

ДЪРЖАВНИТЕ ИНСТИТУЦИИ – ПАРТНЬОР ПРИ РЕАЛИЗИРАНЕТО НА КОРПОРАТИВНА СОЦИАЛНА ОТГОВОРНОСТ

Ивелина Проданова

Университет по библиотекознание и информационни технологии (УНИБИТ)

STATE ADMINISTRATIONS - PARTNERS IN IMPLEMENTING CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

Ivelina Prodanova

University of library studies and information technologies (ULSIT)

Анотация: Разгледани са определенията за корпоративна социална отговорност. Посочени са примери за осъществяването на инициативи в обществен интерес. В изследването са очертани възможностите за взаимодействие между държавната администрация и представителите на бизнеса с цел създаване на предпоставки за активно доброволно участие на всички заинтересовани страни и изграждането на благоприятна среда за прилагане на корпоративна социална отговорност.

Ключови думи: Корпоративна социална отговорност, държавна администрация, местна власт, бизнес, обществен интерес

Abstract: Definitions of corporate social responsibility are assessed. Examples for the implementation of initiatives of public interest are covered. The study outlines the interoperability between the public administration and business representatives in order to lay the foundations for active voluntary participation of all concerned parties as well as create a favorable environment for the implementation of corporate social responsibility.

Key words: Corporate social responsibility, public administration, local government, business, public interest

Корпоративната социална отговорност е концепция, която компаниите доброволно внедряват в своите бизнес стратегии, така че да покажат своята дългосрочна ангажираност към устойчивото развитие на своя бизнес, обществото и околната среда, е дефиницията на Българската мрежа за корпоративна социална отговорност, посочена в сайта на организацията. На същата страница са публикувани определения за корпоративна социална отговорност на Европейската комисия и Световната банка.¹

Зелената книга на Европейската Комисия дава следната дефиниция за Корпоративна социална отговорност (КСО):

„Концепция, която служи на компаниите като основа доброволно да интегрират социални и екологични аспекти в:

- своите бизнес стратегии

¹ <http://csr.bg/social-responsibility/definitions>

- във взаимоотношенията с всички заинтересовани страни”

„... Декларирайки своята социална отговорност и доброволно поемайки задължения, надхвърлящи общите законови и обичайни изисквания, които трябва да се спазват при всички случаи, фирмите се стараят да повишат стандартите за социално развитие, защита на околната среда и уважение на основните права и приемат да прилагат отворено управление, да съгласуват интересите на всички заинтересовани страни в общ подход за качество и устойчивост.”

Според определението на **Световната банка**: „КСО е ангажиментът на бизнеса да допринесе за устойчивото икономическо развитие и да гарантира връзка с работниците, техните семейства, местната власт и обществото като цяло, с цел повишаване качеството на живота, което да бъде приемливо както за бизнеса, така и за развитието“. КСО се разглежда като дейност, която не е еднократен акт, а устойчив процес и съдейства за балансиране на трите стълба на устойчивото развитие – икономическият растеж, развитието на обществото и защитата на околната среда.

В „Корпоративната социална отговорност в България развитие, ограничения и предизвикателства“ е посочено, че дефиницията за корпоративна социална отговорност е един от широко дискутираните въпроси и съществуват различни определения. Изтъква се, че в разнообразния и променящ се свят, в който живеем е трудно да се постигне всеобщо съгласие, относно концепцията за КСО, която по своята същност е изключително динамична.

„Нейното съдържание се развива във времето, което намира израз в самите дефиниции за КСО, тяхното допълване и усъвършенстване, както и разработването на различни документи на Европейския съюз, свързани с Корпоративната социална отговорност.“²

В България стратегия за Корпоративна социална отговорност е разработена от Министерството на труда и социалната политика. Сред термините, които се използват в стратегията са³:

“корпоративна социална отговорност” – „концепция, при която компаниите интегрират на доброволна основа дейността си по опазване на околната среда и социалните си инициативи в своите бизнес стратегии и във взаимодействие с всички заинтересовани лица” (*Съобщение на Европейската комисия (ЕК) от март 2006 г. „Прилагане на партньорство за растеж и работни места: да направим Европа пример за подражание за прилагане на КСО”*)

„заинтересовани страни” – държавните институции, бизнеса, социалните партньори, неправителствените организации, в това число и организациите за защита на потребителите, потребителите, академичните среди, медиите.

