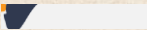




# Guide for Sports Organizations with Recommendations on Identification, Integration and Communication of Corporate Social Responsibility



Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union



## Partners

KMOP – Social Action and Innovation Centre (Greece)

BSDA – Bulgarian sports development association (Bulgaria)

CESIE (Italy)

CARDET – Center for the Advancement of Research & Development in Educational Technology (Cyprus)

IDOP – The Croatian Institute for Corporate Social Responsibility (Croatia)

## Authors

GoSport Consortium

## Publication date

December 2020



---

European Commission's support for the production of this content does not constitute an endorsement of the contents, which reflect the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



# Contents

Резюме	7
<hr/>	
1. Проект GoSport	8
1.1. Партньори по проекта	10
<hr/>	
2. Определение за Корпоративна Социална Отговорност	12
2.1. Социална Отговорност, Управление и Корпоративна Филантропия	14
2.2. Гъвкавост по време на COVID-19	16
<hr/>	
3. Ключови термини и констатации от теренното изследване по проект GoSport	18
<hr/>	
4. Интегриране на Корпоративна Социална Отговорност в спортните организации със стопанска и нестопанска цел	22
4.1. Интегриране и прилагане на КСО между организацията и обществото	24
4.2. Интегриране и прилагане на КСО между организацията и нейните заинтересовани страни	25
4.3. Интегриране между заинтересованите страни и обществото	28
4.4. Стъпки за разработване на план за КСО в спортните организации	29
<hr/>	
5. Добри практики и примери за КСО дейности, които спортните организации могат да използват	34
<hr/>	
6. Отговорност за спортни организации, въз основа на техните общности и ключови заинтересовани страни	42
6.1. Между организацията и обществото	43
6.2. Между организацията и нейните заинтересовани страни	44
6.3. Между заинтересованите страни и обществото	45
<hr/>	
7. Препоръки за спортните организации	46



# Резюме



Консорциумът на проект GoSport с гордост представя Ръководството, което ще помогне на читателите да разпознаят социалната отговорност, да разберат взаимоотношенията между спортна организация, нейните заинтересовани страни и обществото и да научат как социалната отговорност може ефективно да бъде интегрирана в спортните организации.

Ръководството е втората стъпка от двугодишния процес на проект GoSport.

Читателите на Ръководството ще подобрят знанията си за това как спортните организации могат да идентифицират и интегрират социалната отговорност и как тя се комуникира в рамките на организациите. Освен това, настоящото ръководство има за цел да осигури инструменти на спортните организации, чрез които

те да разберат взаимоотношенията между организациите, заинтересованите страни и обществото, както и да интегрират социално отговорни практики в управлението си.

Консорциумът на проект GoSport би искал искрено да благодари на всички организации, които направиха това ръководство възможно. Ние продължаваме да се вдъхновяваме от начина, по който хората работят заедно, за да популяризират спортните ценности в ежедневната си работа.



# 1. Проект GoSport

GoSport е европейска инициатива, насочена към насърчаването на социалното включване и равните възможности в спорта, чрез подобряване на доброто управление в спортните организации. За да допринесе за подобряването на доброто управление в спортните организации в Гърция, България, Хърватия, Кипър и Италия, проект GoSport има за цел да:

## Увеличи капацитета и информираността

на спортните клубове/организации и професионалните и полупрофесионалните спортни отбори и клубове, за прилагането на принципите на добро управление чрез социална отговорност, като се фокусира върху участието и приобщаването, независимо от пол, раса, увреждане или възраст и върху насърчаването на правата на човека;

## Подобри знанията

на спортните организации за това как да управляват и приоритизират въпросите на социалната отговорност в рамките на своите организации, особено по отношение на борбата с насилието и справянето с расизма, дискриминацията и нетърпимостта, както и за насърчаване на социалното включване и равните възможности



### Да допринесе за насърчаването на принципите

за участие и включване в  
спорта чрез социална  
отговорност.

### Осигури инструменти

на спортните организации и  
професионалисти за разбиране на  
отношенията между организацията,  
нейните заинтересовани страни и  
обществото и за интегриране на  
практики за социално отговорно  
управление;

Спортът може да играе важна роля при борбата с дискриминацията и насърчаването на правата на човека, толерантността и социалното включване. В този контекст, от решаващо значение е да се подобрят способностите на спортните организации да прилагат социално отговорно поведение.

## 11 Партньори по проекта

Консорциумът на проекта се състои от пет партньори от пет различни държави: ЦСДИ, като координатор на проекта (Гърция), АРБС (България), ЦРНРДОТ (Кипър), ЕЦИИ (Италия) и ХИКСО (Хърватия).

ЦСДИ – Центърът за социални дейности и иновации е водеща неправителствена организация с повече от 43 години опит в подкрепата на уязвими хора чрез предоставяне на социални услуги, прилагане на социални инициативи, образование, проучване и развитие на ноу-хау по въпросите на социалната политика. Ние проектираме и изпълняваме въздействащи инициативи, с които целим да направим промяна и да се справим с текущите предизвикателства в глобализираната свят. Образованието е в основата на нашата демокрация и ключът към изграждането на устойчиви и приобщаващи общества. Нашата цел е да овластим хората и да се справим с корените на уязвимостта в непрекъснато променящия се свят, като работим по ключови теми като миграция, пол, тормоз, дискриминация, реч на омразата и насилие. В този контекст, разработихме онлайн платформа, предоставяща безплатни онлайн обучителни курсове.

АРБС – Асоциация за развитие на българския спорт е създадена през 2010 г., и е неправителствена организация в обществена полза, отдадена на развитието на българския спорт и повишаването на спортната култура в България.

Основните приоритети на АРБС са възраждането на спортната култура, доброволчеството в спорта, обучението чрез и в спорт, доброто управление в спорта, интеграцията чрез спорт и уменията за бъдещето и предприемачество. АРБС вярва, че спортът трябва да бъде част от съвременния живот на децата и младите хора и да създава у тях всички ценности и да насърчава използването им във всички аспекти на живота. Спортът е и отличен начин за предотвратяване на много от проблемите с младите хора като социално изключване, насилие, престъпност и зависимости.

ЕЦИИ – Европейски център за изследвания и инициативи, създаден през 2001 г. Неговата мисия е да насърчава образователните иновации, участието и растежа. Вдъхновени от работата на Данило Долчи, ние фокусираме работата си върху изследването на социалните нужди и предизвикателства и използването на иновативни подходи за учене. По този начин ЕЦИИ активно свързва научните изследвания с действията, използвайки методологии за формално и неформално образование.

