

Малки стъпки към големи промени

Според Борис Колев от CSR Bulgaria социално отговорните компании имат потенциал да реформират цялото българско общество

ОТ КАМЕЛИЯ ИВАНОВА

„**ВЯРВАМЕ, ЧЕ БЪЛГАРИЯ** може да се промени чрез ангажираността на бизнеса. Компаниите трябва да инвестират в обществото“, казва Борис Колев, изпълнителен директор на неправителствената организация CSR Bulgaria. Нейната цел е да свързва нестопанския сектор с компаниите, като анализира нуждите на бизнеса и му предлага адекватни алтернативи в областта на корпоративната социална отговорност (CSR).

За да стимулират активно взаимодействие на бизнеса и обществото, през 2009 г. петима младежи решават да основат CSR Bulgaria. Всички учредители имат богат опит в студентски доброволчески инициативи и точно на тази основа започват да градят CSR Bulgaria, без да разчитат на външно финансиране.

Първият проект, с който се захващат, е изграждането на интернет портала www.csr.bg, който през последните няколко години се превръща в специализирана медия, която отразява всичко от света на корпоративната социална отговорност в България. „Сайтът дава възможност на маркетинг мениджърите да получат достъп до много източници на информация“, казва Борис. Според него организацията разполага с най-пълния архив от социални проекти, практики и новини от 2009 г. насам. Посещението достигат средно до няколко



ко хиляди на ден, като този тип информация се оказва особено полезен не само за специалистите в сферата на корпоративната социална отговорност, но и за студенти от икономически специалности.

Около година по-късно екипът създава и паралелната платформа CSR Zone. Нейната цел е да представя идеи за проекти на сектора на неправителствените организации с идеална цел, като така скъсява дистанцията с бизнеса, от който се очаква да ги подпомогне. CSR Bulgaria на свой ред се ангажира да проучва и да гарантира качеството и надеждността на проекти, както и да разпраща регулярно бюлетин с тези предложения до списък с големи български компании. „Това е възможност за фирмите да изберат проект, който да подкрепят.“, казва Борис Колев.

Проектите в тази платформа невинаги търсят пари, често става въпрос за доброволчески труд. Досега организацията е свързала около 40 проекта на неправителствени организации с техни корпоративни партньори. Към момента платформата предоставя 15 нови проекта за 2013 г. „Работим с около 30 големи компании, които ни се доверяват и търсят от нас препоръки за проекти, които биха искали да подкрепят“, казва Борис. Неговите наблюдения са, че обикновено големите компании в България отделят до няколко хиляди лева за еднократни проекти, но когато става дума за дългосрочни партньорства, са склонни да предоставят стотици хиляди. „Всичко зависи от това, доколко социалният проект кореспондира с маркетинговите нужди на компанията. Не липсват и неправителствени организации, които вече са се оженили за компании“, казва Борис.

Според него българските фирми все повече узряват за практиките на корпоративната социална отговорност. Това личи от факта, че те все по-често търсят дългосрочно сътрудничество с нестопанския сектор, което води до реализацията на устойчиви проекти, не просто дарения. „Мениджърите вече разбират, че CSR не е прос-

то благотворителност, а ангажира мент“, казва Борис, който вярва, че е по-добре да се инвестира в обучението на децата от домовете, вместо да им се дават помощи за Коледа.

Истинската корпоративна социална отговорност е на първо място насочена навътре към самата компания и се изразява в грижата за нейните служители. Те трябва да се чувстват добре, да работят в добра среда, да имат нормални условия на труд. „Точно това е нашето послание към мениджърите. CSR е полезна за дадена компания само ако се прави във всички посоки. А ако тези практики се изпълняват в дълбочина и се въвеждат стратегически, те носят пари, стабилност, лоялност и дългосрочни активи“, казва Борис.

Потребителите, чиито дохо-

дисциплина в българското образование е голям напредък. Първата група от осем магистри е започнала своето обучение през ноември миналата година.

Плановите за 2013 г. на неправителствената организация са не по-малко амбициозни. Започва проектът им „Стажант с кауза“, организиран заедно с AIESEC и JobTiger. Неговият фокус е върху новопостъпилите стажанти в различни компании. Те ще се ангажират със своя малка социална мисия, която да изпълнят в периода на стажа, като например да накарат хората в офиса, в който работят, да събират отделно своите отпадъци или да гасят компютрите си в края на работния ден. Идеите за подобни мисии ще са обединени в един общ сайт. „Това са малки стъпки, свързани

„РАБОТИМ С ОКОЛО 30 КОМПАНИИ, КОИТО НИ СЕ ДОВЕРЯВАТ И ТЪРСЯТ ОТ НАС ПРЕПОРЪКИ ЗА ПРОЕКТИ, КОИТО ДА ПОДКРЕПЯТ.“

ди са над средното ниво, често избират продуктите на компании производители, които имат добър имидж на отговорно поведение в обществото. Според Борис в България този тренд вече се усеща в по-големите градове, а за да го подпомогнат, от CSR Bulgaria ще организират разяснителна кампания „Пазарувай отговорно!“ през 2013 г., която ще ориентира потребителите към продукти на компании с активна позиция в обществото.

Друг аспект на корпоративната социална отговорност е, че в дългосрочен план по-лоялните и по-мотивирани служители са и по-трудоспособни, имат по-голяма производителност и това носи приходи на компанията. Този ефект обаче се вижда с времето.

Един от най-големите успехи на CSR Bulgaria е стартирането на магистърска програма по корпоративна социална отговорност съвместно с Висшето училище по застраховане и финанси (ВУЗФ) и инициативата на ООН Глобален договор. Спорд Борис въвеждането на тази

с навиците на служителите, като подобна промяна може да повлияе на цялата компания. Големите промени стават с много малки стъпки“, казва Борис.

Предстои и стартирането на уебсайта sLLike – платформа, която дава възможност на различни по мащаб компании да придобият популярност чрез социалните медии и едновременно с това да спомогат различни благотворителни каузи по света. Идеята е разработена в Сингапур и българският пазар ще е вторият в света, където тя ще бъде приложена. CSR Bulgaria ще получава минимална такса от всяка транзакция през sLLike. Това ще бъде един от начините да се финансира организацията, в която вече трета година екипът от шестима млади специалисти работи на доброволни начала. Друга тяхна инициатива с цел печалба са брандирани CSR профили на компании. Това е платеното съдържание на техния сайт. „Така ще изградим най-големия архив от социално отговорни практики в България“, казва Борис. ☺