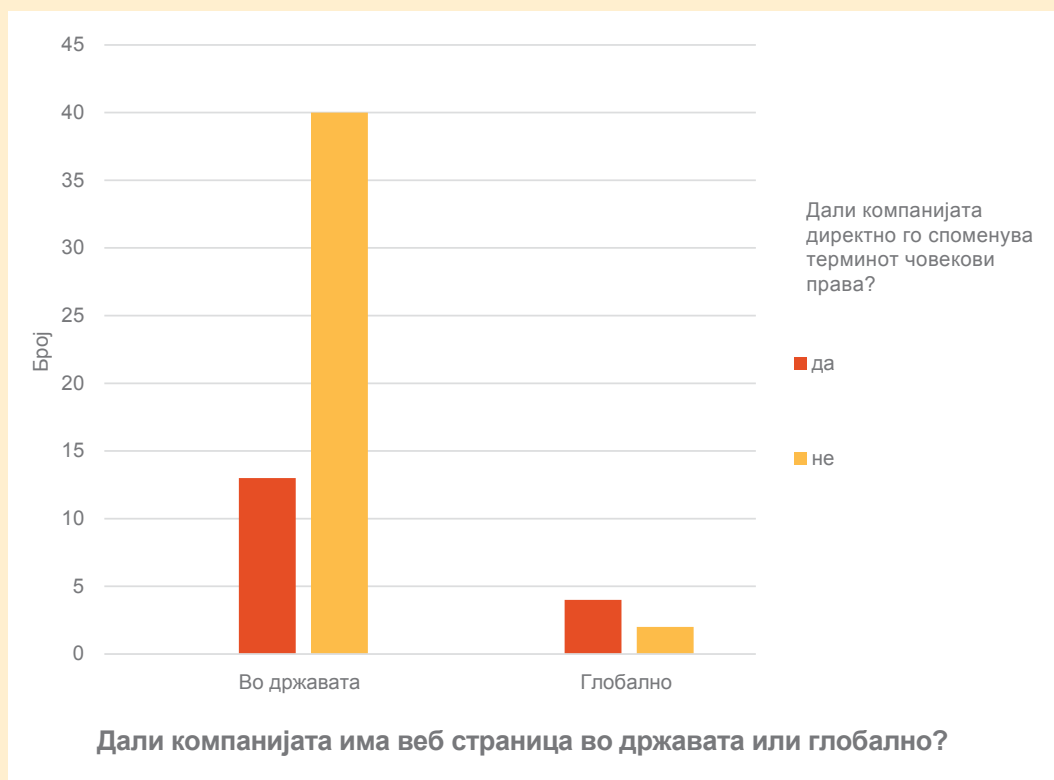
			Дали компанијата го споменува терминот/концептот ООП (CSR)?		Вкупно
			да	не	
Дали компанијата има веб страница во државата или глобално?	Во државата	Број	20	33	53
		% во рамки на категоријата	37.7%	62.3%	100.0%
	Глобално	Број	6	0	6
		% во рамки на категоријата	100.0%	0.0%	100.0%
Вкупно		Број	26	33	59
		% во рамки на категоријата	44.1%	55.9%	100.0%



Табела/Графикон 46. Наведување на термин човекови права, според веб страница (кростабулација).

Дали компанијата има веб страница во државата или глобално? *
Дали компанијата директно го споменува терминот човекови права?
Кростабулација

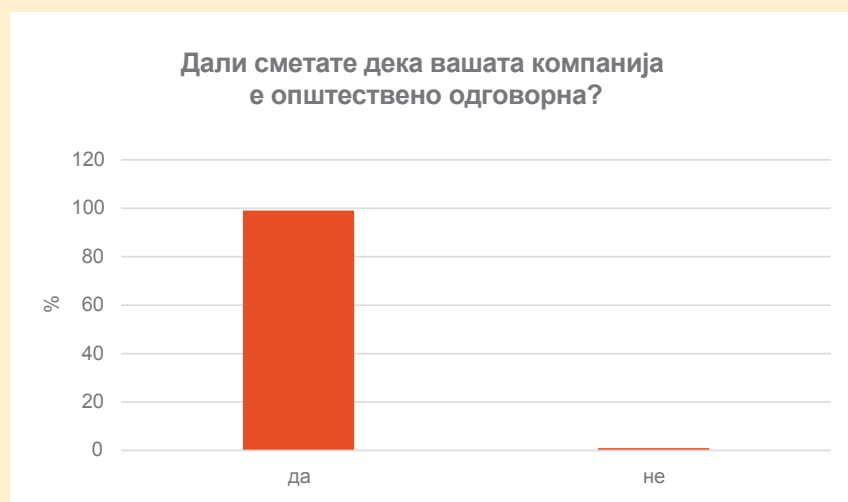
			Дали компанијата директно го споменува терминот човекови права?		Вкупно
			да	не	
Дали компанијата има веб страница во државата или глобално?	Во државата	Број	13	40	53
		% во рамки на категоријата	24.5%	75.5%	100.0%
	Глобално	Број	4	2	6
		% во рамки на категоријата	66.7%	33.3%	100.0%
Вкупно		Број	17	42	59
		% во рамки на категоријата	28.8%	71.2%	100.0%



Анекс 2: Резултати од анкета со компании

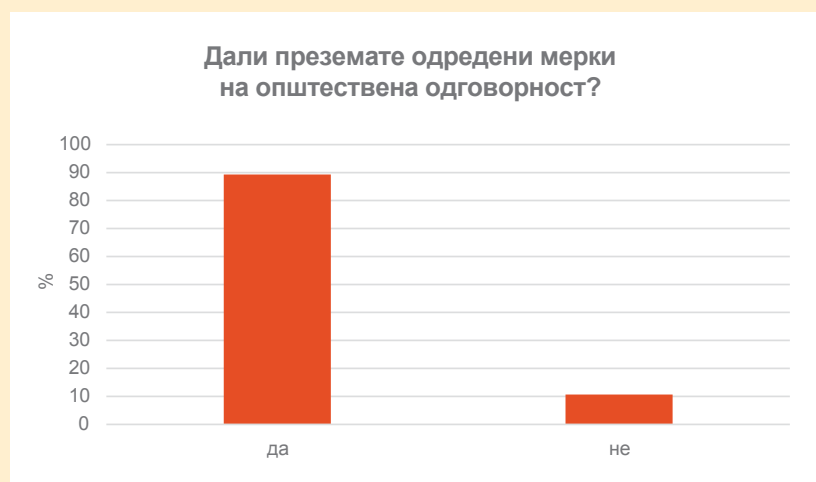
Табела/Графикон 47. Самоперцепција за општествена одговорност кај компаниите.

Дали сметате дека вашата компанија е општествено одговорна?				
	Фреквенција	Процент	Валиден процент	Кумулативен процент
да	104	99.0	99.0	99.0
не	1	1.0	1.0	100.0
Вкупно	105	100.0	100.0	



Табела/Графикон 48. Процент на компании што преземаат мерки на општествена одговорност.

Дали преземате одредени мерки на општествена одговорност?					
		Фреквенција	Процент	Валиден процент	Кумулативен процент
Валидни	да	92	87.6	89.3	89.3
	не	11	10.5	10.7	89.3
	Вкупно	103	98.1	100.0	100.0
Недостасуваат	Систем	2	1.9		
Вкупно		105	100.0		



Табела/Графикон 49. Носители на одлуки за мерки за општествена одговорност на компаниите, во проценти.

		Фреквенција	Процент	Валиден процент	Кумулативен процент
Валидни	сопственик/директор	35	33.3	38.9	38.9
	управител/менаџер	33	31.4	36.7	75.6
	управен одбор/врвен менаџмент	12	11.4	13.3	88.9
	повеќе органи/сектори во претпријатието	7	6.7	7.8	96.7
	друго	3	2.9	3.3	100.0
	Вкупно	90	85.7	100.0	
Недостасуваат	немам одговор	15	14.3		
Вкупно		105	100.0		



Табела/Графикон 50. Процент на компании што организирале обуки за општествена одговорност.

		Фреквенција	Процент	Валиден процент	Кумулативен процент
Валидни	да	33	31.4	32.7	32.7
	не	68	64.8	67.3	100.0
	Вкупно	101	96.2	100.0	
Недостасуваат	немам одговор	4	3.8		
Вкупно		105	100.0		



Табела/Графикон 51. Мерки за заштита на животната средина, во проценти.

Какви мерки?		Фреквенција	Процент	Валиден процент	Кумулативен процент
Валидни	управување со отпад (селектирање, складирање, рециклирање)	32	30.5	44.4	44.4
	мерки за енергетска ефикасност	3	2.9	4.2	48.6
	намалување на штетни емисии (филтри)	7	6.7	9.7	58.3
	мерки согласно интегрирана еколошка дозвола	5	4.8	6.9	65.3
	мерки согласно законска регулатива	2	1.9	2.8	68.1
	донации/проекти за заштита и унапредување на животната средина	2	1.9	2.8	70.8
	пошумување/хортикултурно уредување на заедниците	4	3.8	5.6	76.4
	друго	17	16.2	23.6	100.0
	Вкупно	72	68.6	100.0	
Недостасуваат	немам одговор	33	31.4		
Вкупно		105	100.0		



Табела/Графикон 52. Процент на компании што изјавиле дека реализираат мерки за помош на заедниците каде дејствуваат.

Дали вашата компанија превзема мерки за помагање на местата во кои работи (градови, региони, држави, итн.)					
		Фреквенција	Процент	Валиден процент	Кумулативен процент
Валидни	да	67	63.8	67.0	67.0
	не	33	31.4	33.0	100.0
	Вкупно	100	95.2	100.0	
Недостасуваат	не е релевантно за мојата компанија	2	1.9		
	немам одговор	3	2.9		
	Вкупно	5	4.8		
Вкупно		105	100.0		



Табела/Графикон 53. Мерки за поддршка на заедницата, во проценти.

Какви мерки?		Фреквенција	Процент	Валиден процент	Кумулативен процент
Валидни	поддршка на спортски клубови и манифестации	3	2.9	5.1	5.1
	соработка со локалната самоуправа	6	5.7	10.2	15.3
	помош на ранливи и социјално загрозуени категории (хуманитарни акции и сл.)	7	6.7	11.9	27.1
	поддршка на култура и културни манифестации	1	1.0	1.7	28.8
	активности за поддршка на образование	2	1.9	3.4	32.2
	еколошки акции	8	7.6	13.6	45.8
	донации	17	16.2	28.8	74.6
	изградба и одржување на патна инфраструктура	3	2.9	5.1	79.7
	друго	12	11.4	20.3	100.0
	Вкупно	59	56.2	100.0	
Недостасуваат	немам одговор	46	43.8		
Вкупно		105	100.0		



Табела/Графикон 54. Процент на компании што изјавиле дека дискутираат со вработените за нивните проблеми.

Дали вашата компанија има пракса да разговара со вработените за нивните потреби и проблеми?

		Фреквенција	Процент	Валиден процент	Кумулативен процент
Валидни	да	92	87.6	90.2	90.2
	не	10	9.5	9.8	100.0
	Вкупно	102	97.1	100.0	
Недостасуваат	не е релевантно за мојата компанија	1	1.0		
	немам одговор	2	1.9		
	Вкупно	3	2.9		
Вкупно		105	100.0		

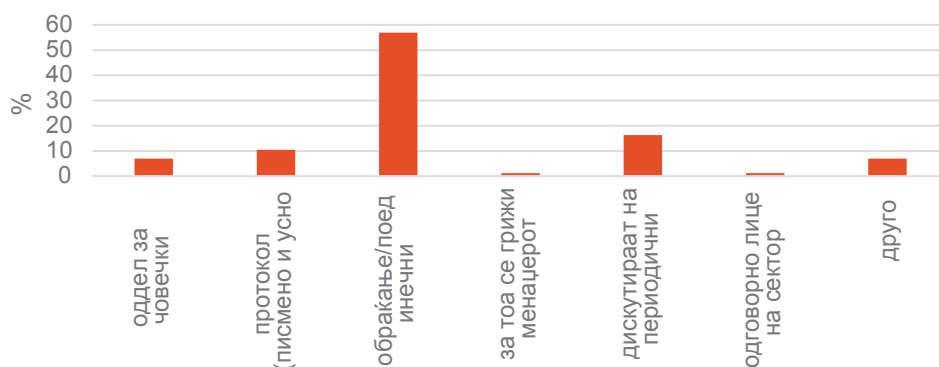


Табела/Графикон 55. Практи на сослушување на проблеми на вработените, во проценти.

На кој начин ги сослушувате вработените за нивните потреби?

		Фреквенција	Процент	Валиден процент	Кумулативен процент
Валидни	за тоа се грижи оддел за човечки ресурси/соодветно тело	6	5.7	7.0	7.0
	постои протокол (писмено и усно обраќање)	9	8.6	10.5	17.4
	усмено обраќање/ поединечни состаноци со надредени	49	46.7	57.0	74.4
	за тоа се грижи менаџерот	1	1.0	1.2	75.6
	проблемите се дискутираат на периодични состаноци	14	13.3	16.3	91.9
	одговорно лице на сектор	1	1.0	1.2	93.0
	друго	6	5.7	7.0	100.0
	Вкупно	86	81.9	100.0	
Недостасуваат	немам одговор	19	18.1		
Вкупно		105	100.0		

На кој начин ги сослушувате вработените за нивните потреби?



Табела/Графикон 56. Процент на компании што изјавиле дека се грижат за правата на потрошувачите.

		Фреквенција	Процент	Валиден процент	Кумулативен процент
Валидни	да	81	77.1	83.5	83.5
	не	16	15.2	16.5	100.0
	Вкупно	97	92.4	100.0	
Недостасуваат	не е релевантно за мојата компанија	3	2.9		
	немам одговор	5	4.8		
	Вкупно	8	7.6		
Вкупно		105	100.0		

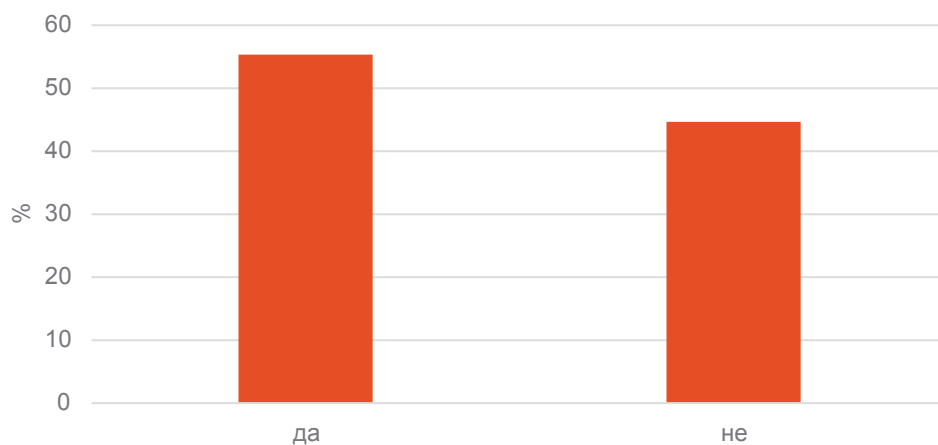


Табела/Графикон 57. Процент на компании што имаат пишан документ за етички принципи во работењето.

Дали вашата компанија има пишан документ за етичките принципи на компанијата пр. етички кодекс, принципи на добро управување, итн.)?

		Фреквенција	Процент	Валиден процент	Кумулативен процент
Валидни	да	57	54.3	55.3	55.3
	не	46	43.8	44.7	100.0
	Вкупно	103	98.1	100.0	
Недостасуваат	немам одговор	2	1.9		
Вкупно		105	100.0		

Дали вашата компанија има пишан документ за етичките принципи на компанијата пр. етички кодекс, принципи на добро управување, итн.)?

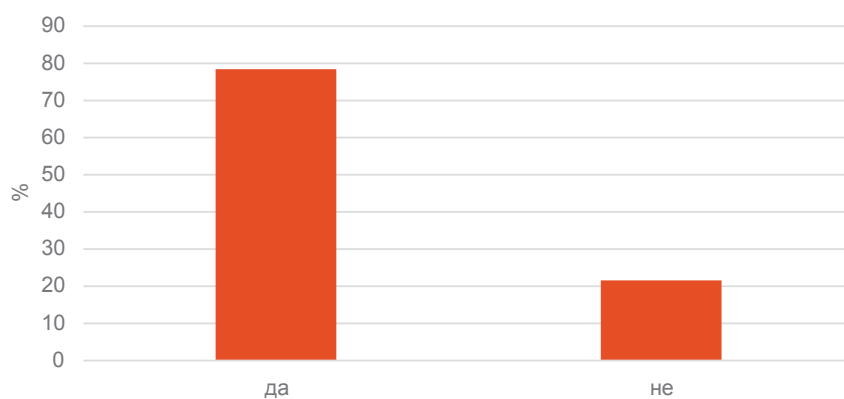


Табела/Графикон 58. Процент на компании што изјавиле дека преземаат мерки за заштита на работниците од дискриминација.

Дали вашата компанија превзема мерки за заштита на работниците од дискриминација?

		Фреквенција	Процент	Валиден процент	Кумулативен процент
Валидни	да	80	76.2	78.4	78.4
	не	22	21.0	21.6	100.0
	Вкупно	102	97.1	100.0	
Недостасуваат	немам одговор	3	2.9		
Вкупно		105	100.0		

Дали вашата компанија превзема мерки за заштита на работниците од дискриминација?

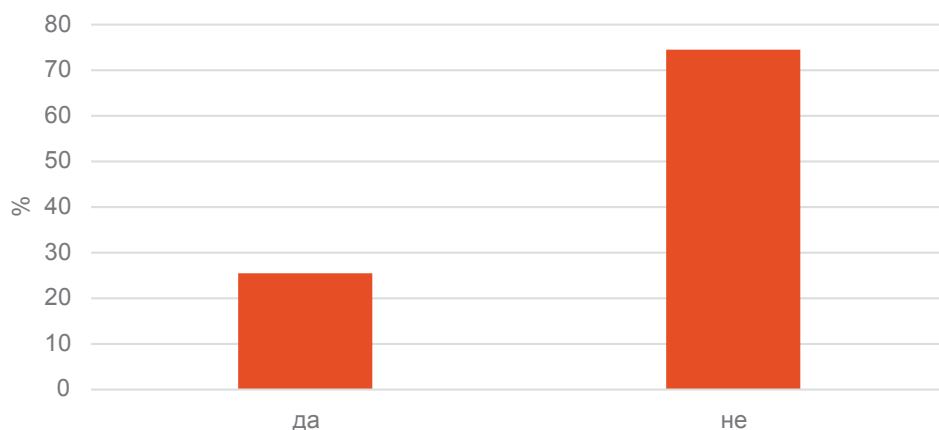


Табела/Графикон 59. Процент на компании што организирале обуки за вработените на тема човекови права.

Дали вашата компанијата држела обуки за вработените на тема заштита на човекови права?

		Фреквенција	Процент	Валиден процент	Кумулативен процент
Валидни	да	26	24.8	25.5	25.5
	не	76	72.4	74.5	100.0
	Вкупно	102	97.1	100.0	
Недостасуваат	немам одговор	3	2.9		
Вкупно		105	100.0		

Дали вашата компанијата држела обуки за вработените на тема заштита на човекови права?



