

## **КОРОНАКРИЗАТА – СТРЕС ТЕСТ ЗА КОРПОРАТИВНАТА ОТГОВОРНОСТ В БЪЛГАРИЯ**

**Ваня Григорова, e-mail: [vgrigorova@unwe.bg](mailto:vgrigorova@unwe.bg)  
докторант към катедра „Човешки ресурси и социална защита“  
Университет за национално и световно стопанство**

### **Резюме**

Студията разглежда спецификите на корпоративната социална отговорност (КСО) в извънредното положение, наложено от пандемията от коронавирус. Целта е да бъде описана и систематизирана подкрепата, която бизнесът оказва на работещите и обществото, да бъде разгледана КСО към вътрешните и външните заинтересовани страни в България по време на извънредното положение, въведено във връзка с коронавирусната инфекция. Анализът е базиран върху обзор на корпоративната социална отговорност в България, върху сравнения с практики от други държави, както и върху данни от анкета с участието на работници от 82 компании. Събраната информация илюстрира приложените практики спрямо служителите, бизнес партньорите и обществото. Изчисленият общ индекс на КСО позволява да се открият икономическите сектори, в които социалната отговорност е по-висока. А сравнението между практики, насочени към работещите, и практики към други заинтересовани страни, може да покаже дали компанията е еднакво социално отговорна вътре и извън предприятието. Изводите могат да дадат насоки за бъдещи по-всеобхватни проучвания и да бъдат използвани за изготвяне на допълнителни препоръки за действия в следващи екстремни за икономиката ситуации.

**Ключови думи:** запазване на работната ръка, корпоративна социална отговорност, бизнес етика

**JEL:** D22, M14

## **THE COVID-19 CRISIS: A STRESS TEST FOR CORPORATE RESPONSIBILITY IN BULGARIA**

**Vanya Grigorova, e-mail: [vgrigorova@unwe.bg](mailto:vgrigorova@unwe.bg)  
PhD student,**

**Department of Human Resources and Social Protection, UNWE**

### **Abstract**

The study looks into the specifics of corporate social responsibility during the state of emergency, imposed because of the coronavirus pandemic. This study aims at scrutinizing and systematizing how CSR targeted both internal and external stakeholders (employees and wider society, respectively) during the COVID-19 induced state of emergency in Bulgaria. The analysis is based on an overview of corporate social responsibility in Bulgaria, comparisons with practices in other countries, as well as a survey with employees from 82 companies. The collected data illustrates the practices applied towards employees, business partners and society. The estimated total index of CSR allows to highlight economic sectors where social responsibility is higher. A comparison between employee-oriented practices and practices oriented at other stakeholders can show whether the company is equally socially responsible inside and

outside the enterprise. The findings can provide guidelines for future more comprehensive studies and can be used to propose further recommendations for business and governmental policies in future extreme economic events.

**Key words:** labor hoarding, corporate social responsibility, business ethics

**JEL:** D22, M14

### **Въведение**

Съществуват различни трактовки за смисъла и обхвата на корпоративната социална отговорност. Общото между тях е, че концепцията за КСО предполага допълнителни усилия на компаниите за инициативи, насочени към подпомагане на обществото, премахване или поне минимизиране на екологичния отпечатък от икономическата дейност, прозрачно и отговорно отношение към потребителите и партньорите във веригата на доставките. Тези цели предполагат ангажираност, която надскача законово регламентирани задължения на предприятията. Мотивацията на бизнеса да прилага и докладва КСО практики е разнообразна. Според изследване на Американската асоциация на регистрираните одитори през 2015 г.<sup>1</sup>, компаниите са публикували доклади за КСО основно: за да изпълнят законови изисквания; да повишат репутацията на компанията; да отговорят на очакванията на клиентите си; да намалят разходите.

Законодателно корпоративната социална отговорност в България е в относително начален етап на развитие. Действаща към момента е „Стратегията за корпоративната социална отговорност 2019-2023 г.“ (МТСП, 2019). Чрез разработването на стратегии и планове към тях, правителството се опитва да повиши качеството на живот, като насърчи прилагането на отговорни бизнес практики. Приетата в документа дефиниция за заинтересовани страни е доста широка – от висшия мениджмънт, държавните институции и заетите лица до бизнес партньорите, потребителите, социалните партньори, академичните структури и околната среда. Бяха приети и промени в Кодекса на труда, които – поне декларативно, застъпват развитието и утвърждаването на корпоративната социална отговорност.

Пандемията от COVID-19 постави под риск живота и здравето на хората, от една страна, и подложи на невиджан натиск здравните системи дори в богатите държави. От друга страна, на карта беше поставено икономическото оцеляване на предприятията, от което зависят заетостта и доходите. Натискът върху домакинските бюджети, вследствие на редуцираните месечни приходи, доведе до нарастване на съпротивата срещу спазването на противоепидемичните мерки, наложени от правителствата. Тази реакция илюстрира факта, че икономическата сигурност за служителите означава и здрава сигурност за обществото.

Редица експерти очакват икономическите поражения да са съизмерими с тези от Голямата депресия от 1929 г. Лятната прогноза на Европейската комисия сочи, че брутният вътрешен продукт на ЕС ще бъде редуциран през 2020 г. с 8,3%, докато два месеца по-рано (май 2020 г.) очакванията бяха за 7,4% спад – отчита се увеличение на негативните очаквания с 1 процентен пункт (ЕС, 2020). Прогнозите са за дълбока и неравномерна рецесия, последвана от несигурно възстановяване. Коронакризата има много прилики със събития, описани в

---

<sup>1</sup> The State of Sustainability Assurance and Related Advisory Services in the U.S.: Two Market Assessments, June 2015  
<https://www.aicpa.org/InterestAreas/BusinessIndustryAndGovernment/Resources/Sustainability/Downloadable Documents/Sustainability-TwoMarket.pdf> (accessed 25 July 2020)

„Теорията на черния лебед“ (Taleb, 2007). Това са неочаквани, непредвидими, шокиращи промени, които рефлектират върху живота в целия свят.

В тази ситуация до голяма степен (и с право) гражданите очакваха основно намесата на държавата, която да даде сигурност както на работниците, така и на предприятията. Бизнесът би трябвало също да прилага редица инструменти за облекчаване на работата в обектите си, да подпомага служителите си и обществото, в което функционира, воден от интереса да запази кадрите и клиентите си.

**Обект** на изследването е корпоративната социална отговорност на компаниите, които развиват икономическата си дейност в България. **Предмет** на студията са проявленията на КСО на фирмите към различните заинтересовани страни в условията на извънредното положение, което беше въведено в страната от 13 март 2020 г. във връзка с пандемията от коронавирус. **Целта** е да се разкрият спецификите в социалната отговорност по време на извънредно положение по отношение на вътрешните и външните заинтересовани страни в България.

**Изследователските задачи** включват идентифициране на добрите КСО практики в условията на локдаун, които бяха приложени в периода 13 март-13 май 2020 г. в условията на коронакризата в света и в България, както и липсата на такива. На второ място, да бъде проучена специализираната литература към този момент. Публичните данни за КСО са откъслечни и непълни, тъй като не съществува единен регистър, в който компаниите да са длъжни да отразяват инициативите си. Поради това беше извършено набиране на **емпирична информация** чрез нарочна анкета с участието на работници от 82 компании. Събраната информация илюстрира приложените практики спрямо служителите, бизнес партньорите и обществото. **Работната хипотеза**, която ще се превърне в теза, ако бъде доказана (Lulanski, 2011), гласи, че съществува значима разлика между поведението на собствениците на компанията към вътрешните и външните заинтересовани страни, която може да мени посоката си под въздействието на допълнителни фактори. Потвърждаването на хипотезата би илюстрирало защо простото изброяване на КСО практики без задълбочен анализ е недостатъчно за определяне на фирмата като социално отговорна или безотговорна, тъй като преди това е необходимо да бъдат идентифицирани и оценени всички аспекти на корпоративната отговорност.

Сред ограниченията на изследването е непредставителността на извадката от предприятия, както и твърде ранният етап за извършване на цялостна оценка за въздействието на кризата и доколко предприетите мерки на национално и корпоративно ниво са били ефективни и достатъчни. Изводите могат да бъдат използвани за изготвяне на допълнителни препоръки за действия в следващи екстремни за икономиката ситуации, които рефлектират върху корпоративната отговорност.

## 1. Преглед на литературата

Анализите за въздействието на COVID-19 върху социалната отговорност към момента на съставяне на студията са ограничени. В някои авторитетни чуждестранни издания могат да бъдат открити журналистически и експертни статии, насочени към широката публика, с описание на КСО практики, както и насоки за отговорно бизнес поведение от Глобалния договор на ООН (UN Global Compact, 2020). У нас могат да се разгледат данни за дарения в интернет страницата на Министерство на здравеопазването (МЗ, 2020) и обзори на Българската мрежа на Глобалния договор на ООН.

Въздействието на пандемии в научната литература е разгледано основно през здравния им аспект. Настоящата световна здравна криза, която вече се сравнява с т.нар. „испански“ грип от преди век, обаче нанася много по-значителни икономически щети от епидемии от последните десетилетия, поради което вече има няколко публикации, които изследват не само макроикономическите показатели, но и корпоративната социална отговорност на бизнеса. Авторите на статията „Корпоративен имунитет срещу пандемията COVID-19“ (Ding, W., Levine, R., Lin, C., Xie, W., 2020) изследват 6000 фирми от 36 държави. Тяхното заключение е, че компаниите с традиции в КСО преди пандемията запазват доброто си представяне на фондовата борса, тъй като социалната отговорност „изгражда доверие в заинтересованите страни, което прави работниците, доставчиците и клиентите по-склонни на отстъпки в подкрепа на бизнеса във времена на криза“.

Промените в дизайна на работното място, осигуряването на физическа дистанция, която се налага от респираторното разпространяване на вируса, поставянето на плексигласови прегради между работните места като израз на корпоративна социална отговорност е ключова тема, разгледана в студията „Адаптация на офиса към COVID-19: разходи, ефективност и социална отговорност“ (Parker, 2020). Направено е сравнение на две групи документи относно историческата и постпандемичната социална отговорност в офис дизайна и функционирането на бизнес-пространствата. Макар бизнесът традиционно да е движен основно от целта да минимизира разходите, проучването сочи, че COVID-19 ангажира работодателите с осигуряване на по-здравословни и безопасни условия на труд. Пространствената реорганизация и адаптираните работни процедури отразяват комбинация между алтруистична корпоративна социална отговорност, бизнес философия, спазване на правителствените разпоредби и обществените очаквания.

Най-близо до темата на настоящото изследване е статията „Влияние на пандемията от COVID-19 върху корпоративната социална отговорност и маркетинговата философия“ (He et al, 2020), публикувана през май 2020 г. Описани са корпоративни практики за ограничаване на пандемията, прилагани във Великобритания. Сред КСО подходите са дарения за медицински центрове, както и практики на търговски банки, които отлагат изплащането на кредити. Но кризата поставя пред избор собствениците на бизнес дали да действат дългосрочно като инвестират повече в социална отговорност или да взимат по-скоро краткосрочни решения, за да се предпазят от пазарния шок. Разгледани са и опити на компании да се възползват от тежката криза, за да формират по-големи печалби като увеличават цените на жизненоважни стоки или излъчват подвеждащи реклами, с които твърдят, че техният продукт предпазва от заразяване или лекува COVID-19. Тази практика не е рядкост, поради което Европейската комисия, съвместно с онлайн платформи като Google, eBay и Amazon, идентифицира като некоректни десетки милиони реклами<sup>2</sup>, които впоследствие са премахнати.

