



УНИВЕРСИТЕТ ЗА НАЦИОНАЛНО И СВЕТОВНО СТОПАНСТВО
ФАКУЛТЕТ „УПРАВЛЕНИЕ И АДМИНИСТРАЦИЯ“
КАТЕДРА „ПУБЛИЧНА АДМИНИСТРАЦИЯ“

бул. „8-ми декември“, Студентски град, 1700, София, <http://departments.unwe.bg/padmin>



ДОКТОРАНТСКИ ЧЕТЕНИЯ 10

ПУБЛИЧНА АДМИНИСТРАЦИЯ В РАЗВИТИЕ: ПРЕЗАРЕЖДАНЕ

ДЕСЕТА ЕСЕННА АКАДЕМИЯ

УНСС, 9 и 10 ноември 2023 г.

Голяма и Малка конферентна зала

ИЗДАТЕЛСКИ КОМПЛЕКС – УНСС
София, 2024

Публикацията е финансирана със съдействието на средства от фонд НИД на УНСС, НФ-10-2023

Редакционна колегия:

доц. д-р Александър Вълков

гл. ас. д-р Виолета Тончева-Златкова

гл. ас. д-р Владимир Вълков

гл. ас. д-р Даниела Кръстева

гл. ас. д-р Златина Шотарова

гл. ас. д-р Калин Боянов

гл. ас. д-р Красимира Вълчева

гл. ас. д-р Ралица Велева

Научен редактор:

доц. д-р Деница Горчилова

Всички права са запазени! Не се разрешават копиране, възпроизвеждане и разпространение на книги или на части от тях по какъвто и да е начин без писменото разрешение на Издателски комплекс – УНСС.

Авторите носят пълна отговорност за оригиналността на произведението, както и за грешки, допуснати по тяхна вина.

© Колектив

© ИЗДАТЕЛСКИ КОМПЛЕКС – УНСС

Изп. директор: Веселин Ангелов, тел.: 02 8195 251

Зам. изп. директор: Стефан Власев, тел.: 02 8195 551

Гл. редактор: Тодорина Недева, тел.: 02 8195 564

УНИВЕРСИТЕТ ЗА НАЦИОНАЛНО И СВЕТОВНО СТОПАНСТВО
1700 София, жк „Студентски град“

СЪДЪРЖАНИЕ

КАКВИ АДМИНИСТРАТИВНИ ПРОЦЕСИ ПРЕДСТОЯТ СЛЕД ПРОМЯНА НА КОНСТИТУЦИЯТА НА РЕПУБЛИКА БЪЛГАРИЯ.....	5
--	---

Васил Жбантов

WHAT ADMINISTRATIVE PROCESSES FOLLOW THE CHANGE OF THE CONSTITUTION OF THE REPUBLIC OF BULGARIA	6
---	---

Vasil Zhbantov

ПРОЦЕС НА ВЗЕМАНЕ НА РЕШЕНИЯ В ПОЛИТИЧЕСКИТЕ ПАРТИИ В БЪЛГАРИЯ	30
---	----

Михаил Ставрев

DECISION-MAKING PROCESS IN POLITICAL PARTIES IN BULGARIA	30
---	----

Mihail Stavrev

СЪЩЕСТВЕНИ ЛИЧНОСТНИ ХАРАКТЕРИСТИКИ ЗА ФОРМИРАНЕ ЛИЧНОСТТА НА ЛИДЕРА В ОБЩИНСКАТА АДМИНИСТРАЦИЯ НА ТЕРИТОРИЯТА НА РЕПУБЛИКА БЪЛГАРИЯ.....	44
--	----

Лорета Трайкова

ESSENTIAL PERSONAL CHARACTERISTICS FOR FORMING THE PERSONALITY OF THE LEADER IN THE MUNICIPAL ADMINISTRATION OF THE TERRITORY OF THE REPUBLIC OF BULGARIA	45
--	----