Табела/Графикон 60. Процент на компании запознаени со концептот Водечки принципи за бизнис и човекови права.

Дали компанијата е запознаена со терминот/концептот Водечки принципи за бизнис и човекови права?

		Фреквенција	Процент	Валиден процент	Кумулативен процент
Валидни	да	43	41.0	42.2	42.2
	не	59	56.2	57.8	100.0
	Вкупно	102	97.1	100.0	
Недостасуваат	немам одговор	3	2.9		
Вкупно		105	100.0		



Табела/Графикон 61. Процент на компании што имале соработка со граѓанска организација.

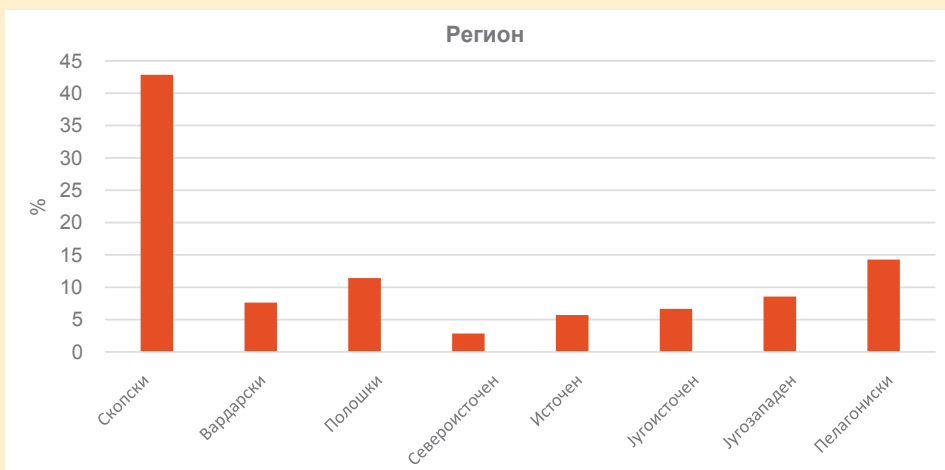
Дали вашата компанија имала некаква соработка со граѓанска организација?

		Фреквенција	Процент	Валиден процент	Кумулативен процент
Валидни	да	40	38.1	38.1	38.1
	не	62	59.0	59.0	97.1
	немам одговор	3	2.9	2.9	100.0
	Вкупно	105	100.0	100.0	



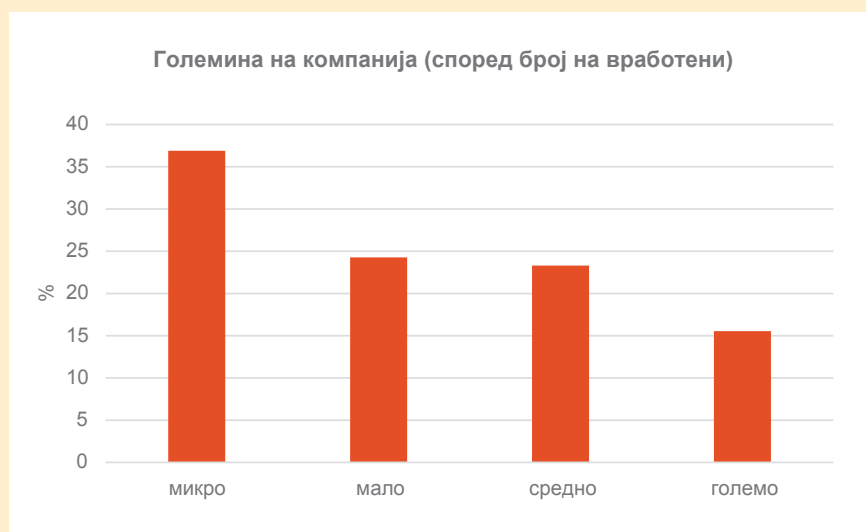
Табела/Графикон 62. Регионална застапеност на компании во анкетно истражување.

Регион				
	Фреквенција	Процент	Валиден процент	Кумулативен процент
Скопски	45	42.9	42.9	42.9
Вардарски	8	7.6	7.6	50.5
Полошки	12	11.4	11.4	61.9
Североисточен	3	2.9	2.9	64.8
Источен	6	5.7	5.7	70.5
Југоисточен	7	6.7	6.7	77.1
Југозападен	9	8.6	8.6	85.7
Пелагониски	15	14.3	14.3	100.0
Вкупно	105	100.0	100.0	



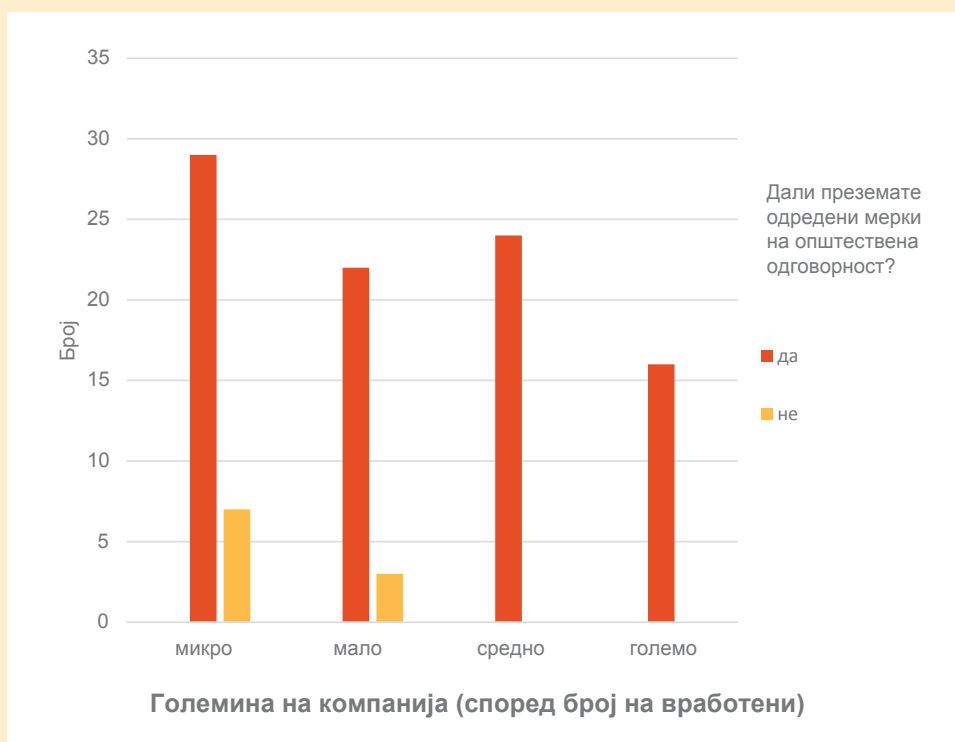
Табела/Графикон 63. Големина на компанији според број на вработени.

Големина на компанија (според број на вработени)		Фреквенција	Процент	Валиден процент	Кумулативен процент
	микро	38	36.2	36.9	36.9
	мало	25	23.8	24.3	61.2
	средно	24	22.9	23.3	84.5
	големо	16	15.2	15.5	100.0
	Вкупно	103	98.1	100.0	
	Одбива да одговори	2	1.9		
Вкупно		105	100.0		



Табела/Графикон 64. Процент на компании што преземаат мерки за општествена одговорност според големина (кростабулација).

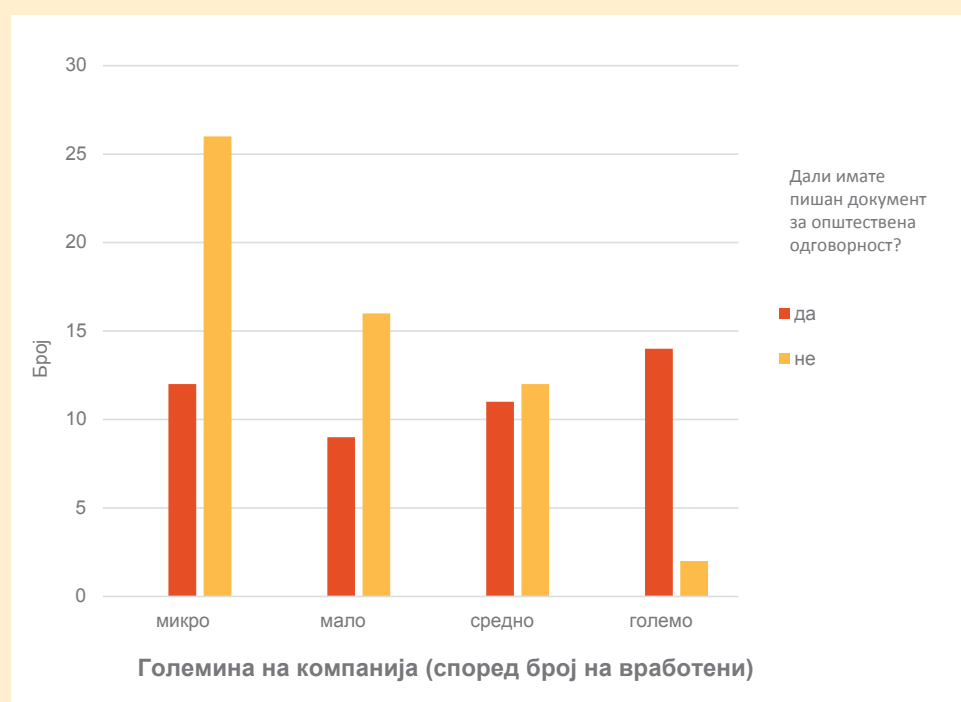
		Дали преземате одредени мерки на општествена одговорност?		Вкупно
		да	не	
микро	Број	29	7	36
	%	80.6%	19.4%	100.0%
мало	Број	22	3	25
	%	88.0%	12.0%	100.0%
средно	Број	24	0	24
	%	100.0%	0.0%	100.0%
големо	Број	16	0	16
	%	100.0%	0.0%	100.0%
Вкупно	Број	91	10	101
	%	90.1%	9.9%	100.0%



Табела/Графикон 65. Процент на компании што имаат пишан документ за општествена одговорност според големината (кростабулација).

Големина на компанија (според број на вработени) * Дали имате пишан документ за општествена одговорност? Кростабулација

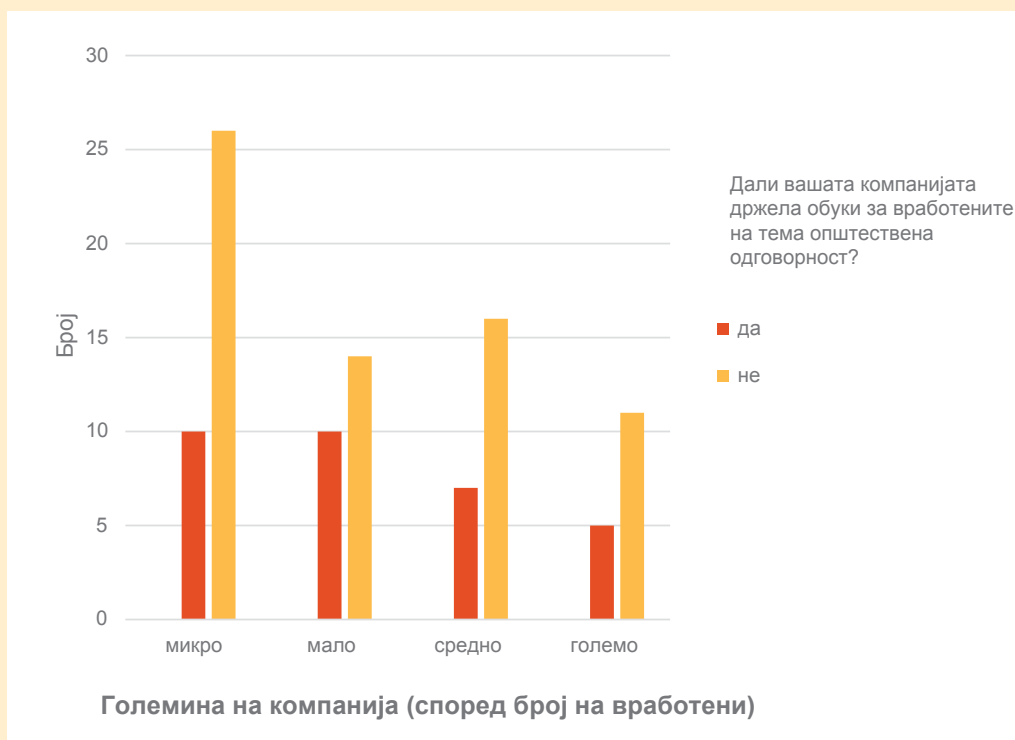
			Дали имате пишан документ за општествена одговорност?		Вкупно
			да	не	
Големина на компанија (според број на вработени)	микро	Број	12	26	38
		% во категоријата	31.6%	68.4%	100.0%
	мало	Број	9	16	25
		% во категоријата	36.0%	64.0%	100.0%
	средно	Број	11	12	23
		% во категоријата	47.8%	52.2%	100.0%
	големо	Број	14	2	16
		% во категоријата	87.5%	12.5%	100.0%
Вкупно	Број	46	56	102	
	% во категоријата	45.1%	54.9%	100.0%	



Табела/Графикон 66. Процент на компании што држеле обуки за вработените на тема општествена одговорност според големината (кростабулација).

Големина на компанија (според број на вработени)
*** Дали вашата компанијата држела обуки за вработените на тема општествена одговорност?**
Кростабулација

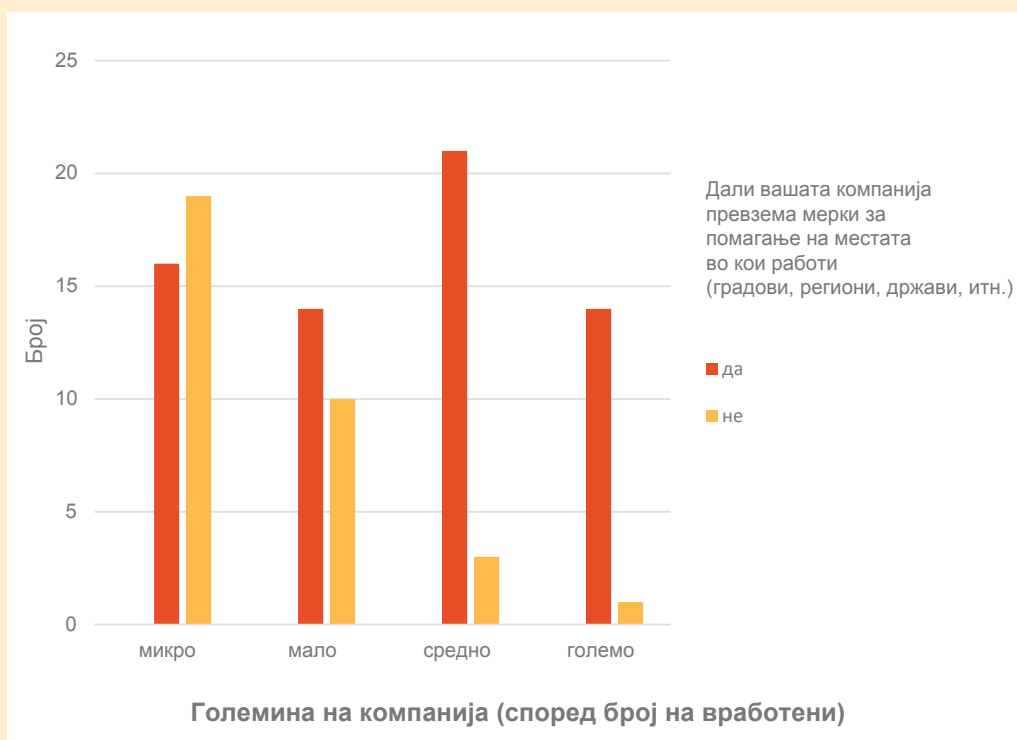
			Дали вашата компанијата држела обуки за вработените на тема општествена одговорност?		Вкупно
			да	не	
Големина на компанија (според број на вработени)	микро	Број	10	26	36
		% во категоријата	27.8%	72.2%	100.0%
	мало	Број	10	14	24
		% во категоријата	41.7%	58.3%	100.0%
	средно	Број	7	16	23
		% во категоријата	30.4%	69.6%	100.0%
	големо	Број	5	11	16
		% во категоријата	31.3%	68.8%	100.0%
Вкупно		Број	32	67	99
		% во категоријата	32.3%	67.7%	100.0%



Табела/Графикон 67. Процент на компании што преземаат мерки за помош на заедниците, според големина (кростабулација).

