

## ОДРЖЛИВО ПРЕТПРИЕМНИШТВО И АНАЛИЗА НА ПОДРАЧЈА НА ПРИМЕНА

**Проф. д-р Стојан Дебарлиев**  
Универзитет „Св. Кирил и Методиј“ во Скопје  
Економски факултет – Скопје  
Stojan.Debarliev@eccf.ukim.edu.mk

### Апстракт

*Одржливото претприемништво претставува една сеопфатна промена на досегашната парадигмата и нов начин на гледање на бизнисот. Тоа создава општествени и еколошки придобивки за луѓето и природата, но истовремено креира и вредност за бизнисот. На овој начин бизнисот станува дел од решението, наместо да се смета за дел од проблемот. Целта на трудот е да направи преглед на најзначајните концепти кои го објаснуваат поимот на одржливо претприемништво, да ги идентификува најзначајните подрачја на одржливост како извор на можности за одржливи иновации, како и да илустрира позитивни бизнис практики од областа на одржливото претприемништво во Република Македонија. Истражувањето во трудот резултира со идентификување на бројни и разновидни подрачја за креирање и имплементација на одржливи иновации, како што се: заштита на животна средина; рециклирање; енергетска ефикасност; примена на чисти технологии; обновливи извори на енергија; урбан и регионален развој; мобилност и технолошки иновации; животен стил и култура; интеграција и општествени аспекти; инклузивни бизнис модели; знаење и образование; здравје и медицина; синџир на снабдување; здравје и безбедност при работа; развој на човечки капитал; привлекување и задржување на таленти и др. Практичните импликации на истражувањето се согледуваат во понудувањето на насоки на претприемачите, сегашни и идни, оние во корпоративниот и оние во секторот на малите и средни претпријатија за најважните подрачја во кои можат да се креираат одржливи бизнис модели. Впрочем како што забележува литературата од оваа област, трудот може да ги обезбеди основните состојки за создавање на нови бизнис модели, но не и рецепт кој одговара за сите.*

Клучни зборови: одржливост, претприемништво, одржлива иновација, заедничка вредност, инклузивни бизнис модели

**JEL класификација:** L26, L31, Q01

## Вовед

Светот во кој што живееме се соочува со глобални промени и висока неизвесност како никогаш порано. Финансиски и политички кризи, недостиг на ресурси и раст на нивните цени на светските пазари, климатски промени и глобалното затоплување, демографски развој, технолошки напредок стануваат главните движечки сили на економскиот и општествен развој. Националните и меѓународните економски системи и способноста на бизнисот да конкурира, се менуваат драматично. Сè повеќе менаџери и претприемачи стануваат свесни за одржливото функционирање, како главен предизвик за нивните бизниси.

Идејата на еко-општествена пазарна економија да се балансираат економските, општествените и еколошки потреби не е од скоро и е активно присутна во политиките на водечките земји во оваа област. Терминот на одржливоста потекнува од шумарството, но станува познат на пошироката јавност во 1980-те, особено со извештајот на ООН под наслов „Нашата заедничка иднина“. Темата е поставена уште повеќе во центарот на вниманието на Конференцијата на ООН за животна средина и развој во Рио де Жанеиро во 1992 година. Денес гледаме на одржливоста примарно како општествено, економско и еколошко движење кое ги задоволува потребите на сегашноста без да се загрози способноста на идните генерации да ги задоволат своите потреби (Brundtland Report).

Сепак, ова актуелна филозофија на размислување сега мора конкретно да се докаже во контекст на глобализацијата и споменатите движечки сили на општествено-економското окружување. Потврдата на концептот на одржлив развој е во рацете на новите, одржливи претприемачи. Schaltegger (2013) вели дека тоа се иноватори на дваесет и првиот век кои се мотивирани од можности и имаат за цел да генерираат нови производи, услуги, производствени процеси, техники и организациски пристапи кои значително го намалуваат негативното општествено и еколошко влијание, додека истовремено го подобруваат квалитетот на животот на човекот.

## Концептот на одржливо претприемништво

Во последниве години пристапот на корпоративна општествена одговорност е многу широко и интензивно дискутиран. На почетокот започнува како дефанзивен/реактивен пристап (ориентиран кон усогласување), а сега се развива и прераснува во иновативен/проактивен менаџмент концепт познат како одржливо претприемништво.

Терминот „одржливо претприемништво“ го претставува новиот претприемачки и бизнис-ориентиран поглед на бизнисот и општеството

фокусиран кон одржливи иновации и решенија наменети за масовните пазари, истовремено со јасна придобивка за општеството. Porter и Kramer (2011) наведуваат дека одржливото претприемништво се поврзува со одржливи деловни стратегии фокусирани кон истовремено зголемување на општествената и бизнис вредност односно придобивки, т.е. кон создавање на заедничка (споделена) вредност.