„социална отговорност” – отговорността на една организация за въздействията от нейните решения и дейности върху обществото и околната среда; социалната отговорност се реализира чрез прозрачност и етично поведение и допринася за устойчивото развитие, здраве и благополучие на обществото; взема предвид очакванията на заинтересованите страни; съответства на приложимото законодателство и е съвместима с международните норми на поведение; интегрирана е навсякъде в организацията и се практикува в нейните взаимоотношения.

² „Корпоративната социална отговорност в България: развитие, ограничения и предизвикателства, Славова И., сп. „Икономически и социални алтернативи“ бр. 2, 2015 г. стр. 114

³ http://www.csr.bg/documents/Strategiq_za_korporativna_socialna_otgovornost_za_perioda_2009-2013.pdf

„социално отговорно поведение” – поведение, насочено към поемане на отговорности за въздействия върху обществото и околната среда, вследствие на реализирани решения и дейности; отговорност, проявяваща се чрез прозрачност и етично поведение.

Стратегията, разработена от МТСП е израз на политическата ангажираност на правителството за създаване и укрепване на благоприятна среда за осъществяване на социално отговорни практики в Република България. Тя е израз на намерението и твърдата решимост за утвърждаване на КСО информираност и КСО бизнес култура. Стратегията има по-скоро въвеждащи функции – да утвърди и популяризира разбирането за корпоративна социална отговорност, и да стимулира държавните институции да работят съвместно с всички заинтересовани страни за осъществяването на инициативи в полза на хората.

„През последните години бизнесът реализира различни инициативи в полза на хората. Като цяло се наблюдава, че компаниите предпочитат да реализират тези дейности самостоятелно – 74.5% и в партньорство 22.9%“⁴ „Това показва, че партньорството при осъществяването на корпоративни социални инициативи не се приема за разлика от развитите страни, става въпрос по-скоро за краткосрочни отношения, а не за дългосрочни. В известна степен това може да се обясни с предпочитания начин на дарение (даване на пари), при които компаниите нямат нужда от партньорски отношения. И второ, предпочитания за пряк, непосредствен контакт с организацията (например училище) или институцията (домове за деца в неравностойно положение), на която се прави дарението“, се казва още в „Корпоративната социална отговорност в България: развитие, ограничения и предизвикателства“.

Сред примерите за реализиране на корпоративна социална отговорност от бизнеса са:

Ежегодната дарителска програма на „Загорка“ АД. Проектите с обществена значимост се разглеждат и класират от комисия, съставена от представители на пивоварната и държавните институции в региона⁵.

Корпоративна социална отговорност осъществяват много от банките, които работят в страната. Сред тях са „Райфайзен банк“ – осъществява благотворителната си кампания „Избери, за да помогнеш“.⁶ Кампанията включва общественозначими проекти на организации с нестопанска цел, болници, пациентски организации и др. в сферите на здравеопазването, социалните услуги, културата, образованието и опазването на околната среда.

Първа инвестиционна банка и Фондация „Работилница за граждански инициативи“ работят съвместно от 2005 година. Първа инвестиционна банка създаде корпоративен дарителски фонд, управляван от фондация – Фонд „Социална отговорност на Първа инвестиционна банка“, който подпомага развитието на децата и младежите в неравностойно положение в България.⁷

⁴ „Корпоративната социална отговорност в България: развитие, ограничения и предизвикателства, Славова И., сп. „Икономически и социални алтернативи“ бр. 2, 2015 г. стр.121

⁵ <http://www.chambersz.com/news/8434-zagorka-ad-daryava-100-000-leva-za-ekoproekti>

⁶ <http://www.rbb.bg/bg/about-us/corporate-social-responsibility/>

⁷ <http://www.investor.bg/biudjet-i-finansi/333/a/fibank-e-darila-nad-250-hil-lv-za-deca-i-mladeji-v-neravnostoino-polojenie-165776/>

