

СОЦИЈАЛНА/ОПШТЕСТВЕНА
ОДГОВОРНОСТ
НА ДЕЛОВНИ ОПЕРАТОРИ
ПРИ АКТИВНОСТА ЗА ЗАШТИТА
НА ПОТРОШУВАЧИТЕ



СОЦИЈАЛНА/ОПШТЕСТВЕНА
ОДГОВОРНОСТ
НА ДЕЛОВНИ ОПЕРАТОРИ
ПРИ АКТИВНОСТА
ЗА ЗАШТИТА
НА ПОТРОШУВАЧИТЕ

(НАСОКИ И ПОЗИТИВНИ ПРИНЦИПИ)

Автори:

Маријана Лончар-Велкова

Лидија Петрушевска-Този

Зоран Живиќ

Горан Чочков

Маја Курчиева

Лектор:

Јасмина Ѓоргиева

Ставовите, погледите и позициите изнесени во ова публикација не секогаш го претставуваат службениот став и позиција на Агенцијата за храна и ветеринарство. Авторите на публикацијата ги имаат направено сите напори да се избегнат технички и други грешки во публикацијата. Публикацијата е исклучително намената за едукативни и промотивни цели.

СОДРЖИНА

1. ОПШТЕСТВЕНА ОДГОВОРНОСТ СОГЛЕДАНА ПРЕКУ СТАНДАРДОТ ISO 26000	4
1.1. Документ(и) за поддршка на имплементацијата на ISO 26000	5
1.2. Општествена одговорност во синџирот на храна	8
2. ЗОШТО НА ПОТРОШУВАЧИТЕ ИМ СЕ ВАЖНИ ОПШТЕСТЕВЕНО ОДГОВОРНИТЕ ПРАКТИКИ НА ПРЕТПРИЈАТИЈАТА	12
2.1. Основни права на потрошувачите	12
2.2. Кои се осумте основни права на потрошувачите формулирани во Насоките на ООН и во законодавството на Република Северна Македонија?	13
2.3. Документи за политики - општествената одговорност на претпријатијата во Република Северна Македонија	14
3. КОДЕКС НА ОДНЕСУВАЊЕ НА ЕУ ЗА ОДГОВОРЕН БИЗНИС И ПРОДАЖНИ ПРАКТИКИ ЗА ХРАНА (ЗАЕДНИЧКИ АСПИРАТИВЕН ПАТ КОН ОДРЖЛИВИ СИСТЕМИ ЗА ХРАНА, ОД ЈУНИ 2021 ГОДИНА)	17
4. ОПШТЕСТВЕНО ОДГОВОРНИ ПРАКТИКИ ПРИ ПРОИЗВОДСТВО И ПРОМЕТ НА ХРАНА	19
5. КАКО ДА ВОВЕДЕМЕ ПОДОБРА ОПШТЕСТВЕНА ОДГОВОРНОСТ И ДА СЕ СПРАВИМЕ СО ОТПАДОТ ОД ХРАНАТА ВО НАШАТА ДРЖАВА?	22
6. КАКО ДА ЈА ПОДОБРИМЕ ОПШТЕСТВЕНАТА ОДГОВОРНОСТ И ПРАКТИКИТЕ НА ПРЕТПРИЈАТИЈАТА?	23

1. ОПШТЕСТВЕНАТА ОДГОВОРНОСТ СОГЛЕДАНА ПРЕКУ СТАНДАРДОТ ISO 26000

Општествената одговорност е „одговорност на организацијата за влијанијата на нејзините одлуки и активности врз општеството и животната средина, преку транспарентно и етичко однесување“¹ кое придонесува кон одржлив развој и ги зема предвид очекувањата на за-сегнатите страни. Општествената одговорност може да се сфати и како алатка за иновации и конкурентност, сега и за идните генерации.

Општествената одговорност, помеѓу другото, претставува начин на водење бизнис. Тоа е директно поврзано со одржливиот развој барајќи компанијата да погледне во своите финанси, социјални и еколошки перформанси. Таа треба да биде стратешки интегрирана целосно во бизнис процесот на компанијата, синџирот на снабдување, производите, како и во односите со клиентите. Општествената одговорност треба да биде во согласност со потрагата на компанијата за олеснет пристап на пазарот, зголемена продуктивност или намалување на оперативните трошоци. Воедно, општествената одговорност не претставува само донирање, иако тоа е од витално значење за доброто на секоја заедница. Како и да е, донирањето не треба да ги компензира потенцијалните негативни ефекти на деловното работење на компанијата, како што се: загадувањето, зголеменото искористување на природните ресурси, условите за работа на вработените и благосостојба на нивните семејства, корупцијата и др.

Концептот на општествена одговорност ја јакне конкурентноста на националната економија, создавајќи поодржливи и иновативни претпријатија, но и нејзината способност да се интегрира во економијата на ЕУ. Оттука, општествената одговорност нуди придобивки на деловен план, но и придобивки за општеството и заедницата во која живееме, бидејќи застапува вредности врз кои можеме да изградиме покохезивно општество и да ја продолжиме транзицијата кон одржлив економски систем.

Организациите во синџирот на исхрана ширум светот, и нивните засегнати страни, стануваат сè повеќе свесни за потребата и придобивките од општествено одговорното однесување во целиот синџир на вредности на нивното работење. Организациите во синџирот на исхрана кои сакаат да спроведат општествена одговорност можат да имаат полза од користењето на ISO 26000, меѓународен стандард кој дава насоки/препораки за тоа како секоја организација може да ја подобри својата општествена одговорност и на тој начин да придонесе за одржлив еколошки, социјален и економски развој.

1) Оваа дефиниција е дадена во Стандардот ISO 26000

ISO 26000 не може да се сертифицира, бидејќи не содржи барања. Интенцијата е да се применува од оние кои, од кои било причини, бараат да ги подобрат своите оперативни процеси и влијанија преку општествено одговорно однесување. Наместо тоа, помага да се разјасни што е општествена одговорност, им помага на бизнисите и организациите да ги преведат принципите во ефективни акции и да ги споделат најдобрите практики во врска со општествената одговорност, на глобално ниво.

Стандардот беше лансиран во 2010 година по петгодишни преговори меѓу многу различни чинители ширум светот. Во неговиот развој беа вклучени претставници од владите, невладините организации, индустријата, групите на потрошувачи и работничките организации од целиот свет, што значи дека е усвоен врз основа на меѓународен консензус.

ISO 26000 е поврзан со меѓународните норми и тоа со:

- Глобалниот договорот на Обединетите нации/Декларацијата за човекови права на Обединетите нации (UN Global Compact/UN Declaration of Human Rights) кој утврдува 10 принципи кои произлегуваат од: Универзалната декларација за правата на човекот, Декларацијата на Меѓународната организација на трудот за основните принципи и права на работа, Декларацијата од Рио за животна средина и развој, како и на Конвенцијата против корупција на Обединетите нации;
- Меѓународната организација на трудот, Целите за одржлив развој на ООН (ILO - International Labor Organization, UN Sustainable development goals);
- Насоки на ОЕЦД, Работна група на ОН за бизнис и човекови права, ГРИ - Глобално известување (OECD Guidelines, UN Working Group on Business and Human Rights, GRI - Global reporting).

