

ИНДИКАТОРИ ЗА КОРПОРАТИВНА СОЦИАЛНА ОТГОВОРНОСТ В КОНТЕКСТА НА ИЗИСКВАНИЯТА НА КАПИТАЛОВИЯ ПАЗАР

доц. д-р Радостина Т. Бакърджиева
Assoc. Prof. Radostina T. Bakardjieva, PhD

***Abstract:** The article aims to investigate the theoretical background of corporate social responsibility conception /CSR/. CSR is defined as a concept whereby companies integrate social and environmental activities in their business operation. In the focus is social reporting, and international standards as social indicators, too. International CSR standards are „high” form of monitoring and management of CSR and „soft” form of regulation. In the article are presented the results of empirical investigation of corporate social responsibility in 130 bulgarian public companies.*

Keywords: corporate social responsibility, social reporting

ГЛАВА. I. ТЕОРЕТИЧЕСКИ ПОДХОД ПРИ ИЗСЛЕДВАНЕ НА КОРПОРАТИВНАТА СОЦИАЛНА ОТГОВОРНОСТ

Концепцията за социалната отговорност на бизнеса е изключително актуална през последните години. В дискусиите, посветени на нея, активно участие вземат както представителите на академичната общност, така и на бизнеса, държавните институции, международните и неправителствените организации. Оповестяването на социално отговорни инициативи се превръща в задължителен компонент на фирмените сайтове на големите компании. Държавни и неправителствени институции периодично оповестяват добри практики на корпоративна социална отговорности и връчват годишни призове на отличилите се със своята активност фирми. Доброволните норми и стандарти, които са фундамент на КСО са:

- Ръководните принципи на ОЕСД за многонационалните компании
- 10-те принципа на Глобалния договор на ООН
- Стандарт по социална отговорност ISO 26 000
- Тристранна декларация на принципите на Международната организация на труда /МОТ/ относно многонационалните корпорации и социалната политика
- Ръководните принципи на ООН по въпросите на бизнеса и правата на човека
- Глобалната инициатива по отчетност /GRI /
- Всеобщата декларация по правата на човека
- Декларацията на МОТ за основополагащите принципи и права в сферата на труда

Значими по влияние международни институции, като например Европейската организация по делова етика, Етическа корпорация, Институт по делова етика, Международни центрове по КСО към водещи европейски университети, оповестяват за своя основна мисия въвеждането на етически норми и принципи на социално поведение в практиката на деловите си отношения. Тази тенденция се проявява и в бизнес-средата. Много компании в България публично оповестяват своите благотворителни инициативи, публикуват подробни социални отчети, участват в спонсориране на социално и екологично значими проекти.

Основните причини за значението на КСО могат да бъдат обобщени в няколко пункта:

- Засилено въздействие на тенденциите на глобализация като основен фактор, предопределящ икономическите и социални насоки на развитие на световното стопанство. Разширяването на глобалните пазари на капитала и инвестициите, развитието на международната кооперация на труда, прилагането на нови информационни технологии разкрива нови възможности в аспекта – нови продукти, нови пазари и контракти. Високата степен на глобализация поставя под съмнение способността на съществуващите международни и национални институции да регулират ефективно тази дейност. По тази причина възниква потребност от разработване на такъв формат на отчетност, който да разкрива достоверно последиците от дейността на компаниите без значение на времето, мястото и формата на осъществяване на стопанската дейност. Глобалната икономика извън държавните граници предполага независими от тези граници норми и правила, които бизнесът да съблюдава, особено в социален и екологичен контекст. Международното регулиране на климатичните промени, въглеродните емисии, използването на водните ресурси са инициативи, които позволяват адаптиране на компаниите към сложните проблеми на съвременния свят.

- Силен обществен натиск върху корпорациите за прилагане на високи стандарти за добро управление. Обществото изпълнява ролята на коректив на дейността на корпорациите, осъществявайки мониторинг на тяхното въздействие върху икономиката, решаването на социални и екологични проблеми. В резултат от това се създава „нов социален договор“, при който обществото дава „морален лиценз“ на компаниите да оперират в динамична среда, като си поставят както икономически и социални цели и поемат ангажменти за опазване на околната среда. Залага се идеята за „споделената ценност“ с аргумент, че всяка компания, създаваща стойност чрез производство на стоки и услуги, трябва да носи печалба не само на нейните собственици, но и да допринесе за повишаване на ценността на другите субекти на обществото като цяло. [1] КСО създава благоприятни предпоставки бизнесът в колаборация със широк кръг от заинтересовани страни да гарантира устойчив растеж и справедливо разпределение на ресурсите.