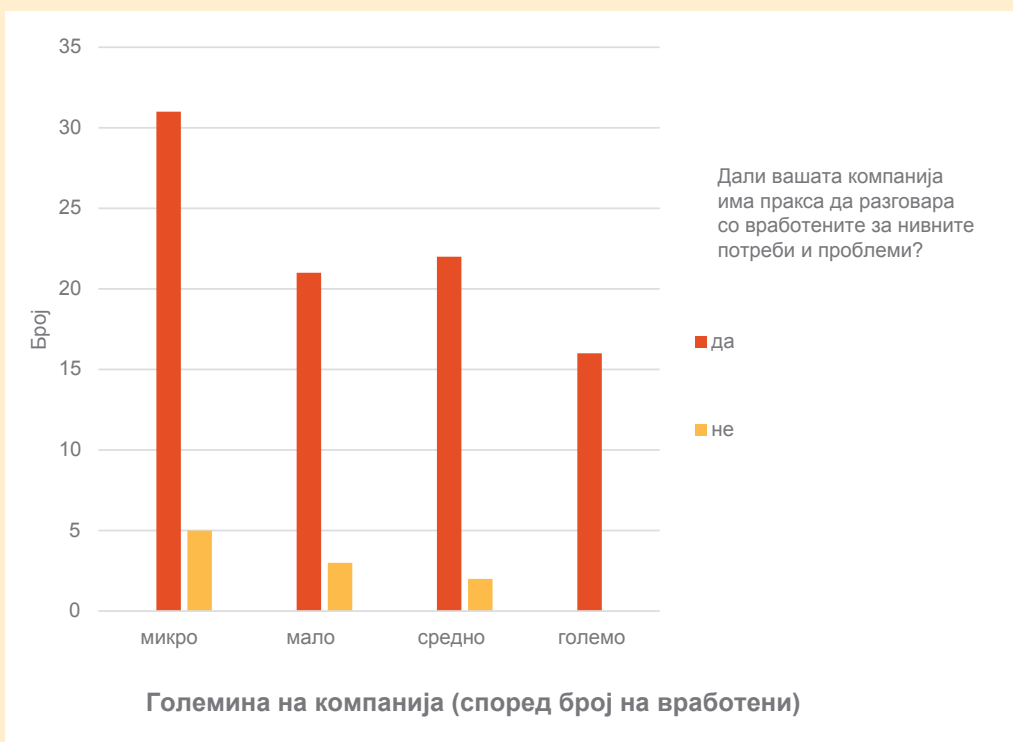
Големина на компанија (според број на вработени) *
Дали вашата компанија превзема мерки за помагање на местата во кои работи (градови, региони, држави, итн.)
Кростабулација

			Дали вашата компанија превзема мерки за помагање на местата во кои работи (градови, региони, држави, итн.)		Вкупно
			да	не	
Големина на компанија (според број на вработени)	микро	Број	16	19	35
		% во категоријата	45.7%	54.3%	100.0%
	мало	Број	14	10	24
		% во категоријата	58.3%	41.7%	100.0%
	средно	Број	21	3	24
		% во категоријата	87.5%	12.5%	100.0%
	големо	Број	14	1	15
		% во категоријата	93.3%	6.7%	100.0%
Вкупно		Број	65	33	98
		% во категоријата	66.3%	33.7%	100.0%



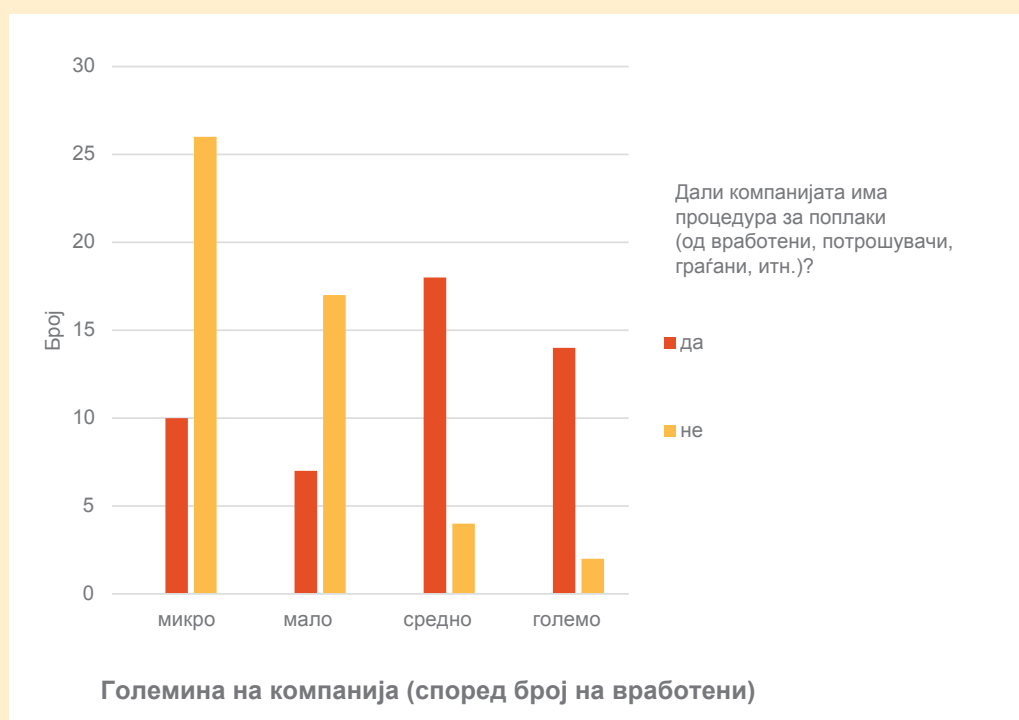
Табела/Графикон 68. Процент на компании што имаат пракса да разговарат со вработените за нивните проблеми, според големина (кростабулација).

Големина на компанија (според број на вработени) * Дали вашата компанија има пракса да разговара со вработените за нивните потреби и проблеми? Кростабулација					
			Дали вашата компанија има пракса да разговара со вработените за нивните потреби и проблеми?		Вкупно
			да	не	
Големина на компанија (според број на вработени)	микро	Број	31	5	36
		% во категоријата	86.1%	13.9%	100.0%
	мало	Број	21	3	24
		% во категоријата	87.5%	12.5%	100.0%
	средно	Број	22	2	24
		% во категоријата	91.7%	8.3%	100.0%
	големо	Број	16	0	16
		% во категоријата	100.0%	0.0%	100.0%
Вкупно		Број	90	10	100
		% во категоријата	90.0%	10.0%	100.0%



Табела/Графикон 69. Процент на компании што имаат процедури за поплаки, според големина (кростабулација).

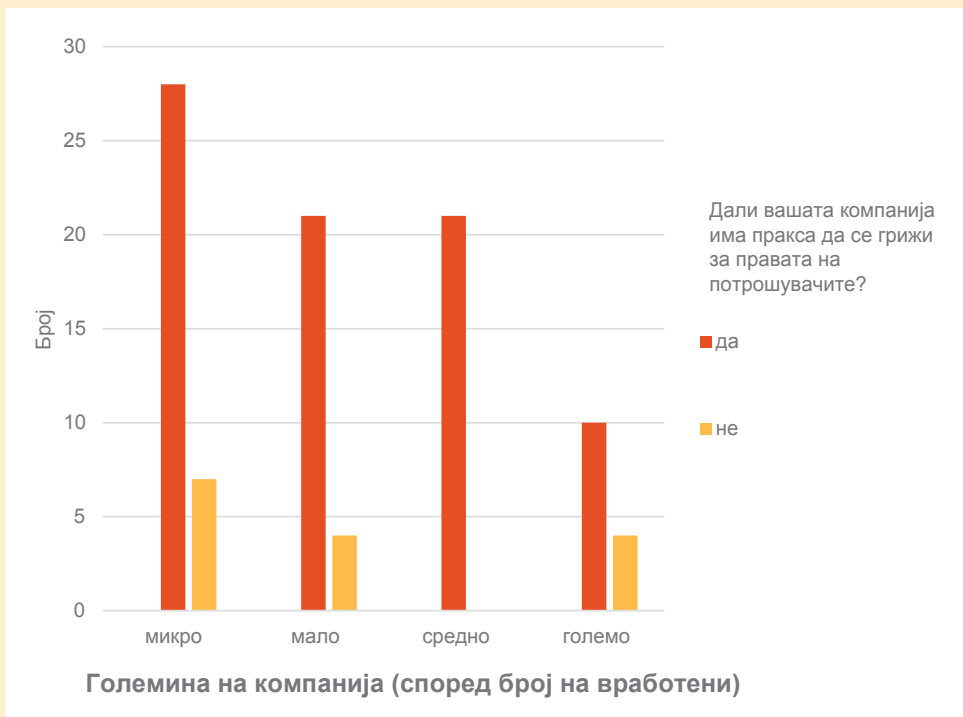
Големина на компанија (според број на вработени) * Дали компанијата има процедура за поплаки (од вработени, потрошувачи, граѓани, итн.)? Кростабулација			Дали компанијата има процедура за поплаки (од вработени, потрошувачи, граѓани, итн.)?		Вкупно
			да	не	
Големина на компанија (според број на вработени)	микро	Број	10	26	36
		% во категоријата	27.8%	72.2%	100.0%
	мало	Број	7	17	24
		% во категоријата	29.2%	70.8%	100.0%
	средно	Број	18	4	22
		% во категоријата	81.8%	18.2%	100.0%
	големо	Број	14	2	16
		% во категоријата	87.5%	12.5%	100.0%
Вкупно		Број	49	49	98
		% во категоријата	50.0%	50.0%	100.0%



Табела/Графикон 70. Компанији што се грижат за правата на потрошувачите, според големина (кростабулација).

**Големина на компанија (според број на вработени) * Дали вашата компанија има пракса да се грижи за правата на потрошувачите?
Кростабулација**

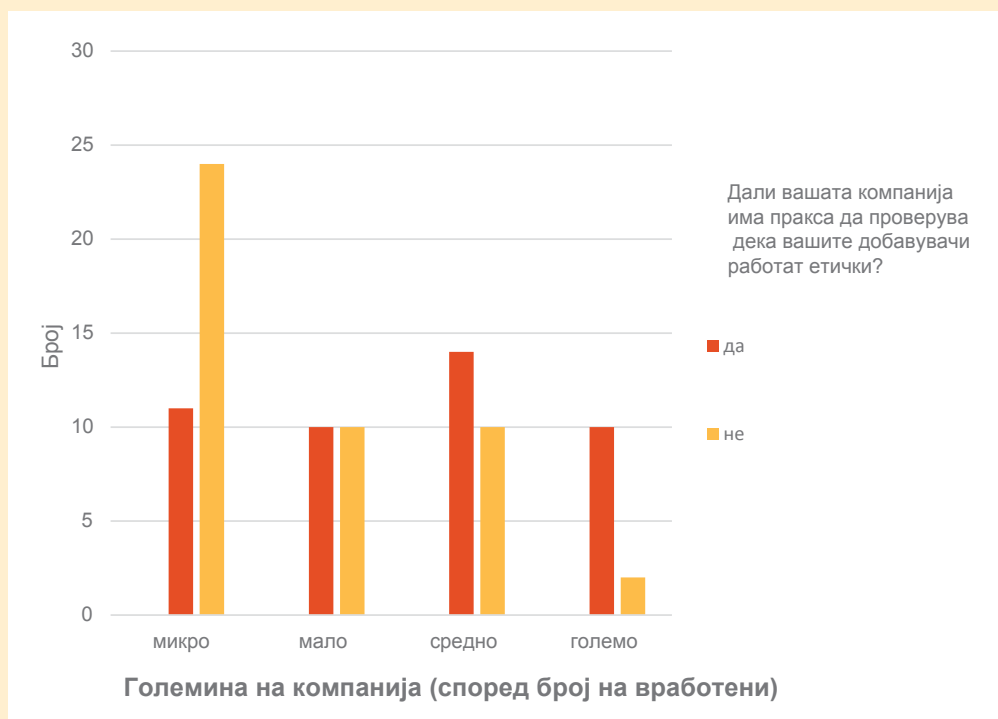
			Дали вашата компанија има пракса да се грижи за правата на потрошувачите?		Вкупно
			да	не	
Големина на компанија (според број на вработени)	микро	Број	28	7	35
		% во категоријата	80.0%	20.0%	100.0%
	мало	Број	21	4	25
		% во категоријата	84.0%	16.0%	100.0%
	средно	Број	21	0	21
		% во категоријата	100.0%	0.0%	100.0%
	големо	Број	10	4	14
		% во категоријата	71.4%	28.6%	100.0%
Вкупно		Број	80	15	95
		% во категоријата	84.2%	15.8%	100.0%



Табела/Графикон 71. Компанији што се грижат за етичкото работење на добавувачите, според големина (кростабулација).

**Големина на компанија (според број на вработени) * Дали вашата компанија има пракса да проверува дека вашите добавувачи работат етички?
Кростабулација**

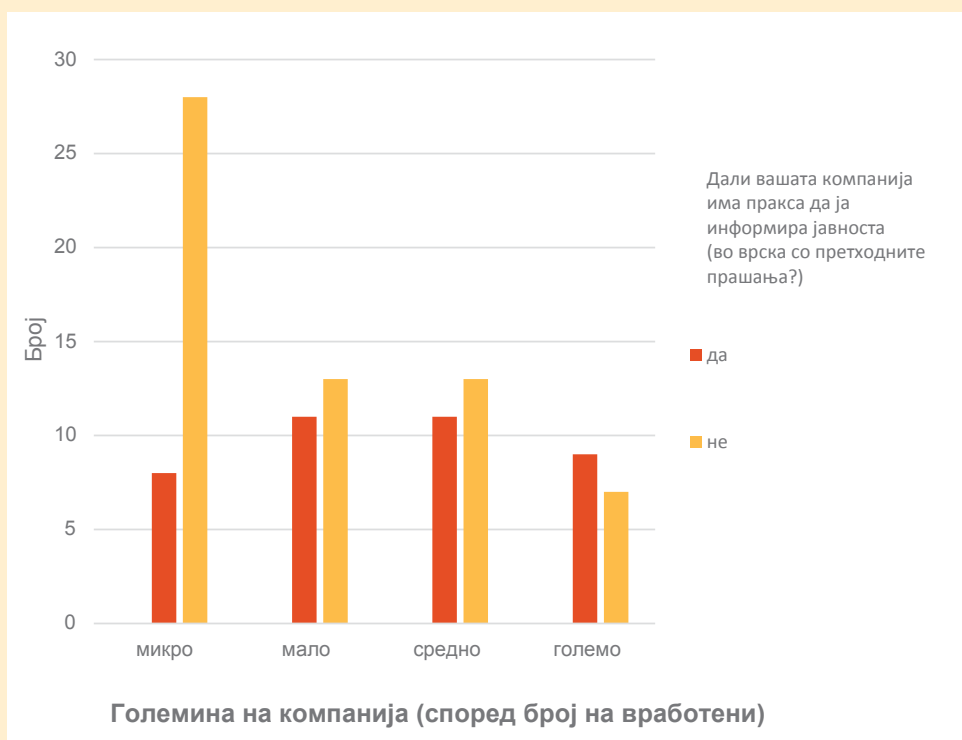
			Дали вашата компанија има пракса да проверува дека вашите добавувачи работат етички?		Вкупно
			да	не	
Големина на компанија (според број на вработени)	микро	Број	11	24	35
		% во категоријата	31.4%	68.6%	100.0%
	мало	Број	10	10	20
		% во категоријата	50.0%	50.0%	100.0%
	средно	Број	14	10	24
		% во категоријата	58.3%	41.7%	100.0%
	големо	Број	10	2	12
		% во категоријата	83.3%	16.7%	100.0%
Вкупно		Број	45	46	91
		% во категоријата	49.5%	50.5%	100.0%



Табела/Графикон 72. Компанији што ја информираат јавноста за активности врзани за општествена одговорност и заштита на човекови права, според големина (кростабулација).

Големина на компанија (според број на вработени) * Дали вашата компанија има пракса да ја информира јавноста (во врска со претходните прашања?)
Кростабулација

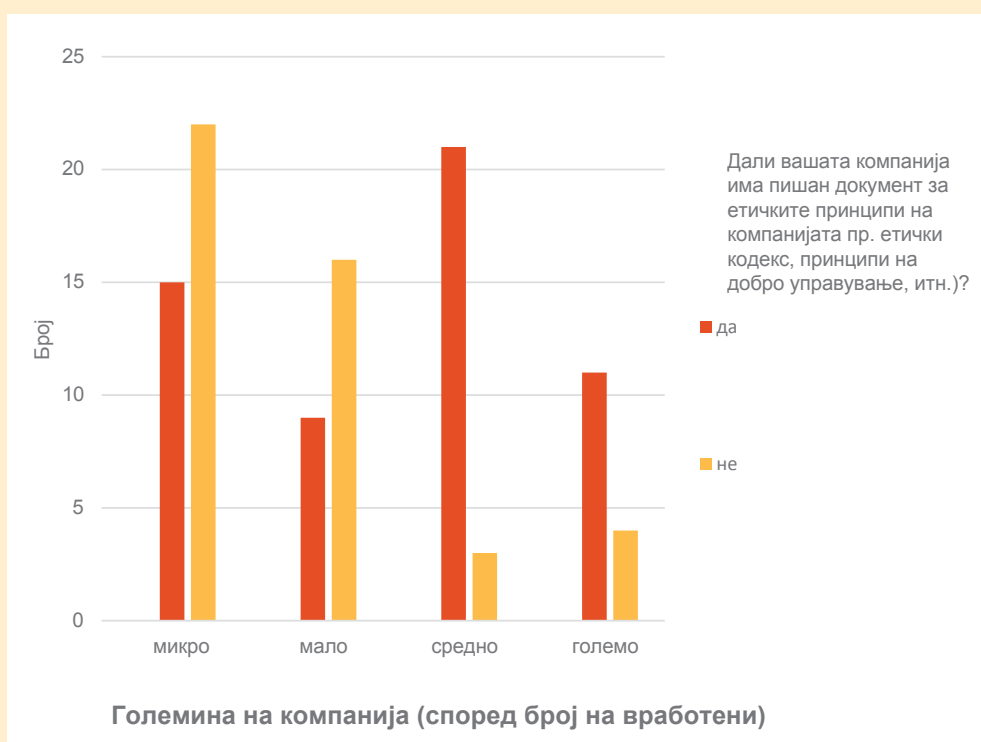
			Дали вашата компанија има пракса да ја информира јавноста (во врска со претходните прашања?)		Вкупно
			да	не	
Големина на компанија (според број на вработени)	микро	Број	8	28	36
		% во категоријата	22.2%	77.8%	100.0%
	мало	Број	11	13	24
		% во категоријата	45.8%	54.2%	100.0%
	средно	Број	11	13	24
		% во категоријата	45.8%	54.2%	100.0%
	големо	Број	9	7	16
		% во категоријата	56.3%	43.8%	100.0%
Вкупно		Број	39	61	100
		% во категоријата	39.0%	61.0%	100.0%



Табела/Графикон 73. Компанији што имаат донесено интерни акти за етичко работење, според големина (кростабулација).

**Големина на компанија (според број на вработени) * Дали вашата компанија има пишан документ за етичките принципи на компанијата пр. етички кодекс, принципи на добро управување, итн.)?
Кростабулација**

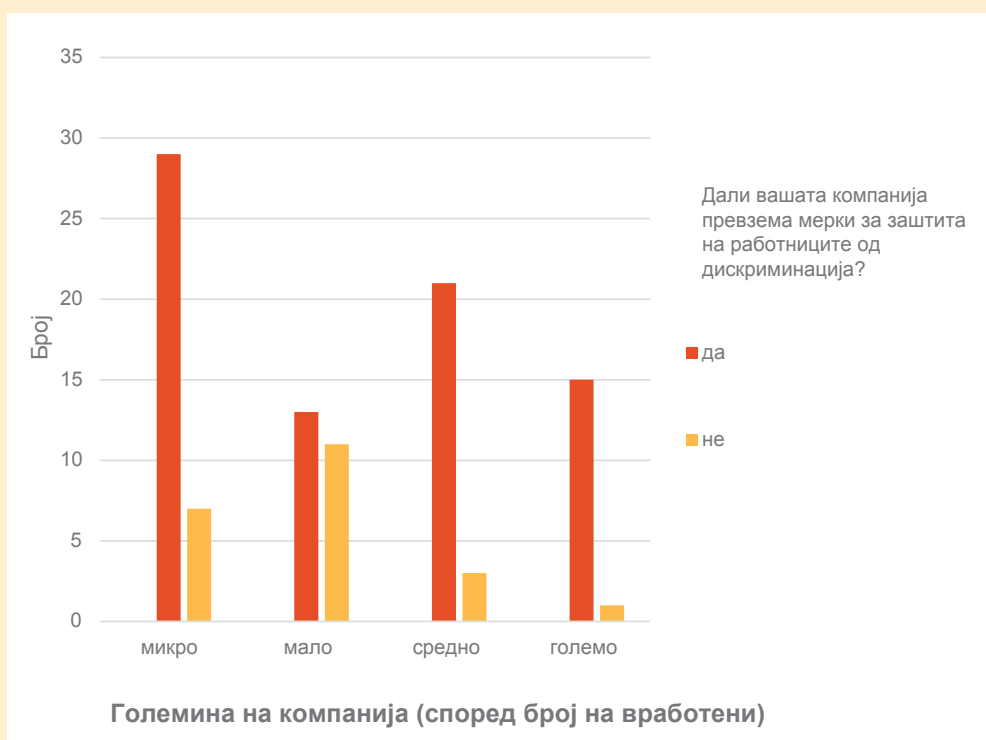
			Дали вашата компанија има пишан документ за етичките принципи на компанијата пр. етички кодекс, принципи на добро управување, итн.)?		Вкупно
			да	не	
Големина на компанија (според број на вработени)	микро	Број	15	22	37
		% во категоријата	40.5%	59.5%	100.0%
	мало	Број	9	16	25
		% во категоријата	36.0%	64.0%	100.0%
	средно	Број	21	3	24
		% во категоријата	87.5%	12.5%	100.0%
	големо	Број	11	4	15
		% во категоријата	73.3%	26.7%	100.0%
Вкупно		Број	56	45	101
		% во категоријата	55.4%	44.6%	100.0%



Табела/Графикон 74. Компанији што преземаат мерки за заштита на вработените од дискриминација, според големина (кростабулација).