Не бива да се пренебрегва и риска КСО инициативите, наложени еднолично от мениджмънта, да породят недоволство сред работниците и служителите. Именно това се случва в мултинационална компания, която разширява доставките на храна в условията на локдаун – заетите се оплакват от

<sup>2</sup> Coronavirus: following Commission's call, platforms remove millions of misleading ads [https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip\\_20\\_938](https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_20_938) (accessed 25 July 2020)

високия интензитет на работата, съчетан с дефицит на лични предпазни средства (Weise and Conger 2020). Проблемът се корени в това, че КСО и изследванията на социалната отговорност са съсредоточени основно върху връзката между КСО и резултатите на корпоративно ниво – имиджови и финансови (Aguinis, Villamor and Gabriel, 2020), но често се пропуска, че негативните ефекти върху работниците също рефлектират върху корпоративния образ. Именно поради това КСО следва да се разглежда от различни перспективи – на обществото, на работещите и на бизнес партньорите.

Въпреки ограничените законови регламенти в България, към началото на 2018 г. броят на компаниите, обединени от Глобалния договор на ООН, които заявяват че прилагат КСО практики, е около 140 (Peicheva, 2018). Делът им от всички активни предприятия в страната е много малък, но все пак се забелязва ръст в сравнение с началото, когато са били само 20. За да бъдат анализирани обаче техните практики, те трябва да са докладвани от компаниите. В световен мащаб вече има развити модели за докладване, а отчетите за КСО се утвърждават като източник на достоверна информация. В България все още не е така. Едва 0,007% от активните предприятия през 2015 г. са публикували социален доклад в една от трите най-популярни бази с доклади (Николов, Станев, 2019).

## 2. Методология

В първата част на настоящото изследване ще бъдат разгледани публично достъпните корпоративни социални практики, приложени по време на извънредното положение в България. Източник на данните са корпоративните сайтове и доклади, Българската мрежа на Глобалния договор на ООН, правителствени източници, както и журналистически статии<sup>3</sup>.

Втората част се състои от емпирично проучване, проведено в периода 4-16 май 2020 г., почти два месеца след началото на извънредното положение, когато все още нямаше управленска визия за продължителността на ограничителните мерки, които наложиха част от предприятията да преустановят дейността си, а други я редуцираха, поради намалелите поръчки от чужбина. Въпросникът беше разработен с методическата подкрепа на социологическа агенция. След извършен анализ на целта, задачите, бюджетът на изследването и времето, в което трябваше да се извърши (в условия на извънредно положение), беше решено да се възприеме изследването на неслучайна извадка – подборът на респонденти е комбинация от типологичен такъв и снежна топка. Анкетата беше разпространена основно сред синдикалните структури, попълнена е от 120 респондента, заети в 82 различни компании от базови икономически сектори. От своя страна, интервюираните включваха свои познати от предприятия, в които няма синдикални секции (снежна топка). Отговорите не бяха анонимни, което дава възможност за задаване на допълнителни, уточняващи въпроси при нужда.

Събраната информация е анализирана с помощта на Microsoft Excel и SPSS, за да бъде използвана добрата визуализация на първия софтуер и анализаторската мощ на втория. Направен е описателен, обобщаващ анализ, както и възможните статистически анализи, които са представени графично. В допълнение са изготвени индекси за корпоративна социална отговорност за всяка обхваната от проучването компания.

Ограничения на изследването:

---

<sup>3</sup> В настоящата студия се цитират ползваните информационни източници, където се включва детайлна информация, вкл. и за наименованията на коментиранияте в съответните статии и анализи компании.

- корпоративните социални практики на компаниите не са изчерпателно анализирани, тъй като няма единна база данни, в която да са обобщени;
- отговорите от анкетата обхващат само периода до средата на месец май 2020 г.;
- извадката не е представителна;
- делът на обхванатите в проучването компании, в които има създадени синдикални организации и/или броят на служителите им е над 49, е значително по-висок от средния за страната, т.е. те са по-силно представени в данните.

### 3. Обзор на български практики и сравнение с чужди КСО практики

За предизвикателствата пред всички обществени системи, икономически единици и домакинства в периода на извънредната ситуация никой не беше подготвен. Това даде възможност и гражданите, и бизнеса, и управляващите да реагират инстинктивно – егоистично или солидарно, с дългосрочна визия или водени от краткосрочни ползи. Кризите до голяма степен свалят маските.

#### 3.1. Телекоми

Когато на 13 март 2020 г. в България беше обявено извънредно положение и редица предприятия трябваше да затворят врати в рамките на няколко часа, трите телекомуникационни оператора се включиха в кампанията #ОстаниВкъщи и предоставиха допълнителни безплатни услуги за своите клиенти. Един от телекомите в страната отключи телевизионните си канали за достъп, без значение кой пакет са ползвали преди това клиентите на компанията. Отпусна и допълнителен пакет мобилен интернет. Главният изпълнителен директор заяви: „Наясно сме колко стрес и промени в начина на живот носят извънредните мерки от пандемията на COVID-19 и знаем, че в допълнение към задължителните методи за превенция, много хора ще прекарват повече време у дома, със семейството, често пред телевизора. Нашият призив е: бъдете разумни, останете вкъщи с Вашите близки и се информирайте и забавлявайте с вашата любима телевизия.“<sup>4</sup> Друг телеком в страната също обяви, че отпуска допълнителен пакет за мобилен интернет, телевизионни канали, безплатни минути и кратки съобщения<sup>5</sup>. Третият телеком с национално покритие предостави пакет мобилни данни и достъп до детски телевизионни канали. Впоследствие компанията направи дарение от 500 таблета за МОН, за да подпомогне дистанционното обучение<sup>6</sup>, дари и 900 хил. лв. за български болници.

Едновременно с това стана ясно, че поне един от мобилните оператори е принуждавал някои свои служители да излязат в платен отпуск, други - да преминават на намалено работно време.<sup>7</sup> Тъй като бяха направени законови промени, които разрешават на работодателя да дава платен отпуск без съгласието

<sup>4</sup> А1 България, „А1 започва кампания за дигитална солидарност, за да помогне на хората да ограничат социалните си контакти“ [https://www.a1.bg/medien-tsentar-informatsia-za-mediite/mc/index/ma/view/infoblock\\_id/2725](https://www.a1.bg/medien-tsentar-informatsia-za-mediite/mc/index/ma/view/infoblock_id/2725) (accessed 23 July 2020)

<sup>5</sup> Теленор, „Теленор предоставя безплатни данни, минути и дигитални услуги на всички свои клиенти“

<sup>6</sup> Виваком, „#ОставамВкъщи“ [https://www.vivacom.bg/bg/residential/za-nas/novini/socialni-dejnosti?filter\\_year=2020&filter\\_month=03#tabs-anchor](https://www.vivacom.bg/bg/residential/za-nas/novini/socialni-dejnosti?filter_year=2020&filter_month=03#tabs-anchor) (accessed 23 July 2020)

<sup>7</sup> Стенограма от онлайн заседание на Националния съвет за тристранно сътрудничество от 11 май 2020 г.

[https://saveti.government.bg/c/document\\_library/get\\_file?p\\_1\\_id=10631&folderId=1514722&name=DLFE-8972.pdf](https://saveti.government.bg/c/document_library/get_file?p_1_id=10631&folderId=1514722&name=DLFE-8972.pdf) (accessed 23 July 2020)

на работника, това не е нелегално, но моралната страна е много спорна, когато приходите на същото предприятие от продажби са отбелязали значим ръст от началото на годината. Този телеком не е изпитвал никакви финансови трудности.

### 3.2. Банки

Основното опасение на останалите без работа и доходи хора беше, че няма да могат да правят дължимите месечни вноски за покриване на взети кредити. Така кредитите могат да станат предсрочно изискуеми, а гражданите да бъдат осъдени, което в България се случва често без да бъдат уведомени, че срещу тях се водят дела.<sup>8</sup> Тези, които изплащат жилищни кредити, освен без доходи, рискуваха да останат и без дом.

Още в първия ден на извънредното положение една от банките в страната обяви, че дава възможност на всички свои клиенти да отложат плащанията по кредити, ако те самите или техният бизнес са засегнати по някакъв начин от ситуацията с коронавируса. Предложението обхващаше потребителски, ипотечни и жилищни кредити, както и кредитите за микро фирми, малки и средни предприятия, корпоративно кредитиране, включително и вноските по кредитни и бизнес кредитни карти. *„Надяваме се, че нашето предложение ще помогне на клиенти и цели сектори, които по някакъв начин вече са или ще бъдат засегнати от по-ниски приходи заради разпространението на коронавируса в целия свят. Приканваме всички наши клиенти да плащат безконтактно в търговските обекти, като част от своите лични мерки за защита срещу разпространението на вируса.“* – заяви изпълнителният директор на банката.<sup>9</sup>

Впоследствие беше дадена законова възможност на всички клиенти на българските банки да отложат плащанията по кредити, но това стана почти половин месец по-късно, поради което стъпката на ръководството на тази банка остава пример за корпоративна социална отговорност.

Същевременно беше анонсирана мярка на правителството за отпускане на безлихвени кредити на служители, които са били принудени да излязат в неплатен отпуск. Въпреки че тези средства бяха държавно гарантирани, беше предвидено гражданите да плащат такси за тях. В България таксите представляват немалка част от разходите по кредитите. Едва след настояване на част от социалните партньори и осъществен обществен натиск, те бяха премахнати.

### 3.3. Образование

Задаващата се криза се очертаваше от началото на месец март, когато бяха открити първите заразени с коронавирус в България. А затварянето на училищата беше предхождано от грипна ваканция за учениците. Ден преди обявяването на извънредното положение издателство „Просвета“ обяви, че дава свободен достъп до всички онлайн учебници от 1 до 10 клас, осигури и онлайн уроци за седмокласници, за които това е последна година от основното образование.<sup>10</sup>

<sup>8</sup> „Осъдиха ме без да разбера“, Кантора Константинова

[https://irinakonstantinova.com/2014/08/osydiha\\_me\\_bez\\_da\\_razbera/](https://irinakonstantinova.com/2014/08/osydiha_me_bez_da_razbera/) (accessed 7 November 2020)

<sup>9</sup> Fibank, „Клиентите на Fibank ще имат възможност да отлагат плащанията по кредити“ <https://www.fibank.bg/bg/za-nas/novini/novini/klientite-na-fibank-shte-imat-vyzmojnost-da-otlagat-plashtanijata-po-krediti> (accessed 23 July 2020)

<sup>10</sup> Просвета, „Издателство „Просвета“ дава безплатен достъп до всичките си електронни учебници“ <https://www.bnr.bg/post/101239987/izdatelstvo-prosveta-dava-bezplaten-dostap-do-vsichkite-si-elektronni-uchebnici-i-pomagala> (accessed 23 July 2020)

Примерът беше последван още на следващия ден от издателство „Клет“<sup>11</sup>, а впоследствие и от други издателства, онлайн университетски библиотеки, сайтове за специализирана литература.

Компанията „Уча.се“ даде свободен достъп до видео уроците си за всички ученици. „Нашата мисия е и винаги ще бъде заедно да подкрепяме българското образование. Вярваме, че в този труден период е важно да бъдем единни и отговорни и да покажем, че можем да се справим с всяко предизвикателство, което съдбата поставя на пътя ни.“ – споделят на сайта си собствениците на фирмата и призовават съобщението да бъде споделяно в социалните мрежи<sup>12</sup>. Безплатният достъп продължава само 14 дни, поради което прилича повече на рекламен похват, отколкото на реална социална отговорност към учениците и родителите.

#### 3.4. Спекула и противодействие

Кризата доведе мигновено до тежък дефицит на маски и защитни медицински облекла. Някои фирми – основно от сектора на търговията, използваша възможността да реализират огромни печалби като увеличиха десеторно цените на недостигащите предпазни средства. От няколко стотинки, цената на еднократна маска скочи на няколко лева. Но шивашките предприятия в голямата си част преобразуваха производството си в кратки срокове и започнаха да произвеждат необходимите стоки. Имаше примери и на компании, които подаряваха маски на хора в нужда.