- Нараства значението на развиващите се пазари в глобалните икономически процеси, които могат да бъдат условно разделени на две групи. (UNCTAD) В първата група се включват страни с пазарна икономика, които изостават от развитите пазарни икономики / Португалия, Гърция, Турция, Бразилия, Мексико, Аржентина, Чили, Индия/, а във втората – страните от Източна Европа, Русия и страните от Общността на независимите държави / ОНД /.

- Необходимост от система на мениджмънт, която обхваща цялата верига на доставките с идеята отчетността, която е била ангажимент приоритетно на ТНК да се трансформира в мащабно застъпена практика, която обхваща компаниите в световен мащаб.

- Интернет и новите технологии разпространяват обратната информация бързо и динамично. Потребителите имат достъп до голям обхват информация за организациите. Така клиентите и доставчиците са в тясна връзка с фирмите и са в правото си да формулират ясно своите претенции, критики и аргументи.

- Директната обвързаност между КСО и устойчивото развитие. Устойчив бизнес е възможен единствено при висока социална отговорност и качествена социална отчетност на компаниите. Такъв вид социална отговорност е философия на поведение, което предполага устойчиво развитие и съхранение на ресурсите за бъдещите поколения.

- В условията на финансова и икономическа криза, определена от Световния икономически форум като един от рисковете с най-големи последствия, дискусиата за социалната отговорност не затихва, а се засилва. В публикацията Global Risks системната финансова криза и хроничният финансов дисбаланс са дефинирани като най-големите рискове през следващите 10 години.[2]

В Давос, 2013 към световните бизнес-лидери бе отправен призив за залагане на социални цели в мисията и бизнес-стратегииите на компаниите. В контекста на ключовата тема на форума „Устойчив динамизъм” и девиза „Предприемачеството в интерес на световното съобщество” се подчерта, че „В настоящия момент компаниите имат власт и пари, колкото никога преди това. Със своите действия или бездействия обаче, те могат да унищожат планетата. Ако тяхното влияние е голямо, то и тяхната социална отговорност трябва да е голяма.” [3] При това всяка компания, която концентрира вниманието си само върху собствения си капитал, в крайна сметка се самоунищожава.

- Чрез КСО се търсят алтернативи за преодоляване на кризисните явления както в САЩ, така и в Европа. В условия на криза бизнесът отделя особено внимание на взаимодействието между КСО и репутационният риск. В кризисна ситуация репутацията първа е подложена на риск. КСО е своеобразна „застраховка” от възникването на репутационни рискове. Информирането на заинтересованите страни и обществеността относно социалната и екологична политика на компаниите редуцира провокациите от възникване на кризисни ситуации и конфликти. Така КСО се превръща в основен механизъм за формиране на добра репутация и повишаване на доверието на инвеститорите, което оказва пряко въздействие върху финансовото състояние на компаниите. Заинтересованите страни играят двойствена роля в този процес, тъй като формират в силна степен репутацията на компанията, а същевременно оказват натиск за засилване на склонността на компаниите към социално отговорни инициативи. В този контекст КСО е ядро на фирмената репутация, като пълноценен нематериален фирмен актив, резултат от социални и екологични инициативи на компаниите.

- КСО се утвърждава като силно конкурентно преимущество. В European Competitiveness Report /2008/ конкурентните предимства са систематизирани на микро и макроравнище. [4]

КСО и конкурентоспособност

КСО на микро равнище	КСО на макро равнище
КСО като дългосрочна инвестиция	Концепция за националната конкурентоспособност
Персонал	КСО – конкурентоспособност на секторно равнище
Клиенти	
Иновации	
Меджмънт на риска и репутацията	
Финансовите пазари	

/ Таблица е адаптирана по European Competitiveness Report, 2008, с. 106-110/

- През последните години инвеститорите отделят все по-голямо внимание на КСО като критерий за избор на компания с цел инвестиции. В този смисъл вложените в КСО инвестиции трябва да се оценяват като инвестиции в конкурентни нематериални активи и важно бизнес-предимство.

CEO Responsible Ireland Survey, проведено „Business in Society” (2012) потвърждава хипотезата за директна връзка между динамичната отговорна делова практика и повишаването на деловата репутация не само на ирландските компании, но и на страната. Един от всеки двама ръководители счита, че КСО води до конкурентни предимства и влияе положително върху печалбата на компаниите. [5] В изследването е дефиниран извода, че мотивираните социално-отговорни ирландски компании успешно възвръщат своите инвестиции в средносрочна перспектива.