ХИКСО – Хърватският институт за корпоративна социална отговорност е създаден през 2015 г., като неправителствена, научноизследователска и консултантска организация, фокусирана върху разработването на КСО и практики за устойчиво развитие за различни организации. ХИКСО използва глобален подход и сертифицирана методология за нуждите на настоящото и бъдещото развитие на обществото. ХИКСО е единствената организация в Хърватия, която систематично проследява новини, изследвания и информация на глобално ниво, отнасящи се до устойчивостта и КСО. Освен това, ХИКСО е член на силни международни организации като Глобалната Инициатива по Отчетност

и КСО Интернешънъл. Чрез това членство и с помощта на европейските заинтересовани страни, ХИКСО работи за формирането на нови стратегии и политики за социална отговорност, които са важни, както за обучението на възрастните, така и за научните изследвания.

ХИКСО има активно участие и изпълнява различни европейски проекти в областта на КСО.

ЦРНРДОТ – Центърът за развитие на научноизследователска и развойна дейност в образователните технологии е независима, неправителствена организация с нестопанска цел за научни изследвания и развитие със седалище в Кипър и с партньори по целия свят. ЦРНРДОТ е една от водещите институции за научноизследователска и развойна дейност в евро-средиземноморския регион и нейният екип има за цел да предложи услуги, с най-високо качество, в полза на обществото. За да изпълни и постигне тази цел, центърът си сътрудничи с местни, международни, публични и частни организации от различни области за разработването на решения за местни и глобални проблеми. Мисията на ЦРНРДОТ е да вдъхновява обучението на следващо поколение, да насърчава научните изследвания, иновациите и развитието чрез практики, основани на факти и задълбочени изследвания.

## 2. Определение за Корпоративна Социална Отговорност

Корпоративна Социална Отговорност (КСО). Термин, който звучи познато. Все пак ще бъде полезно да се опитаме да го дефинираме. Ето защо, от десетки определения подчертаваме следното:

„Корпоративната социална отговорност е управленска концепция, при която компаниите интегрират социални и екологични инициативи в своите бизнес стратегии и при взаимодействието със своите заинтересовани страни. КСО обикновено се разбира като начинът, по който една компания постига баланс между своите икономически, екологични и социални дейности (подходът на „тройната долна линия“), като в същото време отговаря на очакванията на акционерите и заинтересованите страни.”<sup>1</sup>

<sup>1</sup> What is CSR? (<https://www.unido.org/our-focus/advancing-economic-competitiveness/competitive-trade-capacities-and-corporate-responsibility/corporate-social-responsibility-market-integration/what-csr>)



Corporate

Social

Responsibility

Корпоративната социална отговорност (КСО) се е превърнала в област, която има голямо значение за много компании и следователно се е сдобила със значително внимание. Въпреки възможността КСО да бъде модел на управление, концепцията ѝ е ценна, тъй като има реално влияние в света на бизнеса. Докато изследването на КСО става все по-разпространено в образователната литература за управление и организационно поведение, концепцията едва наскоро навлезе и в областта на спортния мениджмънт.<sup>3</sup>

Спортните организации започват да прилагат концепциите на КСО все по-често в своята работа и тъй като спортът се превръща във все по-видна икономическа и социална институция по света и въпросът какви социални отговорности имат спортистите, треньорите, собствениците на отбори,

служителите и световните спортни организации трябва да се задава постоянно. Съществуването на спорта е довело и до превръщането на спортните организации във влиятелни членове на глобалната общност, особено след като те самите са се превърнали в голям бизнес. В допълнение, спортните организации са изправени пред голямата общественост, която все повече осъзнава социалните аспекти на корпоративната политика, в резултат на грешките, причинени от скорешни корпоративни престъпления.<sup>6</sup>

Дейностите на КСО в спорта включват, но не се ограничават до: доброволчество на спортисти, образователни инициативи, филантропски/благотворителни дарения, развитие и инициативи в общността, признателност на феновете, инициативи, свързани със здравето и екологични програми.<sup>7</sup>

---

<sup>2</sup> Guthey et al., (2006)

<sup>3</sup> cf. Babiak & Wolfe, 2006; Bradish, 2006; Brietbarth & Harriss, 2008; Smith & Westerbeek, 2007; Walker, Kent, and Rudd, 2007

<sup>4</sup> Godfrey, 2009

<sup>5</sup> Athanaspoulou et al., 2011

<sup>6</sup> Athanaspoulou et al., 2011

<sup>7</sup> Athanaspoulou et al., 2011

## 2.1 Социална Отговорност, Управление и Корпоративна Филантропия

Управлението на организацията и (корпоративната) социалната отговорност в спорта са се превърнали в център на внимание от страна на изследователи, мениджъри и създатели на политики. Фактът, че спортните организации имат силата да разпространяват информация и да комуникират с медиите и това, че са привлекателни за младежите, поставя все по-голям фокус върху тях за прилагането на социално-отговорни инициативи с убеждението,

че спортът има по-голямо въздействие от КСО дейностите на търговските организации. Както твърдят Смит и Уестърбек (2007), „природата на спорта е в уникална позиция да влияе на обществото, като цяло и в частност на самите общности.“

Преди да продължим, е необходимо да разграничим няколко понятия – КСО и СО и КСО и Филантропия.

The Основната разлика между корпоративната социална отговорност и социалната отговорност е, че корпоративната социална отговорност се отнася до задължението на бизнес компаниите да гарантират, че техният бизнес е в полза на обществото, както и на околната среда, докато социалната отговорност се отнася до това определено лице(лица) да бъде отговорно за обществото и околната среда. Следователно, когато социалната отговорност се прилага към бизнеса, се превръща в корпоративна социална отговорност.

**8** Corporate social responsibility in sport: Stakeholder management in the UK football industry [https://www.researchgate.net/publication/271150910\\_Corporate\\_social\\_responsibility\\_in\\_sport\\_Stakeholder\\_management\\_in\\_the\\_UK\\_football\\_industry](https://www.researchgate.net/publication/271150910_Corporate_social_responsibility_in_sport_Stakeholder_management_in_the_UK_football_industry)

**9** What is the Difference Between Social Responsibility and Corporate Social Responsibility ([https://pediaa.com/what-is-the-difference-between-social-responsibility-and-corporate-social-responsibility/#:~:text=The%20main%20difference%20between%20social,a%20person\(s\)%20being%20responsible](https://pediaa.com/what-is-the-difference-between-social-responsibility-and-corporate-social-responsibility/#:~:text=The%20main%20difference%20between%20social,a%20person(s)%20being%20responsible)) Athanasopulu et al., 2011

**7** Athanasopulu et al., 2011

## Социалната отговорност

е отговорността на организацията за въздействието на нейните решения и дейности върху обществото и околната среда, чрез прозрачно и етично поведение, което допринася за устойчивото развитие, здравето и благосъстоянието на обществото; да се вземат предвид очакванията на заинтересованите страни; да се спазват приложимите закони и международни норми на поведение; трябва да се интегрира в цялата организация и да се прилага при нейните взаимоотношения.

