

**СЪЮЗ НА ИКОНОМИСТИТЕ В БЪЛГАРИЯ**

***„Гласът на младите за силна икономика!”***

**Конкурс за есе на тема:**

**„КОРПОРАТИВНА СОЦИАЛНА ОТГОВОРНОСТ** – **ЕВРОПЕЙСКИ**

**И НАЦИОНАЛНИ ПРАКТИКИ“**

**А н о т а ц и я:**

Проблематиката за корпоративната социална отговорност (КСО) е изключително актуална през последните години. Създаваният чрез нея „нов социален диалог” между компаниите и различни контрагенти, свързани с тяхната дейност - общество, инвеститори, банки, работодатели, синдикати и други заинтересовани страни, е важна предпоставка за ефективното функциониране и интернационализиране на икономиката.

Корпоративната социална отговорност е пресечна точка на изключително важни проблеми на социално-икономическото развитие:

* „Устойчив и отговорен бизнес” в контекста на изследването на предприятията и индустрията като цяло;
* „Бизнесът и правата на човека”, както и „оповестяването на социално-отговорни инициативи”, в контекста на „качествено новата заетост” и социалното включване;
* Социални бизнес инициативи, социално предприемачество и социални предприятия;
* Национални политики по корпоративна социална отговорност;
* КСО – принос за смекчаване на социалните последици от икономическата криза;
* Взаимовръзки между КСО и конкурентоспособността на фирмено и национално равнище.

Всички посочени аспекти на КСО имат не само национална, но и европейска значимост в условията на интегриране на българските фирми в единния европейски пазар.

Според дефиницията на Европейската комисия, КСО е „концепция, при която компаниите на доброволна воля интегрират дейности по опазване на околната среда и социални инициативи в своите бизнес-стратегии и във взаимодействие с всички заинтересовани страни”. (European Commission, Green Paper,2001).

През 2011 г. в Обновената стратегия за КСО 2011-2014 г. изрично се подчертава необходимостта от повишаване на социалната отговорност на предприятията и засилване на тяхното „влияние върху обществото” (Нова стратегия за КСО, Европейска комисия). Именно многопосочното влияние върху обществото и икономиката става център на концепцията за корпоративна социална отговорност.

Като основни акценти на КСО са поставени принципите за транспарентност ––(прозрачност, публичност), отчетност и отговорно поведение.

В това отношение европейските компании, вкл. и българскитеq са изправени пред много предизвикателства:

* пълното интегриране на социалните и екологичните аспекти във фирмените бизнес стратегии;
* съблюдаването на основните стандарти и етиката в областта на трудовите правоотношения и управлението на човешките ресурси;
* подкрепа и насърчаване изпълнението на националната стратегия за КСО.

В оценките за напредък е заложен плах оптимизъм, основан на няколко аргумента:

* нарастване броя на европейските компании, приели като норма на поведение десетте принципа на Глобалния договор на ООН от 600 /2006 г./ на 1900/2011 г./;
* увеличаване числеността на компаниите в ЕС, които публикуват доклади за устойчивост, съгласно Глобалната инициатива за отчетност от 270 през 2006 г. на 850 през 2011 г.
* 33% oт европейските компании прилагат стандартите на ОИСР за транснационалните компании или „ИСО-26 000”.

При дефинирането на националната стратегия за КСО следва да се съблюдава новата дефиниция на „ИСО-26 000”: „Социалната отговорност е отговорността на организацията за въздействие на нейните решения и дейности върху обществото и околната среда чрез прозрачно и етично поведение, така че да съдейства за устойчивото развитие, да отчита очакванията на заинтересованите страни, да бъде в съответствие със законодателството и международните норми на поведение, да бъде интегрирана в цялата организация и прилагана във взаимоотношенията й”.

Дефиницията на ИСО акцентира върху социалната отговорност като инструмент за постигане на устойчиво развитие. Социалната отговорност в контекста на „ИСО- 26 000” е адресирана към широк кръг организации и има широк обхват, включвайки частния сектор, държавни институции и неправителствения сектор.