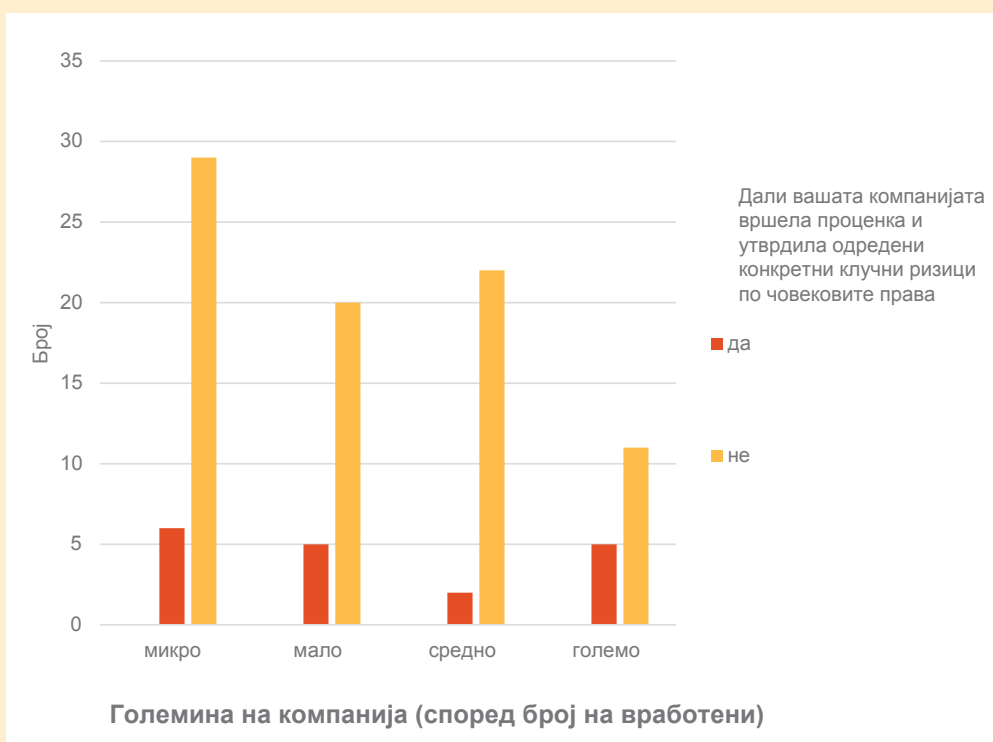
Големина на компанија (според број на вработени) * Дали вашата компанија превзема мерки за заштита на работниците од дискриминација? Кростабулација

			Дали вашата компанија превзема мерки за заштита на работниците од дискриминација?		Вкупно
			да	не	
Големина на компанија (според број на вработени)	микро	Број	29	7	36
		% во категоријата	80.6%	19.4%	100.0%
	мало	Број	13	11	24
		% во категоријата	54.2%	45.8%	100.0%
	средно	Број	21	3	24
		% во категоријата	87.5%	12.5%	100.0%
	големо	Број	15	1	16
		% во категоријата	93.8%	6.3%	100.0%
Вкупно	Број	78	22	100	
	% во категоријата	78.0%	22.0%	100.0%	



Табела/Графикон 75. Компанији што вршат проценка на ризици по човекови права, според големина (кростабулација).

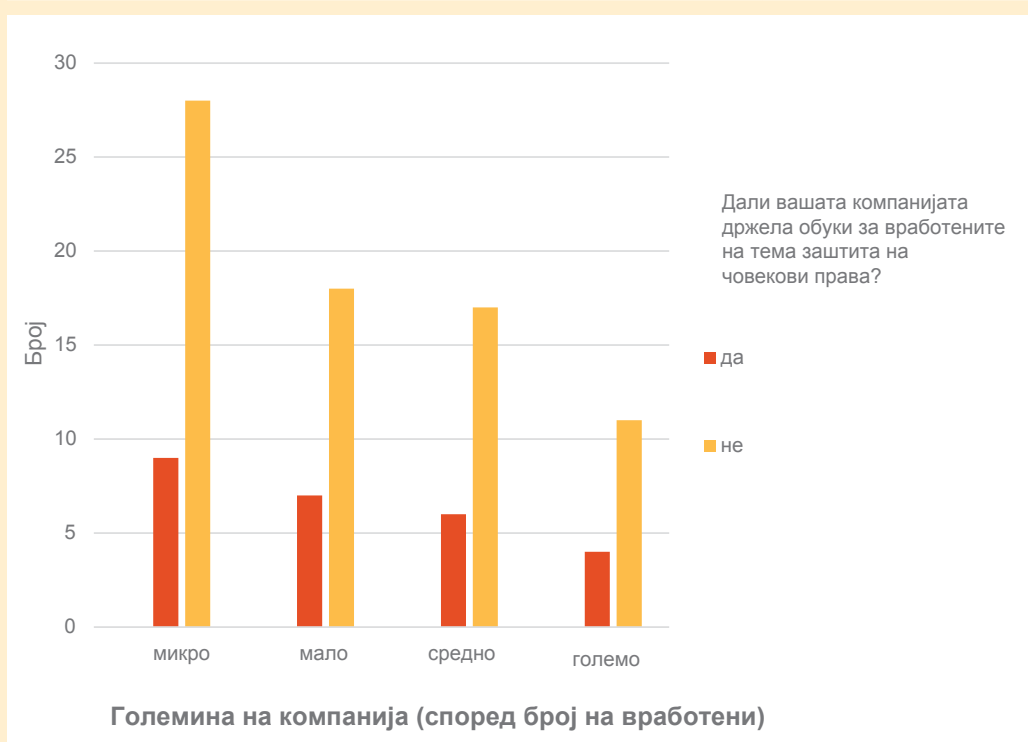
			Дали вашата компанијата вршела проценка и утврдила одредени конкретни клучни ризици по човековите права		Вкупно
			да	не	
Големина на компанија (според број на вработени)	микро	Број	6	29	35
		% во категоријата	17.1%	82.9%	100.0%
	мало	Број	5	20	25
		% во категоријата	20.0%	80.0%	100.0%
	средно	Број	2	22	24
		% во категоријата	8.3%	91.7%	100.0%
	големо	Број	5	11	16
		% во категоријата	31.3%	68.8%	100.0%
Вкупно		Број	18	82	100
		% во категоријата	18.0%	82.0%	100.0%



Табела/Графикон 76. Компанији што организираат обуки за вработените на тема човекови права, според големина (кростабулација).

Големина на компанија (според број на вработени) * Дали вашата компанија држела обуки за вработените на тема заштита на човекови права?
Кростабулација

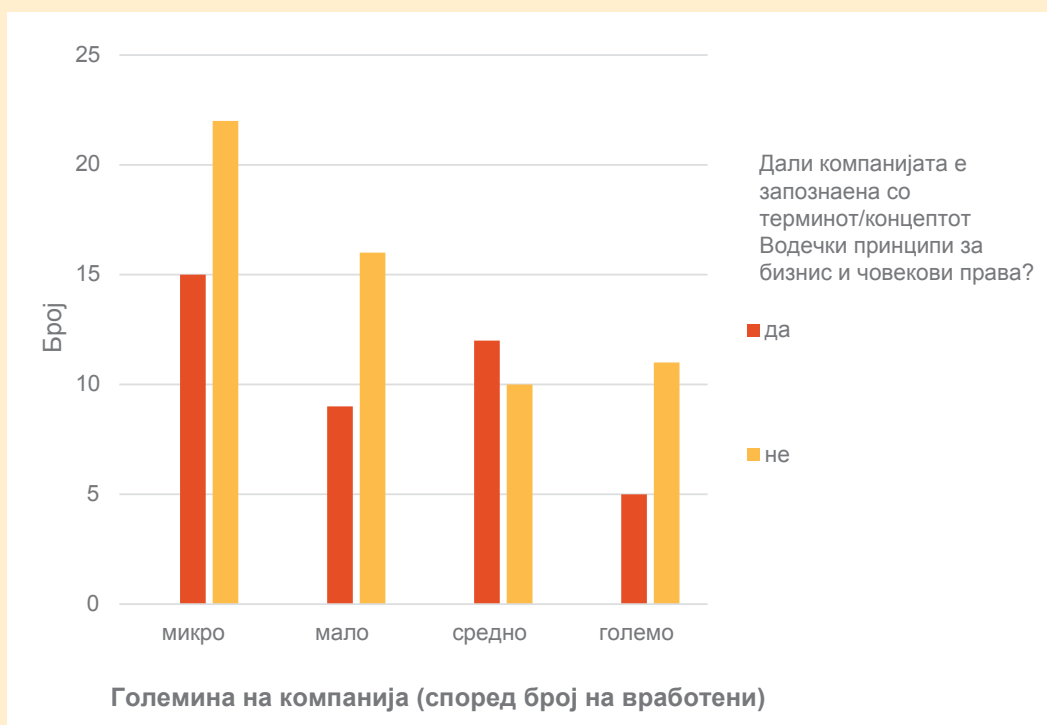
			Дали вашата компанија држела обуки за вработените на тема заштита на човекови права?		Вкупно
			да	не	
Големина на компанија (според број на вработени)	микро	Број	9	28	37
		% во категоријата	24.3%	75.7%	100.0%
	мало	Број	7	18	25
		% во категоријата	28.0%	72.0%	100.0%
	средно	Број	6	17	23
		% во категоријата	26.1%	73.9%	100.0%
	големо	Број	4	11	15
		% во категоријата	26.7%	73.3%	100.0%
Вкупно		Број	26	74	100
		% во категоријата	26.0%	74.0%	100.0%



Табела/Графикон 77. Запознаеност на компании со концептот Водечки принципи за бизнис и човекови права, според големина (кростабулација).

Големина на компанија (според број на вработени) * Дали компанијата е запознаена со терминот/концептот Водечки принципи за бизнис и човекови права?
Кростабулација

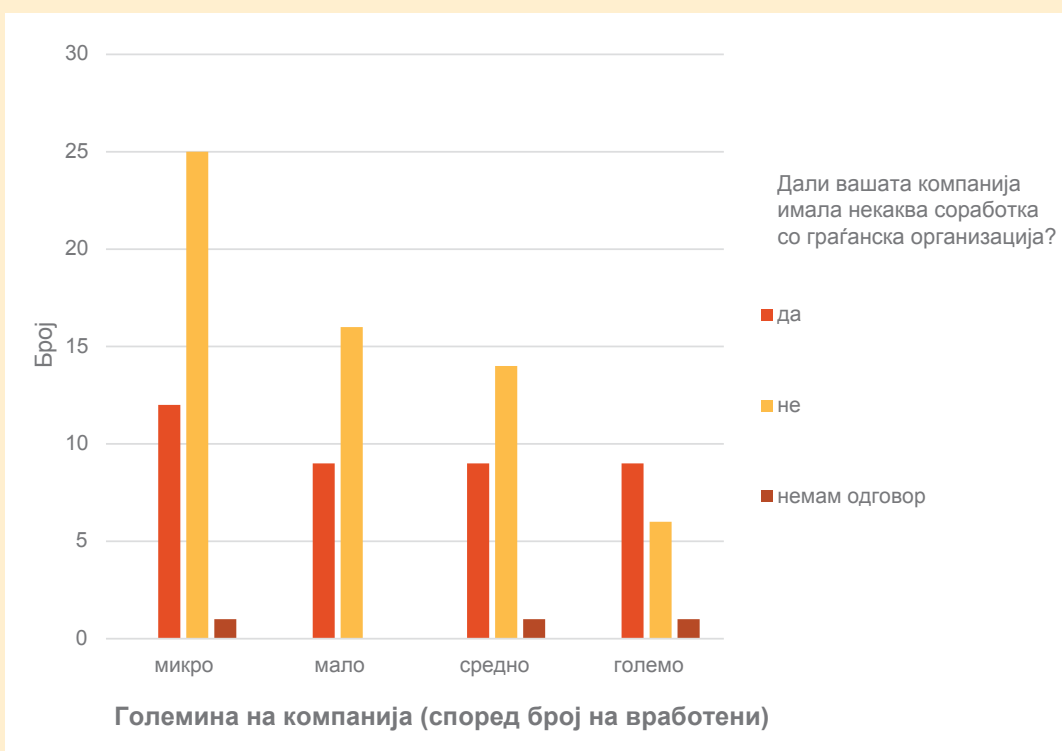
			Дали компанијата е запознаена со терминот/концептот Водечки принципи за бизнис и човекови права?		Вкупно
			да	не	
Големина на компанија (според број на вработени)	микро	Број	15	22	37
		% во категоријата	40.5%	59.5%	100.0%
	мало	Број	9	16	25
		% во категоријата	36.0%	64.0%	100.0%
	средно	Број	12	10	22
		% во категоријата	54.5%	45.5%	100.0%
	големо	Број	5	11	16
		% во категоријата	31.3%	68.8%	100.0%
Вкупно		Број	41	59	100
		% во категоријата	41.0%	59.0%	100.0%



Табела/Графикон 78. Компанији што соработуваат со граѓански организации, според големината (кростабулација).

**Големина на компанија (според број на вработени) * Дали вашата компанија имала некаква соработка со граѓанска организација?
Кростабулација**

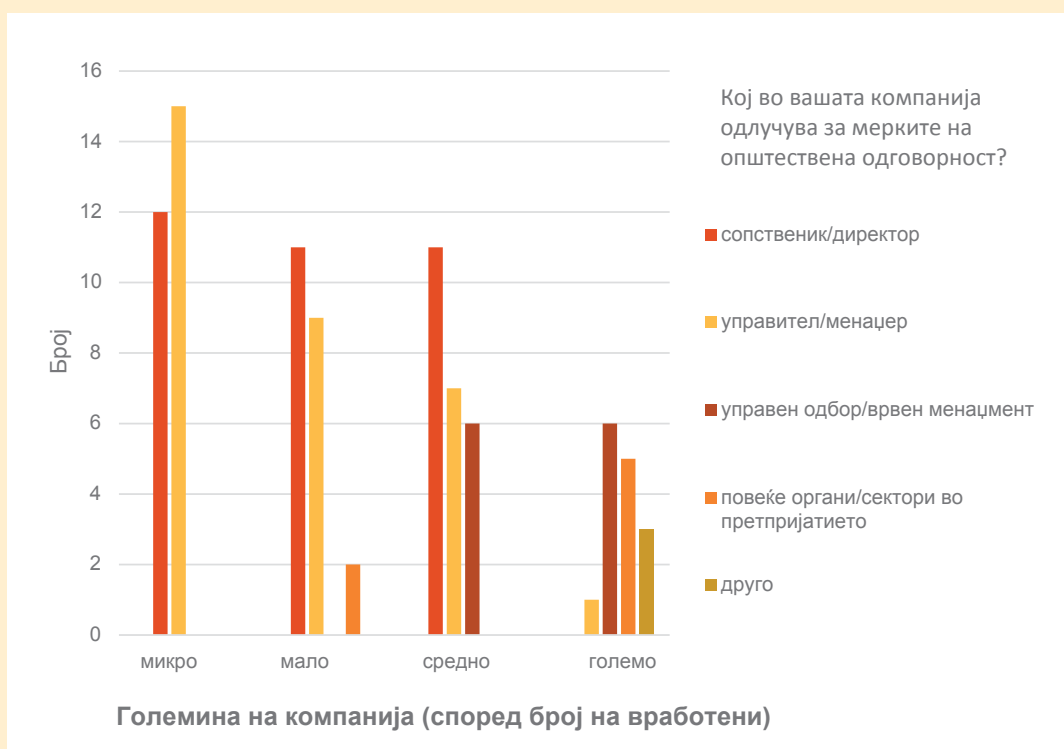
			Дали вашата компанија имала некаква соработка со граѓанска организација?			Вкупно
			немам одговор	да	не	
Големина на компанија (според број на вработени)	микро	Број	12	25	1	38
		% во категоријата	31.6%	65.8%	2.6%	100.0%
	мало	Број	9	16	0	25
		% во категоријата	36.0%	64.0%	0.0%	100.0%
	средно	Број	9	14	1	24
		% во категоријата	37.5%	58.3%	4.2%	100.0%
	големо	Број	9	6	1	16
		% во категоријата	56.3%	37.5%	6.3%	100.0%
Вкупно		Број	39	61	3	103
		% во категоријата	37.9%	59.2%	2.9%	100.0%



Табела/Графикон 79. Носители на одлуки за мерки на општествена одговорност, според големина на компанија, кростабулација.

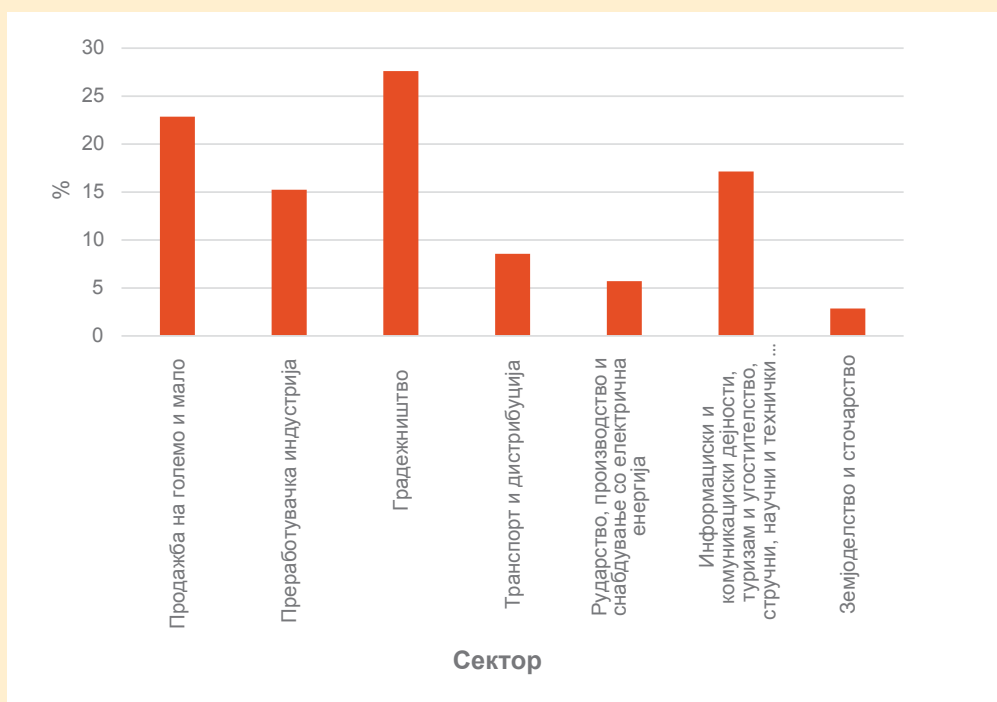
Големина на компанија (според број на вработени) * Кој во вашата компанија одлучува за мерките на општествена одговорност? Кростабулација

			Кој во вашата компанија одлучува за мерките на општествена одговорност?					Вкупно
			сопственик / директор	управител / менаџер	управен одбор / врвен менаџмент	повеќе органи/ сектори во претпријатието	друго	
Големина на компанија (според број на вработени)	микро	Број	12	15	0	0	0	27
		% во категорија	44.4%	55.6%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
	мало	Број	11	9	0	2	0	22
		% во категорија	50.0%	40.9%	0.0%	9.1%	0.0%	100.0%
	средно	Број	11	7	6	0	0	24
		% во категорија	45.8%	29.2%	25.0%	0.0%	0.0%	100.0%
	големо	Број	0	1	6	5	3	15
		% во категорија	0.0%	6.7%	40.0%	33.3%	20.0%	100.0%
	Вкупно	Број	34	32	12	7	3	88
		% во категорија	38.6%	36.4%	13.6%	8.0%	3.4%	100.0%



Табела/Графикон 80. Сектор на дејствување на компанијата, во проценти.