Одржливото претприемништво претставува концепт каде што деловните интереси ги пресретнуваат потребите на одржливоста (општествени, економски и еколошки предизвици) преку развој на нови производи, услуги и процеси, нови пазари, како и нови бизнис модели и менаџмент пристапи и концепти. Притоа концептот на одржливото претприемништво непосредно се поврзува со термините: еко-општествена пазарна економија, општествена иновација, корпоративна општествена одговорност и меѓународни стандарди за одржлив развој (Schneider и Schmidpeter, 2012).

Одржливото претприемништво, практично вклучува инкорпорирање на принципите на одржливиот развој во дизајнот и развојот на нови производи, бизнис процеси и нови технологии, односно трансформација на постојните производи и процеси кон одржливи производи и процеси (Zu, 2014)

### **Одржливото претприемништво vs. општествената одговорност**

Концептот на корпоративна општествена одговорност драматично се трансформираше во последните неколку години. Од чиста филантропска перспектива (спонзорирање и донации), како и законско прилагодување и усогласување, сега со концептот на одржливо претприемништво прераснува во нова фаза од својот развој. Одржливото претприемништво го поставува главното прашање пред себе, за севкупниот и конкретен придонес на бизнисот кон итните општествени предизвици. Ова ново стратешко позиционирање на бизнисите во општеството има за цел истовремено зголемување на општествената и економската додадена вредност, односно креирање на заедничка (споделена) вредност.

Иако прашањето за одржливоста одамна е на агендата на многу компании, сепак со децении нивните општествени, еколошки и управувачки активности биле одвоени, односно неповрзани со основната деловна стратегија на компанијата. Поголемиот дел од компаниите сè уште применуваат фрагментиран, реактивен пристап - преземајќи ад-хок иницијативи за подобрување на нивниот имиџ на општествено свесни и посветени компании кон заштита на животната средина, усогласување со законските прописи и регулативи или пак справување со итни случаи -

наместо третирање на одржливоста како прашање со директно влијание врз деловните резултати.

Поголемиот дел од компаниите сè уште ја разбираат општествената одговорноста како елемент на организациската репутација или менаџирање на клучните стејкхолдери во окружувањето, без да се направи посистематски обид да се создаде вредност за бизнисот и општеството со значителен потенцијал за раст (Nidumolu et al. 2009).

Уште една многу важна разлика постои помеѓу одржливо претприемништво и корпоративната општествена одговорност. Додека корпоративната општествена одговорност главно се спроведува од големи компании и често е само реакција на барањата на клучните стејкхолдери, одржливото претприемништво е шанса за сите бизниси - особено за групата на мали и средни претпријатија вистински да се диференцираат од своите конкуренти.

### **Одржливо претприемништво vs. социјално претприемништво**

Во последниве години, три различни концепти на социјално, еколошко и одржливо претприемништвото се појавија во менаџмент литературата. Сите тие еволуирале од различни дисциплини и методологии, со што се потврдува нивната мултидисциплинарност. Притоа, се поставува прашањето дали овие концепти истражуваат исти прашања?

Социјалното претприемништво се занимава со можностите кои се поврзуваат со општествено релевантни прашања и како алтруистички мотиви влијаат врз искористувањето на такви можности. Овие можности може да се експлоатираат од страна на некомерцијални или непрофитни организации, но без оглед на нивната форма, тие приматот го ставаат на нивната социјална мисија, да им се помогне на луѓето. Еколошкото претприемништво претставува истовремено создавање на економски и еколошки бенефити преку адресирање на еколошки релевантни пазарни неуспеси. Овие организации се профитни фирми, но тие може да се разликуваат од традиционалното претприемништво, ставајќи го нивниот фокус на решавање на проблеми поврзани со деградацијата на животната средина преку креирање на нови производи, услуги и пазари. Мотивите најчесто се комбинирани, заштитата на животната средина и економската идеологија. Одржливото претприемништво испитува можности за транзиција кон општествено, економско и еколошко одржливо општество. Слично на социјалното претприемништво, овие можности можат се бараат преку организации кои создаваат економски профит, или преку непрофитни средства, но организацијата мора да биде економски самоодржлива. Повторно, и овој концепт се фокусира

на (не)економските мотиви на претприемачите при искористувањето на можностите. Овие организации ја балансираат „тројната крајна линија“ помеѓу луѓето, планетата и профит.

Главна карактеристика на социјално претприемништво е експлицитниот фокус на создавање на општествена (социјална) вредност (Weber, 2007). За разлика, одржливото претприемништво се концентрира на креирање на бизнис и општествена вредност, или заедничка (споделена) вредност (Porter and Kramer 2011). Дополнителна разлика помеѓу овие два концепти на претприемништво е фокусот на клучните компетенции на фирмата. Додека социјалните претприемачи се концентрираат на изнаоѓање решение за проблемот за кој тие чувствуваат потреба од решение, одржливото претприемништво е поврзано со решавање на проблеми кои се блиску до основната дејност на компанијата. Практично ова им помага на компаниите да ги фокусираат своите напори во областите каде што имаат клучни компетенции и на тој начин да работат одржливо и иновативно.