Loreta Traykova

ПОДГОТВЕНИ ЗА ПАЗАРА НА ТРУДА: ИНОВАТИВНИ СТРАТЕГИИ ЗА ПРОФЕСИОНАЛНА РЕАЛИЗАЦИЯ.....	63
Спасимира Давидова	
PREPARED FOR THE LABOR MARKET: INNOVATIVE STRATEGIES FOR PROFESSIONAL REALIZATION.....	64
Spasimira Davidova	
ВЪЗМОЖНОСТИ ЗА КОРПОРАТИВНА ИНСТИТУЦИОНАЛИЗАЦИЯ НА ДОБРОВОЛЧЕСТВОТО	78
Милена Цаковска	
OPPORTUNITIES FOR CORPORATE INSTITUTIONALIZATION OF VOLUNTEERING	79
Milena Tzakovska	
АКЦЕНТИ В ТЕОРЕТИЧНОТО ОСМИСЛЯНЕ НА ФЕНОМЕНА „ДИГИТАЛНО РАЗСЛОЯВАНЕ“	93
Владислава Димитрова	
HIGHLIGHTS IN THE THEORETICAL UNDERSTANDING OF THE PHENOMENON OF „DIGITAL DIVIDE“	93
Vladislava Dimitrova	
СРАВНИТЕЛЕН АНАЛИЗ НА МЕТОДИТЕ ЗА ИЗСЛЕДВАНЕ НА ИМПУЛСИВНОТО КУПУВАНЕ	124
Десислава Русенова-Величкова	
A COMPARATIVE ANALYSIS OF METHODS FOR RESEARCHING IMPULSIVE BUYING.....	124
Desislava Rusenova-Velichkova	

OPPORTUNITIES FOR CORPORATE INSTITUTIONALIZATION OF VOLUNTEERING

**Milena Zdravkova Tzakovska, PhD student
in the Department of Public Administration**

e-mail: milena_zdravkova@unwe.bg

***Abstract:** Volunteering in modern society has developed more and more in the context of the evaluation of its manifestation. The very concept of volunteering tends to emerge from the bosom of quiet and undisclosed goodness and moves to a level where it seeks widespread popularity, both as specific events and their results, as well as the results as a whole. Thus, the good example is multiplied by giving the opportunity to a wider range of people to receive information about the result of the voluntary activity and its effects.*

This trend is also projected on the ever-deeper inclusion of volunteers as part of the corporate culture. The incorporation of voluntary work into the corporate sphere is an expression of the possibility of its institutionalization. It is expressed in outlining the parameters of volunteering in terms of the attitudes of employees to be included in them, as well as describing the role and meaning that volunteering brings to society, to the organization and its image. At the organizational management level, this is realized by including the topic of volunteering in the components of quality management systems, in particular – in social responsibility. This trend is observed both in the private sector and in public organizations.

***Key words:** volunteering, voluntary activity, social responsibility, quality management standards, quality management in public administration*

***JEL:** M14; L10; H83*

Въведение: Доброволчеството – от тиха благотворителност към споделен пример

Доброволчеството има широк спектър от възможни проявления: работа в благотворителни организации, участие в социални проекти, помощ при бедствия и други. Класически, то се свързва с безвъзмездно осъществяване на определени действия – най-често предоставяне

на лични усилия или безвъзмезден труд, но може да бъде свързано и с предоставяне на собствени ресурси с цел осъществяване на помощ за обществото или определени нуждаещи се лица или групи. Особена характеристика на доброволческата дейност е, че участниците се ангажират с нея изцяло по собствена инициатива, воля и убеждение.

Безвъзмездната активност е насърчавана от обществото и е винаги показател за висок морал и добър социален пример. Историята на доброволческите прояви в последните десетилетия бележи развитие, което премества центъра на тежест относно ценността на доброволчеството – от чисто дарствения акт на доброволеца до фактор за натрупване на „социален кредит“, който дава отражения в различни области.