Тъй като изоставиха стандартните си поръчки по време на извънредното положение, два месеца по-късно част от работодателите в шивашки предприятия отмениха отпуските на работниците си, за да изпълнят заявките за експорт. Това е един от секторите, в които работата не само не беше редуцирана, но и се увеличи значително, въпреки това служителите са тези, които понасят цената за демонстрираната корпоративна социална отговорност с отнетата възможност да вземат полагащия им се годишен отпуск.

Другата основна дефицитна стока бяха препаратите за дезинфекция. Въпреки уверенията на управляващите, че много бързо ще освободят 600 хил. литра спирт от държавния резерв, нуждите на пазара дълго време не бяха удовлетворени, а цената на гелове за дезинфекция се увеличила неколккратно. Десет дни след обявяването на извънредно положение ръководството на една от компаниите в страната дари 10 000 литра спирт на държавните болници. Редом с това направи анализ къде и какви са наличните резерви в страната, като по сметки

---

<sup>11</sup> Клет, „Свободен достъп до електронните ресурси на издателство КЛЕТ България“ <https://klett.bg/%D1%81%D0%B2%D0%BE%D0%B1%D0%BE%D0%B4%D0%B5%D0%BD-%D0%B4%D0%BE%D1%81%D1%82%D1%8A%D0%BF-%D0%B4%D0%BE-%D0%B5%D0%BB%D0%B5%D0%BA%D1%82%D1%80%D0%BE%D0%BD%D0%BD%D0%B8%D1%82%D0%B5-%D1%80%D0%B5%D1%81%D1%83%D1%80%D1%81%D0%B8-%D0%BD%D0%B0-%D0%B8%D0%B7%D0%B4%D0%B0%D1%82%D0%B5%D0%BB%D1%81%D1%82%D0%B2%D0%BE-%D0%BA%D0%BB%D0%B5%D1%82-%D0%B1%D1%8A%D0%BB%D0%B3%D0%B0%D1%80%D0%B8%D1%8F-news157.html> (accessed 23 July 2020)

<sup>12</sup> Уча.се, „Видео уроците на Уча.се стават БЕЗПЛАТНИ до 29.03.2020 г.“ <https://ucha.se/motiviramse/video-urocite-na-ucha-se-stavat-bezplatni-do-29-03-2020/> (accessed 23 July 2020)



на компанията при наличните производствени мощности в страната нуждите могат да бъдат обезпечени в рамките на три дни.<sup>13</sup>

За големите компании, които даряват, дори и толкова ключови стоки, разходът е поносим. Жестовите на малките фирми обаче е по-впечатляващ. Собственици на малка търговска компания се отказват да реализират високи неочаквани печалби, като вместо да увеличат цената на стоката, даряват на болници последните си запаси от продукти, чиито продажби в този период нарастват главоломно.<sup>14</sup> Множество малки компании за производство на рекламни материали започват да произвеждат плексигласови прегради и прозрачни шлемове за лице.<sup>15</sup>

### 3.5. Дарители

Примерите за корпоративна социална отговорност в кризата са много. Но основната част, както и в нормални условия, е дарителството. При него собственикът на компанията не е нужно да полага каквито и да е допълнителни усилия. Единственото условие е да разполага със свободни финансови средства и да има мотив да ги дари. На интернет страницата на Министерството на здравеопазването<sup>16</sup> са обявени всички дарители – физически и юридически лица, които са подпомогнали крайно недофинансираната здравна система в България.

Самият акт на дарението не е достатъчен, за да бъде определено като корпоративна социална отговорност. Т.нар. „олигарси“<sup>17</sup> например, упражняват влияние при определянето на националната политика, която се финансира през държавния бюджет, в свой интерес. Това е общоприетото определение за „олигарх“. Приходите в държавния бюджет се формират от данъци, такси, осигурителни вноски – публични средства. Даренията на олигарсите могат да се квалифицират по-скоро като social washing.<sup>18</sup> Сред лошите практики, които демонстрират корпоративна отговорност с публични средства, е и компания (футболен клуб), която получи подпомагане от държавния бюджет на основание

<sup>13</sup> „Официално становище на Ръководството на „Захарни заводи“ АД Горна Оряховица по повод кризисната ситуация в страната и осигуряването на спирт за производство на дезинфектанти“ <https://zaharnizavodi.com/ethanol-statement/> (accessed 23 July 2020)

<sup>14</sup> Р и Ко Дистрибушън, „Доброто е тук“ <https://toest.bg/dobroto-e-tuk/> (accessed 24 July 2020)

<sup>15</sup> Импрес ООД, 24 март 2020 г. <https://www.impress.bg/%D0%B1%D0%BB%D0%BE%D0%B3/%d0%bf%d1%80%d0%be%d1%82%d0%b8%d0%b2%d0%be%d0%b2%d0%b8%d1%80%d1%83%d1%81%d0%bd%d0%b0-%d0%bf%d1%80%d0%be%d0%b7%d1%80%d0%b0%d1%87%d0%bd%d0%b0-%d0%bf%d1%80%d0%b5%d0%b3%d1%80%d0%b0%d0%b4%d0%b0/> (accessed 24 July 2020)

<sup>16</sup> Постъпили дарения по сметка на МЗ <http://www.mh.government.bg/bg/informaciya-zagrazhdani/postpili-dareniya-po-smetka-na-mz/> (accessed 24 July 2020)

<sup>17</sup> „Изключително богат и могъщ човек, който влияе върху решенията на правителството.“, Oxford English Dictionary <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/oligarch> „Олигархия, управление от малцина, особено деспотична власт, упражнявана от малка и привилегирована група за корумпирани или егоистични цели.“, Encyclopedia Britannica <https://global.britannica.com/topic/oligarchy>

<sup>18</sup> „Домусчиеви и "Биовет" с дарение за Пещера, "Крина" и Пеевски - за "Пирогов““ <https://nova.bg/news/view/2020/04/16/285296/%D0%B4%D0%BE%D0%BC%D1%83%D1%81%D1%87%D0%B8%D0%B5%D0%B2%D0%B8-%D0%B8-%D0%B8-%D0%B1%D0%B8%D0%BE%D0%B2%D0%B5%D1%82-%D1%81-%D0%B4%D0%B0%D1%80%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D0%B5-%D0%B7%D0%B0-%D0%BF%D0%B5%D1%89%D0%B5%D1%80%D0%B0-%D0%BA%D1%80%D0%B8%D0%BD%D0%B0-%D0%B8-%D0%BF%D0%B5%D0%B5%D0%B2%D1%81%D0%BA%D0%B8-%D0%B7%D0%B0-%D0%BF%D0%B8%D1%80%D0%BE%D0%B3%D0%BE%D0%B2/> (accessed 24 July 2020)

основната мярка за заетост „60/40“, по която 60% от осигурителният доход на работещите се поемаше от държавата. След като получи тези средства, беше осъществен значителен обществен натиск и собствениците обявиха, че ще ги дарят.<sup>19</sup> В крайна сметка тези средства нито помогнаха за запазване на заетостта, от каквото конкретната компания очевидно нямаше нужда, нито са дарение, след като идват от държавния бюджет.

В България от този период има още един пример за корпоративна социална безотговорност. Както в Италия, така и в цяла Европа, броят на респираторите, нужни за спасяване на изключително тежките случаи на заразени от коронавирус, е недостатъчен. Собственикът на една компания публично обяви, че дарява 222 хил. лв. на българска болница за закупуване на респиратор. Но с условие – при нужда да се ползва приоритетно за служители на неговата фирма. Подобно действие от страна на бизнесмен демонстрира неразбирането за същността на КСО – правиш добро, за да помогнеш на обществото, не на себе си. Има случаи – вече бяха посочени няколко, в които корпоративните инициативи се правят с користна цел, но в конкретния случай нямаше и опит тя да бъде прикрита, което възмути общественото мнение. Държавната болница, към която беше насочено предложението на фирмата, отказа да приеме дарението и то беше получено от частна такава.<sup>20</sup>

### *3.6. Пропуснати възможности и рискове*

Посочени по-горе примери показват, че цените на дефицитни стоки бяха спекулативно увеличени, но правителството отказа да наложи регулации, така че гражданите да не понасят допълнителни финансови тежести. За сравнение: във Великобритания Комисията за защита на конкуренцията създава специална работна група за овладяване на спекулата, която да се справи с компаниите, които увеличават цените или отправят неверни рекламни внушения (He, Hongwei & Harris, Lloyd, 2020). Във Франция законово бяха наложени тавани на цените на гела за дезинфекция например<sup>21</sup>, а някои супермаркети сами са определили максимални цени на стоки от първа необходимост<sup>22</sup>. Критиките към такъв подход гласят, че така стоката просто ще изчезне от пазара. След като количествата са недостатъчни, разбира се, че ще свърши бързо и ще бъде дефицитна, докато не се увеличи производството. Но това няма отношение към цената. Изборът на управляващите в България е всъщност отказ да се защитят гражданите от недобросъвестни бизнес практики.

Множество организации, които са ангажирани с КСО практики, публикуваха насоки към бизнеса какво биха могли да направят компаниите, така че да помогнат на служителите и обществото. В държави, в които дори достъпът до спешна помощ е силно ограничен (като в САЩ), препоръчваха на фирмите да осигурят здравно служителите си, които нямат медицинска застраховка (Kramer,

<sup>19</sup> ПФК Лудогорец, „Лудогорец дарява още 111 000 лв. за семейства в региона“ <https://www.ludogorets.com/bg/news/?i=3519> (accessed 24 July 2020)

<sup>20</sup> Уолтопия, „Три частни болници са готови да приемат дарението на Уолтопия“ <https://btvnovinite.bg/predavania/lice-v-lice/ivajlo-penchev-ako-i-drugi-kupjat-aparati-za-izkustveno-dishane-njama-da-ima-ostaveni-bez-pomosht.html> (accessed 24 July 2020)

<sup>21</sup> Coronavirus: France caps price of hand gel, manufacturers struggle to meet demand <https://www.rfi.fr/en/france/20200307-coronavirus-france-caps-price-hand-sanitiser-gel-pharmacies> (accessed 24 July 2020)

<sup>22</sup> The local, „Supermarkets in France cap prices during coronavirus lockdown“ <https://www.thelocal.fr/20200406/supermarkets-in-france-cap-prices-during-coronavirus-lockdown> (accessed 24 July 2020)

2020). В България поне достъпът до спешна помощ е свободен, но има и допълнително здравно осигуряване. Още преди извънредното положение компания, която предлага такова допълнително осигуряване, изпрати до осигурените лица съобщение, че няма да покрива разходи за тестове за коронавирус.<sup>23</sup>

Съществуват редица положителни примери за корпоративна социална отговорност, демонстрирана от големи компании. Така например, висшият мениджмънт на испанската банка „Сантандер“ е редуцирал значително възнагажденията си, ограничено е и изплащането на дивиденди. Със спестените средства е решено да се закупи медицинско оборудване и предпазни средства. На различните пазари, на които оперира, банката е приложила различни механизми за подкрепа на служителите, партньорите, обществото. В САЩ служителите на „Сантандер“ са получили 80 часа допълнителен отпуск, ако нямат възможност да работят.<sup>24</sup>

Допълнителен отпуск в България не е често срещана практика. Но няма и пример, в който собственик на компания представя неплатен отпуск за служителите си като грижа за тях. Ричард Брансън е собственик на „Върджин груп“ – група от компании, сред които авиолинии, мобилни комуникации и пр. В конгломерата са ангажирани 70 000 служители от 35 държави. На 22 март 2020 г. г-н Брансън оповестява<sup>25</sup>, че ще отдели 250 млн. долара за защита на хората и бизнеса си, за да запази работните места. И благодари на служителите си, които практически единодушно според него, решили да си вземат по 8 седмици неплатен отпуск през следващите 6 месеца.