### **Корпоративната општествена иновација и заедничката вредност на бизнисот и општеството**

Бизнисот треба да се фокусираат на она што навистина создава заедничка вредност, и за акционерите и за општеството. Додека во минатото оперативните фактори биле клучни за градење доверба со општеството (како производи, брендови, прописи и финансиските приноси), се смета дека општествените иновации сè повеќе ќе станат клучен двигател за компаниите во градењето на неопходната доверба (Edelman 2012) и т.н. „општествена лиценца за оперирање“.

Терминот „корпоративна општествена иновација“ претставува стратегија која комбинира уникатен сет на корпоративни ресурси (претприемачки вештини, иновации, капацитети, менаџерски вештини, способност за раст, итн.) во соработка со ресурсите од другите сектори да ко-креираат пробивни решенија за комплексни општествени, економски и еколошки прашања кои истовремено влијаат на одржливоста на бизнисот и на општество Mirvis et al. (2013).

Според Европската комисија социјалните иновации претставуваат нови идеи (производи, услуги и модели) кои истовремено ги задоволуваат општествените потреби (поефикасно од алтернативите) и создаваат нови општествени односи и соработка (EU-Commission 2012). Додека Комисијата става силен фокус на добиените резултати и важноста на соработка, водечки бизнис школи се фокусираат на влијанието постигнато со општествените иновации. Центарот за социјални иновации на INSEAD ги дефинира општествените иновација како воведување на

нови бизнис модели и пазарно базирани механизми кои обезбедуваат одржлив економски, еколошки и општествен просперитет (INSEAD, 2012).

### **Анализа на клучни подрачја на одржливост како извор на можности за одржливи иновации**

Развојни цели на одржливост на Глобалниот договор на ООН. Работата и иницијативите на меѓународната заедница, како што се агенциите во рамките на Обединетите нации (UN), Светски бизнис совет за одржлив развој (WBCSD) и други глобални стејкхолдери станаа важен катализатор за рапидниот развој на одржливоста и претприемништво. Глобалниот договор на Обединетите Нации од 2000 година, е стратегиска иницијатива за бизниси кои се посветени на усогласување на нивните бизнис процеси и стратегии со универзално прифатено принципи во областите на: човековите права, трудот, животната средина и антикорупцијата. Глобалниот договор му помага на бизнис секторот во управувањето со повеќе сложени ризици и можности кои произлегуваат во животната средина, општествените и управувачките сфери, кои сакаат да ги вградат универзални принципи и вредности во корист на сите. Во рамките на овие подрачја, 17 развојни цели на одржливост (SDGs) од Програмата за одржлив развој до 2030 година се усвоени од светските лидери во септември 2015 година на историски Самит на ОН. Во текот на следните петнаесет години, со овие нови цели што универзално ќе се применуваат во сите земјите, ќе ги мобилизираат напорите за ставање крај на сите форми на сиромаштија, борба против нееднаквостите и справување со климатските промени, истовремено обезбедувајќи дека никој нема да биде заборавен. Крајната сиромаштија мора да оди рака под рака со стратегии кои го градат економскиот раст и опфаќаат бројни општествени потреби, вклучувајќи образование, здравствена заштита, социјална заштита и можности за работа, како и справувањето со климатските промени и заштитата на животната средина.

Liangrong Zu во неговиот труд *International Perspective on Sustainable Entrepreneurship*, слично на споменатите принципи на Глобалниот договор во четирите области, ги истакнува следниве поважни перспективи како подрачја за реализација на одржливи иновации и креирање на заедничка вредност на бизнисот и општеството:

- Социјални и прашања поврзани со работната сила: Во рамките на ова прашање се третираат проблеми и предизвици поврзани со: сиромаштија, вработување, полова еднаквоста, детската смртност и детскиот труд, безбедноста и здравјето, ХИВ/ СИДА, маларија и други болести, итн. Решавањето на овие проблеми и предизвици бара

заеднички напор и поефективно партнерство на повеќе страни, како што се владите, граѓанските организации и приватниот сектор.