Преводот на овој стандард² на македонски јазик е усвоен од страна на Институтот за стандардизација на Северна Македонија, како и од страна на телата за стандардизација на земјите на ЕУ и пошироко во светски рамки.

1.1. Документ(и) за поддршка на имплементацијата на ISO 26000

- **Протокол за комуникација** - Протоколот опишува соодветни формулации кои организациите можат да ги користат за нивната употреба на ISO 26000.

Организациите кои сакаат да комуницираат за тоа како го користат стандардот ISO 26000 треба да бидат внимателни во својот избор на формулација. На пример, во текстот на ISO 26000 е појаснето дека стандардот за насоки не е наменет да се користи за сертификација. Овој протокол е развиен од ISO 26000 Post Publication Organization, а има за цел да даде насоки за соодветни формулации, како и формулации кои треба да се избегнуваат во комуникацијата во врска со употребата на ISO 26000.

2) https://isrsm.gov.mk/mk/prevod-na-makedonski-jazik-na-iso-26000-2011_p1072.html

Соодветни формулации	Несоодветни формулации
Примена на стандардот ISO 26000 за интегрирање/спроведување на општествена одговорност/социјално одговорно однесување во организацијата	...сертифициран според ISO 26000 ...проверено според ISO 26000
Користење на стандардот ISO 26000 за интегрирање/спроведување на општествена одговорност/социјално одговорно однесување во организацијата	...во согласност со ISO 26000 ...сообразност со ISO 26000
Препознавање на ISO 26000 како референтен документ кој дава насоки	...усогласеност со ISO 26000
Врз основа на ISO 26000	...оценето според ISO 26000
Следете ги упатствата дадени од ISO 26000	
Инспириран од ISO 26000	... ги исполнува барањата на ISO 26000

● ISO 26000 основни материјали за обука - упатства за обука

Целта на обуката за примена на стандардот е да генерира основно разбирање за општествената одговорност врз основа на ISO 26000, да мотивира организациите да користат ISO 26000 и да дадат примери за тоа како може да се користи ISO 26000.

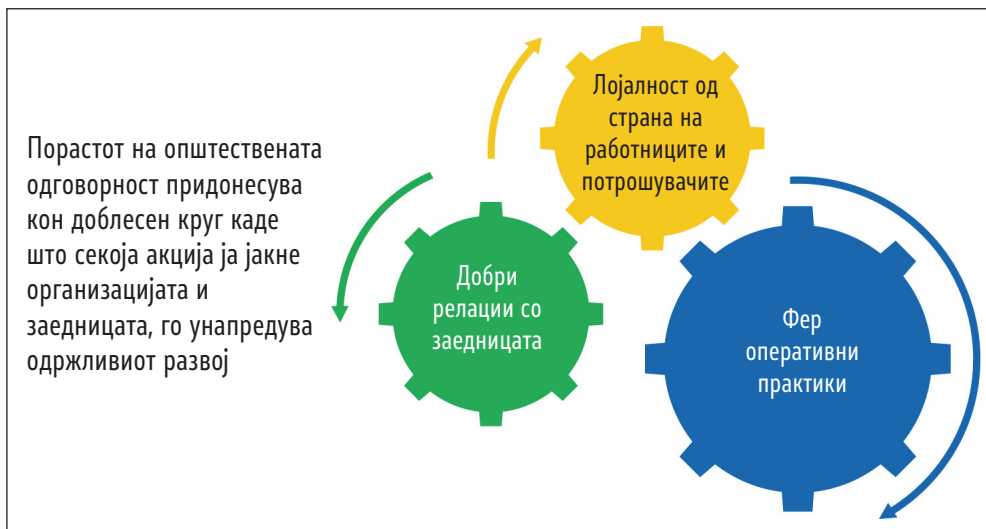
Обуката за ISO 26000:2010 треба барем да ги содржи следните области каде што е применливо:

Основа на ISO 26000	Контекстот на ISO 26000 (Одржлив развој, меѓународни норми, општествена одговорност, филантропија)
Процесот на развој на ISO 26000	Улогата на засегнатите страни, накратко.
Опсег на ISO 26000	Адресирање на опсегот на ISO 26000 и како да се користи како насоки.
Поими и дефиниции	На пример: општествена одговорност, меѓународни норми на однесување, сфера на влијание, засегната страна.
Разбирање на општествената одговорност	Одржлив развој, трендови, засегнати страни ангажман.
Седумте сеопфатни принципи	Разбирање на основните принципи.
Препознавање на општествената одговорност и засегнатите страни	Да се има предвид погледот на организацијата преку ангажманот на внатрешните и надворешните засегнати страни и важноста на двонасочната комуникација.

Седумте суштински теми	Треба да биде опфатена секоја основна тема преку примери за креирање на вредности, добро управување, следење на усогласеноста, процесите на управување и донесување одлуки, вклучувајќи ја релевантноста и значењето на 37 прашања, практични теоретски примери од различни сектори.
Интеграција	Истакнување на одреден деловен случај, длабинска анализа, сфера на влијание, релевантност и значење, интеграција, приоритети за подобрувања, стратегија, ризик со управување, комуникација и известување, преглед, континуирани подобрувања, примери за „како да се интегрираме во пракса“, на пример, преку теоретски студии на случај и врски до системи за управување или други алатки.
Доброволни иницијативи Примери	Иницијативи кои се релевантни за конкретната целна група. Примери за тоа како организациите користеле ISO 26000 или како организациите можат да го користат ISO 26000: анализа, мапа на засегнати страни, комуникација, итн. Пожелно е да се користат теоретски примери со цел да се избегнат регионални или политички прашања.

- Документи кои го поврзуваат ISO 26000 со Насоките на ОЕЦД за мултинационални претпријатија и Агендата на Обединетите нации 2030 (Цели за одржлив развој)³

Зголемувањето на општествената одговорност создава круг, при што активностите во овој домен ја јакнат организацијата и општеството што придонесува кон одржлив развој.



3) <https://www.iso.org/iso-26000-social-responsibility.html>

1.2. Ойшїсїєвена одгворносї во синцирої на храна

Општествената одговорност е модел кој им помага на деловните субјекти да ја покажат својата одговорност кон јавноста, засегнатите страни и вработените. Со примена на овој модел деловните субјекти ја искажуваат својата свесност за влијанието што го имаат врз трите основни аспекти на одржливиот развој на општеството - економските, социјалните и еколошките аспекти. Општествено одговорните деловните субјекти работат етички и тоа на начини на кој даваат придонес кон подобрување на општеството, животната средина и заедницата. Тоа се постигнува со поддршка на локалните заедници, едукација на вработените, јавноста и потрошувачите, правилно користење на енергијата, водата и природните ресурси, намалување на отпадот, фер и коректно однесување кон вработените.