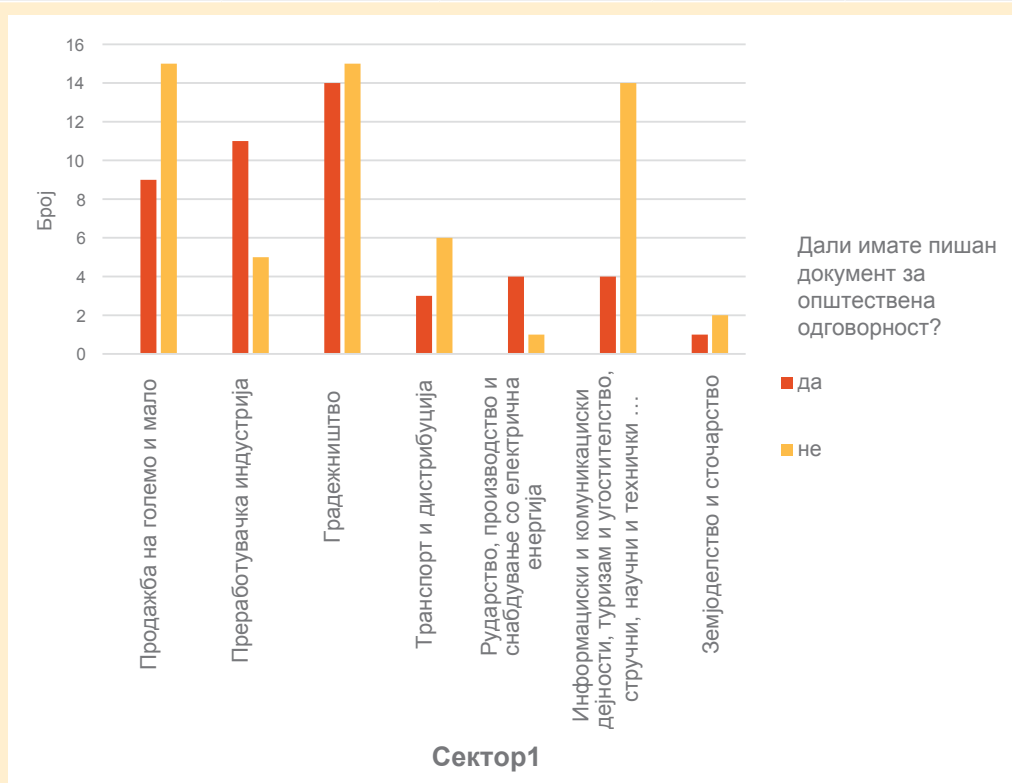
	Фреквенција	Процент	Валиден процент	Кумулативен процент
Продажба на големо и мало	22	21.0	21.0	21.0
Преработувачка индустрија	18	17.1	17.1	38.1
Градежништво	29	27.6	27.6	65.7
Транспорт и дистрибуција	9	8.6	8.6	74.3
Рударство, производство и снабдување со електрична енергија	6	5.7	5.7	80.0
Информациски и комуникациски дејности, туризам и угостителство, стручни, научни и технички дејности и други услуги	18	17.1	17.1	97.1
Земјоделство и сточарство	3	2.9	2.9	100.0
Вкупно	105	100.0	100.0	



Табела/Графикон 81. Компанији што имаат интерни акти за општествена одговорност, според сектор (кростабулација).

Сектор1 * Дали имате пишан документ за општествена одговорност? Кростабулација

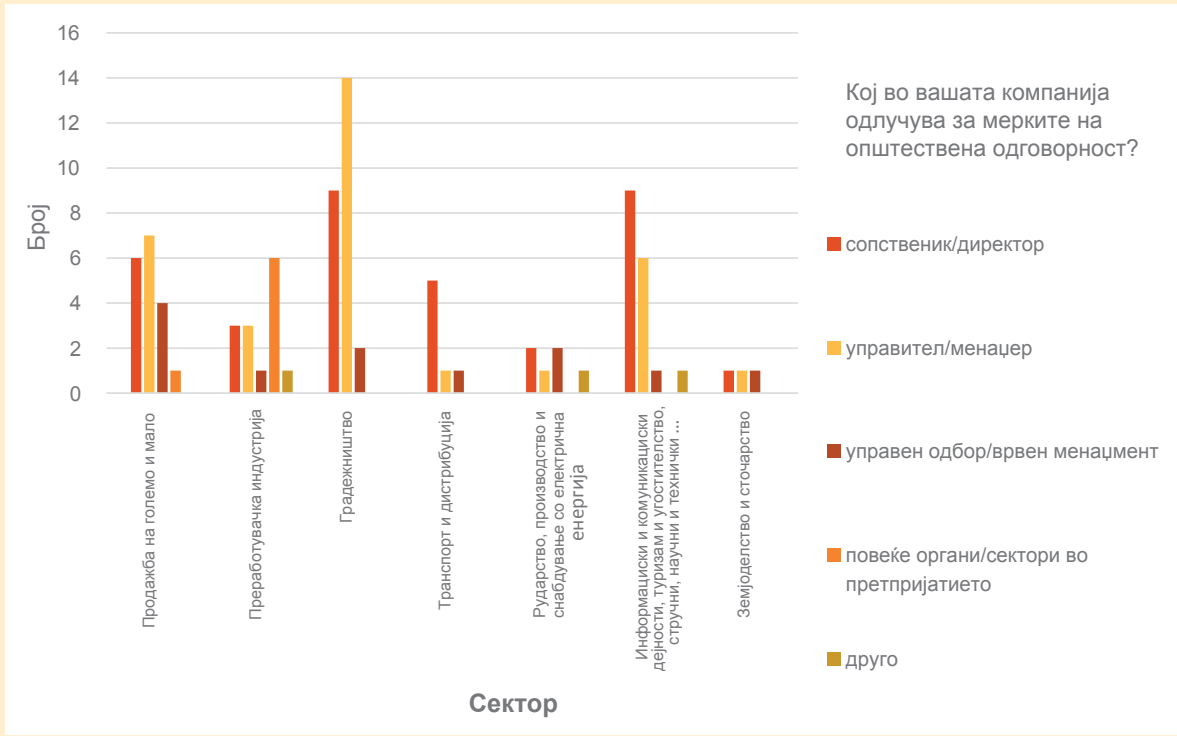
			Дали имате пишан документ за општествена одговорност?		Вкупно
			да	не	
Продажба на големо и мало	Број		8	14	22
	% во категорија		36.4%	63.6%	100.0%
Преработувачка индустрија	Број		12	6	18
	% во категорија		66.7%	33.3%	100.0%
Градежништво	Број		14	15	29
	% во категорија		48.3%	51.7%	100.0%
Транспорт и дистрибуција	Број		3	6	9
	% во категорија		33.3%	66.7%	100.0%
Рударство, производство и снабдување со електрична енергија	Број		4	1	5
	% во категорија		80.0%	20.0%	100.0%
Информациони и комуникациони дејности, туризам и угостителство, стручни, научни и технички дејности и други услуги	Број		4	14	18
	% во категорија		22.2%	77.8%	100.0%
Земјоделство и сточарство	Број		1	2	3
	% во категорија		33.3%	66.7%	100.0%
Вкупно	Број		46	58	104
	% во категорија		44.2%	55.8%	100.0%



Табела/Графикон 82. Форми на носење одлуки за општествена одговорност, според сектор (кростабулација).

**Сектор1 * Кој во вашата компанија одлучува за мерките на општествена одговорност?
Кростабулација**

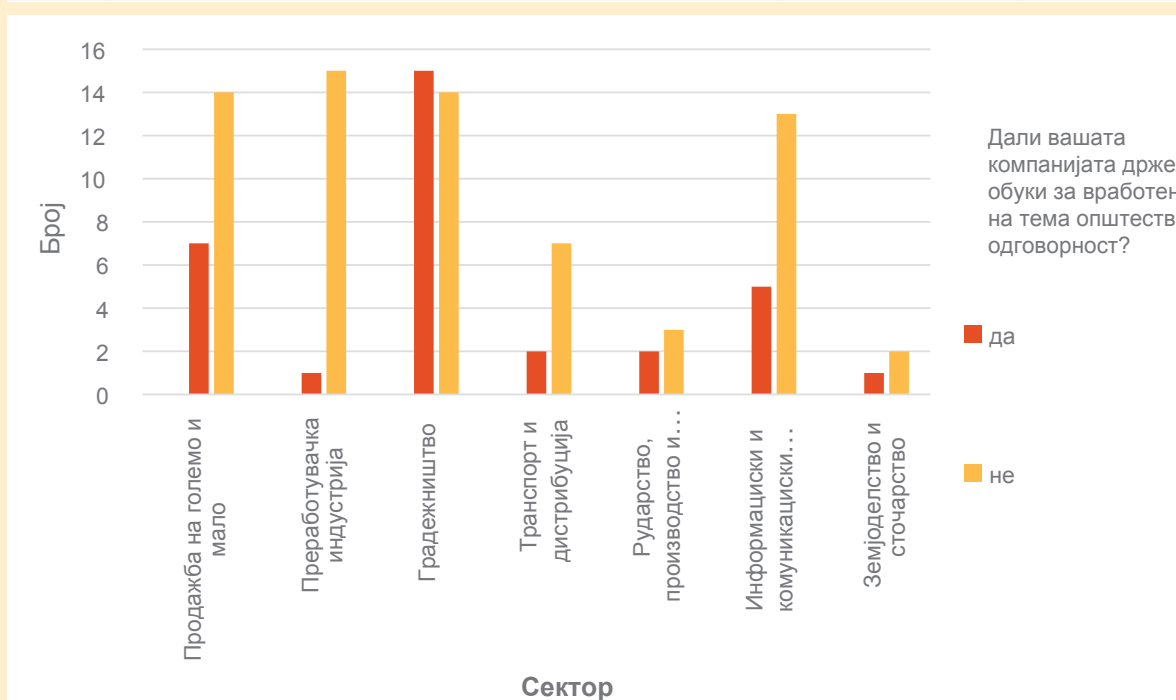
		Кој во вашата компанија одлучува за мерките на општествена одговорност?					Вкупно
		сопственик / директор	управител / менаџер	управен одбор / врвен менаџмент	повеќе органи/ сектори во претпријатието	друго	
Продажба на големо и мало	Број	4	7	4	1	0	16
	% во категорија	25.0%	43.8%	25.0%	6.3%	0.0%	100.0%
Преработувачка индустрија	Број	5	3	1	6	1	16
	% во категорија	31.3%	18.8%	6.3%	37.5%	6.3%	100.0%
Градежништво	Број	9	14	2	0	0	25
	% во категорија	36.0%	56.0%	8.0%	0.0%	0.0%	100.0%
Транспорт и дистрибуција	Број	5	1	1	0	0	7
	% во категорија	71.4%	14.3%	14.3%	0.0%	0.0%	100.0%
Рударство, производство и снабдување со електрична енергија	Број	2	1	2	0	1	6
	% во категорија	33.3%	16.7%	33.3%	0.0%	16.7%	100.0%
Информациски и комуникациски дејности, туризам и угостителство, стручни, научни и технички дејности и други услуги	Број	9	6	1	0	1	17
	% во категорија	52.9%	35.3%	5.9%	0.0%	5.9%	100.0%
Земјоделство и сточарство	Број	1	1	1	0	0	3
	% во категорија	33.3%	33.3%	33.3%	0.0%	0.0%	100.0%
Вкупно	Број	35	33	12	7	3	90
	% во категорија	38.9%	36.7%	13.3%	7.8%	3.3%	100.0%



Табела/Графикон 83. Компанији што држеле обуки за вработени на тема општествена одговорност, според сектор (кростабулација).

Сектор1 * Дали вашата компанијата држела обуки за вработените на тема општествена одговорност? Кростабулација

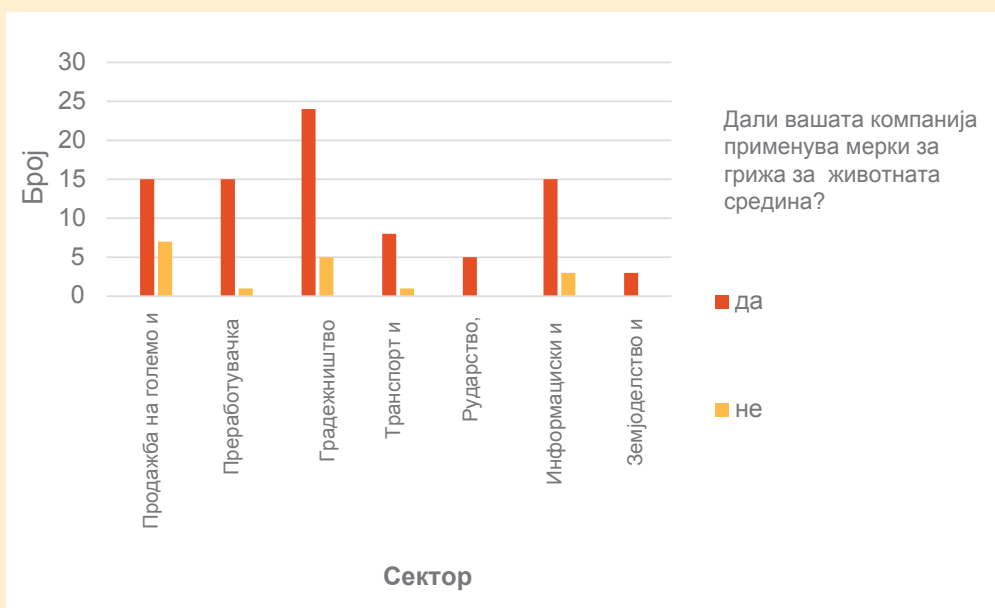
		Дали вашата компанијата држела обуки за вработените на тема општествена одговорност?		Вкупно
		да	не	
Продажба на големо и мало	Број	7	13	20
	% во категорија	35.0%	65.0%	100.0%
Преработувачка индустрија	Број	1	16	17
	% во категорија	5.9%	94.1%	100.0%
Градежништво	Број	15	14	29
	% во категорија	51.7%	48.3%	100.0%
Транспорт и дистрибуција	Број	2	7	9
	% во категорија	22.2%	77.8%	100.0%
Рударство, производство и снабдување со електрична енергија	Број	2	3	5
	% во категорија	40.0%	60.0%	100.0%
Информациски и комуникациски дејности, туризам и угостителство, стручни, научни и технички дејности и други услуги	Број	5	13	18
	% во категорија	27.8%	72.2%	100.0%
Земјоделство и сточарство	Број	1	2	3
	% во категорија	33.3%	66.7%	100.0%
Вкупно	Број	33	68	101
	% во категорија	32.7%	67.3%	100.0%



Табела/Графикон 84. Компаниии што применуваат мерки за заштита на животната средина, според сектор (кростабулација).

Сектор1 * Дали вашата компанија применува мерки за грижа за животната средина? Кростабулација

			Дали вашата компанија применува мерки за грижа за животната средина?		Вкупно
			да	не	
Продажба на големо и мало	Број		14	6	20
	% во категорија		70.0%	30.0%	100.0%
Преработувачка индустрија	Број		16	2	18
	% во категорија		88.9%	11.1%	100.0%
Градежништво	Број		24	5	29
	% во категорија		82.8%	17.2%	100.0%
Транспорт и дистрибуција	Број		8	1	9
	% во категорија		88.9%	11.1%	100.0%
Рударство, производство и снабдување со електрична енергија	Број		5	0	5
	% во категорија		100.0%	0.0%	100.0%
Информациски и комуникациски дејности, туризам и угостителство, стручни, научни и технички дејности и други услуги	Број		15	3	18
	% во категорија		83.3%	16.7%	100.0%
Земјоделство и сточарство	Број		3	0	3
	% во категорија		100.0%	0.0%	100.0%
Вкупно	Број		85	17	102
	% во категорија		83.3%	16.7%	100.0%



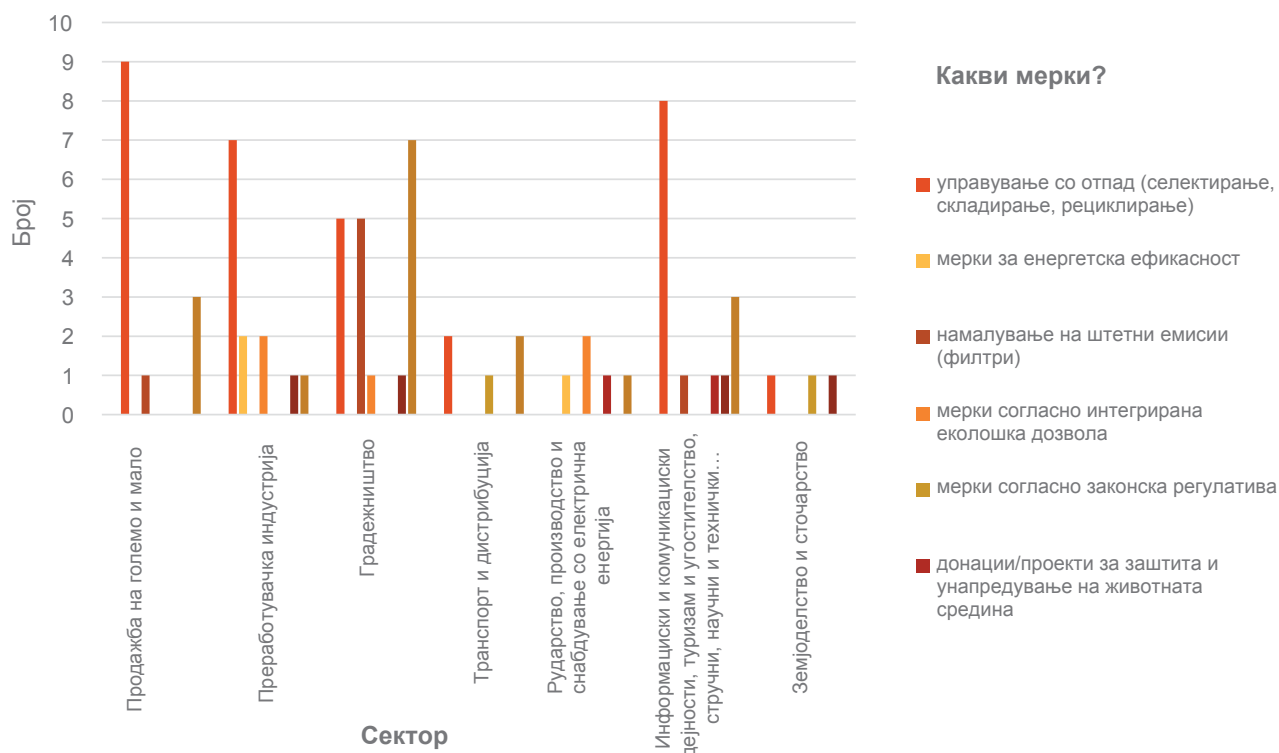
Табела/Графикон 85. Мерки за заштита на животна средина, според сектор (кростабулација).