Към тази промяна се причислява на първо място тенденцията за отразяването на прояви на доброволчество като по-високо ниво на общо представяне на лицето при кандидатстване за работа или за обучение в университет. Макар в България тази оценка да не е още силно застъпена, тенденцията да се официализират доброволчески прояви и те да имат отражение при преценка на кандидатите за заемане на позиция при работодател или място в университет, ясно указва посоката, в която се движи процесът.

Въпреки неколкочатните опити за законово уреждане на доброволческата дейност и към момента в България не е приет закон за доброволчеството, който да направи рамка на дейността и нейния статус в различни сфери на икономическия и обществен живот.¹ Доброволният труд се полага въз основа на спазване на всички закони на страната и придържане към принципи като безвъзмездност на труда, зачитане на правата и благосъстоянието на доброволците и осигуряване на необходимата им подкрепа. В същото време, проявите на доброволческа активност се нуждаят от регламентиране, както за участието в доброволчески прояви, така и относно възможностите за популяризиране на свършената работа и нейните резултати. Така, добрият пример се разпространява и обществената оценка за приемливото и желано социално поведение добива определена яснота. В

¹ За период от десет години от 2012 г. до 2022 г. има изготвени повече от пет проекта на Закон за доброволчеството, без да има приет закон към момента.

тази насока, корпоративните (организационните) структури бележат известна преднина относно създаването на регламент и правят крачка към институционализиране на доброволческите прояви на корпоративно (организационно) ниво.

В настоящото изложение се визират организации и от частния и публичния сектор, доколкото и за двата типа структури са валидни направените изводи, поради което те са обозначени най-общо като корпоративни за частния и като организации – за публичния сектор.

1. Създаване на ценности и организационна идентичност

Корпорациите се базират на професионалната дейност и техният просперитет зависи от способността им за управление на финансите. В този контекст, те следват принципа на възмездното полагане на труд и предоставяне на ресурси и усилия срещу възнаграждение.

Обратно на това, доброволческата идея съдържа именно необходимостта за безвъзмездно предоставяне на труд, усилия или ресурси. Доброволството по характеристика не трябва да е професионална дейност, извършва се в полза на лица, с които доброволецът не е свързан семейно или организационно и не се осъществява срещу възнаграждение.

И въпреки това, тези противостоящи си идеи за предоставяне на труд – за придобиване на средства и безвъзмездно – в полза на индивиди или на обществото, имат поле да си сътрудничат, разполагат със сфера на припокриване на дейността, в която се обогатят взаимно и се допълват, за да постигат целите си съвместно.

Доброволството се развива от проява на личен морал към доказателство за групова (обществена) и корпоративна идентичност относно ценности и култура. То е резултат на вътрешна потребност, но е и показател за интегриране към култура – фирмена, социална, групова и др. Изразява стремеж към неформалното групиране на различни нива, но също така издига и цялата група, общност или организация на по-високо ниво.

Ето защо доброволството се поставя като акцент на фирмената култура и носи висока групова и личностна социална оценка. Цялостното представяне на корпорация, включваща служители, практикуващи доброволческа активност, се приема за по-успешно и резултатно, отговорно към съвременните усилия за поддържане на устойчива

и екологична среда, с грижа за бъдещето. Така корпоративната култура е стимулирана да подкрепя и насърчава независимите доброволчески изяви на своите служители, за да постига по-представителен имидж и по-висок статус в обществото.

От тази гледна точка, следването на доброволчески изяви може да се приеме като морално-етичен акт на доказване на принадлежност на служителя към корпорацията (или определено група в нея), доколкото той е показател за приемане и приобщаване към определени ценности и съответно, към корпоративната култура.

Една от основните функции на корпоративната култура е формирането на общи ценности и идентичност сред служителите. Когато служителите се идентифицират с целите и ценностите на компанията, те се чувстват по-свързани с нея и са по-малко склонни към напускане. Разработването на ясни ценности и културна идентичност в организацията може да допринесе за създаването на по-устойчива работна среда в различни аспекти.