Усвојувањето на моделот на општествена одговорност, иако не е законска обврска, значително е прифатен од деловната заедница воопшто. Деловните субјекти се свесни дека придружувањето кон принципите на општествената одговорност може позитивно да влијае и да придонесе кон конкурентска предност на субјектот пред другите, неговиот углед, способноста да привлече и да ги задржи вработените, своите потрошувачи или корисници, да го задржи нивото на посветеност, морал и продуктивност на вработените, да го задржи позитивниот имиџ во јавноста и релациите воспоставени со медиумите, бизнис секторот во целина, како и потрошувачите. Затоа, посветеноста на една организација кон благосостојбата на општеството и животната средина треба да стане централен критериум при мерењето на нејзините севкупни перформанси и нејзината способност да продолжи ефикасно да работи во насока на создавање и одржување на здрави екосистеми, социјална еднаквост и добро организациско управување.

Стандардот ISO 26000, како доброволен меѓународен стандард за општествена одговорност, се обидува да промовира заедничко разбирање на општествената одговорност при што се врши надополнување, но не и замена на други постоечки алатки и иницијативи.

Стандардот не е наменет да се користи за сертификација или регулација, и не е стандард за воспоставување на систем за управување. За разлика од други стандарди, овој стандард не содржи барања и како таков не може да се користи за сертификација. Но, поради значењето на овој стандард, во декември 2019 година Меѓународната организација за стандардизација издаде **Насоки за користење на ISO 26000:2010 во синцирот на храна**, кои се наменети за организациите од секоја од фазите на синцирот на храна кои ќе одлучат да го воведат ISO 26000:2010 во својата работа, тоа да го направат на најефикасен начин.

● Што е (преставува) општествена одговорност во синцирот на храна?

Општествената одговорност е „одговорност на организацијата за влијанијата на нејзините одлуки и активности за општеството и животната средина, преку транспарентно и етичко однесување“.⁴ Деловните субјекти ширум светот кои работат со храна и нивните засегнати страни сè повеќе стануваат свесни за потребата и придобивките од општествено одговорното однесување во целокупната вредносна низа на нивното делување. Во суштина, со прифа-

4) Оваа дефиниција е дадена во стандардот ISO

ќањето на моделот на општествена одговорност и примената на стандардот во нивното работење тие демонстрираат намера да прејдат од ниво на „добри намери“ во ниво на „добри практики“.

● **Примена на општествената одговорност во синџирот на храна**

Примената на Насоките ISO/TS 26030 како да се усвои ISO 26000:2010, кои се посебно наменети за организациите вклучени во синџирот на храна е со намера да бидат корисни за сите типови на организации во синџирот на храна, без разлика на нивната големина или земјите каде што делуваат. Организациите во синџирот на храна може да го користат овој документ индивидуално и во соработка со други релевантни организации и заинтересирани страни.

Практикувањето на општествено одговорно однесување е алатка за иновации во работењето, а влијае и на зголемена конкурентска предност на пазарот и во јавноста. Затоа, холистичкиот пристап кон усвојување на принципите на ISO 26000:2010 наспроти фокусирање само на некој од нив е препорака од Насоките ISO/TS 26030.

● **Како до успешна имплементација на општествено одговорно однесување?**

Деловните субјекти кои ги применуваат соодветните стандарди, упатства и насоки кои се наменети за деловните субјекти за развој на добри практики во и вон организацијата, се сметаат за општествено одговорни. Така, важно е и придржувањето кон 7-те основни принципи на кои се гради општествената одговорност:

1. **Одговорност** - Организацијата треба да биде одговорна за нејзините влијанија врз општеството, економијата и животната средина.
2. **Транспарентност** - Отвореност за одлуките и активностите кои влијаат на општеството, економијата и животната средина и подготвеност тие да се соопштат на јасен, точен, навремен, искрен и целосен начин.
3. **Етичко однесување** - Организацијата треба да се однесува етички, засновајќи го своето однесување на вредностите на чесност, правичност и интегритет и покажувајќи грижа за луѓето, животните и животната средина и посветеност да одговори на влијанието на нејзините активности и одлуки врз интересите на засегнатите страни.
4. **Почитување на интересите на заинтересираните страни** - Организацијата треба да ги почитува и да ги земе предвид и да одговори на специфичните интереси на други поединци или групи кои ги сочинуваат засегнатите страни на организацијата.
5. **Почитување на владеењето на правото** - за усогласување со сите важечки закони и прописи, организацијата треба да преземе чекори за да биде запознаена со важечките закони и прописи, да ги информира оние во организацијата за нивната обврска да ги почитуваат и да ги спроведуваат тие мерки.
6. **Почитување на меѓународните норми на однесување** - Организацијата треба да ги почитува меѓународните норми на однесување, притоа да се придржува до принципот на почитување на владеењето на правото и да не стане соучесник во каква било небрежност,

особено во ситуации или земји каде што законот или неговата имплементација не обезбедуваат соодветни еколошки или социјални заштитни мерки.

7. Почитување на човековите права - Организацијата треба да ги почитува човековите права и да ја препознае нивната важност и нивната универзалност, да ги промовира, да преземе чекори за нивно почитување и да избегнува пасивно прифаќање или активно учество во кршењето на правата.

Исто така, важно е деловните субјекти да применат две основни практики на општествена одговорност и со тоа да ја признаат сопствената општествена одговорност во рамките на нејзината сфера на влијание и да ги идентификуваат и ангажираат своите засегнати страни, а пред сè, потрошувачите.

Откако ќе се одредат основните и релевантните прашања на општествените одговорности, организацијата треба да постави сопствена стратегија за општествена одговорност и да ги интегрира приоритетите и активностите во своите деловни одлуки и активности. На овој начин ќе се обезбеди општествената одговорност да е составен дел на деловните политики, организациската култура, стратегиите и операциите со градење на внатрешна компетентност за општествена одговорност и активности на активна внатрешна и надворешна комуникација за општествена одговорност.

При одредување на обемот на својата општествена одговорност деловниот субјект треба да идентификува и да декларира соодветен сет на прашања и теми на кои ќе им даде приоритет во рамките на **седумте** клучни теми на општествената одговорност на ниво на организацијата.