Сектор1 * Какви мерки?				
		намалување на штетни емисии (филтри)	мерки согласно интегрирана еколошка дозвола	намалување на штетни емисии (филтри)
Продажба на големо и мало	Број	9	0	1
	%	69.2%	0.0%	7.7%
Преработувачка индустрија	Број	7	2	0
	%	53.8%	15.4%	0.0%
Градежништво	Број	5	0	5
	%	26.3%	0.0%	26.3%
Транспорт и дистрибуција	Број	2	0	0
	%	40.0%	0.0%	0.0%
Рударство, производство и снабдување со електрична енергија	Број	0	1	0
	%	0.0%	20.0%	0.0%
Информациски и комуникациски дејности, туризам и угостителство, стручни, научни и технички дејности и други услуги	Број	8	0	1
	%	57.1%	0.0%	7.1%
Земјоделство и сточарство	Број	1	0	0
	%	33.3%	0.0%	0.0%
Вкупно	Број	32	3	7
	%	44.4%	4.2%	9.7%

Кростабулација

мерки?

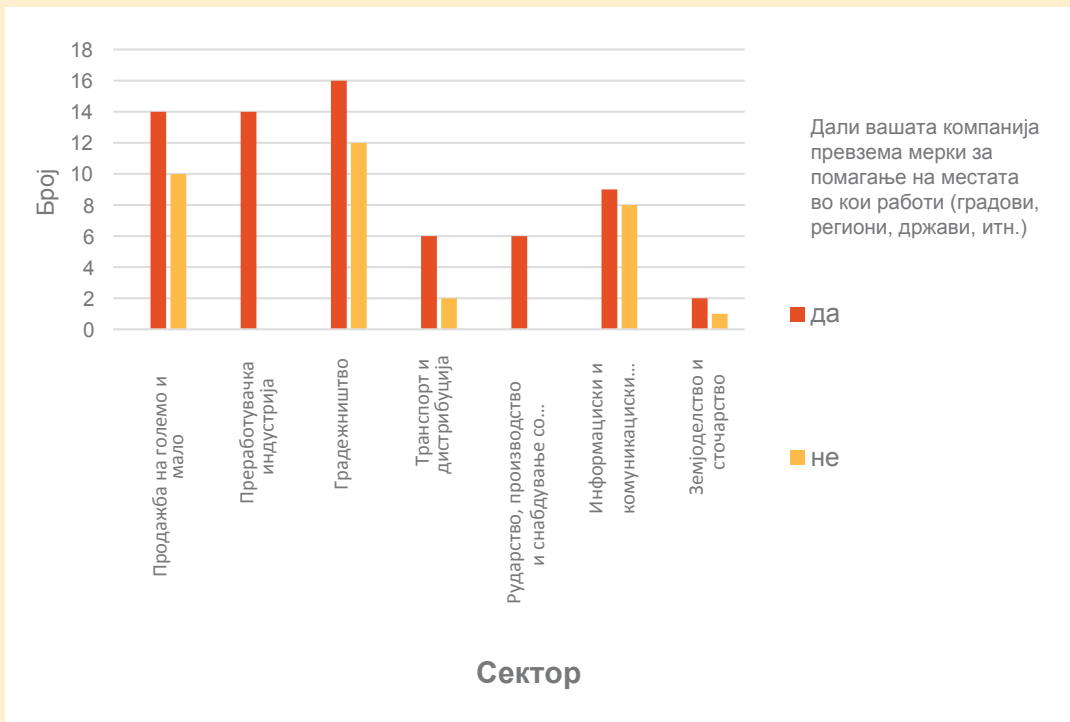
мерки согласно интегрирана еколошка дозвола	мерки согласно законска регулатива	донации/проекти за заштита и унапредување на животната средина	пошумување/ хортикултурно уредување на заедниците	друго	Вкупно
0	0	0	0	3	13
0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	23.1%	100.0%
2	0	0	1	1	13
15.4%	0.0%	0.0%	7.7%	7.7%	100.0%
1	0	0	1	7	19
5.3%	0.0%	0.0%	5.3%	36.8%	100.0%
0	1	0	0	2	5
0.0%	20.0%	0.0%	0.0%	40.0%	100.0%
2	0	1	0	1	5
40.0%	0.0%	20.0%	0.0%	20.0%	100.0%
0	0	1	1	3	14
0.0%	0.0%	7.1%	7.1%	21.4%	100.0%
0	1	0	1	0	3
0.0%	33.3%	0.0%	33.3%	0.0%	100.0%
5	2	2	4	17	72
6.9%	2.8%	2.8%	5.6%	23.6%	100.0%



Табела/Графикон 86. Компанији што преземаат мерки за заедниците во кои работат, според сектор (кростабулација).

Сектор1 * Дали вашата компанија превзема мерки за помагање на местата во кои работи (градови, региони, држави, итн.)
Кростабулација

			Дали вашата компанија превзема мерки за помагање на местата во кои работи (градови, региони, држави, итн.)		Вкупно
			да	не	
Продажба на големо и мало	Број		13	9	22
	%		59.1%	40.9%	100.0%
Преработувачка индустрија	Број		15	1	16
	%		93.8%	6.3%	100.0%
Градежништво	Број		16	12	28
	%		57.1%	42.9%	100.0%
Транспорт и дистрибуција	Број		6	2	8
	%		75.0%	25.0%	100.0%
Рударство, производство и снабдување со електрична енергија	Број		6	0	6
	%		100.0%	0.0%	100.0%
Информациски и комуникациски дејности, туризам и угостителство, стручни, научни и технички дејности и други услуги	Број		9	8	17
	%		52.9%	47.1%	100.0%
Земјоделство и сточарство	Број		2	1	3
	%		66.7%	33.3%	100.0%
Вкупно	Број		67	33	100
	%		67.0%	33.0%	100.0%



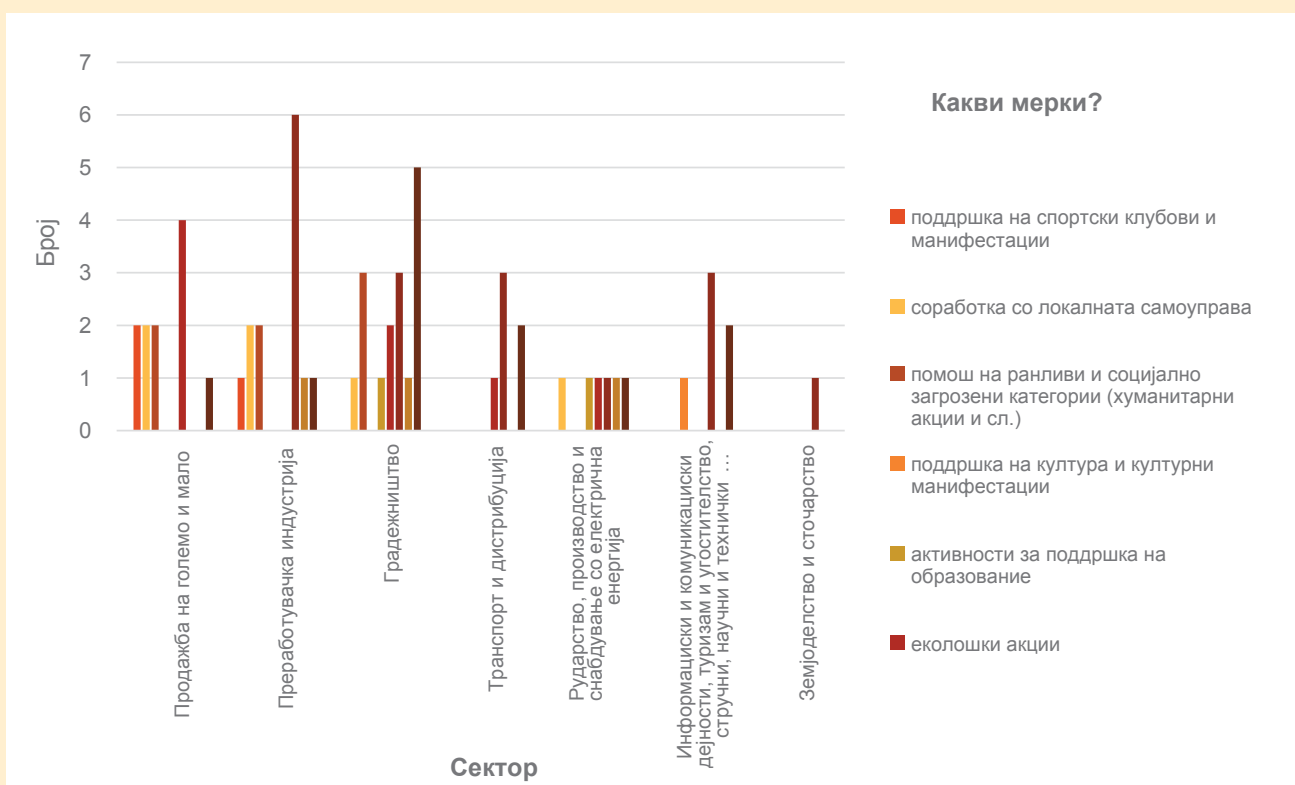
Табела/Графикон 87. Мерки за поддршка на заедницата, според сектор (кростабулација).

Сектор1 * Какви мерки?					
Какви					
		поддршка на спортски клубови и манифестации	соработка со локалната самоуправа	помош на ранливи и социјално загрозени категории (хуманитарни акции и сл.)	поддршка на култура и културни манифестации
Продажба на големо и мало	Број	2	2	2	
	%	20.0%	20.0%	20.0%	
Преработувачка индустрија	Број	1	2	2	
	%	7.1%	14.3%	14.3%	
Градежништво	Број	0	1	3	
	%	0.0%	6.3%	18.8%	
Транспорт и дистрибуција	Број	0	0	0	
	%	0.0%	0.0%	0.0%	
Рударство, производство и снабдување со електрична енергија	Број	0	1	0	
	%	0.0%	16.7%	0.0%	
Информациски и комуникациски дејности, туризам и угостителство, стручни, научни и технички дејности и други услуги	Број	0	0	0	1
	%	0.0%	0.0%	0.0%	
Земјоделство и сточарство	Број	0	0	0	
	%	0.0%	0.0%	0.0%	
Вкупно	Број	3	6	7	
	%	5.1%	10.2%	11.9%	

Кростабулациј

мерки?

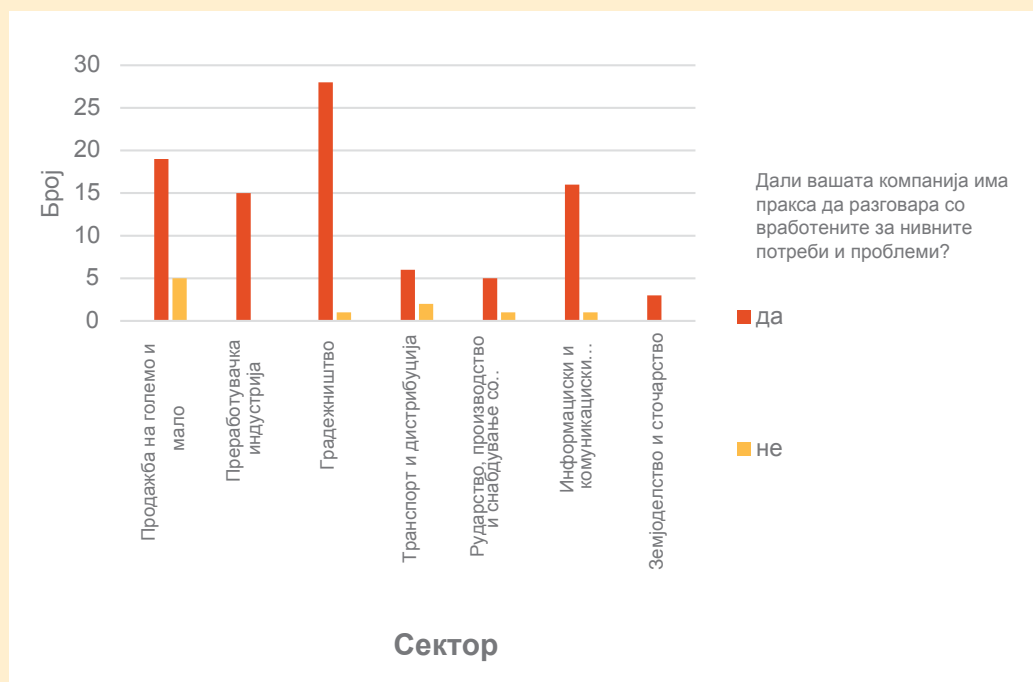
	активности за поддршка на образование	еколошки акции	донации	изградба и одржување на патна инфраструктура	друго	Вкупно
0	0	4	0	0	0	10
0.0%	0.0%	40.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
0	0	0	6	1	2	14
0.0%	0.0%	0.0%	42.9%	7.1%	14.3%	100.0%
0	1	2	3	1	5	16
0.0%	6.3%	12.5%	18.8%	6.3%	31.3%	100.0%
0	0	1	3	0	2	6
0.0%	0.0%	16.7%	50.0%	0.0%	33.3%	100.0%
0	1	1	1	1	1	6
0.0%	16.7%	16.7%	16.7%	16.7%	16.7%	100.0%
1	0	0	3	0	2	6
16.7%	0.0%	0.0%	50.0%	0.0%	33.3%	100.0%
0	0	0	1	0	0	1
0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%	100.0%
1	2	8	17	3	12	59
1.7%	3.4%	13.6%	28.8%	5.1%	20.3%	100.0%



Табела/Графикон 88. Компани каде постои пракса за разговор за проблемите на вработените, според сектор (кростабулација).

**Сектор1 * Дали вашата компанија има пракса да разговара со вработените за нивните потреби и проблеми?
Кростабулација**

		Дали вашата компанија има пракса да разговара со вработените за нивните потреби и проблеми?		Вкупно
		да	не	
Продажба на големо и мало	Број	17	5	22
	%	77.3%	22.7%	100.0%
Преработувачка индустрија	Број	17	0	17
	%	100.0%	0.0%	100.0%
Градежништво	Број	28	1	29
	%	96.6%	3.4%	100.0%
Транспорт и дистрибуција	Број	6	2	8
	%	75.0%	25.0%	100.0%
Рударство, производство и снабдување со електрична енергија	Број	5	1	6
	%	83.3%	16.7%	100.0%
Информациски и комуникациски дејности, туризам и угостителство, стручни, научни и технички дејности и други услуги	Број	16	1	17
	%	94.1%	5.9%	100.0%
Земјоделство и сточарство	Број	3	0	3
	%	100.0%	0.0%	100.0%
Вкупно	Број	92	10	102
	%	90.2%	9.8%	100.0%



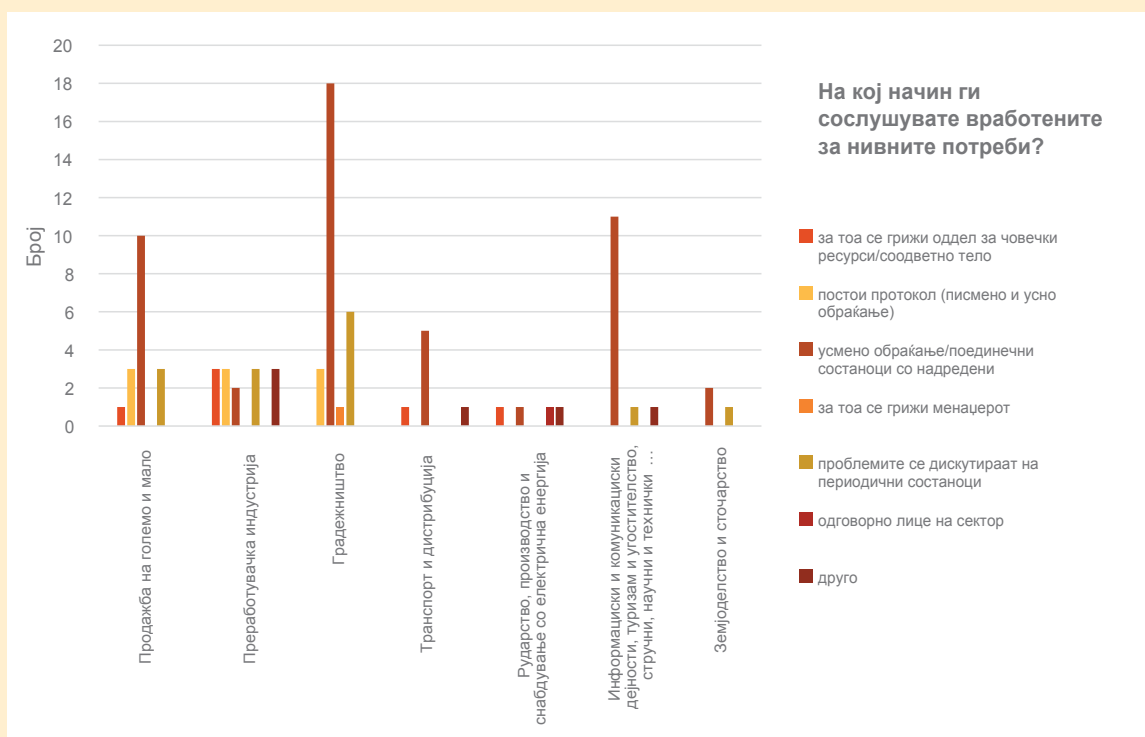
Табела/Графикон 89. Механизми на комуникација за проблемите на вработените, според сектор (кростабулација).

Сектор1 * На кој начин ги сослушувате вработените за нивните потреби				
На кој начин ги сослушувате вр				
		за тоа се грижи оддел за човечки ресурси/ соодветно тело	постои протокол (писмено и усно обраќање)	усмено обраќање поединечн состаоци надреден
Продажба на големо и мало	Број	1	3	
	%	6.7%	20.0%	
Преработувачка индустрија	Број	3	3	
	%	18.8%	18.8%	
Градежништво	Број	0	3	
	%	0.0%	10.7%	
Транспорт и дистрибуција	Број	1	0	
	%	14.3%	0.0%	
Рударство, производство и снабдување со електрична енергија	Број	1	0	
	%	25.0%	0.0%	
Информациски и комуникациски дејности, туризам и угостителство, стручни, научни и технички дејности и други услуги	Број	0	0	
	%	0.0%	0.0%	
Земјоделство и сточарство	Број	0	0	
	%	0.0%	0.0%	
Вкупно	Број	6	9	
	%	7.0%	10.5%	

Кростабулација

работените за нивните потреби?