Доброволческата инициатива на СИБАНК „Синьо лято“ подпомогна 185 деца от 5 социални домове в подготовката им за морската ваканция като им осигури всичко необходимо за плажа – облекла, аксесоари, козметика и игри.⁸

Примерите могат да продължат с инициативи на мобилните оператори като: „Поколение с бъдеще“ на М тел, която включва четири основни направления, които съдържат социалните програми на телекома – „Приеми бъдещето“, „Образование с бъдеще“, „Спортисти с бъдеще“ и „Природа с бъдеще“.⁹

Виваком съсредоточава дейностите си по корпоративна социална отговорност в няколко направления – образование, спорт, професионална реализация, благотворителност и култура.¹⁰

Изброените добри практики, както и останалите инициативи, които не са посочени тук, показват недвусмислено, че бизнесът в страната е готов да подкрепя общественозначими каузи в различни направления. Още повече, че действащото законодателство в страната дава възможност за намаляване на данъците за фирмите, направи дарения¹¹. Разбира се не само финансирането на дейностите е предмет на корпоративна социална отговорност. Като елемент от нея може да бъде разгледано и полагането на доброволен труд.

Държавната администрация все още не е достатъчно активен партньор при реализирането на корпоративна социална отговорност. Почти липсват примери за осъществяване на подобна дейност на ниво общини, въпреки, че възможностите са многобройни. Местната власт би могла да работи в партньорство с бизнеса и гражданските институции и да съдейства активно за реализирането на дейности в полза на хората.

Като един от малкото примери в това отношение може да се разгледа работата на община Гълъбово, която още от 2003 година активно и последователно работи с дружествата от енергийния отрасъл, осъществяващи дейността си на територията на общината за реализирането на инициативи в полза на хората.

През 2003 година започнаха регулярни работни срещи на общинското ръководство с ръководителите на енергийните предприятия, осъществяващи дейността си на територията на община Гълъбово. В разговорите бяха обсъждани възможностите за съвместна дейност за решаването на редица наболели проблеми в сферата на екология, благоустрояване на населени места и др. В резултат на установеното партньорство бяха реализирани множество инициативи в полза на хората.

Сред първите бе възстановяването на детска площадка и оформянето на цветна алея в кв. „Строител“, община Гълъбово. Тази инициатива стартира като своеобразно състезание, в което хората събираха отпадъци, като за целта им бяха осигурени найлонови пликосе и ръкавици. Ръководителите на местната власт и на ТЕЦ 3 участваха активно в боядисването на детските играчки на детската площадка и в оформянето на цветна алея, заедно с хората, които участваха в инициативата на доброволен принцип.

⁸ http://www.brokers-bg.com/news/a/657/iniatiativa_na_sibank_sinyo_lyato_specheli_nagradata_engage_2013.htm

⁹ <http://www.mtel.bg/otgovornost>

¹⁰ <http://technews.bg/article-70295.html#.VwegWGd-N9B>

¹¹ <http://www.bcaf.bg/bg/danachni-oblekchenia-firmi.html>

В следствие бяха реализирани множество дейности. Дружествата се ангажираха с осигуряването на материали и труд за ремонти на общински сгради, благоустрояване на населени места.

По време на кризисни ситуации като проливните дъждове преди няколко години, енергийните компании в партньорство с общината, отново подкрепиха местната общност, като осигуриха техника за преодоляване на последствията от бедствието. За местните хора, засегнати от наводненията бяха осигурени пакети с храна.

„През 2010 година представители на AES и община Гълъбово подписаха договор за сътрудничество, с който американската компания отпуска на общината 8,4 милиона лева в рамките на следващите 5 години за инфраструктурни, социални и културни дейности. Фондът ще бъде използван за осъществяване на проекти, които са част от програмата на AES за социална и корпоративна отговорност. AES се ангажира да отпусне веднага 1 милион евро за ремонт на основната пътна артерия в Гълъбово, а останалата част от сумата ще бъде отпусната през следващите пет години. С тези средства ще бъдат реализирани проекти, заложи в корпоративната програма за социална отговорност на AES¹², информацията е публикувана на страницата на Търговско-промишлената палата в Стара Загора.