а) **Организациско управување** - прашања кои се однесуваат на процесите на донесување одлуки и структурите на управување во организацијата;

б) **Човекови права** - потребно е да се спроведе длабинска анализа во организацијата и да се идентификува дали постојат и кои се ризичните ситуации за можни повреди на човековите права, избегнување на соучесништво во случај на повреди на човекови права од други субјекти во синцирот на храна, решавање на поплаки, идентификација на можни форми на дискриминација и повреди поврзани со ранливите групи, како и сите видови на граѓански и политички права, економски, социјални и културни права, основните принципи и права од работен однос;



в) **Работни практики** - фер услови за вработување и засновање работни односи, услови за работа и социјална заштита, воспоставување на социјален дијалог во организацијата, примена на правилата за здравје и безбедност при работа, човечки развој и обука на работното место;

г) **Животна средина** - работењето на деловниот субјект нема да биде извор на загадување, одржливо ќе ги користи ресурсите, ќе работи на ублажување и адаптација на климатските промени, на заштита на животната средина, биодиверзитетот и обновувањето на природните живеалишта;

д) **Добри деловни практики** - начин на работа кој не поддржува корупција, а поддржува одговорно политичко вклучување, фер конкуренција, промовирање одржливост во синџирот на вредност, почитување на правата на сопственост;

ѓ) **Права на потрошувачите** - практикување на фер маркетинг, употреба на фактички и непристрасни информации, правични договорни практики, заштита на здравјето и безбедноста на потрошувачите, одржлива потрошувачка, услуги и поддршка на потрошувачите и решавање на поплаки и спорови, заштита и приватност на податоците на потрошувачите, пристап до основните услуги, образование и свесност;

е) **Општествена вклученост и развој** - вклучување во заедницата, образованието и културата, создавање работни места и развој на вештини, развој и пристап до технологија, создавање богатство и приход, здравје, како и социјални инвестиции.

Дополнителни насоки за основните теми и практики за интеграција на општествената одговорност се достапни во соодветниот стандард.⁵

2. ЗОШТО НА ПОТРОШУВАЧИТЕ ИМ СЕ ВАЖНИ ОПШТЕСТЕВНО ОДГОВОРНИТЕ ПРАКТИКИ НА ПРЕТПРИЈАТИЈАТА

2.1. Основни права на потрошувачите

Историски гледано, осумте основни права на потрошувачите се дадени во Насоките за заштита на потрошувачите усвоени од страна на Организацијата на Обединетите нации во 1985 година.⁶ Насоките на Обединетите нации за заштита на потрошувачите (UNGCP) се „вреден збир на принципи за утврдување на главните карактеристики на ефективно законодавство за заштита на потрошувачите, институции за спроведување и системи за обесштетување и за помош на заинтересираните земји членки во формулирањето и спроведувањето на домаш-

5) Општествена одговорност и одржлив развој - Насоки за користење на ISO 26000:2010 во синџирот на храна (Social responsibility and sustainable development - Guidance on using ISO 26000:2010 in the food chain

<https://www.iso.org/standard/71624.html>

<https://isrsm.gov.mk/mk/project/show/iso:proj:71624>

6) https://unctad.org/system/files/official-document/ares70d186_en.pdf

Resolution adopted by the General Assembly on 22 December 2015 [on the report of the Second Committee (A/70/470/Add.1)] 70/186. Consumer protection

ните и регионалните закони, правила и регулативи кои се погодни за нивните сопствени економски и социјални и еколошки околности, како и промовирање на меѓународна соработка за спроведување меѓу земјите членки и охрабрување на споделување искуства во заштитата на потрошувачите“. Во 1999 Насоките беа проширени од Економскиот и социјалниот совет во Резолуцијата E/1999/INF/2/Add.2 од 26 јули 1999 година кога се воведо нова насока која ја промовира одржливата потрошувачка од причина што: „неодржливи модели на производство и потрошувачка, особено во индустријализираните земјите, се главната причина за континуираното влошување на глобалната средина“. Во 2015 година Насоките беа ревидирани од страна на Генералното собрание во Резолуцијата 70/186 од 22 декември. Последната ревизија, всушност, потврди дека Насоките претставуваат значаен збир на принципи за утврдување на главните карактеристики на ефективно законодавство за заштита на потрошувачите, негово спроведување и извршување, институции и системи за правна заштита и за помош на заинтересираните земји членки во формулирањето и спроведувањето на домашни и регионални закони, правила и прописи кои се соодветни на нивните сопствени економски и социјални и еколошки околности, исто како и промовирање на меѓународна соработка за спроведување меѓу земјите членки и поттикнување на споделување искуства во заштитата на потрошувачите.

2.2. Кои се осумте основни ѝрава на ѝотрошувачиѝе формулирани во Насокиѝе на ООН и во законодавѝевоѝо на Реѝублика Северна Македонија?

Основните осум права на потрошувачите, врз кои се гради законската рамка, се следните:

- 1) Право на задоволување на основните потреби, кое претставува достапност до основните и нужни стоки и услуги, како храна, облека, обувки, домување, здравствена заштита, образование и хигиена;
- 2) Право на безбедност, кое претставува заштита од стоките и услугите што се штетни за животот, здравјето, имотот или животната средина, како и од стоките чие поседување или употреба се забранети;
- 3) Право на информираност, кое претставува располагање со точни податоци и информации што се неопходни за разумен избор на понудените стоки и услуги, односно за донесување информирана одлука;
- 4) Право на избор, кое претставува можност за избор помеѓу повеќе стоки и услуги според прифатливи цени и со соодветен квалитет;
- 5) Право на учество, кое претставува застапеност на интересите на потрошувачите во процесите на донесување и спроведување на политиките за заштита на потрошувачите, како и на можност за застапеност во процесите на усвојување и спроведување на политиките за заштита на потрошувачите преку здруженијата за заштита на правата на потрошувачите;
- 6) Право на правна заштита, кое претставува заштита на правата на потрошувачите согласно со постапката предвидена со закон и во случај на повреда на неговите права, вклучувајќи го и надоместувањето на штетата причинета на потрошувачот;

7) Право на едукација, кое претставува стекнување основни знаења и вештини неопходни за правилен и сигурен избор на стоки и услуги, како и знаења за основните права и обврски на потрошувачите и начините за нивно остварување и

8) Право на здрава и одржлива животна средина, кое претставува живот и работа во средина што не е штетна по животот, здравјето и благосостојба на сегашните и идните генерации, како и на навремено и целосно информирање за состојбата на животната средина.

Овие права претставуваат дел од новиот Закон за заштита на потрошувачите, донесен од Собранието на Република Северна Македонија во ноември 2022 година, а поместени се во член 2 од овој Закон.

Од основните потрошувачки права, **правото на здрава и одржлива животна средина**, кое претставува живот и работа во средина што не е штетна по животот, здравјето и благосостојба на сегашните и идните генерации, како и на навремено и целосно информирање за состојбата на животната средина, е директно поврзано со унапредувањето на општествената одговорност во државата заради заштита на потрошувачите и нивната благосостојба. Секако дека не помалку значајни се и другите права на потрошувачите, а почитувањето на сите осум заедно претставува важен дел од општествената одговорност на претпријатијата. Потрошувачите се директно заинтересирани за исполнување на сите наведени права преку соодветни закони и политики.