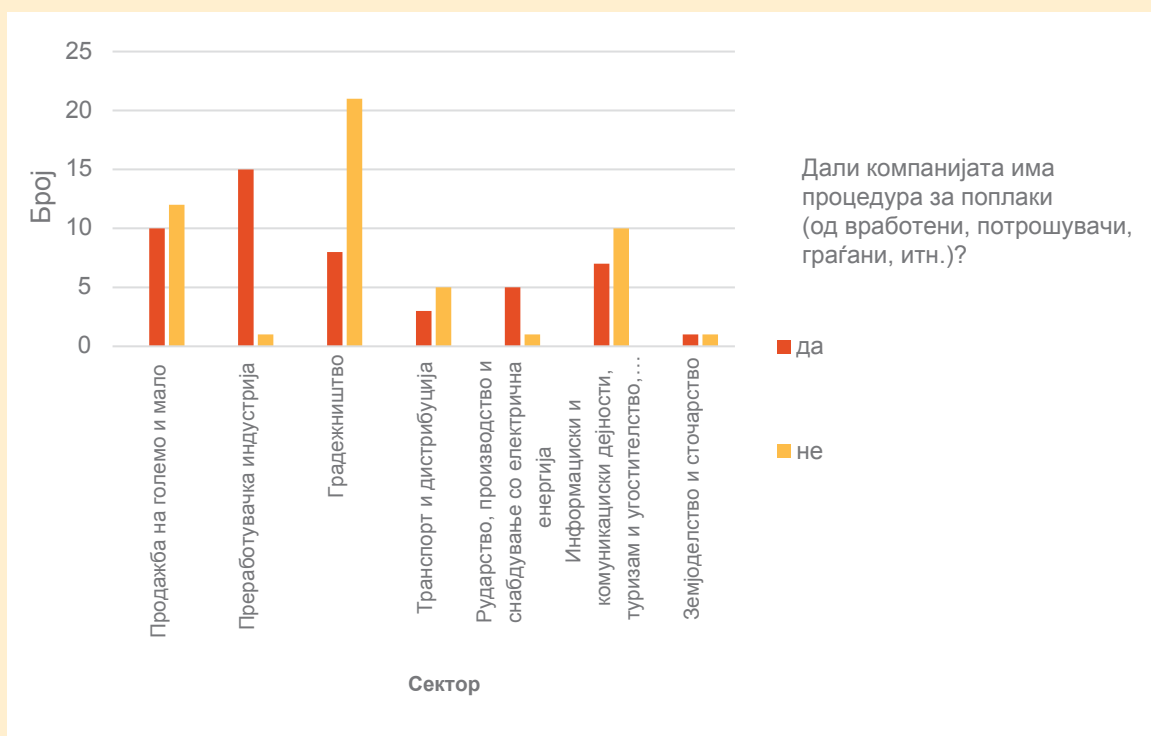
Број на интервју со работен лице	за тоа се грижи менаџерот	проблемите се дискутираат на периодични состаноци	одговорно лице на сектор	друго	Вкупно
9	0	2	0	0	15
60.0%	0.0%	13.3%	0.0%	0.0%	100.0%
3	0	4	0	3	16
18.8%	0.0%	25.0%	0.0%	18.8%	100.0%
18	1	6	0	0	28
64.3%	3.6%	21.4%	0.0%	0.0%	100.0%
5	0	0	0	1	7
71.4%	0.0%	0.0%	0.0%	14.3%	100.0%
1	0	0	1	1	4
25.0%	0.0%	0.0%	25.0%	25.0%	100.0%
11	0	1	0	1	13
84.6%	0.0%	7.7%	0.0%	7.7%	100.0%
2	0	1	0	0	3
66.7%	0.0%	33.3%	0.0%	0.0%	100.0%
49	1	14	1	6	86
57.0%	1.2%	16.3%	1.2%	7.0%	100.0%



Табела/Графикон 90. Компанији што имаат процедури за поплаки, според сектор (кростабулација).

**Сектор1 * Дали компанијата има процедура за поплаки (од вработени, потрошувачи, граѓани, итн.)?
Кростабулација**

		Дали компанијата има процедура за поплаки (од вработени, потрошувачи, граѓани, итн.)?		Вкупно
		да	не	
Продажба на големо и мало	Број	9	12	21
	%	42.9%	57.1%	100.0%
Преработувачка индустрија	Број	16	1	17
	%	94.1%	5.9%	100.0%
Градежништво	Број	8	21	29
	%	27.6%	72.4%	100.0%
Транспорт и дистрибуција	Број	3	5	8
	%	37.5%	62.5%	100.0%
Рударство, производство и снабдување со електрична енергија	Број	5	1	6
	%	83.3%	16.7%	100.0%
Информациски и комуникациски дејности, туризам и угостителство, стручни, научни и технички дејности и други услуги	Број	7	10	17
	%	41.2%	58.8%	100.0%
Земјоделство и сточарство	Број	1	1	2
	%	50.0%	50.0%	100.0%
Вкупно	Број	49	51	100
	%	49.0%	51.0%	100.0%



Табела/Графикон 91. Компанији што се грижат за правата на потрошувачите, според сектор (кростабулација).

Сектор1 * Дали вашата компанија има пракса да се грижи за правата на потрошувачите?

Кростабулација

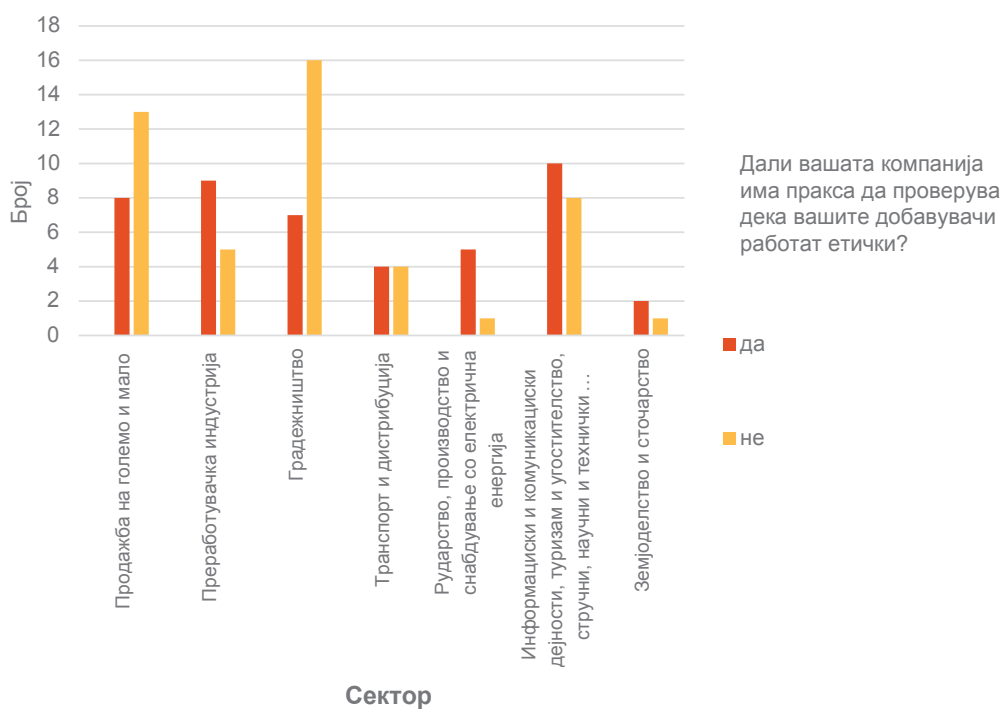
		Дали вашата компанија има пракса да се грижи за правата на потрошувачите?		Вкупно
		Да	Не	
Продажба на големо и мало	Број	17	4	21
	%	81.0%	19.0%	100.0%
Преработувачка индустрија	Број	16	1	17
	%	94.1%	5.9%	100.0%
Градежништво	Број	22	5	27
	%	81.5%	18.5%	100.0%
Транспорт и дистрибуција	Број	8	0	8
	%	100.0%	0.0%	100.0%
Рударство, производство и снабдување со електрична енергија	Број	2	3	5
	%	40.0%	60.0%	100.0%
Информациски и комуникациски дејности, туризам и угостителство, стручни, научни и технички дејности и други услуги	Број	13	3	16
	%	81.3%	18.8%	100.0%
Земјоделство и сточарство	Број	3	0	3
	%	100.0%	0.0%	100.0%
Вкупно	Број	81	16	97
	%	83.5%	16.5%	100.0%



Табела/Графикон 92. Компании што водат грижа за етичкото работење на добавувачите, според сектор (кростабулација).

**Сектор1 * Дали вашата компанија има пракса да проверува дека вашите добавувачи работат етички?
Кростабулација**

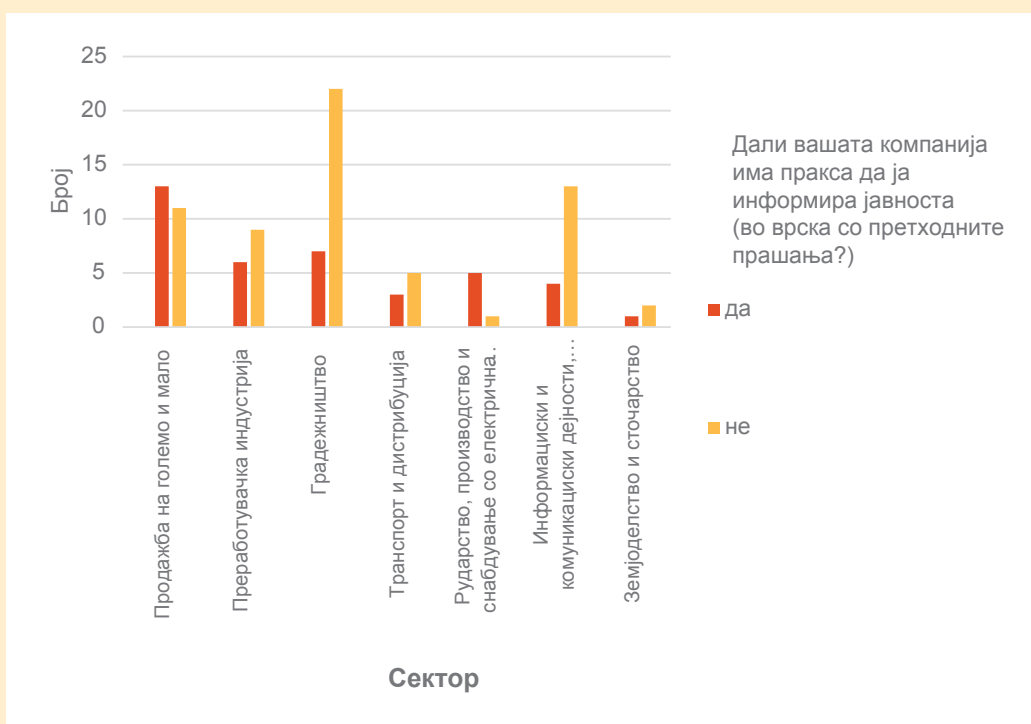
		Дали вашата компанија има пракса да проверува дека вашите добавувачи работат етички?		Вкупно
		да	не	
Продажба на големо и мало	Број	7	12	19
	%	36.8%	63.2%	100.0%
Преработувачка индустрија	Број	10	6	16
	%	62.5%	37.5%	100.0%
Градежништво	Број	7	16	23
	%	30.4%	69.6%	100.0%
Транспорт и дистрибуција	Број	4	4	8
	%	50.0%	50.0%	100.0%
Рударство, производство и снабдување со електрична енергија	Број	5	1	6
	%	83.3%	16.7%	100.0%
Информациски и комуникациски дејности, туризам и угостителство, стручни, научни и технички дејности и други услуги	Број	10	8	18
	%	55.6%	44.4%	100.0%
Земјоделство и сточарство	Број	2	1	3
	%	66.7%	33.3%	100.0%
Вкупно	Број	45	48	93
	%	48.4%	51.6%	100.0%



Табела/Графикон 93. Компаниии што комуницираат до јавноста активности од областите на општествена одговорност и човекови права, според сектор (кростабулација).

Сектор1 * Дали вашата компанија има пракса да ја информира јавноста (во врска со претходните прашања?)
Кростабулација

			Дали вашата компанија има пракса да ја информира јавноста (во врска со претходните прашања?)		Вкупно
			да	не	
Продажба на големо и мало	Број		12	10	22
	%		54.5%	45.5%	100.0%
Преработувачка индустрија	Број		7	10	17
	%		41.2%	58.8%	100.0%
Градежништво	Број		7	22	29
	%		24.1%	75.9%	100.0%
Транспорт и дистрибуција	Број		3	5	8
	%		37.5%	62.5%	100.0%
Рударство, производство и снабдување со електрична енергија	Број		5	1	6
	%		83.3%	16.7%	100.0%
Информациски и комуникациски дејности, туризам и угостителство, стручни, научни и технички дејности и други услуги	Број		4	13	17
	%		23.5%	76.5%	100.0%
Земјоделство и сточарство	Број		1	2	3
	%		33.3%	66.7%	100.0%
Вкупно	Број		39	63	102
	%		38.2%	61.8%	100.0%

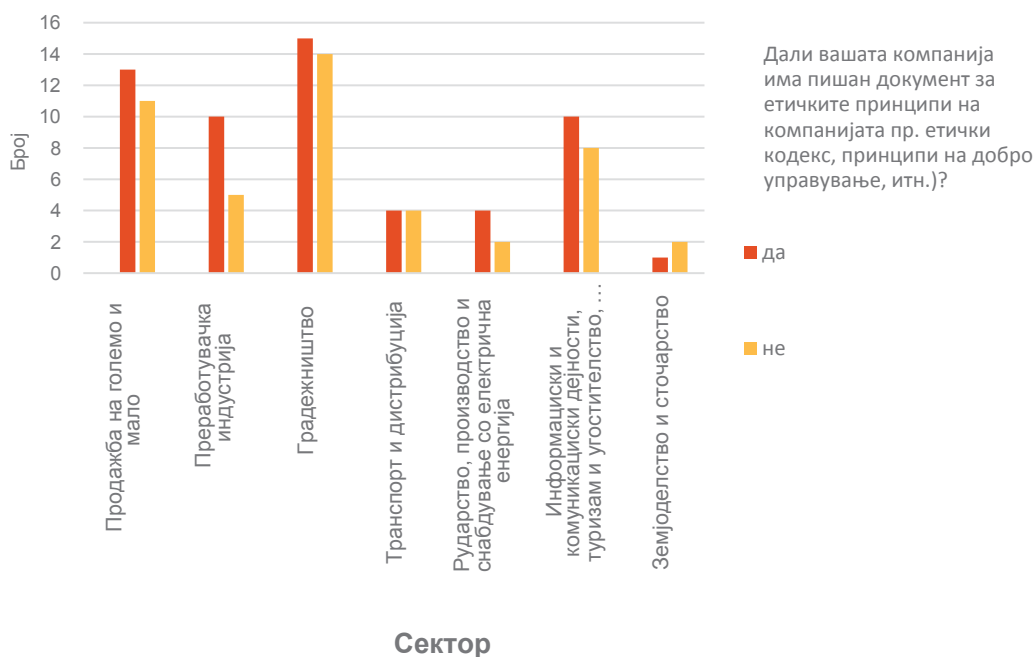


Табела/Графикон 94. Компанији со интерни акти за етичко управување, според сектор (кростабулација).

Сектор1 * Дали вашата компанија има пишан документ за етичките принципи на компанијата пр. етички кодекс, принципи на добро управување, итн.)?

Кростабулација

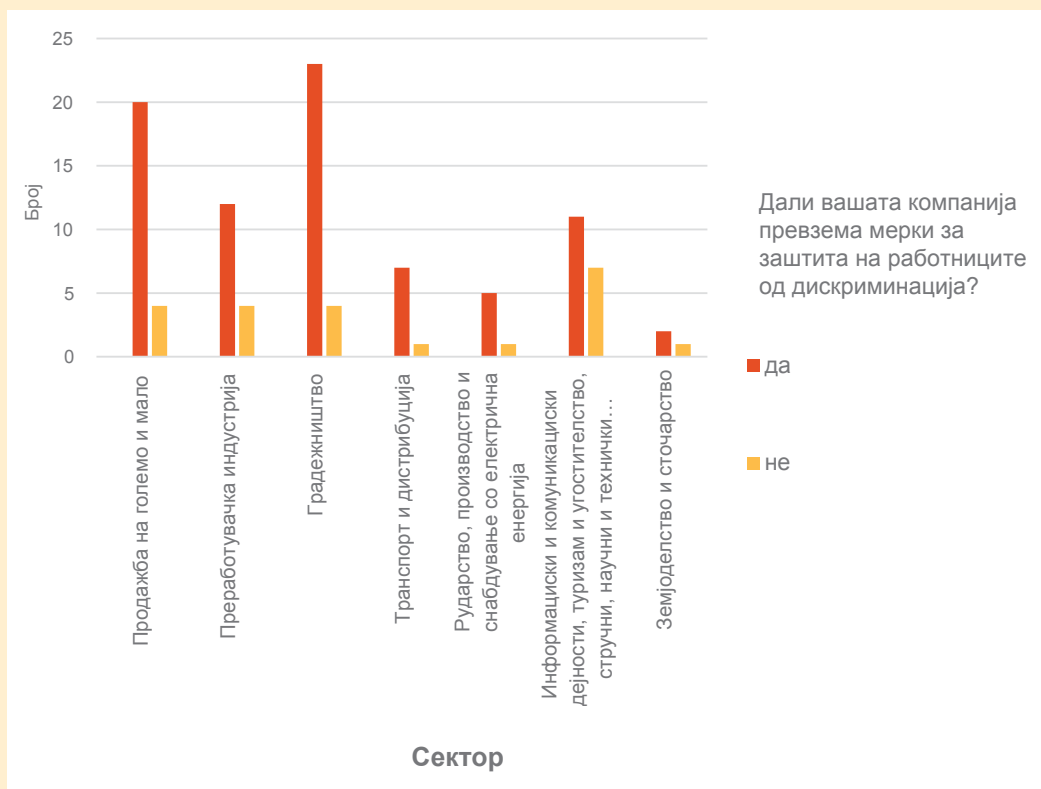
			Дали вашата компанија има пишан документ за етичките принципи на компанијата пр. етички кодекс, принципи на добро управување, итн.)?		Вкупно
			да	не	
Продажба на големо и мало	Број	12	10	22	
	%	54.5%	45.5%	100.0%	
Преработувачка индустрија	Број	11	6	17	
	%	64.7%	35.3%	100.0%	
Градежништво	Број	15	14	29	
	%	51.7%	48.3%	100.0%	
Транспорт и дистрибуција	Број	4	4	8	
	%	50.0%	50.0%	100.0%	
Рударство, производство и снабдување со електрична енергија	Број	4	2	6	
	%	66.7%	33.3%	100.0%	
Информациски и комуникациски дејности, туризам и угостителство, стручни, научни и технички дејности и други услуги	Број	10	8	18	
	%	55.6%	44.4%	100.0%	
Земјоделство и сточарство	Број	1	2	3	
	%	33.3%	66.7%	100.0%	
Вкупно	Број	57	46	103	
	%	55.3%	44.7%	100.0%	



Табела/Графикон 95. Компанији што преземаат мерки за заштита на работниците од дискриминација, според сектор (кростабулација).