На първо място, така се постига по-добра мотивация и ангажираност на персонала – ясните ценности дават на служителите точна представа за това, което организацията цени и подкрепя. Когато служителите се идентифицират с тези ценности, те са по-мотивирани и по-ангажирани към своята работа. Това е предпоставка за създаване на стабилна и устойчива работна обстановка.

На следващо място, това е и предпоставка за създаване на по-добро сътрудничество и екипна работа. Културната идентичност обединява хората с общи ценности и убеждения. Когато членовете на екипа са част от общност, споделяща подобни ценности, те по-лесно се разбират и по-резултатно си сътрудничат. Това допринася за засилване на екипната работа и създаване на стабилни отношения в организацията. Такава корпоративна среда е по-устойчива, тъй като поощрява иновации и решения, изпробвани от различни гледни точки.

Освен това цялостната и устойчива корпоративна култура служи като основа за създаване на положително работно пространство, което допринася за повишаване на удовлетвореността на служителите. Служителите, които съпреживяват ценностите и са съпричастни с културата на организацията, често са по-удовлетворени от своята работа, което е ключов фактор за устойчивост на работната среда.

Когато организацията се гради на ясни ценности и има силна културна идентичност, тя става по-устойчива пред вътрешни и външни предизвикателства. Ръководството и служителите са по-способни да се справят с промени и кризи, като се придържат към постулираните принципи и така се постига стабилност и устойчивост на дейността на корпорацията.

Ясната и определена корпоративна култура допринася и за устойчиво управление на промяната и разнообразието в работната среда, предвид че разбирането и уважението към различията е предпоставка за формирането на по-открита и приобщаваща култура.

Предвид влиянието на корпоративната култура върху бизнес средата, инвестирането в развитието на ценности и културна идентичност в организацията допринася за по-устойчива, продуктивна и хармонична работна обстановка.

2. Доброволчеството като фактор в корпоративното управление

Включването на доброволчеството в съдържанието на корпоративната култура има ключово значение за нейното утвърждаване, защото предполага предварителна личностна съпричастност към доброволческата дейност, което засилва нивото на приобщаване към корпоративно утвърдената ценност, поради включване на независим избор на служителите и чрез това – създаване или засилване на неформалното сътрудничество.

Неформалните структури имат широко влияние върху корпоративната култура и на практика участват в корпоративното управление на комуникационно ниво¹. Това е валидно със същата сила и относно публичните организации. Ето защо, има сериозен интерес от регламентиране, от институционализиране на неформалните организационни единици и в корпоративните и в публични структури.

На тази плоскост се отчита потенциалът на доброволчеството при фокусиране на неформалните групи и възможността чрез него да се канализират и насочат проявите на неформалните групирания за създаването на устойчива корпоративна среда в няколко аспекта.

¹ Ставрев, Св., Ал. Вълков. Основа на управлението на публичния сектор. С., Парадигма, 2008.

На първо място, това е пряката обвързаност на доброволческата дейност с развитието на социална отговорност, поради неговата роля за изграждането на социално отговорно развитие и култура в корпоративната среда – изразяването на грижа за общността и околната среда от членове на екипа влияе положително върху корпоративния облик и репутация.

На следващо място доброволческата дейност често се ангажира с местната общност и природната среда, което допринася за позитивните взаимоотношения между бизнеса и общността, който аспект е основен елемент за устойчивост на бизнеса. Този аспект има своето продължение и в подпомагане на устойчивостта на обществото, предвид че доброволчеството често е свързано с активност в области като социални програми, опазване на околната среда и други инициативи, подпомагащи устойчивото развитие. Участието на служители в такива дейности може да окаже положително влияние за повишаване на обществената устойчивост, което в крайна сметка има своето положително въздействие върху бизнеса.

В същото време ангажиментът в доброволчески инициативи може да създаде положителна представа за корпорациите и бизнеса в очите на клиенти и партньори. Този вид дългосрочни сътрудничества, основани на лични отношения също влияят върху стабилността на бизнес средата.