2.3. Документи за поплишки - општествена одговорност на претпријатијата во Република Северна Македонија

Во октомври 2019 година е усвоена среднорочната Стратегија за општествена одговорност, за периодот 2019-2023 година. Стратегијата обезбедува континуитет во националната политика за општествена одговорност во земјата, по истекот на првиот стратешки документ: „Национална агенда за општествена одговорност на претпријатијата во Република Македонија 2008-2012, со Акциски план“, усвоен од Владата на 21.10.2008 година. Стратегијата овозможува унапредување на националната политика во оваа сфера, која позитивно ќе се одрази на вклучувањето на деловната заедница и останатите засегнати страни во решавањето на приоритетни социјални и еколошки проблеми, како и на влијанието на степенот на развој на општествената одговорност, како еден од елементите во привлекувањето на општествено одговорни инвестиции во земјата.

Среднорочната стратегија ги следи и афирмира препораките на Европската комисија од Обновената стратегија за општествена одговорност 2011-2014 година, како и комплементарните активности за промоција на одржлив развој и интегрирање на општествената одговорност во процесот на постигнувањето на Целите за одржлив развој, донесени од Обединетите нации (ОН).⁷

7) Пред да биде донесена оваа Стратегија со претходниот национален стратешки документ - Националната агенда за општествена одговорност на претпријатијата за периодот 2008-2012 година, беа реализирани повеќе проекти на национално ниво кои резултираа со промоција на концептот на општествената одговорност.

Министерството за економија, поттикнато од препораките на Европската комисија и УНДП, содржани во Референтната студија за општествената одговорност на претпријатијата (ООП) за РМ, како и од мерките во Акцискиот план од Програмата за поттикнување инвестиции во РМ 2007-2010, иницираше активности за формирање на Национално координативно тело за ООП.

Со одлука на Владата на Република Северна Македонија, во 2007 година беше основано Националното координативно тело за општествена одговорност на претпријатијата (во понатамошниот текст Телото), при Економско-социјалниот совет (ЕСС), а понатамошните активности околу екипирањето на Телото ги координираше Министерството за економија. Во 2008 година, со Одлука на Владата, Министерството за економија беше задолжено да биде координатор на сите активности поврзани со ООП, во кои се вклучени и други органи на државната управа.

Мисијата на Телото е да ги мобилизира претпријатијата и сите засегнати страни да ја применат општествената одговорност како клучна стратегија во деловното работење, да ги подобрат своите еколошки и социјални влијанија и да придонесат македонската економија да стане поконкурентна на глобалниот пазар.

Основната цел на Телото е да ја промовира општествената одговорност во Република Северна Македонија и да ги координира активностите помеѓу засегнатите страни, со оглед на широкиот опсег на прашања со кои се занимава општествената одговорност.

Работата и членството на претставниците во Телото е на волонтерска основа. Досегашните активности на Телото беа поддржани од меѓународни организации (УНДП, УСАИД, ИнВент, Европска комисија).

Телото е составено од 16 претставници од речиси сите засегнати страни од доменот на општествената одговорност - релевантни министерства, стопански комори и бизнис асоцијации, здруженија на работодавачи, синдикати, невладини организации, високообразовни институции, експерти, медиуми.

Во насока на поттикнување на општествената одговорност и промовирање на позитивни примери, беа иницирани и национални награди за општествена одговорност коишто 14 години се реализираат од страна на Министерството за економија во соработка со Телото, како и со други поддржувачи. Целта на наградата е да се промовираат позитивните практики на општествено одговорно делување на претпријатијата во Република Северна Македонија и да се поттикнат останатите претпријатија да ја воведат и применат општествената одговорност во своето работење. Наградата се доделува во 5 категории: Однос кон вработените, Етичко управување, Односи на пазарот, Заштита на животната средина и Вложување во заедницата, а се доделува посебно за мали и средни, а посебно за големи претпријатија.

Пријавените апликации ги евалуираат стручни жири комисии составени од претставници на јавниот, деловниот и граѓанскиот сектор. Инвентивноста на предложените проекти ја оценува посебна работна група за избор на најинвентивна практика, составена од по еден член од секоја жири комисија. Наградата е престижна и предизвикува сè поголем интерес кај македонските претпријатија. Тоа потврдува дека концептот на општествената одговорност станува дел од нивната деловна политика, по примерот на европските компании, со што се

подобруваат конкурентноста, угледот и имиџот, односите со добавувачите, потрошувачите и потенцијалните инвеститори, како и лојалноста на вработените, што е сигурен пат до долгорочен успех во бизнисот.

Истите овие области се опфатени во Стратегијата за општествена одговорност за периодот 2019-2023 година (Стратегија). Областа Односи на пазарот – всушност се однесува на заштита на потрошувачите и одговорноста при производството и продажбата на производи и услуги. Во Стратегијата се утврдени проблемите во оваа област кои главно се идентификуваат во примена на нечесни пазарни практики, што се согледува преку пласманот на неточни, невистинити или измамнички информации за потрошувачите, кои се пласираат преку измамнички огласувања или други видови трговски пракси, непочитување на договорите, нерешавање на проблемите на потрошувачите по мирен пат и во нивна корист, создавање клима за развој на нелојална конкуренција со што се нарушува пазарот, како и сè почеста злоупотреба на монополската или доминантната позиција и слаба реакција на регулаторите во заштитата на послабата страна - потрошувачот.

Со унапредување на законската регулатива и мерките за поттикнување на фер конкуренција и примената на фер трговски практики, овозможување подобро функционирање на граѓанските организации кои ги штитат потрошувачите, потпишувањето кодекси за фер однос на трговците кон потрошувачите и поттикнување спогодбено решавање на проблемите со посредство на граѓанските организации и нивната партиципација во регулаторните тела, се очекува да се намалат ризиците за злоупотребата на правата на потрошувачите. Иако меѓународните норми и националното законодавство се ставаат во функција на заштита на правата на потрошувачите, сепак, тие во земјата потешко се заштитуваат, се констатира во Стратегијата.

Во делот на односи со добавувачите, во Стратегијата се укажува на сè поголемиот број механизми кои се применуваат од страна на набавувачот и добавувачот. Во нивните договорни обврски, во изминатиот временски период, се забележуваат значителни подобрувања во однос на уредувањето на односите. Како што се забележува од резултатите од наградите за општествено одговорни практики, поголем број претпријатија, под влијание на интернационални компании или самостојно, вовеле механизми со кои се уредува соработката со добавувачите. Дел од практиките се должат на (нови) стандарди за менаџмент со квалитет. Тука се издвојуваат практиките за носење политики за одговорни набавки со кои претпријатијата дефинираат одговорна набавка за сите добавувачи, со подобрување на договорите за соработка. Во основа, овие стандарди и практики ги заштитуваат основните човекови права, меѓународните етички правила, но и регулативите за здравје и безбедност при работа, заштита на животната средина, итн.