Най-важното и ефективно средство за интегриране на социалната отговорност в цялата организация е управлението на организацията – системата, чрез която се вземат и прилагат нейните решения. В основата на ефективното управление е прилагането на принципите и практиките на отчетност, прозрачност, етично поведение, зачитане на интересите на заинтересованите страни и зачитане на върховенството на закона в процеса на вземане на решения и изпълнение на дейности

## Управлението

е централна организационна функция, която може да повлияе положително или отрицателно на връзката на организацията с обществото, докато социалната отговорност се отнася до това как една организация влияе на обществото. Тъй като социалната отговорност засяга потенциалното и действителното въздействие на решенията и дейностите на организацията, текущите дейности на организацията са нещото, на което трябва да се обърне внимание.

Освен това, съществуват още две подобни концепции, които често се припокриват в практиката – корпоративна филантропия и корпоративна социална отговорност. Често филантропията се интегрира в цялостната картина на плана за корпоративна социална отговорност. И двете са положителни концепции, предназначени да предоставят корпоративни ресурси на общността, която корпорацията обслужва. Ресурсите могат да бъдат насочени и към конкретни каузи.





## Гъвкавост по време на COVID-19

През последните няколко месеца консорциумът на проект GoSport научи много за гъвкавостта, устойчивостта и сътрудничеството.

Изпълнението на проекта премина онлайн и работихме по начини, по които никога досега не сме си представяли. В същото време, COVID-19 постави много въпроси пред спортната индустрия. Пандемията създаде значителни бариери и за спортните организации, на които се наложи да бъдат гъвкави и да открият нови начини, чрез които да изпълняват дейностите си. Този конкретен период на здравна и социална криза създаде необходимостта гъвкавостта да се превърне в ключова компетентност на спортните организации

Нашата цел е по гъвкав начин да подкрепим общностите, в които работим и отделните лица, като същевременно изпълняваме нуждите на проектите в нашите страни. Гъвкавостта може да има различни дефиниции за всеки от нашите партньори и ние признаваме, че няма универсално решение, предвид разнообразието на ролите, които имаме в рамките на проекта. Чрез съвместната работа и постоянното сътрудничество ние създадохме график, който е удобен за всички, като същевременно зачитаме различните нужди на всеки от партньорите в консорциума.



## 3. Ключови термини и констатации от теренното изследване по проект GoSport

### Заинтересовани страни

Можем да определим заинтересованите страни като участниците в спортните организации. Според малкия бизнес съществуват пет категории заинтересовани страни в спорта:

#### Участници

Играчи, треньори, административни, управленски, технически и финансови служители в организацията, мениджъри на играчи, млади играчи, младежки спортни училища и академии, съдии, служители, доброволци и други спортни клубове.

#### Управленски органи

Участници, които организират и регулират спортните състезания, публичната администрация и правоприлагащите органи, местните и международните организации, другите спортни организации.

#### Зрители

Фенове, притежатели на сезонни билети..

#### Финансови заинтересовани страни

Заинтересовани страни, акционери, спонсори, търговски партньори, инвеститори, доставчици и техните служители.

#### Общносту

Общността, в която функционира спортната организация. Общество е по-голям термин от общност, като се има предвид, че общността включва по-малко хора от обществото. Общността се състои от семействата на спортистите, образователните институции и университети и медиите.

Source: What Is a Stakeholder in Sports?<sup>11</sup>

<sup>11</sup> What Is a Stakeholder in Sports? (<https://smallbusiness.chron.com/stakeholder-sports-54584.html>)



Много проучвания доказват ползите и значението на добрата комуникация в спорта. Следователно, за да подготвим съдържанието на ръководството дефинирахме ключовите термини, които ще бъдат използвани в него.

Тези термини са „заинтересовани страни“, „общество“, „спортна организация със стопанска цел“ и „спортна организация с нестопанска цел“.

## Общес ТВО

„Обществото или човешкото общество е група от хора, свързани помежду си чрез постоянни отношения или голяма социална група, споделяща една и съща географска или социална територия, обикновено подчинена на една и съща политическа власт и доминиращи културни очаквания.“

### Спортна организация със стопанска цел

Спортна организация, която участва активно в спортни състезания на национално или местно ниво и има за цел икономически позитив.

### Устойчиво развитие

Концепцията на устойчивото развитие е определена в доклада на Комисията „Брунтланд“ от 1987 г. като „развитие, което отговаря на нуждите на настоящето, без да се нарушава способността на бъдещите поколения да покриват собствените си нужди.“

### Спортна организация с нестопанска цел

Спортна организация, която действа на национално или местно ниво и има за цел положителна обществена промяна.

### Добро управление

Процес, при който публичните институции провеждат обществени дела и управляват публични ресурси по начин, който насърчава върховенството на закона и реализацията на човешките права (граждански, политически, икономически, социални и културни).

\* Целевите групи са много и имат много разлики помежду си, тъй като организациите с нестопанска цел и непрофесионалните спортни организации имат различни възможности и нужди.

12 Science Daily (<https://www.sciencedaily.com/terms/society.htm>)

13 Sustainable Development (<https://en.unesco.org/themes/education-sustainable-development/what-is-esd/sd>)

14 United Nations Office on Drugs and Crime; Anti-Corruption>Module 2: Corruption and Good Governance>Key Issues>What is Good Governance? (<https://www.unodc.org/e4j/en/anti-corruption/module-2/key-issues/what-is-good-governance.html>)



За да се осигури възможно най-висока социална информираност, е необходимо да се подsigури координацията и съгласуваността между всеки участник. Ето защо се фокусирахме върху три ключови аспекта, за да определим по какъв начин прилагането на политиките за КСО в спортните организации може да бъде: социално, икономическо и/или екологично.

### Социалните аспекти от прилагането на политики за КСО могат да бъдат:

Борба с дискриминацията, насилието и расизма

Насърчаване на участието на жените в спорта;

Социално включване на маргинализирани общности;

Насърчаване на здравето и физическата активност;

Безопасност на \_\_\_\_\_

участниците;

Младежко обучение;

Осигуряване на възможности за младите спортисти;

Устойчиво развитие и лидерство.

Икономическите аспекти от прилагането на политики за КСО могат да бъдат:

Добро управление и антикорупция;

Дългосрочна финансова устойчивост;

Устойчиви иновации;

Развитие на марката на спортната организация.

Екологичните аспекти от прилагането на политики за КСО могат да бъдат:

Устойчива енергия;

Управление на отпадъците.

Ключови констатации от теренното изследване по проект

GoSport:

Основните положителни констатации от теренното изследване по проект GoSport в петте партньорски страни, относно прилагането на политиките за КСО са:

- ▶ Cooperation Сътрудничество между институциите по отношение на прилагането на политиките за КСО;
- ▶ Повишаване на социалната информираност;
- ▶ Работа по прилагането на политиките за КСО;
- ▶ Положителна нагласа при провеждането на КСО политики;
- ▶ Използване на европейски средства.

В същото време, основните негативни констатации, относно прилагането на политиките за КСО да:

- ▶ Липса на информираност относно КСО в спортните организации със стопанка и нестопанска цел;
- ▶ Недостатъчна информираност относно околната среда;
- ▶ Ниско отразяване на жените в спорта, от страна на медиите;
- ▶ Липса на финансови ресурси за подобро прилагане на политиките за КСО.