Еден од клучните начини за вклучување на бизнисот во решавањето на општествените проблеми е преку т.н. инклузивните бизнис модели. Тие ги вклучуваат сиромашните луѓе во синцирот на вредноста како производители, вработени и потрошувачи. Одговорноста на современите општествено одговорни компании е да обезбедуваат можности за нив во форма на обезбедување на најпотребни производи (Fürst, 2014). Како што беше наведено покрај вклучувањето на сиромашните луѓе во ланецот на вредноста како потрошувачи, тие можат да бидат вклучувани и како производители, добавувачи, дистрибутери и сл. Оттука, малите и средните претпријатија можат да бидат мотори за создавање работни места - садници за иновации и претприемништво. Но, во многу сиромашни земји, малите и средни претпријатијата се маргинализирани во домашниот екосистем. Многу од нив работат надвор од формален правен систем со низок степен на продуктивност (UNDP 2008, 2010). Во овој контекст, во рамките на ОН формирана е глобална бизнис лидерска платформа, наречен Business Call to Action (BCtA), лансиран во 2008 година, со цел да ги поттикнува компаниите да развиваат инклузивни бизнис модели кои нудат потенцијал за комерцијален успех и одржлив импакт преку комерцијално одржливи деловни потфати кои ги вклучуваат луѓето со ниски примања покрај како потрошувачи, исто така и како производители, добавувачи и дистрибутери на стоки и услуги.

- Одржлив ланец на снабдување: Одржлив ланец на снабдување според упатството на UNGC е дефинирана како управување со еколошките, општествените и економските влијанија кои ги создаваат компаниите и охрабрувањето на добрите практики на управување низ целиот животен циклус на производите и услуги. Целта од одржливоста на синцирот на снабдување е да се создаде, заштити и да се развива долгорочна еколошка, општествена и економска вредност за сите засегнати страни (стејкхолдери) вклучени во испорачувањето на производи и услуги на пазарот (UNGC и BSR 2010).

- Еколошка одржливост: Климатските промени создаваат предизвици, но и можности за бизнисот и инвеститорите. Иновативни производи и нови технологии се појавуваат за да помогнат во намалувањето на загадувањето, намалување на зависноста од фосилни горива, зголемување на енергетската ефикасност, користењето на чисти технологии и обновливи извори на енергија и ограничување на целокупното влијание врз животната средина, притоа создавајќи нови пазари, можности за вработување и потенцијал за раст.

**Наградата за одржливото претприемништво (SEA).**  
Наградата за одржливото претприемништво позната како Sustainable

Entrepreneurship Award (SEA) започната во 2012 година, годишно им доделува награди на претпријатија, проекти и идеи кои се однесуваат на решавање на социјални или еколошки проблем со комбинирање на иновативни решенија со профитабилна комерцијална стратегија. Во текот на изминатите години биле примени повеќе од 2.000 апликации од повеќе од 100 земји во светот.

Извор на можности за одржливи иновации можат да се бараат и најдат преку клучните подрачја во кои се доделува Наградата во изминатите 5 години, како и преку наградените бизниси и идеи во овие подрачја. Најчести подрачја во кои се доделуваат наградите се: клима, животна средина и енергија; рециклирање; урбан и регионален развој; развој и услуги, мобилност и технолошки иновации; животен стил и култура; интеграција и општествени аспекти; знаење и образование; здравје и медицина:

Наградени идеи во овие подрачја во изминатиот период: производство на биопластика од органски отпад, таблет наменет за слепи лица, производи произведени од лисја за секторот за пакување храна и не-храна, како и за секторот на хартија, апликација со функција на асистент на здравствените работници, туш со режим на циркулација кој обезбедува интензивен млаз со велнес ефект и со истовремена заштеда на вода, соларна пумпа за вода за пиење и наводнување, онлајн платформа за посредување во работа на лицата со посебни потреби и многу други.

**Главни подрачја на делување на компаниите во сферата на одржливост.** Голем број компании ги интегрираат принципите на одржливост во нивните бизниси за да ги подобрат процесите, да продолжат да растат и да создаваат додадена вредност, наместо да се фокусираат само на репутацијата. Според спроведена анкета на McKinsey (2011), тие тоа го прават со поставување и постигнување на целите што одат подалеку од грижата за управување со корпоративната репутација. На пример, најголемиот број, 33% од испитаниците велат дека главните причини за инкорпорирање на одржливоста во нивните компании вклучуваат подобрување на оперативната ефикасност и намалувањето на трошоците. Потоа следи подобрувањето на корпоративната репутација со 32%, проследено со усогласување со деловните цели, мисија и вредности на компанијата со 31%, како и изнаоѓањето на нови можности за раст со 27%. Затоа, не е изненадувачки фактот што подрачјата каде што повеќето менаџери велат дека нивните компании преземаат активности се намалување на користењето на енергијата намалување на отпадот во работењето, пред подобрувањето на корпоративната репутација. Помалку од испитаниците известуваат дека нивните компании ја унапредуваат одржливоста на постоечките производи за да креираат

нов раст или пак ги насочуваат ресурси за истражување и развој за да испорачаат одржливи производи на пазарот. Што е уште поважно, компаниите кои дејствуваат во овие области сметаат дека се поефикасни од нивните конкуренти (Графикон 1).