Во поглед на производството и прометот со храна од аспект на општествена одговорност на претпријатијата кои се вклучени во овој процес, најважно е почитувањето на законската регулатива. Системот за заштита на потрошувачите во поглед на безбедноста на храната како најважна алка ја одредува Агенцијата за храна и ветеринарство која е воедно и контактна точка во системот за брзо предупредување за храна и добиточна храна.⁸

8) Rapid Alert System for Food and Feed (RASFF)

3. КОДЕКС НА ОДНЕСУВАЊЕ НА ЕУ ЗА ОДГОВОРЕН БИЗНИС И ПРОДАЖНИ ПРАКТИКИ ЗА ХРАНА

(ЗАЕДНИЧКИ АСПИРАТИВЕН ПАТ КОН ОДРЖЛИВИ СИСТЕМИ ЗА ХРАНА, ОД ЈУНИ 2021 ГОДИНА)⁹

На самиот почеток на Кодексот е поместен текстот кој упатува на целите на донесувањето на Кодексот: „Овој Кодекс за одговорен бизнис и продажни практики за храна е еден од првите резултати на Стратегијата на ЕУ „Од фарма до виљушка“ и претставува составен дел од нејзиниот акциски план. Кодексот ги поставува заедничките аспирации и индикативните дејства за кои актерите „помеѓу фармата и виљушката“, како што се производителите на храна, операторите на услуги за храна и трговците на мало, можат доброволно да се усогласат, да се обврзат и да придонесат за поддршка на транзицијата кон одржливи системи за храна“.

Кодексот е создаден во време кога е усвоен и Зелениот договор на ЕУ, вклучително и Комуникацијата на Европската комисија за стратегијата „Од фарма до виљушка“, и разни други важни политички иницијативи на ниво на ЕУ и пошироко, за справување со предизвиците што ги носат климатските промени, деградацијата на животната средина, губењето на биолошката разновидност, товарот од потхранетост и сл.

Овој Кодекс го потпишуваат компаниите кои му пристапуваат и кои се обврзуваат да го почитуваат. Па така, во воведот се напоменува дека: „Здруженијата и компаниите наведени во Анекс 1 („Потписници“) на овој Кодекс на однесување за одговорни деловни и маркетиншки практики со храна („Кодекс“), се подготвени да ја одиграат својата улога и да придонесат за трансформирање на системите за храна работејќи во рамките на нивната сфера на влијание“.

Што предвидува Кодексот?

Кодексот се состои од две главни компоненти:

1. Општа рамка - заедничка визија и цели во синџирот на исхрана на ЕУ со цел да се помогне во постигнувањето одржливи системи за храна. Предвидените мерки се поддржани со низа индикативни акции кои служат како инспирација за секој бизнис со храна, мал или голем подеднакво, кој сака да се вклучи во транзицијата кон одржливи системи за храна.
2. Рамка за амбициозни заложби наменети за компании со поголеми амбиции. Индивидуалните компании кои се способни да покажат лидерство се поканети да преземат опипливи, релевантни и мерливи обврски, кои ќе се следат во однос на напредокот.

● Кодексот е на доброволна основа

Овој Кодекс и неговите последователни обврски дејствуваат за да ја потврдат доброволната намера на потписниците да ги поддржат мерките наведени во него, придонесувајќи за сев-

9) https://food.ec.europa.eu/horizontal-topics/farm-fork-strategy/sustainable-food-processing/code-conduct_en

купните цели на Стратегијата „Од фарма до виљушка“ и Европскиот зелен договор. Овој доброволен Кодекс и неговите последователни обврски не се правно обврзувачки и не создаваат договорни или преддоговорни обврски според кој било закон или правен систем. Ништо што е опфатено со овој доброволен Кодекс и неговите последователни обврски нема да се толкува како основа за воспоставување на каква било одговорност, права, откажување од какви било права или обврски за која било страна или како ослободување на која било страна од нивните законски обврски. Овој доброволен Кодекс и неговите последователни обврски нема да се толкуваат на кој било начин како замена, проширување или толкување на постоечката или идната правна рамка што ги регулира системите за храна на ЕУ. Овој доброволен Кодекс и неговите последователни обврски не треба да се користат или да бидат доказ или, пак, дел од доказ во која било правна постапка.

Овој Кодекс се применува на неговите потписници кои можат да бидат европски здруженија, оператори со храна и други актери во – или поврзани со – системи за храна кои можат значајно да ги поддржат и/или да придонесат за аспиративните цели наведени во Кодексот. Кодексот се применува за сите активности кои се однесуваат на производство, трговија, преработка, промоција, дистрибуција и сервирање на храна.

Почитувањето на овој Кодекс е доброволно и е комплементарно со почитувањето на постоечките законски обврски.

4. ОПШТЕСТВЕНО ОДГОВОРНИ ПРАКТИКИ ПРИ ПРОИЗВОДСТВО И ПРОМЕТ НА ХРАНА

Извештајот за Целите за одржлив развој на Обединетите нации за 2022 година дава глобален преглед на напредокот во спроведувањето на Агендата за одржлив развој до 2030 година, користејќи ги најновите достапни податоци и процени. Истовремено, Извештајот го следи глобалниот и регионалниот напредок кон 17-те цели со длабинска анализа на избраните индикатори за секоја цел.

Земјоделско-прехранбениот сектор игра огромна улога во одржливиот развој на нашиот свет. Така, користењето на PD/ISO/TS 26030 треба да помогне и во подобрување на општествената одговорност во прехранбената индустрија и да има позитивно влијание. Употребата на упатствата, на пример, ќе им помогне на организациите за храна да придонесат за остварување на голем дел од 17-те цели за одржлив развој на Обединетите нации, во основа не само за остварување на целта бр. 2. (нула глад), туку и за други значајни цели, како што е целта бр. 8 (за пристојна работа и економски раст) и целта бр. 12 (за одговорна потрошувачка и производство).

Целта бр. 2 за одржлив развој¹⁰ е за создавање свет без глад до 2030 година. Во 2020 година, помеѓу 720 милиони и 811 милиони луѓе ширум светот страдале од глад, приближно 161 ми-

10) <https://www.un.org/sustainabledevelopment/hunger/>

лион повеќе отколку во 2019 година. Исто така, во 2020 година, неверојатни 2,4 милијарди луѓе, или над 30 проценти од светската популација, биле умерено или сериозно несигурни во однос на храната, без редовен пристап до соодветна храна. Бројката се зголемила за речиси 320 милиони луѓе за само една година. На глобално ниво, 149,2 милиони деца на возраст под 5 години, или 22,0 отсто, страдале од заостанат раст (ниска висина за нивната возраст). Во 2020 година, губењето тежина (мала тежина во однос на висината) погодило 45,4 милиони или 6,7 отсто од децата под 5-годишна возраст.

Уделот на земјите оптоварени со високите цени на храната, кои беа релативно стабилни од 2016 година, нагло се зголеми од 16 отсто во 2019 година на 47 отсто во 2020 година.