## 4. Интегриране на Корпоративната Социална Отговорност в спортните организации със стопанска и нестопанска цел

Общоприето е, че спортните клубове са мощни и влиятелни социо-политически институции заради традиционните си икономически и социални връзки с местните общности. Те са замислени както като домове за социално взаимодействие, така и като мощни средства за социален „обмен“, главно поради огромната си комуникационна сила, привлекателност за младежите и желанието за подражаване. В същото време, правата на човека и спорта стават все по-взаимосвързани, тъй като спортът има значителен потенциал да им повлияе.

Общото събрание на ООН призна ценния принос на спорта за насърчаването на образованието, развитието, мира, сътрудничеството, солидарността, справедливостта, социалното включване и здравето на местно, регионално и международно ниво и отбеляза, че спортът може да допринесе за създаването на атмосфера на толерантност и разбирателство между хората и нациите.



Ако една организация е социално отговорна, то това може да укрепи нейния имидж, да изгради марката ѝ и да увеличи нейния успех. Стратегията за интегриране на КСО в спортната организация може да бъде проведена през следните етапи:

**1. Анализ на законите изисквания (правната рамка) и първоначална оценка на рисковете** за организациите със стопанска и нестопанска цел, относно интегрирането на КСО в работата си:

- ▶ Анализ на регулаторни механизми и постановления за спортни организации, свързани с устойчивото развитие;
- ▶ Анализ на закони, свързани с устойчивото развитие;
- ▶ Първоначален преглед на въпросите, повдигнати от заинтересованите страни, свързани със спортните организации както на местно, така и на национално ниво;
- ▶ Анализ и оценка на риска за бизнеса на организациите със стопанска и нестопанска цел;
- ▶ Обсъждане и идентифициране на основните проблеми на процеса по изграждане на устойчивост в основните области (икономика, околна среда и общество);
- ▶ Идентифициране на въпросите и каузите, които имат значение и са важни за организацията.

**2. Анализ на устойчивостта** под формата на задълбочено изследване на нормите, стандартите или праговете за това какво трябва или не трябва да бъде въздействието на организацията върху жизненоважните ресурси:

- ▶ Подробен преглед на съществуващите икономически, екологични и социални програми и инициативи, провеждани от спортни организации на местно и национално ниво;
- ▶ Картографиране на заинтересованите страни и анализ на техните нужди;
- ▶ Анализ на закони, свързани с устойчивото развитие.

**3. Анализ на въздействието** като процес на идентифициране на потенциалните резултати, които могат да създадат промяна:

- ▶ Анализ на въздействието на спортните организации на местно и национално ниво;
- ▶ Дълбоко обмисляне на влиянието, което спортните организации имат.

## 4.1 Интегриране и прилагане на КСО между организацията и обществото

Целта на всяка организация е максимално да увеличи положителните си ефекти върху обществото. Първо, трябва да се насърчават дългосрочни инициативи, които имат за цел да развият устойчивостта чрез своите социални, икономически и екологични фактори. Второ, спортните организации могат да окажат голямо въздействие върху обществото. Следователно, спортните организации могат да стартират множество инициативи за „повишаване на осведомеността“ в обществото. Спортните организации могат да провеждат инициативи за „повишаване на осведомеността“, особено при създаването и управлението на адаптирани и приобщаващи училища за социални спортове, както и да подкрепят благотворителни инициативи, посветени на децата, активните спортисти, спортистите ветерани и групите в неравностойно положение. Друг основен ангажимент на спортния клуб към неговите служители и обществото е фокусът върху предотвратяването на професионалните рискове и непрекъснатото насърчаване на здравето, безопасността и хигиената на работното място.

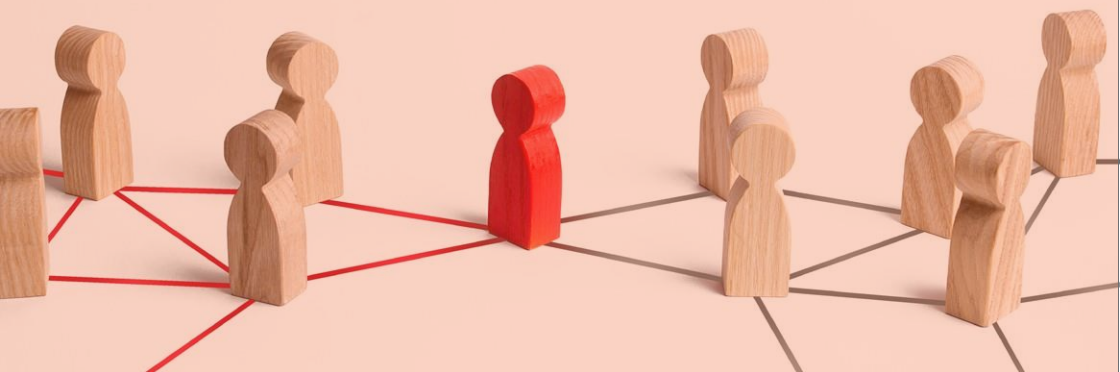
Всички тези аспекти са причината спортните организации да трябва да отговорят на очакванията на обществото по отношение на КСО. Спортът на професионално или аматьорско ниво показва, че опитът на играча е без значение за успешната отборна работа и че може да се постигне повече, когато хората работят заедно. Спортните организации трябва да насърчават социалното включване и интеграцията и да правят всичко по силите си, за да се избегне всякакъв вид изключване. Спортните организации, особено тези на национално ниво, може да имат чуждестранни играчи. Обществото може да играе много важна роля при тяхната интеграция и да им даде възможност да се чувстват добре дошли в спортната организация.

Важно е спортната организация да насърчава социалната отговорност еднакво сред всички полове, възрасти и хора. По този начин се насърчава социалното равенство, което е един от продуктите на социалната отговорност.

## 4.2 Интегриране и прилагане на КСО между организацията и нейните заинтересовани страни

В предишните глави дефинирахме ключови термини като КСО, спортни организации и техните заинтересовани страни. Първата група от заинтересованите страни на организацията са участниците – играчи, треньори, административни, управленски, технически и финансови служители в организацията, мениджъри на играчи, млади играчи, младежки спортни училища и академии, съдии, служители, доброволци и други спортни клубове. Необходимо е да се направи първоначален преглед и да се установи дали съществуват или биха могли да съществуват проблеми в отношенията между заинтересованите страни и спортните организации. Освен това, всяка организация трябва да има регулаторни механизми, които да улесняват установяването на взаимоотношения между заинтересованите страни и спортните организации. Освен това, националната правна рамка е важна за устойчивото развитие и изграждането на връзка между спортните организации и заинтересованите страни.-

Ангажирането на заинтересованите страни дава възможност на организацията да разбере по-добре контекста, в който се организира дадено събитие по отношение на рисковете, възможностите, ръководството, планирането и вземането на решения относно събитието, но също така улеснява изпълнението на конкретни дейности, които гарантират, че продуктите и услугите са доставени според очакванията. В допълнение, спортните организации трябва да са наясно с въздействието, което техните заинтересовани страни могат да окажат, както и с нивото на влияние, което се очаква от самите тях.