Разбира се, има компании, които вече са фалирали и такива, които са на ръба вследствие на икономическата криза. Финансовите затруднения могат тласнат такива фирми да преследват краткосрочни печалби или да се опитват да спестят всеки възможен разход, дори чрез измама. Но конгломерат от компании в цветущо финансово състояние в началото на годината със сигурност не е в групата на застрашени малки фирми. За сравнение, виетнамска компания от туристическия сектор, която е значително по-малка от „Върджин груп“, осигурява нужните средства за покриване на базови жизненни потребности на своите служители за три месеца. Собствениците казват, че няма да умрат от глад, въпреки че бизнесът им страда, но за работниците липсата на работа означава да нямат храна на масата (Giang, 2020).

#### 4. Емпирично проучване

В предходната част разгледахме някои по-често срещани КСО практики в България и по света. Но простото изреждане и анализ не позволяват да се даде

<sup>23</sup> Булстрад Живот, „Важно съобщение за клиенти със застраховка "Здравна грижа"“ <https://www.bulstradlife.bg/articles/vazhno-sobshchenie-za-klienti-ss-zastrakhovka-zdravna-grizha> (accessed 24 July 2020)

<sup>24</sup> Santander, „To support the fight against coronavirus Santander board to review 2020 dividend and cut senior management and board compensation“ <https://www.santander.com/en/press-room/press-releases/to-support-the-fight-against-coronavirus-santander-board-to-review-2020-dividend-and-cut-senior-management-and-board-compensation?fbclid=IwAR0WB4JC54VbYZgLfpy5O4FgLnUFBRf4f8JwOyPbJ3R457PD3KhN7Wi47-w> (accessed 24 July 2020)

<sup>25</sup> Richard Branson, „My response to the global crisis“ [https://www.linkedin.com/pulse/my-response-global-crisis-richard-branson?fbclid=IwAR233OFbsO6OH2vgcD1sy9Eqa6-5xvlduR4lxK6U2locgjsvK6\\_kePxnYbA](https://www.linkedin.com/pulse/my-response-global-crisis-richard-branson?fbclid=IwAR233OFbsO6OH2vgcD1sy9Eqa6-5xvlduR4lxK6U2locgjsvK6_kePxnYbA) (accessed 24 July 2020)

ясна оценка доколко прилаганите методи са реална социална отговорност с обществена значимост. Тук ще бъдат разгледани някои аспекти от отношенията компания-служители, компания-бизнес партньори и компания-обществена ангажираност. За да проследим каква беше реакцията на компаниите в първата част на кризата, освен регистриране на КСО практиките на компаниите, беше проведена и онлайн анкета „Корпоративна отговорност по време на пандемия“ сред работещи граждани.

#### *4.1. Демография на компаниите*

Общият брой на компаниите в извадката е 82. Най-висок е дялът на фирмите от преработващата промишленост – почти 27%, следват тези от сектор образование и държавните институции – по 11% и медицина и фармация – 7,3%. Обхванати са основно големи предприятия с над 249 служители (45% от всички изследвани компании), което би трябвало да означава, че този бизнес би могъл да си позволи да се държи по-социално отговорно и да подпомогне служителите си, дори да не работи по време на извънредното положение. Компаниите са от IT сектора, телекомуникациите, преработваща и шивашка промишленост, производство и разпределение на електрическа енергия, фармация, търговия, транспорт, образование, полиция и охрана на реда, държавни институции. По смисъла на закона, за да бъде определена големината на предприятието трябва да се вземе предвид както средносписъчният състав на заетите, така и годишният оборот. Тук ще се ограничим само с показателя, заложен във въпросника – средносписъчния брой на заетите. В обхвата на изследването 69% от компаниите са с над 49 служители, за целите на изследването приемаме, че са средни и големи предприятия.

Очаквано, в по-голямата част от случаите в предприятията има синдикати – 62,2%, в останалите никога не е имало или са били създадени, но са се разпаднали. 61% от предприятията в извадката са частни и 30,5% са държавни предприятия и институции.

По-значим е дялът на компаниите, които работят основно за вътрешния пазар (55%). Следователно дейността им не е толкова силно зависима от мерките за затваряне на икономиката, които се предприеха в други държави членки на ЕС. За разлика от големите европейски икономики, в България бяха затворени само отделни сектори като ресторантьорството, увеселителните заведения, детските ясли и градини, профилактичните прегледи и консултации, големите търговски центрове<sup>26</sup>.

Демографията на изследваните предприятия предполага по-висока от средната корпоративна култура и реализиране на повече социални практики. В следващата част ще проследим дали наличните предпоставки са предотвратили злоупотреби по отношение на трудовите права и дали са довели до активно включване на компанията в борбата срещу коронавируса.

---

<sup>26</sup> Заповед № РД-01-124/13.03.2020 г. на Министъра на здравеопазването [https://www.mh.government.bg/media/filer\\_public/2020/03/13/rd-01-124-vuvejdane-protiepidemichni-merki.pdf](https://www.mh.government.bg/media/filer_public/2020/03/13/rd-01-124-vuvejdane-protiepidemichni-merki.pdf) (accessed 23 July 2020)

#### 4.2. Отношения с работниците

- *Включващ мениджмънт*

Изключително важна за поддържане на атмосфера на партньорство в предприятието е комуникацията висш мениджмънт – персонал. При необичайни ситуации като пандемията от коронавирус липсата на информация за състоянието на фирмата и намеренията на ръководството може да е пагубна за отношенията и доверието към мениджърите и собствениците.

В изследваната извадка 2/3 от компаниите са провели работни срещи веднъж или повече пъти, за да представят плановете за промените в начина на работа, графика, бъдещето на компанията или да потърсят мнението на служителите. В последния въпрос от анкетата на респондентите беше дадена възможност да допълнят коментари, ако предходните въпроси не са били достатъчни, за да изчерпят темата. Ако погледнем дали срещите със служителите са дали усещане за стабилност и доверие в кадрите, се оказва, че макар да са правени консултации, има случаи, в които това не е било достатъчно.

Например, въпреки проведената една среща със служители на фирма от Силистра, която произвежда гъвкави връзки за газ и вода, работниците смятат, че: „Ръководството не дава навременна информация на своите служители за текущото състояние на предприятието и служителите са в неведение.“ Цялостната оценка за мениджмънта там вероятно е повлияна от извършеното съкращение на хора, които са били наети на временни трудови договори; намалено е работното време и съответно заплатите. Очевидно работодателят не е бил склонен да компенсира загубените доходи по мярката 60/40, по която правителството поемаше 60% от осигурителния доход на работниците, макар тя да беше приложима и при намалено работно време.

- *Дистанционна работа*

Многократно в заповедите на министъра на здравеопазването беше препоръчвано служителите да работят от вкъщи: „Всички работодатели в зависимост от спецификата и възможностите на съответната трудова дейност, да въведат дистанционна форма на работа за служителите си.“<sup>27</sup> Подобна възможност беше дадена на работодателите, дори без да е нужно съгласието на работниците, в чл. 7, ал. 1 на Закона за мерките и действията по време на извънредното положение<sup>28</sup>. Но бизнесът не беше длъжен да даде такава възможност, затова отношението към здравето на служителите е важен репер при оценката на КСО на предприятието.

Практически няма предприятие сред изследваните, в което е било възможно хората да работят от вкъщи и това да не е било позволено поне отчасти от работодателя – в 75% от фирмите, чиито служители са отговорили. С оглед на факта, че това са отговори на работещи, твърденията могат да се приемат за достоверни. За сравнение - проучването на Националния статистически институт „Дейност и състояние на нефинансовите предприятия при условията на извънредно положение“ сочи, че това се е случвало в 21% до 28% от компаниите през първите месеци<sup>29</sup>.

---

<sup>27</sup> Пак там

<sup>28</sup> Закон за мерките и действията по време на извънредното положение, обявено с решение на Народното събрание от 13 март 2020 г. <https://dv.parliament.bg/DVWeb/showMaterialDV.jsp?idMat=147150> (accessed 23 July 2020)

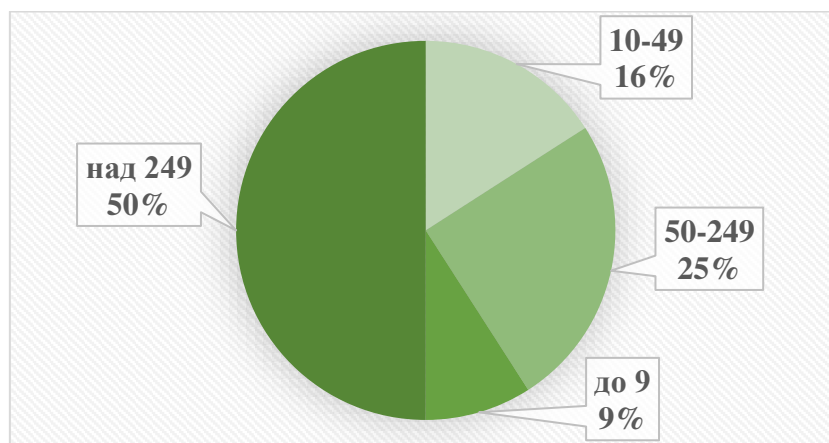
<sup>29</sup> „Дейност и състояние на нефинансовите предприятия при условията на извънредно

Може да се допусне, че по-високият процент от нарочната анкета е резултат от факта, че тя разглежда целия период март-май 2020 г., докато НСИ отчита дистанционната работа по отделни месеци. Т.е. отговорите „работодателят даде възможност за работа от вкъщи“ и „работодателят даде възможност за работа от вкъщи само за някои дни“ при настоящата анкета са кумулативни, без значение в кой от трите месеца се е случило.

- *Гъвкавост на работното време*

Промените в работното време и графика могат да се прилагат и това е правено и в други държави, за да се редуцират струпванията на служители и така да се снижи рискът от заразяване. Ползата е и за двете страни – работодател и работник, тъй като в огромната си част дейността на предприятията беше намалена вследствие на застоя на световните пазари. Именно с тази цел българското правителство даде възможност финансово подпомагане за изплащане на трудови възнаграждения от бюджета да получават и компании, които преминават на непълно работно време<sup>30</sup>.

В 44 от общо 82 предприятия работното време е било намалено или работодателят е съобразил графика на работа с нуждите на някои работници да се грижат за свои възрастни близки и/или малки деца. Следващата графика визуализира разпределението на фирмите по брой на служителите в тях. Очаквано най-висок е делът на най-големите фирми, тъй като могат да си позволят да ротират работниците. Но по-ограниченият брой на служителите не е пречатствал някои малки и микропредприятия също да приложат тези практики.



Фигура 1. Брой на служителите във фирмите, които са въвели непълно работно време или са синхронизирали графика за работа с нуждите на работещите

Източник на данните: Анкета „Корпоративна отговорност по време на пандемия“

Работодатели са ползвали и други подходи като разреждане на машините и работните места или промяна на законовите почивки, за да няма струпване на

положение“, НСИ [https://www.nsi.bg/sites/default/files/files/pressreleases/ACT\\_NF2020-05\\_covid.pdf](https://www.nsi.bg/sites/default/files/files/pressreleases/ACT_NF2020-05_covid.pdf) (accessed 24 July 2020)

<sup>30</sup> „Компенсации по ал. 1 могат да се изплащат и на работодател, който със своя заповед, издадена на основание чл. 138а, ал. 2 от Кодекса на труда, е установил непълно работно време в предприятието или в негово звено.“ чл. 1, ал. 3 от ПМС 55 от 30 март 2020 г. <https://dv.parliament.bg/DVWeb/showMaterialDV.jsp?idMat=147260> (accessed 24 July 2020)

работници по обед и след края на работното време. Същевременно принудителното преминаване на непълно работно време означава и значително намаление на доходите, ако предприемачът не реши да кандидатства за подпомагане по мярката „60/40“, по която доходите на работещите на непълно работно време можеха да бъдат компенсирани и допълнени до 100%.