Бројот на луѓе кои гладуваат и страдаат од несигурност во храната постепено се зголемуваше помеѓу 2014 година и почетокот на пандемијата со COVID-19.

Кризата со COVID-19 ги поттикна тие растечки стапки кон уште повисок раст и исто така ги влоши сите форми на потхранетост, особено кај децата. Војната во Украина дополнително ги нарушува глобалните синџири за снабдување со храна и ја создава најголемата глобална криза со храна по Втората светска војна.

Во рамките на Центарот за спречување на губење на храна и отпад на ЕУ¹¹ кој претставува „едношалтерски систем“ на засегнатите страни кои се активни во областа на загубите на храна и спречување и намалување на отпадот, повикуваат на помош од страна на експерти и практичари, затоа што имаат за цел да постигнат одржлив развој - да се преполови отпадот од храна по глава на жител на малопродажно и потрошувачко ниво до 2030 година и да се намалат загубите на храна долж синџирите на производство и снабдување со храна!

Подолу се претставени некои од посочените практики во земјите на ЕУ кои придонеле за намалување на отпадот со храна и добро управување на овој план.

4.1. Националниот иајшоказ за спречување на отпадој од храна 2023-2025 на Ирска¹²

Националниот патоказ за спречување на отпадот од храна 2023-2025 поставува голем број приоритетни активности за да се стави фокус на спречување на отпадот од храна низ клучните сектори во синџирот на снабдување со храна и ги вклучува следните активности што ќе ги преземе Ирска:

- ќе ги утврди своите национални основни податоци за отпадот од храна од кои ќе постигне намалување од 50% до 2030 година;
- ќе обезбеди национален систем за мерење и известување за отпадот од храна со цел да се исполнат обврските за известување и да се следи напредокот на Ирска во исполнувањето на нејзините обврски од ОН и ЕУ во следната деценија;

11) https://ec.europa.eu/food/safety/food_waste/eu-food-loss-waste-prevention-hub/

12) Department of the Environment, Climate and Communications, Contact email: foodwaste@decc.gov.ie; Date of publication: 2022-11-30

- ќе биде посветена да работи заедно со сите заинтересирани страни со цел да го подобрат мерењето на отпадот од храна и да ги идентификуваат и имплементираат клучните приоритетни активности долж синџирот на снабдување со храна за да помогнат во исполнувањето на обврските на Ирска за губење на храна и спречување на отпадот од храна;
- ќе го подобри пристапот кон сегрегација на отпадот од храна, донирање и редистрибуција на храна, улогата на истражувањето и иновациите и зелените јавни набавки во врска со спречувањето на отпадот од храна;
- ќе воспостави рамка за следење и евалуација за да се провери напредокот на клучните активности и соодветно да го ажурираат Патоказот.

4.2. Wastemeter апликација

Оваа апликација е создадена и развиена од Waste Watcher International Observatory on Food and Sustainability,¹³ реализирана преку заедничката работа на Одделот за земјоделски и прехранбени науки на Универзитетот во Болоња и Last Minute Market, академски спиноф на Алма Матер за кампањата SpruceZero. Апликацијата им овозможува на корисниците да го мерат во грамови отпадот од храна во дневник кој го водат секојдневно и да ја трансформираат тежината во економски (евра) и еколошки (H₂O и CO₂) влијанија. Врз основа на резултатите од прашалникот поднесен на отворањето на апликацијата, Wastemeter обезбедува едукативна содржина во форма на кратки видеа, прегледи со факти и квизови кои имаат за цел да ги поправат погрешните навики и однесувања во исхраната на потрошувачите кои водат до производство на отпад од храна и усвојување на принципите на здрава исхрана.

4.3. Финска - Проекти Lexfoodwaste

Финска изгради национален систем за следење на отпадот од храна преку посебен проект посветен на ова кој се одвиваше во периодот 2018-2021 година. Проектот предвидува и развива алатки за следење и известување на загубите на храна и отпадот, со цел да се идентификуваат најефикасните методи за мерење на секоја фаза од синџирот на исхрана. На пример, количината на отпад од храна создадена во домаќинствата е проценета со користење на три методологии: анализа на составот, студија заснована на дневник и анкета.

Во контекст на овој проект, Институтот за природни ресурси на Финска (LUKE) собрал едногодишни основни податоци за обемот на загуби на храна и отпад низ синџирот на снабдување со храна, врз основа на различни методи за квантификација користени во изминатите години (некои од тие се поставени од 2008 година).

Проектот има развиено алатки за следење и известување за загубите и отпадот од храна, со цел доброволна заложба за материјална ефикасност во прехранбениот сектор која е потпишана од нивното Министерство за земјоделство и шумарство, Министерството за економ-

13) Меѓународна опсерваторија за храна и одржливост

ски прашања и вработување и Министерството за животна средина, како и од Финската федерација за индустрии за храна и пијалаци, Финската асоцијација за трговија со намирници и Финската асоцијација за пакување. Доброволната заложба има за цел да ги намали влијанијата од подготовката, дистрибуцијата и потрошувачката на храна и вклучува релевантни цели за намалување на отпадот од храна (на пр., намалување на минимум 13% од отпадот од храна во малопродажбата).

4.4. Други прејознајливи оишшесшвено одговорни практики

Во рамките на Hospitality Awards® се одвива меѓународен натпревар¹⁴ со можност хотелите да ги истакнат своите достигнувања во комуникацијата, маркетингот, иновациите, човечките ресурси, социјалната и еколошката одговорност, програмите за лојалност кон клиентите. Некои од наградените практики се претставени подолу во текстот:

- Многу хотели се познати по негувањето на градинарски билки и зеленчуци, кои придонесуваат за здравјето на луѓето. Меѓутоа, вредно е да се спомене дека една од наградите им беше доделена на Fairmont хотелите кои ја промовираа одржливоста на пчелите (Bee Sustainable) преку следење, анализа на кошници, споделување на најсовремени информации во живо од сандаците со пчели кои беа поставени на покривите на хотелите. Оваа нова дигитална платформа им овозможува на Фермонт дополнително да ги едуцираат гостите и колегите за важноста на глобалното здравје на пчелите. Инаку, освен што се фокусираше на медните пчели, програмата се проширила и се фокусираше на дивите пчели, со воведување нови пчелни хотели за опрашувачи на локациите на Фермонт низ целиот свет.
- Ресторанот Инсток¹⁵ создавал мени направено од остатоци од храна од супермаркети. Персоналот на Инсток храната која останувала во супермаркетите ја претворал во ново секојдневно мени во ресторанот. Покрај тоа, во партнерство со пиварница, тие произведуваат свои пива, едно направено од луспи од компир, едно од зачуван леб и друго од житарки за пиво.

5. КАКО ДА ВОВЕДЕМЕ ПОДОБРА ОПШТЕСТВЕНА ОДГОВОРНОСТ И ДА СЕ СПРАВИМЕ СО ОТПАДОТ ОД ХРАНАТА ВО НАШАТА ДРЖАВА?