Идентифицирахме пет групи участници, които влияят върху спортните организации, като всяка от тях има различни интереси, които трябва да бъдат взети предвид. Тези пет групи са:

### 1. Първата група участници – треньорите и играчите

могат да играят важна роля при популяризирането на ценностите, за които спортните организации се застъпват. Следователно идеята за КСО може да бъде ефективно предадена на по-широка аудитория. Заинтересованите страни играят важна роля за положителното влияние на дадена дейност – например чрез предоставяне на експертни знания или чрез привеждане в съответствие със съществуващите политики за устойчивост и ангажираност;

## 2. Втората група от заинтересовани страни са зрителите,

съставени от фенове и притежатели на сезонни билети и карти – групата, върху която спортната организация има най-голямо влияние. Важен фактор при това взаимоотношение е процесът на идентифициране на техните нужди. Освен това, тъй като зрителите са най-голямата група заинтересовани страни, организацията трябва да полага големи усилия в грижата за тях, като например определянето на техните нужди и интеграцията им в плановете за устойчиво развитие;

## 3. Трета група от заинтересовани страни са управленските органи.


Както вече казахме, управленските органи се състоят от участници, които организират и регулират спортните състезания, публичната администрация и правоприлагащите органи, местните и международните организации и другите спортни организации. Те участват активно в организирането на големи спортни събития и организациите са длъжни да определят всички регулаторни механизми, закони и устави на спортната организация. Следователно от решаващо значение е да се определят всички въпроси между спортните организации и управленските органи, за да бъдат те по-устойчиви и ефективни;

## 4. Най-голямата стъпка, която трябва да бъде направена е между спортната организация и групата на финансовите заинтересовани страни и акционерите.

Тъй като ресурсите са в техните ръце, чрез тях е възможно да се създаде огромно въздействие върху организацията и обществото. Това изисква последователност в годишните финансови отчети, което означава, че всички правни и регулаторни механизми трябва да бъдат определени в отношенията между спортната организация и финансовите заинтересовани страни;

## 5. И накрая, отношенията между спортните организации и общностите също са от голямо значение.

Тук можем да говорим за силата на въздействието, но също и за образователните практики, които университетите и образователните институции могат да предоставят. Спортните организации на национално ниво са изградили марка, за чието популяризиране медиите могат да помогнат. По-важното е, че в сътрудничество с медиите, спортните организации могат да насърчават социалната отговорност и значението на КСО.



## 4.3 Интегриране между заинтересованите страни и обществото

Определението за „общество“ е дадено в главата „Ключови термини и констатации от теренното изследване по проект GoSport“. Следователно, в контекста на това ръководство – всички заинтересовани страни представляват обществото. Поради това е важно КСО да бъде правилно интегрирана между заинтересованите страни и обществото. Заинтересованите страни (участници, зрители, управленски органи, акционери и общността) съставляват голяма част от обществото. Ето защо, понякога може да е трудно да се осигури връзката между заинтересованите страни и обществото. Заинтересованите страни са в пряк контакт със спортната организация, като заемат една от ролите, които споменахме по-рано.

За да гарантира по-широката употреба на това ръководство, проект GoSport разработи цялостна стратегия за устойчивост, като идентифицира и разреши съществените проблеми. Основната цел на спортните организации е да имат положително въздействие върху обществото, икономиката и околната среда. Една от целите за социално развитие е подобряването на човешкия капитал в спорта.

## 4.4 Стъпки за разработване на план за КСО в спортните организации

Организацията на обединените нации отдавна признава, защитава и подкрепя важния принос на спорта за развитието и мира, чрез резолюциите на Общото събрание и Съвета по правата на човека, договорите на ООН, докладите на Генералния секретар и други ръководни документи, които подчертават уникалния потенциал на спорта.

Процесите и етапите, които доведоха до историческото приемане на Програмата на ООН до 2030 г., за устойчиво развитие и нейните 17 цели за устойчиво развитие (ЦУР) през 2015 г., бяха последвани от общността „Спорт за развитие и мир“ със силно желание **спортът да продължи да се използва като инструмент, в полза на този нов глобален план за действие.**

ЦУР, известни още като Глобалните цели, бяха приети от всички държави-членки на ООН през 2015 г., като универсален призив към действия за прекратяването на бедността, защитата на планетата и гарантирането на това, че всички хора ще се радват на мир и просперитет до 2030 г.

В резултат на тези съвместни усилия, особено благодарение на подкрепата на държавите-членки на ООН и признаването на приноса на спорта към ЦУР, Държавните и Правителствените ръководители и Върховните Представители, декларират в Политическата декларация за Новата програма, че:

*„Спортът също е важен фактор за устойчивото развитие. Отчитаме неговия нарастващ принос за постигане на мир и развитие чрез насърчаването на толерантност и уважение и допринасяне за овластяване на жените и младите хора, на отделните лица и техните общности, както и за целите на здравеопазването, образованието и социалното приобщаване“.*<sup>18</sup>

<sup>16</sup> Sport and the Sustainable Development Goals; An overview outlining the contribution of sport to the SDGs; [https://www.un.org/sport/sites/www.un.org/sport/files/ckfiles/files/Sport\\_for\\_SDGs\\_finalversion9.pdf](https://www.un.org/sport/sites/www.un.org/sport/files/ckfiles/files/Sport_for_SDGs_finalversion9.pdf)

<sup>17</sup> Sustainable Development Goals, <https://www.undp.org/content/undp/en/home/sustainable-development-goals.html>

<sup>18</sup> 2030 Agenda for Sustainable Development A/RES/70/1, paragraph 37



Най-важното и ефективно средство за интегриране на тези усилия в цялата организация е чрез нейното управление – системата, чрез която се вземат и прилагат нейните решения. Ефективното управление е основано на прилагането на принципите и практиките за отчетност, прозрачност, етично поведение, зачитане на интересите на заинтересованите страни и зачитане на върховенството на закона при вземането на решения и изпълнението на дейности. В резултат на теренното изследване по проект GoSport бяха подчертани няколко препоръки.

ommendations as the result of the field research within the GoSport project.

Една от тях е особено важна в контекста на този раздел: Спортните организации трябва да получат подкрепа и насоки, за да могат да концептуализират и съставят структурирани планове за своите дейности за КСО по начин, който ще им позволи да повишат както степента с на заетост в областта, така и ефективността си.

Ето защо, ние съставихме списък с лесни стъпки, които спортните организации трябва да вземат предвид, когато разработват стратегия или план/инициатива за КСО в управлението си:

1. Определете мисията си и защо искате да я постигнете.  
Например

Развиване на футбола в района на София (България). Мисията е да се гарантира растежа и признаването на футбола на национално ниво;

2. Кои са заинтересованите ви страни и какви ценности искате да им донесете?