Друг позитивен аспект от доброволческите прояви е свързан с възможността за по-добро опознаване на обектите на доброволческата активност и от там, по-добро познаване на потребностите на обществото. Това познание може да се включи ефективно в дейността на бизнеса и публичните организации и така да допринесе за решаването на обществени проблеми и подобряване на качеството на живот.

Не на последно място, ефектите от доброволчеството оказват влияние и на самата организация във вече коментираните аспекти, обърнати навътре към нея. Организирането на доброволчески инициативи в рамките на организацията подпомага за създаването и поддържането на по-силни екипни връзки между служителите, дори извън пределите на неформалните групи. Това подкрепя общо ефективното функциониране, посредством изградените връзки на базата на споделени ценности и интереси.

Сочените аспекти определят чувствителното влияние на доброволчеството върху корпоративната и организационна култура, което го прави обект на стремежи за трайно приобщаване към корпоративните и организационни ценности. Това се осъществява чрез своеобразното му институционализиране с включването му като елемент от системите за управление на качеството (в частност социалната отговорност).

3. Институционализация на доброволчеството чрез системите за управление на качеството в корпоративните структури

Институционализацията на доброволчеството чрез системите за управление на качеството е по-традиционна за корпоративните структури. Те изграждат своя културна среда, базирана на техните мисия, визия и цели, които са отразени в съответните политики. Съпричастността на служителите към тези основни компоненти се определя като основен фактор за дългосрочното обвързване с определена организация.

В същото време цялостната организационна среда е повлияна от прилаганата система за управление на качеството като ефективен инструмент за ръководство. Системите за управление на качеството имат съществено място и върху имиджа на внедрилите ги организации за установяване на прозрачност, предоставяне на възможност за описание и структуриране на работните процедури, и от там – за доказване на повтаряемост и предвидимост на резултата. Но системите за управление на качеството постигат много повече, защото формират цялостна култура в организацията и създават цикличност на работата. Така се създава и възможност за устойчивост при управление на съответните процеси. Системите за управление на качеството имат принос в изграждането на фундамента на работната среда и оттам на корпоративната култура.

Ето защо изключително показателно за мястото на социалната отговорност в системата на управление на организацията е наличието от 2010 г. на ISO стандарт посветен на социалната отговорност – ISO

26000¹. Идеята за корпоративна социална отговорност в последните десетилетия е водеща в развитието на разбирането, че това е основен индикатор за успех. Корпоративната социална отговорност се дефинира като „концепция, при която компаниите интегрират на доброволна основа дейността си по опазване на околната среда и социалните си инициативи в своите бизнес стратегии и във взаимодействие с всички заинтересовани лица“². Социалната отговорност намира подкрепа и от публичните органи и международните организации и се поощрява за прилагане в организации от всякакъв порядък и размер. ISO 26000 предоставя насоки в областта на социалната отговорност и може да се използва и като част от политика за общественополезни дейности.

Стандартът е разработен с участието на експерти от над 90 страни и 40 международни или регионални организации. В него са разглеждани принципите на социалната отговорност и на тази база се дават указания за нейното прилагане на практика в организациите. ISO 26000 рамкира цялостната картина на социалната отговорност в организацията като описва понятия, термини и определения, свързани със социалната отговорност; историята, тенденциите и характеристиките на социална отговорност; принципи и практики, свързани със социалната отговорност; основните теми и проблеми на социалната отговорност; интегриране, внедряване и насърчаване на социално отговорно поведение в цялата организация; идентифициране и ангажиране със заинтересованите страни; ангажимент за комуникиране, изпълнение и друга информация, свързани със социалната отговорност. Именно в него се включва и оценка на доброволчеството като част от корпоративната култура и отражението му при управлението на качеството в организацията.