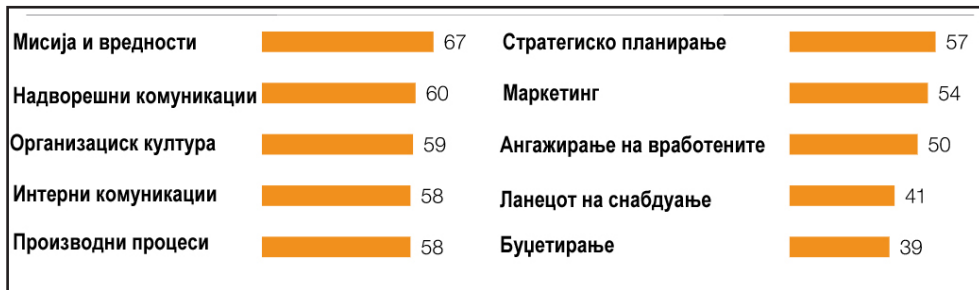
Графикон 1 Дејствување подалеку од репутацијата



Извор: McKinsey (2011) The business of sustainability: Mckinsey global survey results. McKinsey Quarterly

Погледнато интерно, во внатрешното окружување на компаниите, тие ја интегрираат одржливост во многу процеси од своето работење. Според испитаниците, 57% велат дека нивните компании ја имаат инкорпорирано одржливост во нивното стратешко планирање. Најинтегрирани области се мисијата и вредностите, проследени со екстерната комуникација, додека најмалку интегрирани области се управување со синцирот на снабдување и буџетирањето (Графикон 2).

Графикон 2 Распространетост на одржливоста во организациските активности

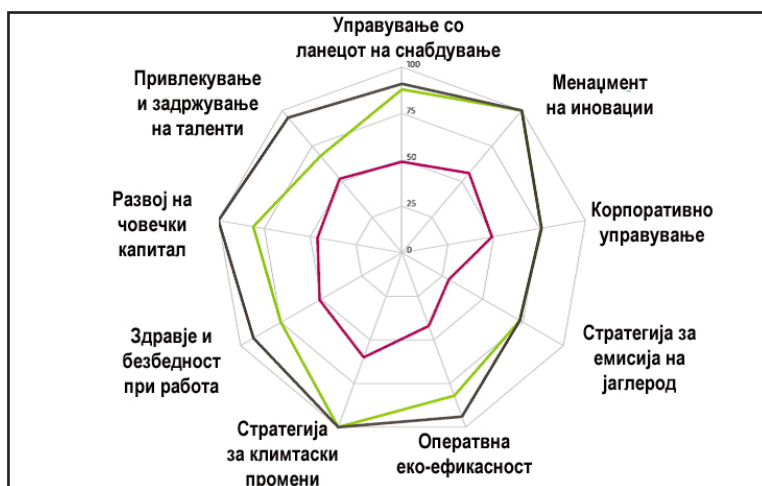


Извор: McKinsey (2011) The business of sustainability: Mckinsey global survey results. McKinsey Quarterly

**Dow Jones - Индекс на одржливост.** Започнат во 1999 година, Dow Jones Sustainability Index (DJSI) претставува златен стандард за корпоративна одржливост и е првиот глобален индекс за следење на водечките компании за одржливост базирани на анализата на RobecoSAM на финансиските извештаи од една страна, но и фактори на животна средина, општество и управувањето, од друга страна.

Методологијата за пресметување на Индексот на одржливост користи повеќе критериуми, групирани во трите клучни подрачја на „triple bottom line“ рамката на одржлив развој, економска, општествена и еколошка димензија. Поконкретно, најчестите критериуми за оценување на организациските перформанси на одржливост, кои се разликуваат од индустрија до индустрија, се однесуваат на следниве аспекти: ланецот на снабдување, управување со иновации, корпоративно управување, стратегија на ниска емисија на јаглерод, оперативна еко-ефикасност, климатска стратегија, здравје и безбедност при работа, развој на човечкиот капитал, привлекување и задржување на таленти и др. Овие критериуми, всушност претставуваат подрачја во кои постојат бројни можности во кои компаниите преку одржливо претприемништво можат да работат на развој на одржливи иновации преку креирање на нови производи, услуги, процеси, техники, организациски пристапи и бизнис модели. На графикон 3 претставени се одржливите перформанси на компанијата Peugeot SA, како водечка компанија во автомобилскиот сектор.

Графикон 3. Одржливите перформанси на компанијата Peugeot SA



Извор: <http://www.robecosam.com/>

## Добри практики на одржливи иновации во Република Македонија

### Одржливи иновации во корпоративниот сектор – осврт на проектот за енергетска ефикасност

Добри практики со кои се илустрира одржливо претприемништво во корпоративниот сектор во случајот на Република Македонија, каде бизнис интереси ги пресретнуваат потребите на еколошката и економска одржливост и каде се инкорпорираат принципите на одржливиот развој преку иновирање и развој на нови процеси и техники во работењето, претставува проектот за индустриски менаџмент, финансиран од Агенцијата за меѓународен развој на САД (УСАИД). Проектот се однесува на подобрување на конкурентноста и енергетската сигурност во земјата, намалување на емисиите на стакленички гасови и стимулирање на инвестициите во чиста енергија преку воведување на систематски и осмислен приод во управувањето со потрошувачката на енергија во индустрискиот сектор. Ваквиот приод се базира на меѓународниот стандард ISO 50001:2011 – Системи за управување со потрошувачка на енергија. Успешната реализацијата на Проектот дава мотив индустриските компании во земјата да се заложат за намалување на потрошувачката на енергија, што за нив значи намалување на трошоците на работењето, зголемување на профитот, помала цена на производите и поголема конкурентност на пазарот.