- *Принудителен отпуск*

Такава опция беше дадена в Закона за мерките и действията по време на извънредното положение (чл. 7, ал. 2) и с поправки в Кодекса на труда (чл. 173а, ал. 1) едновременно. Това внесе напрежение между работниците и техните работодатели, тъй като единият текст в ЗМДВИП позволяваше ползване на половината платен отпуск, а другият – в Кодекса на труда, на пълния размер на отпуска. И двата варианта можеха да се случат без съгласието на работника. Законодателят остави правото на избор изцяло в ръцете на бизнеса. Ситуацията е подобна на възможността за работа от разстояние, но докато този вариант е по-скоро търсен от служителите, то вторият е нежелан, тъй като не остава никаква възможност за пълноценна почивка и отдых на трудещите се. Доказателство за последното е фактът, че има случаи, отразени в отговорите на респондентите, в които на работещите са им възлагани задачи, докато по закон са били в платен отпуск.

29 от изследваните компании са наложили на служителите си веднага или след като беше удължено извънредното положение да ползват платения си отпуск. В седем от тях (25%) служителите са продължили да работят през цялото време или периодично са им поставяни задачи. Това се е случвало в един от трите най-големи мобилни оператора, детска градина, общинска администрация, търговска верига, фармацевтична компания, концесионер на летище и неправителствена организация. Почти всички изброени са средни или големи организации, според броя на служителите в тях.

В 17% от предприятията в извадката работниците са били накарани да си вземат неплатен отпуск. При част от тях към тази стъпка работодателят е пристъпил без да дава възможност служителите да ползват платените си отпуски преди това. В две други предприятия служителите първо са били пуснати в платен отпуск, по време на който са работили, а след това са принудени да пуснат молби и за неплатен.

- *Допълнителен отпуск за уязвими работници*

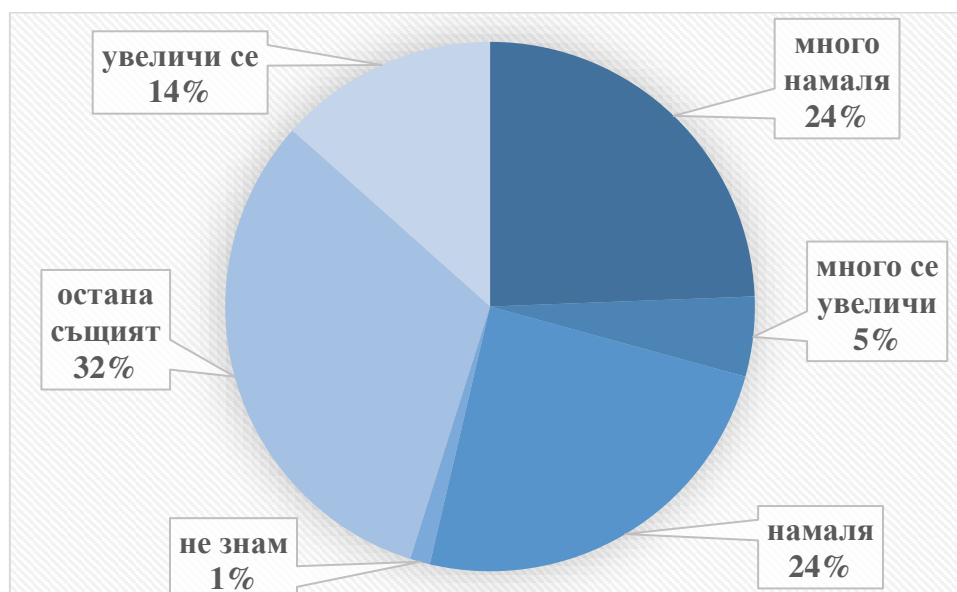
За тези групи работещи имаше нужда от допълнителен отпуск. Родителите – за да гледат малките си деца, които не можеха да посещават детски ясли, градини или училища. А по закон е недопустимо деца под 12-годишна възраст да остават сами вкъщи. Хората с увреждания е другата категория, която попада в рисковите групи, при които заразяване с коронавирус в много случаи е смъртоносно. Проблемът не беше решен законодателно и решението дали да защитят служителите си, беше оставено на работодателите.

Почти равен е броят на предприятията, които не са дали допълнителни почивни дни на която и да е от тези две групи работници – около 38% от всички, обхванати в анкетата. Малко над 10% от предприятията са предоставили или на майки с малки деца, или на хора с увреждания допълнителен платен отпуск. Като при половината от тях се регистрира загриженост и за двете групи. Видно е, че ако не бъде задължен със закон, бизнесът в голямата си част не би разходвал

средства за допълнителен платен отпуск, въпреки че за някои служители контакт със заразен колега или клиент може да носи големи рискове.

- *Запазване на заетостта*

Пандемията от неизвестен досега вирус не позволява вземане на устойчиви дългосрочни икономически решения, тъй като никой не разполага с информация колко време ще отнеме разработването на ефективно лекарство и ваксина. В условията на световна несигурност, собствениците на предприятията имаха два основни избора: да се опитат да запазят служителите си, като в периода на извънредното положение изплащат заплати, въпреки че не работят или веднага да се освободят от тях, за да спестят разходи от трудови възнаграждения. Първият вариант изисква наличие на заделени резерви в предприятието и показва дългосрочна визия на бизнеса. Вторият избор демонстрира, че собствениците и мениджърите не държат на собствените си кадри и смятат, че лесно могат да бъдат заменени при икономическо възстановяване след извънредното положение. Възможно е също пандемията да бъде използвана като предлог за съкращаване на майки с малки деца, хора с увреждания, синдикализирани служители.



Фигура 2. Изменение на обема на работата на фирмата

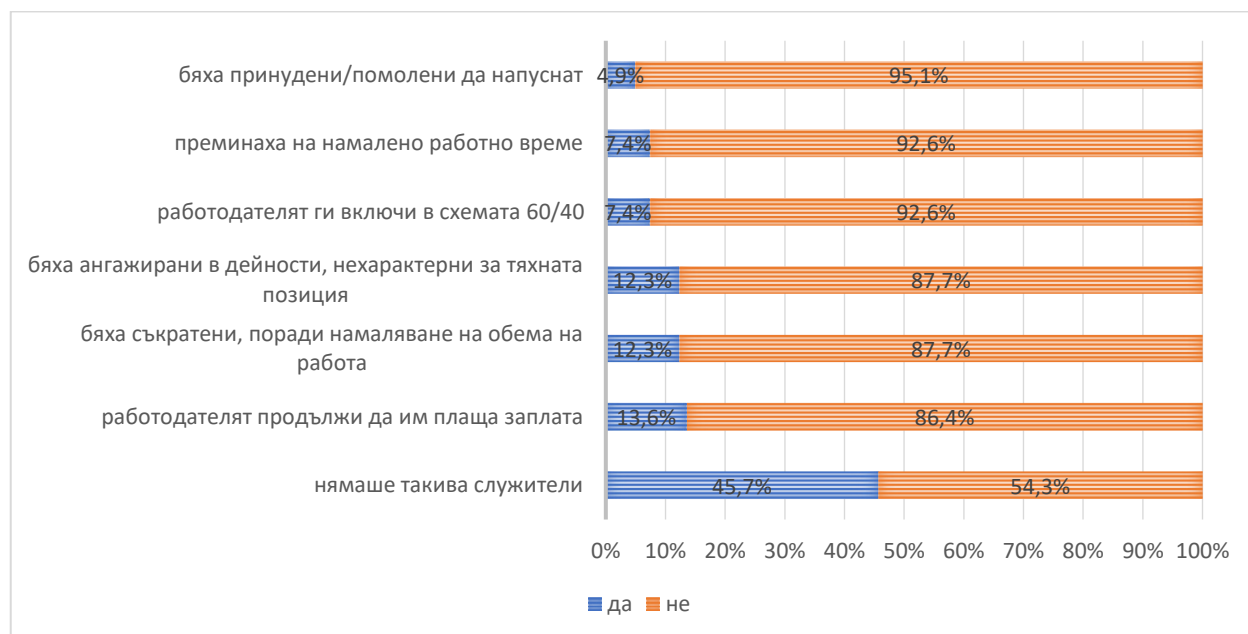
Източник на данните: Анкета „Корпоративна отговорност по време на пандемия“

За оценката на възможността за запазване на заетостта, ключов показател е оборотът на предприятието. Според изследването на НСИ за състоянието на нефинансовите предприятия, при 43-57% продажбите са намалели; за 32-39% няма промяна; в 9-18% е регистриран ръст на продажбите. В тежките месеци сфери като култура, ресторантьорство, индустрия и строителство бяха значително засегнати. Но производство и пакетиране на хранителни продукти, търговски хранителни вериги, фармацевтичната индустрия и производство на защитни облекла и маски бяха във възход.

При обхванатите от настоящата анкета предприятия картината е подобна на регистрираната от Националния статистически институт. Редуциране на оборотите в различна степен се наблюдава при почти половината от компаниите, в 32% от тях обемите на работа са се запазили, а 18% отбелязват ръст. Това



показва, че оценката на работещите, отговорили на анкетата, не се различава значително от тази на бизнеса, чиито представители са интервюирани от НСИ.



Фигура 3. Запазване на заетостта на служителите, за които няма работа, поради ограничаване на дейността

Източник на данните: Анкета „Корпоративна отговорност по време на пандемия“

Въпреки намалената дейност, в 13,6% от компаниите заетостта е била запазена на цената на разходи за труд, който не е положен. За тези случаи можеше да бъде приложена правителствената мярка 60/40, при която работодателят трябва да изплаща 40% от осигурителния доход на служители, които не работят.

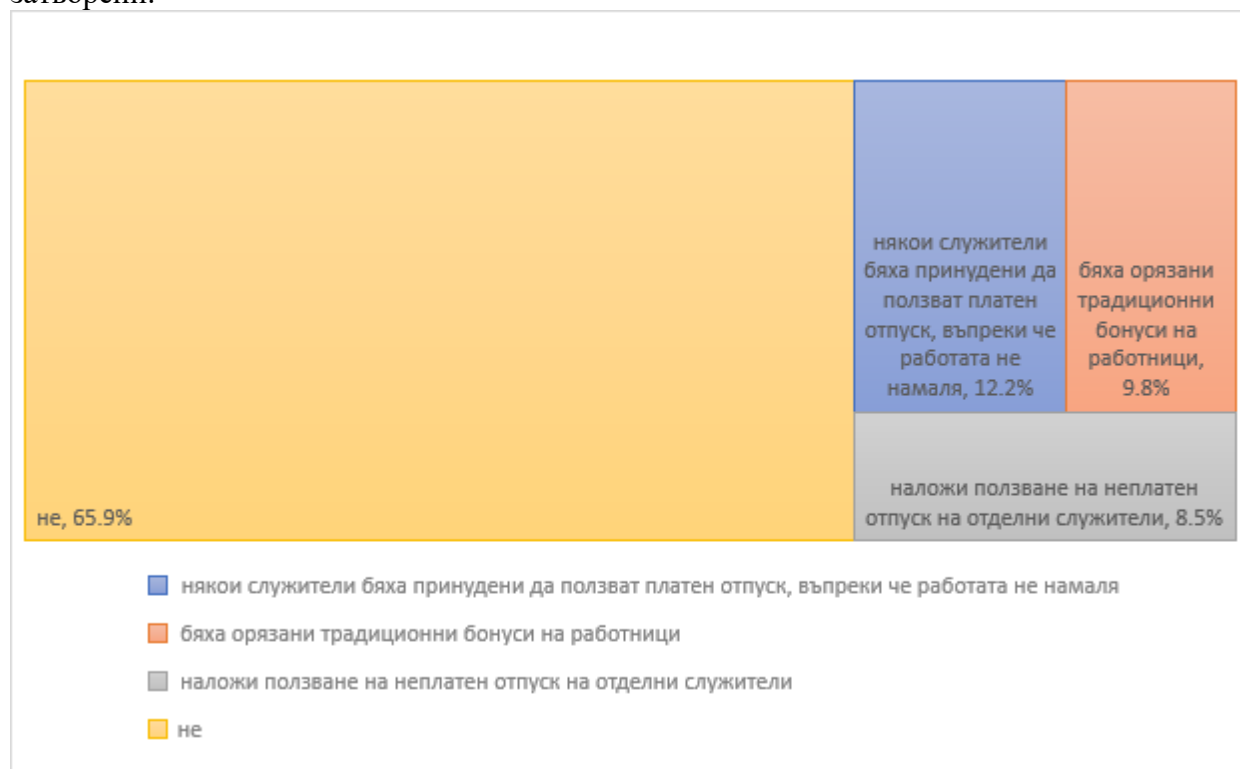
Общо в 13 предприятия или 16% от всички е било пристъпено към съкращения или натиск за напускане по „взаимно съгласие“ от страна на служители. Сечението на въпроса за динамиката на оборотите и поведението на работодателя към заетостта показва, че има един случай в извадката, при който оборотите са се увеличили, но въпреки това е имало съкращения. Компанията е фармацевтична – един от секторите, който беше в разцвет. В две други организации служители са били принудени да напуснат „по свое желание“ – търговската фирма е верига от магазини за продажба на строителни материали, домашни потреби и градински принадлежности, втората организация е неправителствена.