Например – Заинтересованите страни могат да бъдат участници (играчи, треньори, административен мениджмънт, мениджъри, млади играчи и тн.), зрители (фенове, притежатели на сезонни билети), ръководни органи, финансови заинтересовани страни, общност. Ценностите, които искате да им осигурите са справедливост, изграждане на екип, равенство, дисциплина, включване, постоянство и др.;

---

3. Определете какво означава КСО за вашите заинтересовани страни и как се свързва с мисията и визията на вашата организация. Например

За вашата спортна организация КСО означава да помогнете на вашата общност чрез различни проекти, които се борят с дискриминацията и расизма. Това се свързва с цялостната ви мисия – растеж и признаване на футбола на национално ниво;

---

4. Оценете какво вашата организация вече прави в тази област и кои са

хората/марките/инициативите, които подкрепяте. Например Запишете всяка инициатива и проект, който сте реализирали. Обсъдете го в детайли с вашия екип. Направете списък на хората/марките/инициативите, които подкрепяте, за да имате цялостна представа за тях;

5. Решете кои въпроси на КСО са най-важни за вашите заинтересовани страни. Например

борбата с расизма и дискриминацията, благотворителни инициативи и дарения, доброволчество в общността и др.;

**Важен съвет:** Не забравяйте да се забавлявате през цялото време!

6. Помислете за минимизирането на въздействието върху околната среда. Например

дарете неизползваните материали (врати, пейки), създайте системи за рециклиране на пластмасови бутилки, насърчете зрителите си да използват екологичен транспорт;

---

7. Подредете приоритетите си и се фокусирайте първо върху тях. Например

приближете футбола до хората, популяризирайте футбола в България и се фокусирайте върху това;

---

8. Включете приоритетите си в цялостната си бизнес стратегия и подход. Например Включете план си за КСО в официалните документи като Стратегията, Отчетите и Устава на клуба;

---

9. Оценете потенциалните рискове, като приложите конкретни действия. Например

Предложете проект и го изпълнете. Определете потенциалните рискове. Каква ще бъде реакцията на заинтересованите страни и общността/феновете?;

10. Свържете се с вашата мрежа и съобщете приоритетите си за КСО. Например

Споделете вашата история в социалните медии и сред вашата общност.

Чрез създаването и развитието на инициативи за КСО, спортните организации могат да доближат своята мисия и ценности до заинтересованите страни. Съставихме кратък списък на предимствата на КСО в спорта:



Инициативите за КСО допринасят за социалното въздействие и генерирането на нови идеи. Освен това, тези инициативи овластяват, вдъхновяват и мотивират, най-вече младите хора, да дадат своя принос към обществото;

1

Практиките за КСО в спорта, засягат различни теми като дискриминация, расизъм и престъпност;

2

Практиките за КСО предоставят различни инструменти, които стимулират промени в общността, особено чрез спорт, когато хора от различен произход се обединяват;

3

Чрез своите инициативи, проектите за КСО създават възможности за включване, доброволчество, изграждане на общност и популяризиране на здравословен

4

Проектите за КСО помагат при опазването на околната среда чрез защита на откритите пространства и насърчаването на дейности на открито;

5

Проектите за КСО подпомагат икономическия растеж чрез бизнес инвестиции, заетост, създаване на мрежи, големи събития и туризъм..

6

## 5. Добри практики и примери за КСО дейности, които спортните организации могат да използват

---

„Подайте ръка и помогнете на другите. Ако имате силата да зарадвате някого, направете го. Бъдете причината, бъдете промяната, разликата или вдъхновението. Нека вашата светлина бъде пример. Светът се нуждае от още от това.“

- Джърмъни Кент

---

Общоприето е, че спортните клубове са мощни и влиятелни социо-политически институции заради традиционните си икономически и социални връзки с местните общности. Те са замислени както като домове за социално взаимодействие, така и като мощни средства за социален „обмен“, главно поради огромната си комуникационна сила, привлекателност за младежите и желанието за подражаване. Управлението на организацията и (корпоративната) социалната отговорност в спорта са се превърнали в център на внимание от страна на изследователи, мениджъри и създатели на политики.

Фактът, че спортните организации имат силата да разпространяват информация и да комуникират с медиите и това, че са привлекателни за младежите, поставя все по-голям фокус върху тях за прилагането на социално-отговорни инициативи с убеждението, че спортът има по-голямо въздействие от КСО дейностите на търговските организации. Както твърдят Смит и Уестърбек (2007), „природата на спорта е в уникалната му позиция да влияе на обществото, като цяло и по-специално на самите общности“.

Затова искаме да ви представим няколко чудесни примера за практики за устойчиво развитие в спорта.





## Форест Грийн Роувърс Forest Green Rovers F.C.

### *Създаване на най-зеления (екологичен) клуб в световния футбол*

Определеният от ФИФА, като най-устойчив футболен клуб в света, Форест Грийн Роувърс постигна основната с цел за намаляване въглерода, чрез изграждането на стадион с 5000 места, проектиран от Заха Хадид Архитектс и наречен Еко Парк. Тъй като е направен изцяло от дърво, той вече е наречен най-зеленият футболен стадион, строен някога.

„Ние смятаме, че устойчивостта на околната среда и успехът на терена са симбиотични. Вниманието на медиите, което получаваме, например, ни помага да увеличим публиката, помага ни да получим спонсори и мисля, че ни помага да привлечем и играчи. Що се отнася до футбола – когато сме успешни на терена, това носи доверие в нашето еко послание.“ – казва Дейл Винс, председател на Форест Грийн Роувърс.



## ФК Ювентус

### *Използване на бизнес подход за устойчивост*

През 2017 г., ФК Ювентус създаде специален отдел за устойчивост, след като включи Целите на ООН до 2030 г., за устойчиво развитие в общата си бизнес стратегия.

През последните шест години Ювентус публикува свой собствен годишен отчет за устойчивост, който предоставя изчерпателен преглед на усилията на клуба в областта на устойчивостта – финансова, социална и екологична. Проверен от PricewaterhouseCoopers, всеки доклад предоставя подробен разбор на различните дейности на клуба, включително проекти за социално включване, равенство между половете, потребление на енергия и управление на отпадъците. Резултатът е, че клубът, който вече сам се нарича „футболна компания“, а не просто футболен отбор, е способен да наблюдава въздействието, което има и да предложи прозрачност на своите корпоративни практики.



## Международна асоциация на лекоатлетическите федерации

*Използване на научен подход за справяне със замърсяването на въздуха*

През 2018 г., Международната асоциация на лекоатлетическите федерации се обедини с Коалицията на ООН за околната среда, климата и чистия въздух, за да разбере по-добре въздействието на замърсяването на въздуха върху човешкото здраве, създавайки петгодишно партньорство за мониторинг на качеството на въздуха на приблизително 1000 лекоатлетически писти по целия свят.