Во рамките на Проектот, имплементирани се системи за

мониторинг и управување со потрошувачка на енергија во различни индустрии како што се; прехранбена и индустрија за пијалаци, индустрија за градежни материјали, фармацевтска индустрија, екстракција и процесирање на мермер, производство на хартија и печатење, електроника, производство на индустриски гасови и дрвна индустрија. Во рамките на овие индустрии, избрани се 17 производни пилот компании – Кнауф Радика, Хај-теч Корпорација, Алкалоид, Промес, Специјал Продукт, Макпрогрес, Вивакс, Здравје Радово, Везе Шари, Нова Рефрактори, ДС Смит, Колид Интернационал, Кадино Индустри Груп, Месер Вардар Техногас, Свислион, Мермерен Комбинат Прилеп и ДИК Фагус.

Конкретната имплементација на системите за мониторинг и управување со потрошувачката на енергија и остварените резултати во дел од пилот претпријатијата е наведена во продолжение:

### ***1. Инвестиција во Алкалоид АД Скопје во енергетско ефикасно реновирање на лабораториската зграда***

Со поддршка од Проектот на УСАИД за индустриски менаџмент (ПИМ), преку заедничко учество во трошоците, во Алкалоид АД Скопје успешно е имплементиран Систем за мониторинг/управување со потрошувачката на енергија. Целта на енергетската контрола е да се анализираат и предложат најекономичните мерки за подобрување на енергетската ефикасност во лабораториската зграда на компанијата, врз основа на актуелната потрошувачка на енергија во зградата во постојните услови. Со имплементацијата на проектот се намалени трошоците за енергија и загадувањето на животната средина преку согорување на фосилни горива за производство на електрична енергија во земјата и на природниот гас во компанијата, што доведува до подобрување на локалната и глобалната животна средина.

### ***2. Проект за оптимални можности за енергетска ефикасност кој ја зголемува конкурентноста на млекарницата Здравје Радово***

Со поддршка на УСАИД во заедничка поделба на трошоците, компанијата инсталира Систем за мониторинг/управување со потрошувачката на енергија (СУЕ), со цел следење на потрошувачката на електрична енергија. Покрај тоа, Проектот на УСАИД за индустриски менаџмент и има помогнато на компанијата да се формулираат, финансиски да се оценат, како и да се рангираат неколку алтернативни мерки (проекти). Студијата елаборира инженеринг концепти за три мерки: Прво, поправка и изолација на главните парни цевководи од котларницата до двата производствени погони за кисело-млечни производи и сирење. Оваа мерка и помага на компанијата да се намалат загубите на топлинска енергија во системот за дистрибуција на пареа, а кои се јавуваат поради старата и оштетена изолација на цевководите за пареа. Со воведување на оваа мерка, загубата во дистрибуција на

топлинска енергија, се намалува за 75-80%; Второ, инвестиција за замена на постојниот котел со нов високо ефикасен котел, со ефикасност од најмалку 95%. Ова резултира со заштеди во горивото кои се резултат на разликата во ефикасноста помеѓу постојниот и новиот котел, како и вкупните трошоци за одржување на истите; Трето, инвестиција во постројка за комбинирано производство на топлинска и електрична енергија за задоволување на сопствените потреби. Како гориво се употребува компримиран природен гас, што доведува до намалување на годишните трошоци за енергија во компанијата.

### ***3. Намалување на трошоците за енергија со инвестиции во можностите за подобрување на енергетска ефикасност во Кадино Индустри Груп***

Поддршката од Проектот на УСАИД за индустриски менаџмент (ПИМ) во Кадино Индустри Груп е двострана: проектот успешно инсталира систем за мониторинг/ управување со потрошувачката на енергија преку заедничко вложување. По дванаесетмесечно следење на потрошувачката на електрична енергија, ПИМ има обезбедено стручна помош за изготвување на студија со потребни инвестиции, заштеди на енергија и парични заштеди преку можни мерки за подобрување на енергетската ефикасност. Студијата ги има предложено следните под-проекти за подобрување на енергетската ефикасност во компанијата:

Под-проект 1: Софтстартери и автоматизација на големите електромоторни погони - финансиски атрактивна мерка со добар поврат на инвестиција. Како резултат на значителни годишни заштеди на активна електрична енергија (во просек 25.000 kWh) и намалување на ангажираната моќност во првите две години, периодот на поврат на инвестицијата е помеѓу 6-та и 7-та година. Под-проект 2: Сопствена фотоволтаична централа - претставува постројка за производство на електрична енергија од обновлив извор на енергија за сопствена потрошувачка. При тоа под-проектот 2 разликува две суштински финансиски придобивки: заштеда од намалени трошоци за набавка на активна електрична енергија преку производството на електрична енергија од фотонапонската централа; избегнување на надомест за ангажирана моќност во текот на 2016-2017 година од 100 kW ангажирана моќност. Под-проектот 3:

Постројка за комбинирано производство на топлинска и електрична енергија- иновативен и современ концепт во индустриската практика во Македонија. Оваа инвестиција вклучува постројка за комбинирано производство на топлинска и електрична енергија со користење на компримиран природен гас.

## Одржливи иновации во секторот на стартап бизнисите – осврт на Наградата за социјално претприемништво во Македонија

Наградата за социјално претприемништво (Social Impact Award) е најголемиот Европски проект за младите луѓе и студентите на тема претприемништво. Проектот е основан и инициран од страна на Универзитетот за бизнис и економија во Виена и Impact Hub, а мисијата е да го промовира социјалното претприемништво меѓу младите луѓе и студентите. Овој настан е одличен пример да се илустрираат социјалните иновации во секторот на стартап бизнисите во Македонија, каде фокусот се става на општествено релевантни прашања и проблемите кои влијаат на луѓето со крајна цел создавање на вредност за пошироката општествена заедница. Дел од наградените идеи од овој настан се добар пример за вклучувањето на младите претприемачи во решавањето на општествените проблеми и предизвици (Social Impact Award, 2015).

**Слушни слика:** Бизнис идеја која базира на развој и производство на очила кои ги препознаваат објектите кои се наоѓаат во непосредна близина на слепо лице, и го калкулираат растојанието помеѓу објектот и корисникот. Сето ова е аудио поддржано, односно преку слушалки, корисникот добива информација за објектите во неговата непосредна близина. Самиот производ е замислено да биде по релативно ниска цена, достапна за секој.

**Фрешис:** Фрешис (Freshys) е прв ресторан за здрава храна со социјален бизнис модел во Македонија, кој 34% од профитот го донира во општествени цели. Основна цел е редовното донирање храна за бездомни лица и постојаниот попуст за студенти, а во иднина и вклучувањето на маргинализираните категории на граѓани во соработничката мрежа на ресторанот.

**TheBestie:** Социјален бизнис кој треба да обезбеди достапност на здрава органска храна за деца од основни училишта и градинки. Целта е да се создадат навика за здрава исхрана кај најмладите преку креирање на разновидно мени кое ќе биде привлечно за детскиот вкус, а сепак ќе ги содржи сите хранливи состојки за квалитетно растење и учење. Храната се готви во училишните кујни а од друга страна, сите намирници се произведуваат во чисти еколошки услови од страна на жители на економско неразвиени средини. Сето ова резултира со здрави деца, безгрижни родители, развој на руралните средини и искористување на природните ресурси во земјата.

## Заклучок

Одржливото претприемништво се поврзува со одржливи деловни стратегии и инкорпорирање на принципите на одржливиот развој во дизајнот на нови производи, услуги и процеси, нови пазари, како и нови бизнис модели и менаџмент пристапи и концепти. Целта на одржливото претприемништво претставува истовремено зголемување на општествената и бизнис вредност односно придобивки, т.е. создавање на заедничка (споделена) вредност. На тој начин деловните интереси ги пресретнуваат потребите на одржливост односно општествените, економските и еколошките предизвици.

Клучни концепти со кои се поврзува неговото функционирање и имплементација претставуваат: одржливите, отворени иновации креирани преку интеракција помеѓу бизнисот и општеството давајќи им сосема нова улога на стејкхолдерите; заедничката (споделена) вредност и придобивки за општеството, животната средина и акционерите; како и одржливите бизнис модели со висок степен на инклузивност на голем број чинители во општеството.

Постојат огромен број на подрачја од кои произлегуваат можности за креирање на одржливи иновации и имплементација на одржливи бизнис модели. Клучните подрачја за реализација се поврзуваат со 17-развојни цели на одржливоста односно т.н. милениумски цели на Глобалниот договор за одржлив развој.

Во Република Македонија постојат добри практики на одржливо претприемништво, како во корпоративниот сектор, така и во секторот на стартап бизнисите. Сепак овие практики главно имаат илустративно значење, додека за посериозна состојба изразена преку економски показатели и организациски перформанси сè уште е прерано посериозно да се дискутира.