Во своите мерки и предлози за намалување на отпадот од храна во Република Северна Македонија, треба да се земе предвид следното:

1. Унапредување на капацитетите и инфраструктурата за складирање на храната, преглед на нејзиниот квалитет и време на употребливост, со цел таа понатаму да биде дистрибуирана и да се спречи нејзиното расипување и фрлање.

14) <https://hospitality-on.com/en/worldwide-hospitality-awards#categories>

15) Instock restaurants, <https://www.youtube.com/watch?v=tlxSBF-z8gA>

2. Унапредување на транспортот на храната преку развој на системите на разладување и внимавање на т.н „ладен синџир“ при дистрибуцијата на храната до местото на продажба и потрошувачите.
3. Поттикнување на развој на соодветни дигитални алатки (мобилни апликации, платформи и сл.) од страна на производителите на храна, трговските синџири, локалните продавници и сл. и продажба со намалена цена на храната кој е пред истек на рокот, но е употреблива.
4. Промовирање на одржливи практики во земјоделството, промовирање на органско производство, интегрирање на потрошувачите да купуваат од производителите директно од фармите.
5. Организирање на донирање храна преку граѓанските здруженија кои треба да бидат едуцирани за соодветно складирање, проверка и дистрибуирање на храната, со цел да се намали отпадот од храна.
6. Зголемување на свеста на потрошувачите за проблемот со отпадот од храна, финансирање на едукативни расправи на возрасните групи потрошувачи, како и во училиштата, на теми од оваа област и предлагање иновативни начини за справување со отпадот дома и во училиштата.
7. Унапредување на правната рамка со која ќе се уреди донирањето и дистрибуирањето на храна до оние на кои им е потребна, како што се лицата кои примаат социјална помош, преку олеснување на работењето на центрите/банките за храна.
8. Олеснување на мерките и законските прописи под кои компаниите можат да донираат храна која не е продадена. Следење на примери од земјите на ЕУ преку утврдување и спроведување политики кои го намалуваат фрлањето на храна, а го зголемуваат донирањето, насочени кон бизнис секторот, што би вклучувало и барање одговорност од бизнисите кои фрлаат храна.

6. КАКО ДА ЈА ПОДОБРИМЕ ОПШТЕСТВЕНАТА ОДГОВОРНОСТ И ПРАКТИКИТЕ НА ПРЕТПРИЈАТИЈАТА?

Користејќи ги мерките предвидени во **Кодексот на однесување на ЕУ за одговорен бизнис и продажни практики за храна**, може да се предложат соодветни активности со цел да се подобри одржливоста, што вклучува и решенија во однос на навиките за потрошувачка на храна, здрава и одржлива исхрана, особено примена на активности за унапредување на внатрешните процеси, операции и организација на ниво на учесниците во синџирот на исхрана, како и унапредување на практиките во синџирот на снабдување, во врска со примарните производители и други актери. Притоа, во рамките на погоре предложените мерки се предлага компаниите, доколку се во можност, да применуваат процеси на длабинска анализа заснована на ризик за да ги идентификуваат, мапираат и приоритизираат мерките за справување со негативните влијанија врз животната средина, социјалните и економските влијанија.

Постојат различни воспоставени насоки, принципи, стандарди и рамки за длабинска анализа и одговорно деловно однесување/корпоративна општествена одговорност. На пример, „Водич на ОЕЦД-ФАО¹⁶ за одговорни земјоделски синџири на снабдување“ обезбедува насоки за компаниите и производителите за намалување на социјалниот и еколошкиот ризик во синџирите на снабдување со земјоделско-прехранбени производи.

Воедно, на веб-страницата на Кодексот е дадена листа на упатства и иницијативи за унапредување на општествената одговорност и тие можат да се применат и кај нас преку примена на:

- Здрава, урамнотежена и одржлива исхрана, со што се придонесува за спречување на враќање на потхранетоста и незаразните болести поврзани со исхраната, како и намалување на еколошкиот отпечаток на потрошувачката на храна до 2030 година, што се целите на ЕУ до 2023 година;
- Едукација и практики кои влијаат врз потрошувачите да ја поттикнат потрошувачката на овошје и зеленчук, интегрални житарки, растителни влакна, јаткасти плодови и мешунки, вклучително и локално произведени сорти (на пр., со зголемување на нивната достапност и/или пристап до нив);
- Одржливо произведени прехранбени производи/оброци (на пр., одржливо произведена органска храна, повисоки стандарди за благосостојба на животните, одржлив риболов, аквакултура и производи од алги);
- Нутритивниот состав и еколошкиот отпечаток на прехранбените производи/оброци, на пр., преку преформулирање на производот и развој/иновација на нов производ;
- Соодветни големини на порции и порции насочени кон одржлива потрошувачка на храна;
- Здрава, урамнотежена и одржлива исхрана, вклучително и одржлива потрошувачка на храна, како дел од здрави и одржливи начини на живот;
- Транспарентни, доброволни информации за производитите на потрошувачите, на пример, преку користење на лесно применливи дигитални алатки;
- Одговорни практики за продажба и рекламирање на храна, со придржување до соодветни иницијативи и стандарди;
- Поддршка на локалните акции за подобрување на достапноста/пристапот до здрава и одржлива исхрана за сите;
- Други мерки и активности кои се препознатливи како општествено одговорни практики.

Од страна на претпријатијата во Република Северна Македонија, препознаени се одредени општествено одговорни практики кои можат инспиративно да делуваат, на пример:

- Унапредување на односите со добавувачите, купувачите и потрошувачите, зголемување на соработката и јакнење на заемната доверба;

16) <https://www.oecd.org/daf/inv/investment-policy/rbc-agriculture-supply-chains.htm>

- Истражување на пазарот со цел да се утврди задоволството од производите и услугите (а потоа и нивно усовршување и редизајнирање);
- Постоене на процедура за постапување со оплаки од клиенти, формирање на Центар за односи со потрошувачите;
- Трансфер на знаења (работилници, обуки) кон добавувачите, купувачите и потрошувачите, со што ќе се подобри заедничката соработка во иднина;
- Подобрување на комуникацијата со потрошувачите преку користење социјални медиуми (Facebook, Twitter, Instagram).

Преку промовирање на општествено одговорни практики бизнис секторот треба да се посвети на премин кон циркуларна економија преку унапредување на соработката со граѓанските здруженија кои можат да помогнат во промовирањето на добри општествено одговорни практики од страна на претпријатијата. Владата треба да се посвети на воспоставување соодветен амбиент за остварување на вакви проекти со усвојување на соодветна законска регулатива во согласност со законодавството и стандардите на ЕУ, следејќи ги најдобрите практики. Преку вакви заложби можеме да придонесеме кон воспоставување и функционирање на циркуларна економија и да промовираме економски раст.