Данните, събрани от местата на провеждане на състезания, в момента се използват за разработването на база данни за качеството на въздуха в реално време, която ще помогне на бегачите да изберат най-доброто време за бягане в техните градове, ще помогне на организаторите на събитията да разработят по-безопасен график и ще бъде от полза при проучването на връзката между качеството на въздуха и спортното представяне. Наблюдението на миналогодишните световни първенства по щафети в Йокохама, дори доведе до рецензирана научна публикация.





## Океанската надпревара

### *Предприемане на действия за подобряване на морската среда*

Освен че предприема стъпки за намаляване на въздействието на собствените си събития, Океанската надпревара допринася към научното разбиране на здравето на океана и ефектите от изменението на климата. Състезателните лодки действат и като изследователски кораби, като събират данни за температурата на морската повърхност, концентрациите на микропластмаса и киселинността на океана, докато пътуват до някои от най-отдалечените части на планетата. След това, тези данни се предоставят от база с отворен достъп, представяща ценни знания и уникални прозрения за международната научна общност.

## Конференция Рас-12

### *Обучение на студенти за зеленото движение*

С подкрепата на Зеления спортен алианс, годишната конференция за устойчивост Рас-12 обединява експерти и защитници от света на спорта, академичните среди и бизнеса, за да обсъдят най-добрите практики и да разработят нови колективни инициативи. Партнирайки си с Soría, в момента Рас-12 активно дарява остатъци от храна на нуждаещите се, докато университетите също са вдъхновени да предприемат действия чрез Предизвикателство за нулеви отпадъци – инициатива, която насърчава спортните съоръжения в кампусите да намалят отпадъците на сметицето и по време на големи събития.

## Йохан Кройф Арена

### *Демонстрация на интелигентните градски технологии на бъдещето*

Повече от 4200 слънчеви панела, система за събиране на дъждовна вода, енергийно ефективно LED осветление, двупосочни точки за зареждане на електрически превозни средства, дори вятърна мелница за производство на допълнителна мощност: Йохан Кройф Арена в Амстердам може да се похвали със зелена технология, която гарантира лидерство устойчивите иновации.

След като спечели множество отличия за опазване на околната среда, през 2018 г., домът на холандският футболен гигант ФК Аякс, се превърна в най-голямата търговска система за съхранение на енергия в Европа, благодарение на добавянето на три мегавата структура за съхранение, способна да захрани 7000 домакинства за един час. Сега стадионът, който е собственост на правителството на Амстердам, доставя енергия на електрическата мрежа на холандската столица, потвърждавайки статуса си на жив, дишащ и интелигентен град на бъдещето.

## Борусия Дортмунд

### *Борбата на клуба*

Борусия Дортмунд подкрепя и укрепва демократичните и антирасистки групи и инициативи в рамките на своята фен база. Един пример за такава инициатива е ballspiel.vereint! – игра на думи, съчетаваща пълното име на клуба, „Ballspielverein Borussia“ и немската дума за „свързва“. Инициативата е създадена през 2014 г., и е независима от клуба. Според техния уебсайт, инициативата има за цел да „повиши осведомеността относно ежедневната дискриминация, свързана с Борусия Дортмунд“. Работата на Борусия Дортмунд в борбата с дискриминацията не би била възможна без работата на местния Fanprojekt или „фен проект“ – младежка социална програма, разработена в Германия, свързана футбола през 80-те години, когато скандиранията „изпратете феновете на опозицията в Аушвиц“ са били често срещани на немски стадиони. От няколко години Борусия Дортмунд работи с Fanprojekt за организирането на образователни пътувания за млади фенове до бившите концентрационни лагери. Пътуванията струват само 50 евро (56 долара), като това включва полети, настаняване и други разходи, а клубът покрива останалото.

## ФК Панатинайкос

### *Подкрепа на уязвимите граждани и повишаване на социалния баланс*

Да бъде активен в подкрепата на уязвимите граждани и в укрепването на социалния баланс е историческа отговорност за клуба. Компанията участва в международни мрежи за социална отговорност като FARE, Европейската мрежа за футбол за развитие и АЕК (Асоциация на европейските клубове) и нейните действия се прилагат при организирането на събития борещи се с расизма и дискриминацията, при подпомагането на хуманитарни организации чрез благотворителни игри и чрез посрещането на уязвими социални групи в Спортния център на отбора.

## Цел в живота

### *Подкрепа за обществото*

„Цел в живота“ е благотворителна организация, основана от настоящи и бивши футболисти. Организацията започва своята работа през 2017 г., и иска да използва капацитета на футболистите, за да окаже положително влияние в обществото, да даде възможност на хората в нужда и да изпрати положителни послания във всички посоки. Досега организацията е провела множество дейности за повишаване на осведомеността относно дискриминацията, расизма и тормоза, заедно с действия за насърчаване на доброволчеството.

---

**20 Borussia Dortmund: The structures behind the club's fight against the far right**  
(<https://www.dw.com/en/borussia-dortmund-the-structures-behind-the-clubs-fight-against-the-far-right/a-50281070>)



## Световно ветроходство

*Поставяне на вятъра в платната за търсене на чисти морета*

Програмата за устойчиво развитие на Международната федерация по ветроходство представя амбициозна стратегия за устойчиво развитие, която има обширен списък от цели, стандарти и изисквания. През август 2019 г., федерацията представи специалната харта за устойчивост на събитията, ход, задължаващ някои от най-добрите организатори на ветроходни събития, включително SailGP и World Match Racing Tour, да предприемат измерими стъпки за намаляване на въздействието им върху околната среда. В допълнение към осигуряването на продукти за многократна употреба, осигуряването на органично облекло за служителите и доброволците на състезанието и предлагането на растителни традиционни менюта, организаторите трябва да създадат стратегии, които да намаляват своя въглероден отпечатък и да предпазват морското биологично разнообразие.

---

**21** The sports industry and sustainability part one: Rights holders playing their part (<https://www.sportspromedia.com/from-the-magazine/forest-green-juventus-formula-e-ocean-race-climate-change-sustainability>)



## 6. Социална отговорност за спортни организации въз основа на техните общности и ключови заинтересовани страни

Почти всички професионални организации и спортни отбори са взели участие в различни форми на корпоративна социална отговорност (КСО) през последните години. Причината за това е, че КСО може да осигури финансови ползи, да подобри общественото мнение за организацията, да повиши лоялността и да привлече потенциални нови членове. Ангажирането с КСО е дългогодишна практика на много компании и мултинационални корпорации.

От 2017 г., Директивата на ЕС за нефинансов отчет изисква компаниите с над 500 служители да предоставят информация относно начина, по който управляват и се справят със социалните и екологични предизвикателства. Спортните организации обаче не са задължени да съобщават за своите дейности/програми за КСО, но много от тях и са взели решението да започнат да го правят (основно с цел печалба). Основният инструмент за комуникация на КСО е нефинансовия отчет, който е много добра практика.