Конкурентните предимства и ефекти от прилагането на корпоративната социална отговорност се проявяват в следните няколко направления:

* повишаване на репутацията и утвърждаване на добрия имидж на социално отговорните компании;
* утвърждаване на нов тип организационно поведение, бизнес етика и култура;
* лоялност към персонала и задържане на качествените човешки ресурси в организацията;
* повишаване на оценките на клиенти, доставчици, местната общност и инвеститорите;
* успешно прилагане механизма на публично-частното партньорство в интерес на обществото, в контекста на “зелените” обществени поръчки;
* повишаване публичността на нефинансовата информация.

Участниците в конкурса „Млад икономист” могат да се насочат към разработване на теми, свързани с изследването както на теоретико-методологическите аспекти на КСО, респ. същността и еволюцията на концепциите, моделите и основните технологии и инструменти по прилагането на КСО, така и целевите направления, националните и европейските бизнес практики. Препоръчително е представянето на резултати от социологически изследвания и емпирична информация. Могат да бъдат анализирани отделни фирми или отрасли (сектори на икономиката). Препоръчително е проучванията на авторите да се фокусират върху конкретни теми, свързани със социално отговорното управление, социално отговорния маркетинг, устойчивото развитие, дарителството и др. Могат да бъдат анализиране и оценени отделни примери, инициативи и насоки на корпоративна социална отговорност, регламенти и добри практики в полза на обществото.

Препоръчителните акценти в избора и разработването на теми за участие в конкурса могат да бъдат:

1. Европейската политика и обновената стратегия за корпоративна социална отговорност.
2. Еволюцията в концепциите за корпоративна социална отговорност.
3. Корпоративната социална отговорност - път към устойчивото развитие.
4. Корпоративната социална отговорност - източник на национална и фирмена конкурентоспособност.
5. Корпоративната социална отговорност като източник на нова заетост: български опит и европейски практики.
6. Публична политика на корпоративна социална отговорност в България.
7. Корпоративната социална отговорност – договор (споразумение за действия) между социалните партньори.
8. Корпоративна социална отговорност в неправителствения сектор.
9. Изследване на модели на корпоративна социална отговорност.
10. Корпоративната социална отговорност в контекста на корпоративното управление.
11. Корпоративната социална отговорност и социалния диалог в Р България.
12. Бизнес - мрежи за корпоративна социална отговорност.
13. Изследване на добри практики на социално отговорни фирми.
14. Нефинансова отчетност и социален одит. Измерване на резултатите от КСО: показатели и модели.
15. Социалното предприемачество в България и европейският опит.
16. Социални предприятия в България и изследване на международните добри практики.
17. Корпоративната социална отговорност и схемите за управление на околната среда.
18. Корпоративната социална отговорност и дарителството /спонсорството/ - теоретични аспекти и изследване на фирмен опит.
19. Корпоративна социална отговорност, етично поведение, антикорупционна политика и информация на българските организации.
20. Насоки за повишаване на корпоративната социална отговорност: с поглед в бъдещето.
21. Проблеми на разкриването на информация и прозрачността на корпоративното управление.
22. Проблеми на обучението и насърчаването на професионалната подготовка по корпоративна социална отговорност
23. Социално отговорен маркетинг – бренд, търговска марка, етикет и др.

**Забележка: Темите са примерни (не задължителни) и представени в помощ за предметната ориентация на участниците в конкурса!**

**Ключови думи:** глобализация, заинтересовани страни, корпоративна социална отговорност, публични политики, инструменти за публична политика, концепции, стратегии, корпоративно управление, бизнес организации, бизнес практики, стандарти, регламенти, сертификация, устойчиво развитие, социално отговорни инициативи, корпоративен административен кодекс, корпоративна култура, социално предприемачество, социални предприятия, индикатори на КСО, социален диалог, модели на КСО, корпоративни социални практики, разкриване на информация.

***Организационният комитет на конкурса „Млад икономист – 2015г.”, провеждан под надслова „Гласът на младите за силна икономика!” пожелава на всички участници - ученици, студенти, докторанти, млади специалисти и предприемачи, успешна творческа работа в търсенето на нови решения в областта на социално отговорното, иновативно корпоративно управление на бъдещето!***

**Проф. д-р ик.н. Нено Павлов,**

**зам. -председател на УС на СИБ,**

**координатор на конкурса „Млад икономист-2015”**