Акцентът в стандарта е поставен на седем основни теми, свързани със социалната отговорност: управление на организацията; човешки

¹ ISO 26000:2010 Guidance on social responsibility (ISO 26000:2010), <https://www.iso.org/standard/42546.html>, (актуален БДС EN ISO 26000:2021) Указания за социална отговорност, <https://bds-bg.org/bg/project/show/bds:proj:113965>

² Съобщение на Европейската комисия (ЕК) от март 2006 г. „Прилагане на партньорство за растеж и работни места: да направим Европа пример за подражание за прилагане на КСО“.

права; трудови практики и взаимоотношения; околна среда; лоялни практики на организацията; въпроси, свързани с потребителите; приобщаване на общността и нейното развитие.

Значението на разработването на самостоятелен стандарт, посветен на социалната отговорност е преди всичко във възможността да се изведе добрата практика като неразделна част от структурата и функционирането на корпорациите, имащи претенции за ниво. Така се отдава дължимото на високата стойност на доброволческата дейност в организационната среда, да се популяризира добрият пример и да се изведе от булото на тихата добродетелност, като се афишира и се популяризира. Да се обединят усилията, като се даде подкрепа на такива прояви на институционално ниво – да се покаже на членовете на корпорацията, че организацията одобрява и стои зад членовете относно тези прояви и би ги подкрепила в ресурсен и организационно-оперативен план.

4. Институционализация на доброволчеството чрез система за управление на качеството в публичната организация

Стандартите за управление на качеството са приложими и към публичните организации и съответно, за тях важат същите наблюдения относно приложението и значението на инкорпориранието на доброволческата дейност в системата за управление на качеството, както за корпоративните структури. Инструмент за управление на качеството, но в полето на публичната администрация е САФ – Общата рамка за оценка (Common Assessment Framework, CAF). Като цялостен инструмент за управление на качеството в администрацията, той обхваща основните сфери и области на публичния сектор и е приложим към публичните организации на всички нива – европейско, федерално, национално, регионално и местно¹.

CAF е разработен по инициатива на Европейската мрежа на публичната администрация (EUPAN) и е базиран на оценката на организацията на девет елемента, наречени критерии. Първите пет критерия

¹ От създаването през 2000 г. на модела CAF, той е внедрен в повече от 4000 публични организации в близо 60 държави, като в България публичните администрации въвели модела е почти 100.

обхващат „благоприятстващите фактори“ и се отнасят до оценка на ключовите управленски насоки и практики на организацията за постигане на заложените цели. Критерии от шести до девети са наречени „резултати“ и са свързани с оценка на постигнатите от организацията резултати по отношение на гражданите, потребителите/партньорите, обществото, служителите, ключовото изпълнение и социалната отговорност. Оценката на тези критерии позволява на организацията да картотекира настоящото си положение и да отчете постигнатите резултати и възможните зони за подобрене. Именно тук се отразява инкорпорирането на доброволчеството и в системите за управление на качеството и в публичната администрация – като се определя като неразделна част от стратегията на организацията. Социалната отговорност се оценява като част от основните резултати от организациите, показател за отговорно поведение, с което тя допринася за устойчивото си развитие в своите икономически, социални и екологични аспекти, свързани с местната, регионалната, националната и международната общност. Съдържанието на проявената социална отговорност е доста широко и включва подхода и приноса на организацията за качеството на живот, опазването на околната среда и глобалните ресурси, равните възможности за заетост, етично поведение, обществена ангажираност и принос за местното развитие. Определението на ролята и мястото на социалното отговорност е дефинирана в Наръчника относно модела CAF като „Основната характеристика на социалната отговорност се изразява във волята на организацията, от една страна, да интегрира социални и екологични аспекти в процесите си на обсъждане и вземане на решения ... и от друга страна, да бъде в състояние да отговаря за въздействието от своите решения и дейности върху обществото и околната среда.“¹ В този контекст, достиженията на една организация по отношение удовлетворяване на нуждите на общността, в която реализира дейността си и въздействието, което

¹ Наръчника за CAF 2020 – Европейски модел за подобряване на публичните организации чрез самооценка, публикуван на страницата на ИПА, https://www.ipa.government.bg/sites/default/files/caf_2020_bg.pdf CAF ресурсен център.