Дори само в 2,4% от предприятията да е имало съкращения или натиск за напускане по взаимно съгласие, без това да се налага по икономически причини (каквото е делът им сред разглежданите тук компании), в национален мащаб без препитание в периода на извънредното положение до началото-средата на месец май 2020 г. са останали около 53 хил. български работници. Разбира се, за да може да се екстраполира по този начин, извадката следва да е представителна, а в случая не е и това е част от ограниченията на настоящото изследване.

- *Коректни отношения работодател-работник*

Именно в извънредни ситуации, които не са и не могат да бъдат обхванати от законодателството, корпоративната социална отговорност в едно предприятие е водеща за неговото поведение. Вече бе споменато, че за облекчение на

работодателите бяха направени законови промени, които им даваха възможност еднолично да дадат платен отпуск на служителите си. Мотивите на законодателя бяха свързани с намаления обем на работа и с факта, че някои сектори бяха затворени.



Фигура 4. Регистриран работодателски натиск в извънредното положение, без това да се налага обективно от ситуацията

Източник на данните: Анкета „Корпоративна отговорност по време на пандемия“

Макар работещите в по-голямата част от предприятията да отговарят, че работодателят им не се е възползвал ненужно от дадените му възможности, десет предприятия (12,2% от всички) са принудили служителите си да ползват платен отпуск, въпреки че работата им не е пострадала, а на някои дори се е увеличила значително. Седем са предприятията, в които работещите са били накарани да си вземат неплатен отпуск, като в три от тях дейността на фирмата не е била засегната. Т.е. приложен е нерегламентиран натиск, дори в случаи, в които обстоятелствата не предполагат никакви затруднения в предприятието.

В осем предприятия не са изплатени традиционни бонуси към месечните трудови възнаграждения, като в половината от тях икономическата дейност на дружеството не е била повлияна от извънредното положение. Това е изключително болезнено за работниците, като се има предвид, че често практиката на работодателя е да изплаща почти половината трудово възнаграждение под формата на бонус – т.е. в около 5% от обхванатите от анкетата предприятия заплатите на работниците са били значително редуцирани без да има икономически причини за това.

На въпрос за оценката на работещите за коректността на работодателя около 80% отговарят, че той е бил отговорен, използвано е и определението „загрижен“. Сред останалите обаче има случаи на неизплатени заплати или ДМС, както и две предприятия, в които служителите са били в платен отпуск, но фирмата е получила средства по мярката 60/40. Този пропуск беше допуснат от

законодателя при определяне на условията в ПМС 55, но идеята на подпомагането не е да покрива разходи на работодателя, които той е длъжен да направи за осигуряване на годишната почивка на работниците, а бюджетът да поеме част от тежестта при неработещи предприятия.

- *Ефект върху трудовите възнаграждения*

Според проучването на НСИ за дейността на нефинансовите предприятия при условията на извънредно положение през май 2020 г., между 6 и 8,2% са работодателите, които са съобщили, че са намалили възнагражденията на персонала си. В анкетата тези отговори към месец май са 11% за редовите работници и 3,7% за мениджмънта. Трябва да направим уточнение, че често работещите, а те бяха интервюирани тук за разлика от изследването на НСИ, не правят разлика между трудови възнаграждения по договор и нетна заплата, която включва в себе си и допълнителни възнаграждения като бонуси, а те може да са различни всеки месец. Но можем да приемем, че резултатите са показателни за чистото възнаграждение, което са получили.

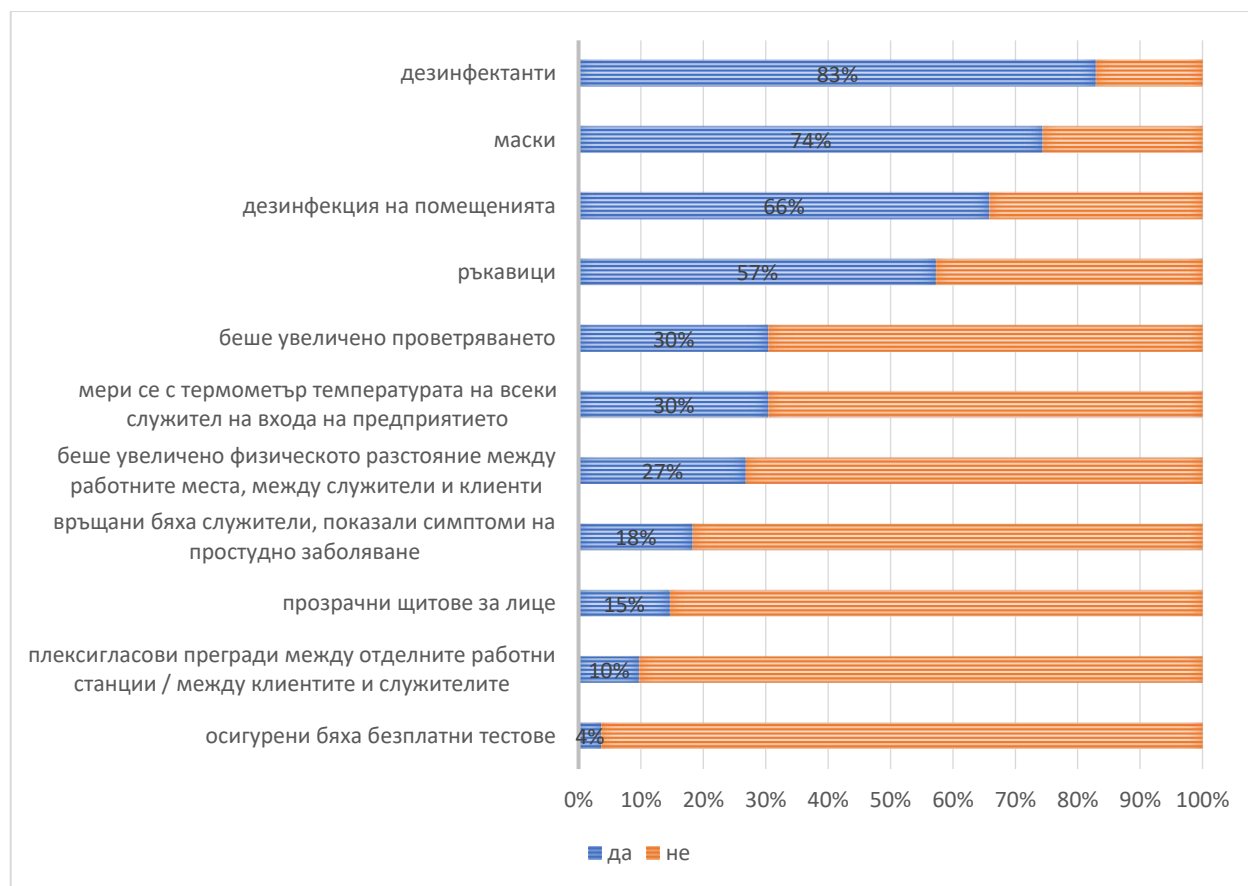
Прави впечатление, че докато и при работниците, и при мениджмънта има намалени заплати, то данни за увеличени трудови възнаграждения са налични само при редовите служители без управленски функции (5 предприятия или 6% от обхванатите компании). Едната организация е държавна институция, в която увеличенията бяха планирани в края на 2019 г. Втората е неправителствена организация, която се грижи за деца в риск. Останалите три са производствени компании за машини, млечни и шоколадови продукти. Може да се каже, че тук се вижда по-висока отговорност на бизнеса към работниците, отколкото към мениджмънта.

- *Противоепидемични мерки в предприятието*

Работодателите имат вменено задължение да изготвят оценка на риска на работното място. В тази връзка бяха публикувани и насоки – европейски и български. Бизнесът е задължен да използва услугите на службите по трудова медицина, които да адаптират оценките на риска спрямо новата заплаха за живота и здравето на служителите. Редица компании забавиха изпълнението на това законово задължение, обективните причините за което са няколко:

- налице е необичайна ситуация, за която в общия случай нямаше разработени планове за действие;
- заповедите на министъра на здравеопазването се променяха почти ежедневно;
- на пазара нямаше достатъчно предпазни средства.

В тази ситуация грижата за служителите можеше да се изрази в предприемане на действия за работа от вкъщи, а от предходни въпроси може да се види, че някои компании не са го направили, макар да имат възможност за дистанционна работа. В синдикат КТ „Подкрепа“ имаше сигнали на работещите в банка, които бяха принуждавани от ръководството да продължават да работят на гише, без необходимите плексигласови прегради, а майки трябваше да ходят на работа в банковия клон с малките си деца, тъй като детските градини не работеха. Към момента на провеждане на анкетата, на пазара вече можеха да бъдат закупени голяма част от нужните предпазни средства. Но само по-отговорните компании провеждаха тестване сред служителите си.



Фигура 5. Противоепидемични мерки и лични предпазни средства, осигурени от работодателя

Източник на данните: Анкета „Корпоративна отговорност по време на пандемия“

Вижда се, че основните мерки като снабдяване с дезинфектанти, маски, ръкавици са били осигурени по-масово. Но в 26% от предприятията служителите е трябвало сами да се снабдяват с маски, а в 17% и с дезинфектанти. Видно от фигура 5, делът на предприятията, в които са взети по-сериозни организационни мерки като измерване на температурата на служителите, проветряване и увеличаване на разстоянието между работните станции, са под 30% от всички. Тестването е с най-нисък интензитет.

В една от компаниите респондентът отговаря, че не са взети никакви мерки. Но фирмата е търговска верига, която няма как да функционира, ако не предприеме противоепидемични мерки в обектите си. Интервюираният е част от администрацията, което вероятно означава, че в офисите, над които нямаше засилен контрол от страна на здравните власти, мерките не са били спазвани. Работещите в други три предприятия съобщават, че предпазните средства и препарати са били недостатъчни.

#### 4.3. Отношения с бизнес партньори

Въпросникът беше попълван не от мениджъри, а от редови служители. Това е и причината на въпроса „Бяха ли предплатени поръчки към по-малки партньорски фирми, за да има възможност да поддържат постоянните си разходи и да не фалират?“ 75% от отговорите да гласят „не съм осведомен“. Все пак има 4 положителни отговора. Три от компаниите, които са подпомогнали бизнес партньорите си, са големи предприятия не само по брой на наетите лица, но и по

приходи. Икономическата дейност на тези фирми е: добив и обогатяване на медни и злато-съдържащи руди, фармацевтична компания, производство на маслени трансформатори и стъпални регулатори за енергийни централи.