## Користена литература

1. Fuürst, M. (2014) "Opening the Door to Opportunities: How to Design CR Strategies that Optimize Impact for Business and Society" in Weidinger, C., Fischler, F., Schmidpeter, R. (Eds), (2014), *Sustainable Entrepreneurship: Business Success through Sustainability*, Springer, Heidelberg.
2. Grieshuber, E. (2012). CSR als Hebel fuür ganzheitliche innovation. In A. Schneider & R. Schmidpeter (Eds.), *Corporate social responsibility*. Berlin/Heidelberg: Springer Gabler
3. INSEAD (2012). What is "social innovation"? достапно на <http://www.insead.edu/> 2012.
4. McKinsey (2011) *The business of sustainability: Mckinsey global survey*

- results. McKinsey Quarterly 2011.
5. Mirvis, P., Googins, B., & Kiser, C. (2013). Corporate social innovation, Babson College.
  6. Nidumolu, R., Prahalad, C. K., & Rangaswami, M.R. (2009, September). Why sustainability is now the key driver of innovation. *Harvard Business Review*, 87(9), pp. 56–64.
  7. Osburg, T. (2014), “Sustainable Entrepreneurship: A Driver for Social Innovation” in Weidinger, C., Fischler, F., Schmidpeter, R. (Eds), (2014), *Sustainable Entrepreneurship: Business Success through Sustainability*, Springer, Heidelberg.
  8. Porter, M., & Kramer, M. (2011). „Creating shared value“. *Harvard Business Review*, 61, January–February, 1–17.
  9. Schaltegger, S (2013) „Sustainable Entrepreneurship“ in Idowu, S O, Capaldi, N, Zu, L and Das Gupta, A (Eds.), *Encyclopedia of Corporate Social Responsibility*, Springer, Berlin.
  10. Schneider, A., & Schmidpeter, R. (2012). Corporate social responsibility. Springer Gabler, Berlin Heidelberg.
  11. Social Impact Award, достапно на <http://socialimpactaward.mk/>
  12. Sustainable Entrepreneurship Award достапно на <http://www.se-award.org/en>
  13. Thompson, N., Kiefer, K., & York, J. (2011). Distinctions not dichotomies: Exploring social, sustainable and environmental entrepreneurship. In G. T. j. A. K. Lumpkin (Ed.), *Social and sustainable entrepreneurship*. UK: Emerald Group Publishing Limited.
  14. UNDP. (2008). Creating value for all: Strategies for doing business with the poor. New York: United Nations Development Programme.
  15. UNDP. (2010). The MDGs: Everyone’s business: How inclusive business models contribute to development and who supports them. New York: United Nations Development Programme.
  16. UNGC, & BSR. (2010). Supply chain sustainability: A practical guide for continuous improvement. New York: United Nations Global Compact. Verlag.
  17. Weber, M. (2007). Towards sustainable entrepreneurship. A value creating perspective on corporate societal strategies. Lueneburg: University of Lueneburg, Centre for Sustainability Management.
  18. Weidinger, C., Fischler, F., Schmidpeter, R. (Eds), (2014), *Sustainable Entrepreneurship: Business Success through Sustainability*, Springer, Heidelberg.
  19. Zu, L. (2014) “International Perspective on Sustainable Entrepreneurship” in Weidinger, C., Fischler, F., Schmidpeter, R. (Eds), (2014), *Sustainable Entrepreneurship: Business Success through Sustainability*, Springer, Heidelberg.
  20. УСАИД Македонија (2014), Проектот на за индустриски менаџмент

## SUSTAINABLE ENTREPRENEURSHIP AND ANALYSIS OF APPLICATION AREAS

**Stoyan Debarliev, Ph.D.**

Ss. Cyril and Methodius University in Skopje

Faculty of Economics – Skopje

Stojan.Debarliev@eccf.ukim.edu.mk

### Abstract

Sustainable entrepreneurship represents a comprehensive change of paradigm and a new way of looking at businesses. It creates social and environmental values for people and nature, whilst simultaneously creating value for the business. Thus, business becomes part of the solution, rather than being considered as part of the problem. *The purpose of this research is to review the most important concepts that explain the notion of sustainable entrepreneurship, identify the most important areas of sustainability as sources of opportunities for sustainable innovation, as well as to illustrate positive business practices in the field of sustainable entrepreneurship in the Republic of Macedonia. The research results in the identification of numerous and wide-ranging areas for creation and implementation of sustainable innovation, such as: environmental protection; recycling; energy efficiency; application of clean technologies; renewable energy sources; urban and regional development; mobility and technological innovation; lifestyle and culture; integration and social aspects; inclusive business models; knowledge and education; health and medicine; supply chain; occupational health and safety; human capital development; talent attraction and retention, etc. The practical implications of the research are reflected in offering directions to entrepreneurs, current and future, those in the corporate sector, as well as in the SME's sector regarding the most important areas in which sustainable business models can be created. Indeed, as the literature in this area notes, this study can only provide the ingredients for the creation of new business models, and will not provide a recipe that fits to all.*

Keywords: sustainability, entrepreneurship, sustainable innovation, shared value, inclusive business models

**JEL classification:** L26, L31, Q01