оказва върху околната среда, са се превърнали в съществен компонент за оценката на цялостното ѝ представяне.

Заключение

В заключение може да се направи извод за постоянно усилващото се значение на доброволчеството, проявено от служителите, както в дейността и резултатите на корпоративните, така и при оценка на постигнатото от публичните организации. Тази тенденция е свързана с възможните решения за институционализиране на доброволческата дейност за признаване на нейната значимост и осигуряване на устойчивост.

Тъй като доброволчеството е показател за принадлежност и идентичност към определена, обществено одобрявана ценност, то се промотира от всички сфери на обществото като показател за достигнато високо ниво на поведение, което издига не само доброволеца, но и цялата организация на общественозначимо ниво. Доброволческите прояви могат да са подкрепени от институционалната среда, но не винаги и не по дефиниция са инициирани, организирани и ръководени от организацията. Въпреки това, фактът на осъществяването на доброволческа дейност от членове на екипа, извежда цялостното представяне на организацията на по-отговорно към обществото ниво. Това насочва организациите към все по-засилваща се тенденция за своеобразно институционализиране на доброволчеството, като приемлива и желана проява на активност сред служителите. Успешно поле за реализация на такова рамкиране на проявите на доброволчество и неговата оценка са включването им в системите за управление на качество в организациите. Тази тенденция се развива успешно сред корпоративните организации, където се е развило до съставянето на стандарт за управление на качеството, специално посветен на социалната отговорност, както и във включването на социалната отговорност като съществен елемент от цялостна оценка на представянето на публичните организации, чрез включване при оценяването ѝ в системата за управление на качеството CAF.

Тази тенденция към институционализиране запълва липсващите законодателни регламентации на доброволческата дейност, но също така показва посоката на развитие на доброволчеството като съществена и имплицитна на всеки тип структури дейност – необходима,

желана и с висока обществена оценка. Тя се превръща в необходима част от сферите, към които всеки активен член на обществото е приканен да е съпричастен или най-малкото – да обмисли.

Организационната обличовка на доброволчеството съставлява своеобразното ѝ институционализиране. Тя дава насоки за развитие на доброволната работа от служителите и нейното насърчаване, подпомагане и подкрепа относно реализирането на тази дейност и насърчава следването на добрия пример. Действието ѝ обаче не трябва да заглушава доброволния характер на дейността и да се отнася с особено внимание и чувствителност към запазване доброволния характер на тази дейност и включването в нея по собствен, доброволен и независим избор.

Използвана литература:

1. Боянов, К. Международни стандарти като инструмент за повишаване на качеството, Инструменти за повишаване на качеството на публичните услуги. С., ИК – УНСС, 2014, ISBN 978-954-644-599-5.

2. БДС EN ISO 26000:2021 Указания за социална отговорност, БСД Български институт за стандартизация, достъпно в интернет <https://bds-bg.org/bg/project/show/bds:proj:113965>

3. Велева, Р. Статистически методи за повишаване на качеството, приложими в публичния сектор.

4. Вълков, В. Модел „Обща рамка за оценка“, Инструменти за повишаване на качеството на публичните услуги. С., ИК – УНСС, 2014, ISBN 978-954-644-599-5.

5. Горчилова, Д. Институции на гражданското общество. С., ИК – УНСС, 2017, ISBN 978-954-644-924-5.

6. Горчилова, Д. Нестопански организации в здравеопазването. София, ИК – УНСС, 2013, ISBN 978-954-644-512-4.

7. Горчилова, Д. Нестопански сектор Социални и институционални характеристики. С., Стопанство, 2010, ISBN 978-954-644-122-6.

8. Горчилова, Д. Гражданското участие и качеството на публичните услуги, Инструменти за повишаване на качеството на публичните услуги. С., ИК – УНСС, 2014, ISBN 978-954-644-599-5.