Четвъртият случай е по-необичаен. Търговец на плодове и зеленчуци с по-малко от 9 работници, който функционира в българско село, предплаща на своите доставчици, за да имат някакви приходи и да не фалират. Вероятно в този случай става въпрос за производители, за които приходите не предпазват от фалит, а от глад.

#### 4.4. Отношения с клиенти

Респондентите бяха помолени изрично да отбележат промени, които са направени само в отговор на коронакризата. 30% от изследваните компании (25 предприятия) са адаптирали по някакъв начин дейността си, за да улеснят клиентите си в извънредното положение.

Таблица 1

Брой и дял на предприятията от извадката, трансформирали дейността си вследствие на извънредното положение

	Responses		Percent of Cases
	N	Per cent	
Трансформиране на дейността <sup>a</sup>			
на Онлайн поръчки	12	25.0%	40.0%
Доставки по домовете	2	4.2%	6.7%
Плащане онлайн	11	22.9%	36.7%
Насоки за безопасност	19	39.6%	63.3%
Производство на продукти за пандемията	4	8.3%	13.3%
Total	48	100.0%	160.0%

a. Dichotomy group tabulated at value 1.

Източник на данните: Анкета „Корпоративна отговорност по време на пандемия“

Най-висок е делът на фирмите, публикували на сайта си насоки за безопасност към клиенти и служители – 76% от тези, които са трансформирали начина си на работа. 20 компании са дигитализирали по някакъв начин дейността си – започнали са да продават онлайн или са дали възможност продуктите и услугите им да се заплащат по банков път. В таблицата отговорите са 23, но три от компаниите са направили и двете – онлайн продажби и разплащания. Две бизнес организации са разширили дейността си с доставки по домовете, за да не се налага на клиентите им да излизат от вкъщи. Най-значителните промени – производството на стоки, необходими за преодоляване на пандемията, са предприели 4 компании или 5% от всички.

Много по-нисък е делът на фирмите, направили някакви отстъпки към клиентите си – 18% от всички наблюдения (15 компании).

Таблица 2

Брой и дял на фирмите в извадката, направили отстъпки на клиентите си

		Responses		Percent of Cases
		N	Percent	
Клиенти отстъпки <sup>a</sup>	Отлагане сметки	4	21.1%	26.7%
	Замрази цени	3	15.8%	20.0%
	Отстъпки за някои клиенти	2	10.5%	13.3%
	Промоционални пакети	5	26.3%	33.3%
	Безплатно ползване	3	15.8%	20.0%
	Друго	2	10.5%	13.3%
Total		19	100.0%	126.7%

a. Dichotomy group tabulated at value 1.

Източник на данните: Анкета „Корпоративна отговорност по време на пандемия“

## 4.5. Социална отговорност на компанията към обществото

Поставеният към респондентите въпрос гласи „Компанията подпомогна ли борбата срещу пандемията?“, като те можеха да посочат повече от един отговор. 24 от компаниите са се включили по някакъв начин в общите усилия за справяне с кризата (29%). Беше предвиден и отговор „Нямаше финансова възможност“.

Таблица 3

Брой и дял на компаниите в извадката, включили се в борбата с пандемията

		Responses		Percent of Cases
		N	Percent	
Борба пандемия <sup>a</sup>	Лични предпазни средства за медици	9	18.8%	25.0%
	Медицинска апаратура	8	16.7%	22.2%
	Доброволци	2	4.2%	5.6%
	Информационни клипове	10	20.8%	27.8%
	Продукти за пандемията	4	8.3%	11.1%
	Друго	3	6.3%	8.3%
	Не подпомогна по други причини	12	25.0%	33.3%
Total		48	100.0%	133.3%

a. Dichotomy group tabulated at value 1.

Източник на данните: Анкета „Корпоративна отговорност по време на пандемия“

Тук е включен и отговор от предишен въпрос, който освен грижа към клиентите показва и съпричастност на собствениците на компанията към случващото се в обществото – промяната на производството, така че да отговори на търсенето на пазара за дефицитни стоки като маски, дезинфектанти и пр. и да

даде възможност за по-ефективно предпазване от заразяване на обществени места. Сред отговорите, които посочват, че компанията е предприела различни от предварително зададените опции („друго“), са дарения на храна и на таблетки за деца от социално уязвими общности – IT компания, различна от телекомуникационната, която беше описана в началото на изследването.

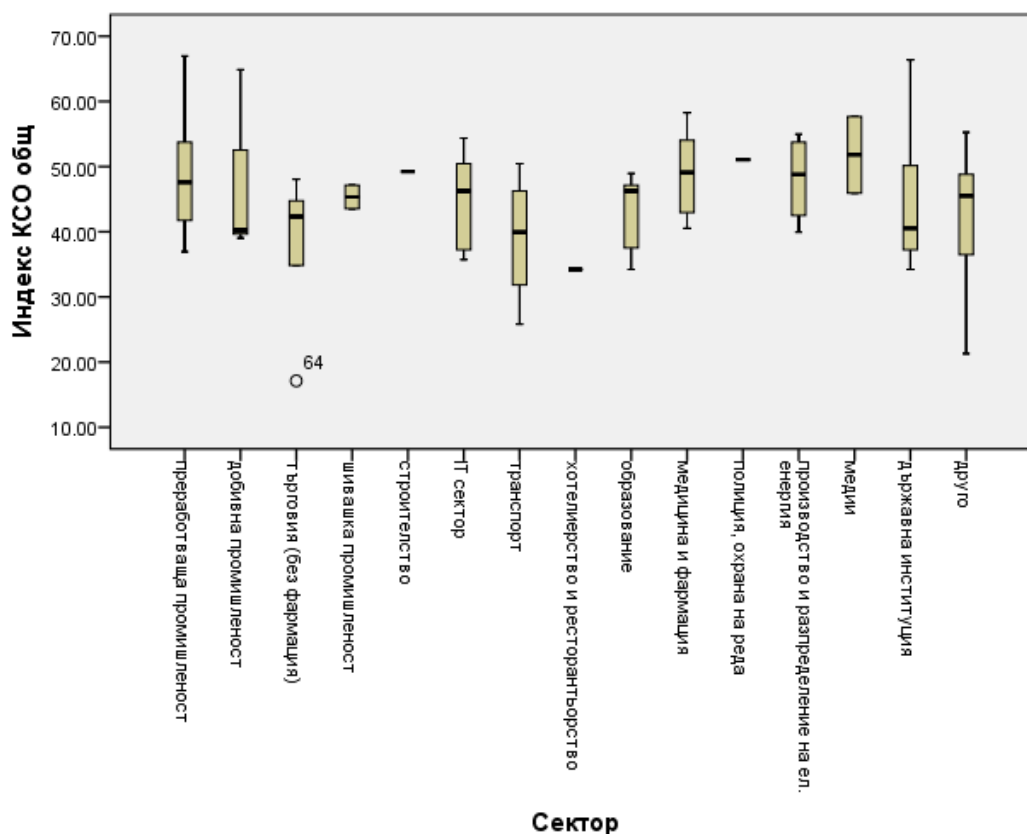
Част от фирмите не са се включили в общите усилия за преодоляване на въздействието от коронакризата поради финансови затруднения. Но за 15% такива проблеми не са били налице и въпреки това не са проявили никаква допълнителна ангажираност към обществото.

Представените резултати от анкетното проучване се разглеждат в контекста за възприетите в началото методически ограничения, свързани с представителността на извадката. В същото време основни акценти от направените изводи от емпиричното изследване могат да бъдат аргумент за стартиране на мащабен и задълбочен дебат (вкл. на национално ниво) за системното наблюдение и анализ на КСО.

## 5. Индекси за КСО

Поради непредставителността и малкия обем на извадката, трудно могат да бъдат очертани безспорни статистически зависимости на поведението на компанията от други признаци. Въпреки това отговорите носят обективна информация, тъй като синдикализираните работници в по-висока степен следят процесите във фирмите, отколкото тези, които не проявяват интерес към случващото се на работното им място.

Първо ще погледнем стойностите на общия КСО индекс по отделни сектори, за да проследим дали и доколко се забелязват разлики.



Фигура 6. Общ КСО индекс по сектори

Източник на данните: Анкета „Корпоративна отговорност по време на пандемия“

Най-високите единични стойности на КСО индекса са в секторите преработваща и добивна промишленост, както и в социалните дейности. Но по отношение на средните се отличават сектор „медии“ (2 организации), на второ място е сектор „медицина и фармация“ и на трето компаниите от преработващата промишленост.

Най-ниски средни стойности на корпоративната социална отговорност по сектори се отбелязват в хотелиерство и ресторантьорство (1 компания), транспорта и търговията. Хотелиерството, ресторантьорството и транспортът са трите сектора, чиято дейност пострада най-сериозно от наложените ограничения. В допълнение, хотелиерството и ресторантьорството са икономическите дейности, които са сред първенците по размер на недеklarирания труд. Тези два фактора до голяма степен обясняват ниските стойности на КСО индекса във въпросните сектори.

За оформяне на цялостната картина бяха направени три допълнителни променливи – индекс, който отразява поведението на компанията към работниците; индекс за отношението към клиенти, партньори и общество и общ индекс за КСО. Индексите бяха преобразувани, за да могат да бъдат сравнявани. Тежестта на отговорите може да бъде намерена в приложение 1.

Ще сравним двата индекса – към работещите и към останалите заинтересовани страни, за да проверим дали компаниите са еднакво отговорни в и извън предприятието.

Таблица 4

Тест Колмогоров-Смирнов за нормално разпределение на КСО индексите към работещите и КСО индекс към други заинтересовани страни

Hypothesis Test Summary				
	Null Hypothesis	Test	Sig.	Decision
1	The distribution of Индекс за отговорността на работодателя към работниците is normal with mean 56.384 and standard deviation 10.98.	One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	.200 <sup>1,2</sup>	Retain the null hypothesis.
2	The distribution of Индекс КСО други заинтересовани страни is normal with mean 15.664 and standard deviation 10.41.	One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	.200 <sup>1,2</sup>	Reject the null hypothesis.

Asymptotic significances are displayed. The significance level is .05.

<sup>1</sup>Lilliefors Corrected

<sup>2</sup>This is a lower bound of the true significance.

Източник на данните: Анкета „Корпоративна отговорност по време на пандемия“

Проверката показва, че разпределението на индекса за КСО към останалите заинтересовани страни не е нормално, поради което индексите следва да се сравняват през непараметричен тест за свързани извадки. Прилагаме теста на Уилкоксън.



Таблица 5

Непараметричен тест за свързани извадки на КСО индексите към работещите и КСО индекс към други заинтересовани страни

Hypothesis Test Summary				
	Null Hypothesis	Test	Sig.	Decision
1	The median of differences between Индекс за отговорността на работодателя към работниците and Индекс КСО други заинтересовани страни equals 0	Related- Samples Wilcoxon Signed Rank OTest	.000	Reject the null hypothesis.

Asymptotic significances are displayed. The significance level is .05.

Източник на данните: Анкета „Корпоративна отговорност по време на пандемия“

Той отхвърля нулевата хипотеза, която гласи, че няма статистически значима разлика между двата индекса и потвърждава алтернативната хипотеза – има разлика между отношението към работещите и към останалите заинтересовани страни и тя е в полза на служителите. Тук трябва да напомним, че в 62% от предприятията в тази извадка работниците са създали синдикати. За сравнение, синдикалната плътност в България към 2016 г. е едва 13,7%.<sup>31</sup> Т.е. има вероятност едната от причините за по-отговорното отношение към работещите, регистрирано в анкетата, да е фактът, че в разглежданите фирми има създадени синдикати. Другото обяснение за тази картина е това, че преобладават средните и големи предприятия – 69% от извадката, при 1.3% в национален мащаб. Превесът на големи предприятия със синдикати в тях, както и малката извадка не позволяват данните да се екстраполират, тъй като това не е типичната национална картина, но показват, че може да има значителна разлика между отделните компоненти на корпоративната социална отговорност. Тук различията са в полза на работниците, но в рамките на държавата, по отношение размера на предприятията и разпространението на синдикалните организации, ситуацията е тъкмо противоположната, което може да означава, че на макроикономическо ниво показателите ще бъдат съвсем различни.