Корпоративната социална отговорност на дружествата в региона се изразява в реализиране на дейности по няколко основни направления – подобряване на инфраструктурата и ремонтни дейности в региона, програми за опазване на околната среда, безопасност, мероприятия по образователни и здравни теми, спонсориране на културни и празнични събития.

„На 19 юни 2015 година на официална церемония днес ЕЙ И ЕС България и община Гълъбово подписаха договор за рехабилитацията на Младежки център в града. Младежкият център ще бъде разположен на площ от над 45 декара в парка на Гълъбово. Проектът включва рехабилитация на съществуваща стара сграда, изграждане на нови съоръжения за спорт и отдих, реновация и озеленяване на пространството около тях. След приключване на строителството комплексът ще разполага със спортни зали, фитнес, тенис кортове, детска площадка, сцена на открито и др. Проектът е част от програмата за корпоративна социална отговорност на ЕЙ И ЕС, в която до момента са вложени близо 7 милиона лева. Само за подобряване на инфраструктурата в града компанията е инвестирала над 3 милиона лева¹³, гласи официално прессъобщение на община Гълъбово.

Обективността изисква да се обобщи, че за да се реализира всичко това в полза на хората, несъмнено отношението и финансовите възможности на дружествата са от голямо значение, но не по-малко важни са мениджърския подход, ентузиазмът и последователността на местната власт в община Гълъбово.

В последните години все повече са предприемачите, които са готови да подпомагат хора в неравностойно положение, да поощряват развитието на талантиливи деца и младежи в сфери като спорт, изкуство, култура, наука и др. Не липсват представители на бизнеса, които биха съдействали за дейности свързани с опазване на околната среда, на културното и историческо наследство, подобряване облика на населените места и други. Прави впечатление, че предприемачите са много по-активни в сравнение с представителите на държавните институции. Със сигурност възможностите за реализиране на подобни инициативи в различните населени места не липсват. Мест-

¹² <http://www.chambersz.com/news/3321-AES>

¹³ <http://www.galabovo.org/>

ната и централната власт могат и следва да създават предпоставки за активно доброволно участие на всички заинтересовани страни – държавните институции, бизнеса, организациите на социалните партньори, неправителствените организации, академичните среди, медиите и други. Въпреки, че корпоративната социална отговорност е сравнително ново понятие, институциите могат да насърчават подобни инициативи като формират благоприятна среда, формулират идеи, които привличат подкрепа, дават морални стимули като учредяване на отличия за активни представители на бизнеса, и гражданското общество и други. Възможностите за подобни дейности са многобройни и в някаква степен зависят и от спецификата, с която се характеризират различните населени места. Целта е да се формират устойчиви политики, които да получават широка обществена подкрепа от всички заинтересовани страни. Защото опитът показва, че когато всички възможни партньори за реализирането на дадена инициатива гледат в една посока, то тя се увенчава с успех.

Литература:

1. Стратегия за корпоративна социална отговорност 2009-2013 година, Министерство на труда и социалната политика
2. „Корпоративната социална отговорност в България: развитие, ограничения и предизвикателства, Славова И., сп. „Икономически и социални алтернативи“ бр. 2, 2015 г.

Материали от интернет

Интернет страницата на Българската мрежа за корпоративна социална отговорност

<http://csr.bg/social-responsibility/definitions>

<http://www.rbb.bg/bg/about-us/corporate-social-responsibility/>

<http://www.investor.bg/biudjet-i-finansi/333/a/fibank-e-darila-nad-250-hil-lv-za-deca-i-mladeji-v-neravnostoino-polojenie-165776/>

http://www.brokers-bg.com/news/a/657/initsiativa_na_sibank_sinyo_lyato_specheli_nagradata_engage_2013.htm

<http://www.mtel.bg/otgovornost>

<http://technews.bg/article-70295.html#.VwegWGd-N9B>

<http://www.bcaf.bg/bg/danachni-oblekchenia-firmi.html>

<http://www.chambersz.com/news/3321-AES>

<http://www.galabovo.org/>