9. Делчева, Е. Теоретични въпроси за качеството на публичните услуги, Инструменти за повишаване на качеството на публичните услуги. С., ИК – УНСС, 2014, ISBN 978-954-644-599-5.

10. Даскалова, Т. Развитие и приложение на системи и инструменти за повишаване на качеството в местната администрация.

11. Дюверже, М. Социология на политиката. С., Кама, 1999, ISBN-954-90112-9-1.

12. Наръчник CAF 2020 – Европейски модел за подобряване на публичните организации чрез самооценка, публикуван на страницата на ИПА, достъпно в интернет https://www.ipa.government.bg/sites/default/files/caf_2020_bg.pdf

13. Перков, В. Стратегически аспекти на корпоративната социална отговорност на търговския бизнес, Научни трудове на УНСС (1) 2023, ИК – УНСС ISSN (online): 2534-8957; ISSN (print): 0861-9344 достъпно в интернет <http://unwe-research-papers.org/> DOI: <https://doi.org/10.37075/RP.2023.1.08>

14. Ставрев, Св., Ал. Вълков. Основа на управлението на публичния сектор. С., Парадигма, 2008, ISBN 978-954-326-077-5.

15. Стефанова, М. Пътят на корпоративната социална отговорност. От Глобалния договор на ООН към ISO 26000, БДС Компас, бр. 4 (2011).

16. Съобщение на Европейската комисия (ЕК) от март 2006 г. „Прилагане на партньорство за растеж и работни места: да направим Европа пример за подражание за прилагане на КСО“.

17. Цонков, Н. Граждански харти, Инструменти за повишаване на качеството на публичните услуги, ИК УНСС, С., 2014, ISBN 978-954-644-599-

18. Guidance on social responsibility (ISO 26000:2010), достъпно в интернет <https://www.iso.org/standard/42546.html>

19. Ávila, Lucas Veiga, Celina Hoffmann, Angela Cristina Corrêa, Lúcia Rejane da Rosa Gama Madruga, Vitor Francisco Schuch Júnior, Afonso Farias de Sousa Júnior, and Roselaine Ruviano Zanini Social Responsibility Initiatives Using ISO 26000: An Analysis from Brazil, Environmental Quality Management/DOI 10.1002/tqem / Winter (2013), Wiley Periodicals, Inc., Published online in Wiley Online Library (wileyonlinelibrary.com), DOI: 10.1002/tqem.2136

20. Ho Lee, S. (2021). Effects of Retailers' Corporate Social Responsibility on Retailer Equity and Consumer Usage Intention, Sustainability 2021, Том 13.

21. Roberts, James M., How Corporate Social Responsibility (ISO 26000) Mandates Undermine Free Markets, Backgrounder No. 2409 (2010), достъпно в интернет https://thf_media.s3.amazonaws.com/2010/pdf/bg_2409.pdf

22. Stefanova, M., (2013) ISO 26000:2010 – Guidance for process management of corporate social responsibility, достъпно в интернет https://www.researchgate.net/profile/Marina-Stefanova-2/publication/289308271_ISO_260002010_-_Guidance_for_process_management_of_corporate_social_responsibility/links/568b6f8408ae1975839de813/iso-260002010-guidance-for-process-management-of-corporate-social-responsibility.pdf

23. Visser, Wayne, The Age of Responsibility. CSR 2.0. and the New DNA of Business, A John Wiley & Sons Ltd.(2011), достъпно в интернет https://www.researchgate.net/publication/228188599_The_Age_of_Responsibility_CSR_20_and_the_New_DNA_of_Business

Тази статия е част от дейностите по проект „Доброволчеството като подход за изграждане на устойчиви университетски общности“, финансиран от фонд „Научни изследвания“ по договор № КП-06-Н65/3 от 12.12.2022.

Рецензент: гл.ас. д-р Виолета Тончева-Златкова