Сектор1 * Дали вашата компанија превзема мерки за заштита на работниците од дискриминација? Кростабулација

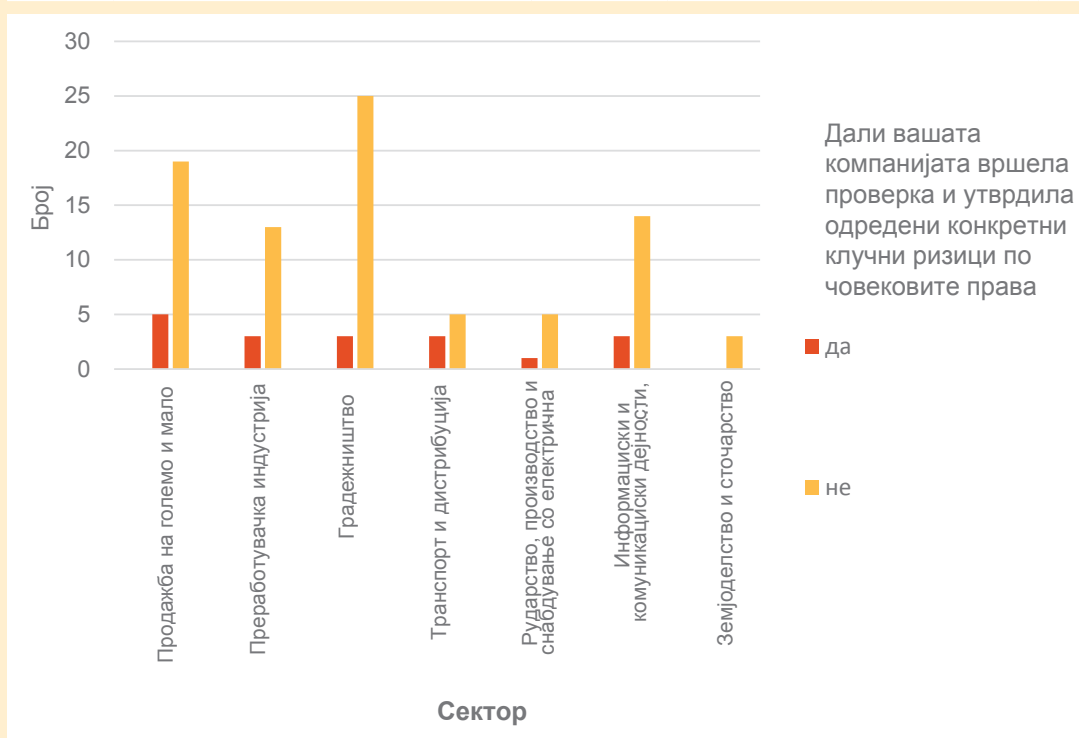
			Дали вашата компанија превзема мерки за заштита на работниците од дискриминација?		Вкупно
			да	не	
Продажба на големо и мало	Број		19	3	22
	%		86.4%	13.6%	100.0%
Преработувачка индустрија	Број		13	5	18
	%		72.2%	27.8%	100.0%
Градежништво	Број		23	4	27
	%		85.2%	14.8%	100.0%
Транспорт и дистрибуција	Број		7	1	8
	%		87.5%	12.5%	100.0%
Рударство, производство и снабдување со електрична енергија	Број		5	1	6
	%		83.3%	16.7%	100.0%
Информациски и комуникациски дејности, туризам и угостителство, стручни, научни и технички дејности и други услуги	Број		11	7	18
	%		61.1%	38.9%	100.0%
Земјоделство и сточарство	Број		2	1	3
	%		66.7%	33.3%	100.0%
Вкупно	Број		80	22	102
	%		78.4%	21.6%	100.0%



Табела/Графикон 96. Компанији што вршат проверка на ризици по човековите права, според сектор (кростабулација).

Сектор1 * Дали вашата компанијата вршела проверка и утврдила одредени конкретни клучни ризици по човековите права Кростабулација

		да не	Дали вашата компанијата вршела проверка и утврдила одредени конкретни клучни ризици по човековите права		Вкупно
			да	не	
Продажба на големо и мало	Број		4	18	22
	%		18.2%	81.8%	100.0%
Преработувачка индустрија	Број		4	14	18
	%		22.2%	77.8%	100.0%
Градежништво	Број		3	25	28
	%		10.7%	89.3%	100.0%
Транспорт и дистрибуција	Број		3	5	8
	%		37.5%	62.5%	100.0%
Рударство, производство и снабдување со електрична енергија	Број		1	5	6
	%		16.7%	83.3%	100.0%
Информациски и комуникациски дејности, туризам и угостителство, стручни, научни и технички дејности и други услуги	Број		3	14	17
	%		17.6%	82.4%	100.0%
Земјоделство и сточарство	Број		0	3	3
	%		0.0%	100.0%	100.0%
Вкупно			18	84	102
			17.6%	82.4%	100.0%



Табела/Графикон 97. Компании што вршеле обуки за вработените на тема човекови права, според сектор (кростабулација).

**Сектор1 * Дали вашата компанијата држела обуки за вработените на тема заштита на човекови права?
Кростабулација**

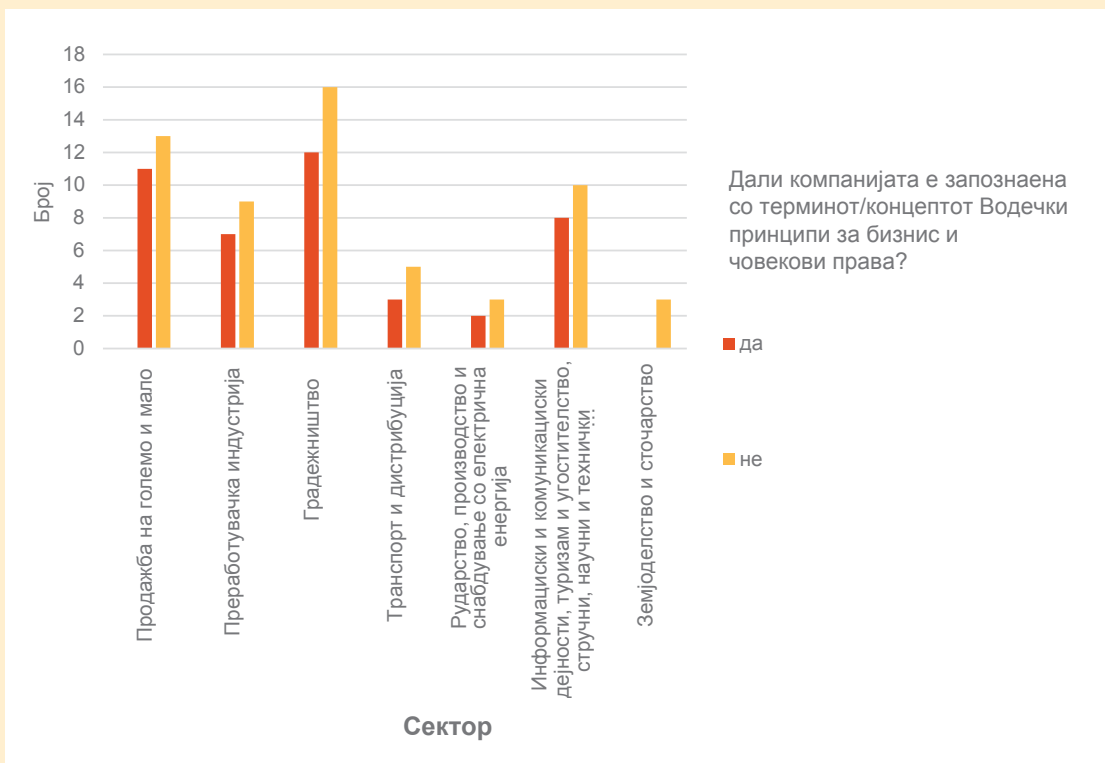
			Дали вашата компанијата држела обуки за вработените на тема заштита на човекови права?		Вкупно
			да	не	
Продажба на големо и мало	Број	7	15	22	
	%	31.8%	68.2%	100.0%	
Преработувачка индустрија	Број	4	14	18	
	%	22.2%	77.8%	100.0%	
Градежништво	Број	13	16	29	
	%	44.8%	55.2%	100.0%	
Транспорт и дистрибуција	Број	1	7	8	
	%	12.5%	87.5%	100.0%	
Рударство, производство и снабдување со електрична енергија	Број	1	4	5	
	%	20.0%	80.0%	100.0%	
Информациски и комуникациски дејности, туризам и угостителство, стручни, научни и технички дејности и други услуги	Број	0	17	17	
	%	0.0%	100.0%	100.0%	
Земјоделство и сточарство	Број	0	3	3	
	%	0.0%	100.0%	100.0%	
Вкупно	Број	26	76	102	
	%	25.5%	74.5%	100.0%	



Табела/Графикон 98. Компании што се запознаени со ВПОН, според сектор (кростабулација).

**Сектор1 * Дали компанијата е запознаена со терминот/
концептот Водечки принципи за бизнис и човекови права?
Кростабулација**

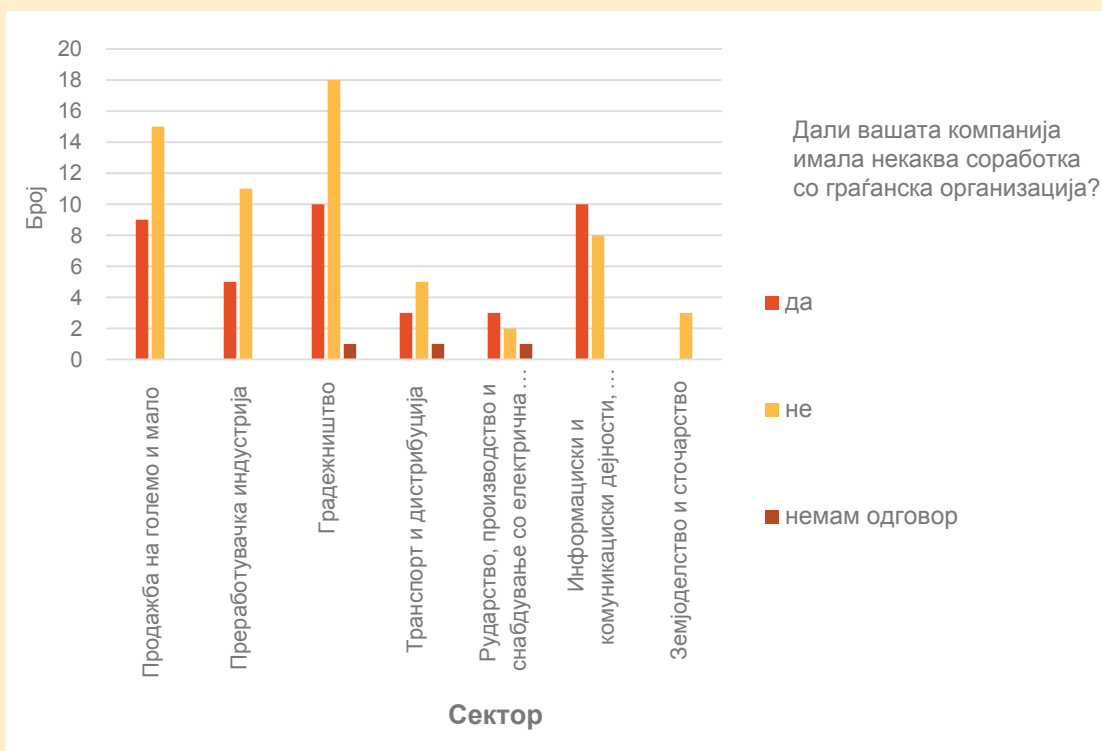
			Дали компанијата е запознаена со терминот/концептот Водечки принципи за бизнис и човекови права?		Вкупно
			да	не	
Продажба на големо и мало	Број		10	12	22
	%		45.5%	54.5%	100.0%
Преработувачка индустрија	Број		8	10	18
	%		44.4%	55.6%	100.0%
Градежништво	Број		12	16	28
	%		42.9%	57.1%	100.0%
Транспорт и дистрибуција	Број		3	5	8
	%		37.5%	62.5%	100.0%
Рударство, производство и снабдување со електрична енергија	Број		2	3	5
	%		40.0%	60.0%	100.0%
Информациски и комуникациски дејности, туризам и угостителство, стручни, научни и технички дејности и други услуги	Број		8	10	18
	%		44.4%	55.6%	100.0%
Земјоделство и сточарство	Број		0	3	3
	%		0.0%	100.0%	100.0%
Вкупно	Број		43	59	102
	%		42.2%	57.8%	100.0%



Табела/Графикон 99. Компанији кои имале соработка со граѓанска организација, според сектор (кростабулација).

Сектор1 * Дали вашата компанија имала некаква соработка со граѓанска организација? Кростабулација

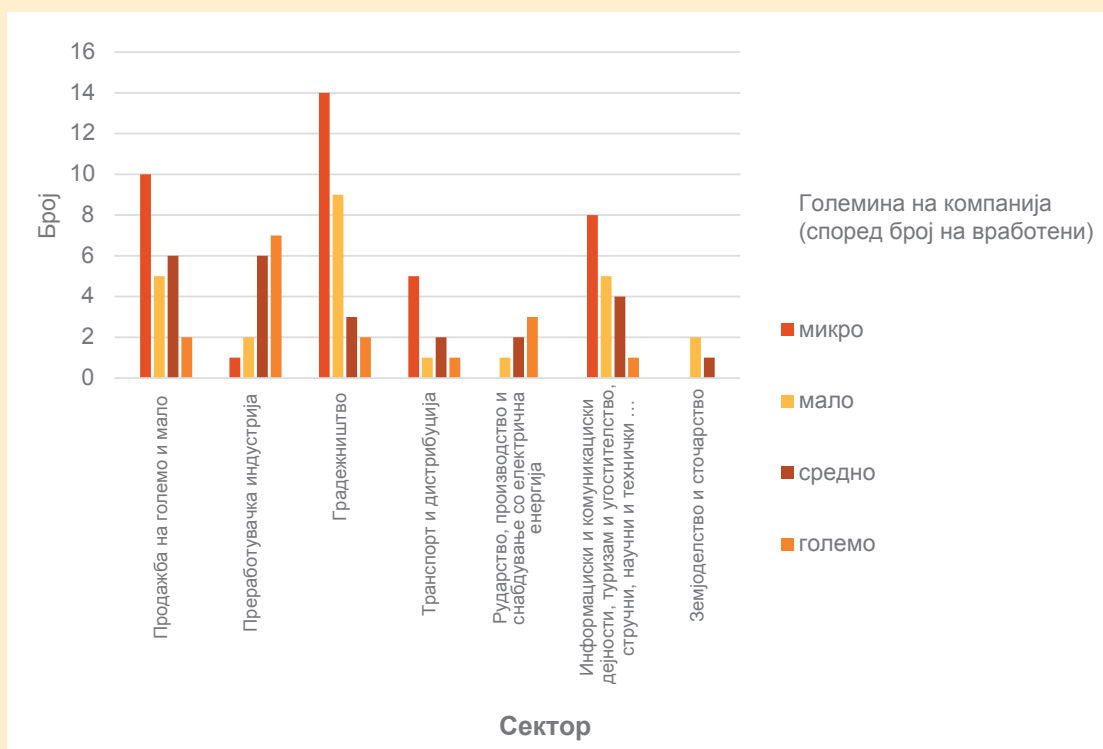
		Дали вашата компанија имала некаква соработка со граѓанска организација?			Вкупно
		да	не	немам одговор	
Продажба на големо и мало	Број	9	13	0	22
	%	40.9%	59.1%	0.0%	100.0%
Преработувачка индустрија	Број	5	13	0	18
	%	27.8%	72.2%	0.0%	100.0%
Градежништво	Број	10	18	1	29
	%	34.5%	62.1%	3.4%	100.0%
Транспорт и дистрибуција	Број	3	5	1	9
	%	33.3%	55.6%	11.1%	100.0%
Рударство, производство и снабдување со електрична енергија	Број	3	2	1	6
	%	50.0%	33.3%	16.7%	100.0%
Информациски и комуникациски дејности, туризам и угостителство, стручни, научни и технички дејности и други услуги	Број	10	8	0	18
	%	55.6%	44.4%	0.0%	100.0%
Земјоделство и сточарство	Број	0	3	0	3
	%	0.0%	100.0%	0.0%	100.0%
Вкупно	Број	40	62	3	105
	%	38.1%	59.0%	2.9%	100.0%



Табела/Графикон 100. Компании според големина и сектор на дејствување.

Сектор1 * Големина на компанија (според број на вработени) Кростабулација

			Големина на компанија (според број на вработени)				Total
			микро	мало	средно	големо	
Продажба на големо и мало	Број	10	4	5	2	21	
	%	47.6%	19.0%	23.8%	9.5%	100.0%	
Преработувачка индустрија	Број	1	3	7	7	18	
	%	5.6%	16.7%	38.9%	38.9%	100.0%	
Градежништво	Број	14	9	3	2	28	
	%	50.0%	32.1%	10.7%	7.1%	100.0%	
Транспорт и дистрибуција	Број	5	1	2	1	9	
	%	55.6%	11.1%	22.2%	11.1%	100.0%	
Рударство, производство и снабдување со електрична енергија	Број	0	1	2	3	6	
	%	0.0%	16.7%	33.3%	50.0%	100.0%	
Информациски и комуникациски дејности, туризам и угостителство, стручни, научни и технички дејности и други услуги	Број	8	5	4	1	18	
	%	44.4%	27.8%	22.2%	5.6%	100.0%	
Земјоделство и сточарство	Број	0	2	1	0	3	
	%	0.0%	66.7%	33.3%	0.0%	100.0%	
Вкупно	Број	38	25	24	16	103	
	%	36.9%	24.3%	23.3%	15.5%	100.0%	



Анекс 3: Интервјуа со релевантни чинители

Име и презиме	Организација	Дата на реализација на интервјето
Мирослав Драганов	Институт за човекови права	22.11.2018
Ана Дангова Хуг	Адвокатско друштво „ИНТЕР ПАРТЕС“	22.11.2018
Валентина Дисоска	Асоцијација на бизнис жени	23.11.2018
Лиле Петрова	Сојуз на синдикати	27.11.2018
Ристо Иванов	Здружение за бизниси и консултанти Креација и на Асоцијација на менаџмент консултанти МКА-2000	27.11.2018
Неби Јусуфи	Агенција за поддршка на претприемништвото	28.11.2018
Висар Адеми	Моја кариера	28.11.2018
Влатко Данилов	БАСМЕ	29.11.2018