Категоричното заключение тук е, че не бива да се правят генерални изводи въз основа само на видимите и популяризирани от самата фирма прояви на КСО към външните заинтересовани страни. Задължително е да бъдат проучени отношенията и спрямо работещите в предприятието.

### Заключение

Обзорът на корпоративната социална отговорност в България показва, че в голямата си част прилагани в чужбина практики имат български аналози. Основната хипотеза на изследването гласеше, че има статистически значима разлика между отношението на собствениците на компанията към външните заинтересовани лица и поведението им към служителите – т.е. видимото и не толкова публичното лице на корпоративната социална отговорност. **Хипотезата**

<sup>31</sup> ILO, Statistics on union membership <https://ilostat.ilo.org/topics/union-membership/> (accessed 25 July 2020)

**беше потвърдена** със статистически анализ на данните от проведената анкета и е валидна поне за предприятията, обхванати в проучването. В допълнение, бяха дадени и примери (както български, така и от Великобритания), в които като КСО практики се представят морално недопустими похвати – в единия случай безотговорното поведение беше към обществото, в другия – към служителите.

Предизвикателствата пред компаниите, за да постигнат реално „корпоративно гражданство“, са много. Настоящата студия показва, че предизвикателствата пред изследователите на корпоративния образ на компаниите също не са малко, особено след като няма достъчно пълна и обективна база данни по унифицирани КСО показатели, чрез която да бъдат изготвени анализи за приложението на корпоративната отговорност в национален мащаб. **Изводът** е, че описанието на КСО практики, без да бъде извършен задълбочен, вкл. статистически, анализ на въздействието им върху различните заинтересовани страни, носи повърхностна информация и има по-скоро рекламен характер.

**В обобщение**, изследването показва, че за целите на развитието и налагането на КСО във фирмената култура и практика е необходимо да бъде оформена цялостна база данни, в която компаниите да отразяват социалната си отговорност към работещите, партньорите и обществото. Тъй като това може да се случи чрез законодателни промени, за които е нужно време, **препоръчително** е междувременно да бъдат провеждани периодични анкети, които са представителни, и чийто анализ би позволил поне отчасти да бъде запълнена тази информационна празнина.

#### **Използвани източници**

1. МЗ (2020), Постъпили дарения по сметка на МЗ <http://www.mh.government.bg/bg/informaciya-za-grazhdani/postpili-dareniya-po-smetka-na-mz/> (Ministerstvo na zdraveopazvaneto, Postapili darenia po smetka na MZ) (accessed 24 July 2020)
2. МТСП (2019), Стратегия за корпоративна социална отговорност 2019-2023 <http://www.mlsp.government.bg/uploads/1/zakoni/2019-pr-36-strategy.doc> (MTSP, Strategia za korporativnata sotsialna otgovornost 2019-2023) (accessed 24 July 2020)
3. Николов, Е., Станев, Я., (2019). "Докладване на корпоративната социална отговорност". Алманах Научни изследвания 2:257-289. (Nikolov, E., Stanev, Y., 2019, Dokladvane na korporativnata socialna otgovornost, Almanah, Nauchni izsledvania 2:257-289)
4. Aguinis, H., Villamor, I. & Gabriel, K. (2020), "Understanding employee responses to COVID-19: a behavioral corporate social responsibility perspective", Management Research: Journal of the Iberoamerican Academy of Management Vol. 18 No. 4, 2020 pp. 421-438 Emerald Publishing Limited 1536-5433 DOI 10.1108/MRJIAM-06-2020-1053
5. Ding, W., Levine, R., Lin, C., Xie, W. „Corporate Immunity to the COVID-19 Pandemic“ <https://www.nber.org/papers/w27055> (accessed 24 July 2020)
6. EC (2020), European Economic Forecast Summer 2020 (Interim) [https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/economy-finance/ip132\\_en.pdf](https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/economy-finance/ip132_en.pdf) (accessed 24 July 2020)
7. Giang, (2020), Chevening Scholar, MSc Student, International Management & International Relations, Oxford Brookes University “Corporate Social

- Responsibility During a Global Pandemic: Doing Good, for Good (Part One)“  
<http://sustainablevietnam.com/2020/04/15/csr-during-the-pandemic/> (accessed 24 July 2020)
8. He, H., Harris, L., (2020). "The impact of Covid-19 pandemic on corporate social responsibility and marketing philosophy," *Journal of Business Research*, Elsevier, vol. 116(C), pages 176-182. (accessed 23 July 2020)
  9. Kramer, (2020), „Coronavirus Is Putting Corporate Social Responsibility to the Test“, Harvard Business School <https://hbr.org/2020/04/coronavirus-is-putting-corporate-social-responsibility-to-the-test> (accessed 23 July 2020)
  10. Рапо Лулански."Дефицити в докторантското изследователско поле на стопанските науки". *Икономика* 21 2:39-64  
<https://www.cceol.com/search/article-detail?id=236634>
  11. Parker, L. D. (2020) The Covid-19 office in transition: cost, efficiency and the social responsibility business case. *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, (doi: 10.1108/AAAJ-06-2020-4609)
  12. Peicheva, M., (2018). "Academic Training in Social Audit - Analysis of Needs, Conditions and Trends". *Yearbook of UNWE* 1:209-219, p. 1
  13. Taleb, (2007), *The Black Swan: The Impact of the Highly Improbable*, Random House, ISBN 978-1400063512
  14. UN Global Compact, (2020), *Uniting Business to respond to COVID-19 outbreak, A Special Appeal from the United Nations Global Compact* [https://www.unglobalcompact.org/news/4531-03-16-2020?fbclid=IwAR0F1zvsfMMqXOWIJp5kptI0qV\\_EIRcAZMA18DSIZiZzVJYktzoFDyDjau4](https://www.unglobalcompact.org/news/4531-03-16-2020?fbclid=IwAR0F1zvsfMMqXOWIJp5kptI0qV_EIRcAZMA18DSIZiZzVJYktzoFDyDjau4) (accessed 24 July 2020)
  15. Weise, K. and Conger, K. (2020), "Gaps in Amazon's response as virus spreads to more than 50 warehouses", *The New York Times*, available at: [www.nytimes.com/2020/04/05/technology/coronavirus-amazon-workers.html](http://www.nytimes.com/2020/04/05/technology/coronavirus-amazon-workers.html)

## Приложение 1

### Индекс КСО служители

Въпрос 11 Работодателят даде ли възможност на служителите си да работят от къщи?

- даде възможност: 1;
- даде, но само отчасти в някои дни: 0,5;
- не: -1.

Въпрос 12 Мениджърите проведоха ли среща със служителите?

- да, веднъж: 1;
- бяха направени няколко такива срещи: 1,5;
- не: -1.

Въпрос 14 Работодателят прибегна ли към платен отпуск без съгласието на трудещите се?

- да, веднага след обявяването на извънредното положение: -2;
- наложи се, след като извънредното положение беше удължено: -1.

Въпрос 15 По време на платения отпуск бяха ли давани работни задачи на служителите?

- всъщност те си работеха по време на отпуска: -2;
- понякога се налагаше: -2

Въпрос 16 Беше ли предлагано на работещите да пуснат молби за неплатен отпуск?

- да, за част от служителите: -1;
- да, за всички служители: -1.

Въпрос 17 Ако в предприятието има майки на малки деца, които се налага да се грижат

за тях след затварянето на училищата, детските градини и яслите, беше ли им предоставен допълнителен платен отпуск?

- беше: 1;
- изборително, не на всички: 0,5

Въпрос 18 Ако в предприятието има хора с увреждания, възрастни работници и/или с

рискови за коронавирус заболявания, беше ли им предоставен допълнителен платен отпуск?

- да: 1;
- изборително, не на всички: 0,5.

Въпрос 20 Използва ли работодателят извънредното положение, за да осъществи натиск за напускане на някои работници, без това да се налага обективно от ситуацията?

- някои служители бяха принудени да ползват платен отпуск, въпреки че работата не намаля: -0,5;
- бяха орязани традиционни бонуси на работници: -0,5.

Въпрос 21 Смятате ли, че работодателят Ви не е бил коректен спрямо служителите по

време на извънредното положение?

- принуди някои служители да ползват платен отпуск и същевременно ползва 60/40 за тях: -1;
- част от служителите преминаха на непълно работно време и бяха включени на 60/40, но всъщност си работеха нормално: -1;

- фирмата можеше да поеме 40% от възнагражденията, но вместо това принуди някои работници да напуснат: -0,5;
- бяха коректни: 1.

Въпрос 23 Кой от следните противоепидемични мерки осигури работодателят, доколкото сте осведомени?

- маски: 0,2;
- ръкавици: 0,2;
- дезинфектанти: 0,2;
- дезинфекция на помещенията: 0,2;
- прозрачни щитове за лице: 0,2;
- плексигласови прегради между отделните работни станции / между клиентите и служителите: 0,2;
- беше увеличено физическото разстояние между работните места, между служители и клиенти: 0,5;
- мери се с термометър температурата на всеки служител на входа на предприятието: 0,4;
- беше увеличено проветряването: 0,2;
- осигурени бяха безплатни тестове: 1;
- връщани бяха служители, показали симптоми на простудно заболяване: 0,5;
- бяха недостатъчни като количество: -0,5;
- не бяха взети никакви мерки: -2.

Въпрос 24 Предприятието предложи ли на работниците си, които имат кредити или

непосилни сметки, безлихвен или нисколихвен кредит, който да покрият след като дейността на фирмата се нормализира?

- има такива случаи: 1.

**Индекс КСО служители** =  $V11 + V12 + V14 + V15 + V16 + V17 + V18 + V20 + V23 + V24$

### **Индекс КСО други заинтересовани страни**

Въпрос 27 Бяха ли предплатени поръчки към по-малки партньорски фирми, за да имат

възможност да поддържат постоянните си разходи и да не фалират?

- има такива случаи: 1.

Въпрос 28 Дейността беше ли трансформирана? Отбележете само промени вследствие

на извънредното положение.

- поръчките се правят онлайн: 0,2;
- организираха се безплатни доставки по домовете: 0,2;
- беше дадена възможност за плащане онлайн: 0,2;
- на сайта на компанията бяха публикувани насоки за безопасност към клиенти и служители: 0,2;
- започнахме да произвеждаме продукти, нужни заради пандемията: 0,5;

Въпрос 29 Работодаателят Ви направи ли отстъпки към клиентите?

- даде възможност за отлагане на сметки: 0,2;
- замрази цените на продуктите/услугите: 0,2;
- въведе нови отстъпки от цените за определени клиенти: 0,2;

- изготви промоционални пакети за срока на извънредното положение: 0,2;
- приложи период на безплатно ползване на услугите: 0,2;
- друго: 0,2.

Въпрос 30 Компанията подпомогна ли борбата срещу пандемията?

- дари средства за лични предпазни средства на медици: 1;
- закупи/дари средства за медицинска апаратура: 1;
- позволи на работниците си да се включат като доброволци, като им покриваше заплатите през това време: 1;
- излъчва информационни клипове за коронавируса в обектите си: 0,5;
- не подпомогна по други причини: -1;
- друго: 1.

**Индекс КСО други заинтересовани страни = В27 + В28 + В29 + В30**

Общ индекс КСО = Индекс КСО служители + Индекс КСО други заинтересовани страни

\*\*\*

Автор на въпросите в анкетата „Корпоративна отговорност по време на пандемия“ е авторът на студията. Оформянето, редакцията и подредбата на секциите беше направено с методическата подкрепа на социологическа агенция „Афис“. Анкетата беше разпространена основно с подкрепата на синдикалните професионални федерации на КТ „Подкрепа“.