---

**22** Corporate Social Responsibility in Sports: Efforts and Communication; Daniel Erickson from Marquette University (2009), [https://epublications.marquette.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1428&context=theses\\_open](https://epublications.marquette.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1428&context=theses_open)

**23** Brammer & Millington, 2008; Oliver, 1991

**24** Godfrey, 2009; Walker & Kent, 2009

**25** Moon, Lee, & Oh, 2015

**26** Shamir, 2005

## 6.1 Между организацията и обществото

Всяка спортна организация има свои собствени средства за комуникация с обществото и обхватът и ефективността на тези средства зависят от нейния „размер“ и „капацитет“. По-голямата част от спортните организации, с които се свързахме по време на теренно изследване по проект GoSport – проведено в страните партньори по проекта, имат уебсайт и профили в социалните медии (най-често Facebook страница), които използват, за да съобщават своите новини, работа и дейности и да отправят призиви към своите „поддръжници“ и обществеността.

Степента и начинът на използване на тези медии зависи от капацитета на всяка спортна организация. Спортните организации със стопанска цел често разработват и провеждат информационни кампании с голяма ангажираност и на високо ниво. От проведеното изследване стана ясно, че само спортните организации и федерации със стопанска цел имат специфичен раздел на уебсайта си, на който са налични политиките за КСО и свързаната с тях информация,

като по този начин гарантират и прозрачността. Освен това, спортните организации и федерации със стопанска цел редовно планират мащабни информационни дейности/кампании чрез социалните медии, за да достигнат и да ангажират широката общественост и „феновете“ си. С помощта на служители и агенции (външни или вътрешни) тези организации планират процеса по ангажиране на обществеността и начинът на прилагане на стратегиите, за да окажат максимално въздействие.

Професионалните отбори имат значително медийно отразяване, от което те се възползват, за да повишат осведомеността относно техните инициативи и дейности за КСО. Спортните организации с нестопанска цел са ограничени до ad hoc действия с ограничен обхват. Спортните организации с по-малко икономически ресурси не инвестират толкова в големи кампании, въпреки че използват социалните медии, като основно средство за обмен на информация с обществеността. Те подкрепят и местни/национални кампании, които са свързани с информационните инициативи за КСО.

## 6.2 Между организацията и нейните заинтересовани страни

Връзката между спортната организация и нейните заинтересовани страни се осъществява основно чрез директен контакт, чрез които заинтересованите страни се информират за нейните предизвикателства, промени и планове за бъдещето. Освен това, организациите изпращат съобщения и писма до заинтересовани страни и институции, за да представят конкретни въпроси и информация по официален начин.

Комуникацията между организацията и заинтересованите страни се осъществява чрез специфични средства за вътрешна комуникация и отдели, ръководени от служители, които развиват КСО в различни области, като корпоративни комуникации или връзки с обществеността. Спортните организации със стопанска цел комуникират със своите заинтересовани страни и спонсори основно по въпросите на представянето и стойността, генерирана от изпълнените дейности. with

Спортните организации с нестопанска цел не само разполагат с ограничен персонал, който може да ръководи такива стратегии за развитие на КСО, но също така се сблъскват и с трудности при сключването на спонсорски сделки, които могат да осигурят адекватни икономически ресурси и по този начин да подпомогнат изпълнението на процедури, проекти и инициативи за КСО. Всички организации (спортни организации със стопанска и нестопанска цел) поддържат директен контакт и сътрудничество със заинтересованите си страни по време на ключови спортни събития, т.е. мачове, ремонт на стадиона, изработване на комплекти, посрещане на нови играчи и т.н.



## 6.3 Между заинтересованите страни и обществото

Заинтересованите страни съобщават своите действия, сътрудничество и участие в програмите за КСО, за да поддържат диалога си с обществото. Спортът е чудесно средство за разпространение на техните инициативи и да демонстрират, че те са активни членове в общността. Заинтересованите страни използват комбинация от подходи, за да се ангажират с обществото и да популяризират информация. Като се имат предвид техния капацитет и статус, заинтересованите страни са склонни да използват по-традиционни средства, като съобщения, прессъобщения и интервюта, чрез които да предоставят информация за работата си, както за да популяризират своите дейности и инициативи.

През последните години обаче се използват по-иновативни инструменти за ангажиране, като например кампании и видеоклипове в социалните медии.

Повечето заинтересовани страни като дарители, посланици и сътрудници гарантират, че всяка социална промяна, създадена благодарение на тяхната подкрепа, се насърчава усилено. Дарителите работят в тясно сътрудничество с организациите, за да гарантират, че тяхното участие и подкрепа при развитието на КСО на организацията се популяризират широко сред обществеността, независимо дали чрез профили в социалните медии, инфлуенсъри, събития или чрез медийно отразяване.

## 7. Препоръки за спортните организации

Като се вземат предвид основните изводи, които са резултат от проведените теренни и документални изследвания, могат да бъдат подчертани следните препоръки за спортните организации със стопанска и нестопанска цел:

# 1

Трябва да бъдат положени усилия, по отношение на управленските структури на спортните организации, за насърчаване на по-доброто разбиране на концепцията за КСО, темите и вида дейности, които тя включва. Предвид позицията си в обществото, тези спортни организации имат значително положително въздействие, както и предимства, които могат да бъдат инвестирани в подобни действия;

# 2

Трябва да се инвестира в насърчаването на разбирането на ключовите теми, свързани с приоритетите на КСО на спортните организации, като например расизъм и насилие в спорта, дискриминация и корупция, както и концепциите за гражданско участие и ангажираност. Чрез по-добро разбиране на тези проблеми, представителите и служителите на спортните организации ще могат да разширят обхвата на своите дейности за КСО и да предприемат целенасочени и ефективни действия за справяне с тях;



# 3

Персоналът и управлението трябва да бъдат по-разнообразни. Процесите по набиране на персонал трябва да насърчават разнообразието, да прилагат ключовите принципи на политиките за КСО, а стратегиите трябва да бъдат по-прозрачни. Освен това, участието на жените в управителните съвети на спортните клубове трябва да се увеличи;



# 5

Спортните организации със стопанска и нестопанска цел трябва да инвестират в насърчаването на знанията за ключовите области на приоритетите на КСО, като например равенство между половете и антирасизъм в спорта;



# 4

Трябва да има по-голяма прозрачност в практиката на КСО и активно популяризиране сред заинтересованите страни и другите организации, които могат да бъдат подкрепени от отдаден персонал, който може да ръководи корпоративните комуникации;

# 6

Спортните организации със стопанска и нестопанска цел трябва разработят по-добри комуникационни стратегии, чрез които да повишат осведомеността и цялостната видимост на концепциите за КСО в спорта, като по този начин ангажират обществеността, инфлуенсърите, посланиците и високопоставените дарители.

**GO** PROMOTING GOOD  
GOVERNANCE IN SPORT  
THROUGH SOCIAL RESPONSIBILITY

**SPORT**

[www.gosportproject.eu](http://www.gosportproject.eu)



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

European Commission's support for the production of this content does not constitute an endorsement of the contents, which reflect the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.