Аналогични са резултатите в изследването на Bosting Consulting Group, Sustainability and Innovation (2012) които разкриват, че 37% от респондентите предоставят информация за повишаване на печалбата в резултат от положени усилия по прилагане на отговорни инициативи спрямо 23 % през 2011 г. [6] Такива компании са идентифицирани като CSR – Driven Innovators и функционират на бързо развиващи се пазари. Изследването показва комплексен подход при избора на корпоративни социални инициативи в диферсифициран аспект – верига на доставки, социално отговорен маркетинг и др.

Презентираното през 2013 г. изследване на KPMG Survey of Corporate Responsibility Reporting (2013), анализиращо 4100 компании от 15 сектора на икономиката в над 40 страни, в това число 250 от 500-те най-големи световни корпорации от списъка на Global 500, разкрива че 75 % от респондентите признават за съществуването на определени рискове за бизнеса, свързани с екологични и социални проблеми, като недостиг на ресурси и климатични промени. Същевременно, само 5% от компаниите публикуват данни за потенциалното въздействие на екологичните и социални рискове върху финансовите показатели. [7]

Възможности за достигане на максимален финансов ефект от инвестиции в КСО са обект на обсъждане и на Световния икономически форум. Разработена е методология за подбор на подходящи социални инициативи, които да могат да донесат максимален финансов ефект на компаниите. Дефинирани са три последователни етапа на КСО – възприемане /adoption/, прилагане /implementation/ и напредък /advancement/.

Първият етап се отличава с дефиниране на КСО елементи в стратегията на компаниите, вторият – си поставя по-високи цели, а третият етап се отличава с дълбока интеграция на КСО в корпоративната политика на компаниите, етични кодекси и управление на риска. На всеки един от етапите създадената ценност има отличителни характеристики – от идентифициране на нови бизнес-възможности и изграждане на бранд-репутация на първия етап до комплексно промотиране на „споделяната ценност”, прилагане на международни стандарти на корпоративно управление и разкриване на информация на третия етап.[8]

КСО като фактор на конкурентоспособност на макро-равнище е издигната в ранг на държавна политика в Дания и Норвегия. През 2008 г. В Дания е разработена Стратегия за КСО с цел повишаване на международната и репутация, като страна със социалноотговорен икономически растеж за постигане на високи резултати от провежданите компетентни трудови, инвестиционни и пазарни политики в процеса на глобалната конкуренция. Датското законодателство предвижда повече от 1 100 големи компании, чиито собственици са държавата и институционалните инвеститори официално да отчетат провежданата от тях КСО. Съгласно закона компании, които отказват нефинансова отчетност са задължени да обнародват този факт и да обяснят причината за решението си.

- Членството на България в ЕС налага нови етични норми и морални правила, които са препоръчителни за бизнеса като фундамент на отношения между икономически субекти, основани на взаимно доверие, материализирани в етични кодекси и харти. В по-широк контекст, нараства значението на прозрачността на нефинансовата информация и въвеждането на високи социални стандарти.

- Като активност не само в интерес на фирмите, но и на обществото, КСО е важен механизъм за постигане на устойчив растеж и заетост, като основни цели в Стратегията Европа 2020 (European Commission). Очакванията са бизнесът да подпомогне държавата при смекчаване на социалните последици от икономическата криза. В обновения вариант на Стратегията за КСО се залага на нейното значение като „катализатор за осигуряване на дългосрочна заетост и повишаване на потребителското доверие”.

- КСО е ядро и на стартиралата съгласувана активност на 70 международни компании и 27 бизнес-асоциации европейска инициатива Предприятие 2020 с цел постигане на устойчива конкурентоспособност чрез иновации и съвместни фирмени инициативи с цел изграждане на „интелигентно, устойчиво и приобщаващо общество”.

- Нефинансовата отчетност на компаниите е предпоставка за устойчиво развитие и съхранение на ресурсите за бъдещите поколения. Европейската комисия отчита динамиката на КСО на компаниите в страните-членки – на общността.

КСО в европейските компании

	2006	2009
Европейски компании, присъединили се към Глобалния договор на ООН	600	1900
Компании, регистрирани по EMAS	3300	4600
Брой компании, съблюдаващи трудовото законодателство	79	140
Брой компании, съблюдаващи спазването на законодателството в областта на трудовите взаимоотношения /Business Social Compliance Initiative/	69 (2007)	700
Брой европейски компании, отчитащи се по GRI /Глобалната инициатива за отчетност /	270	850
Брой компании, участващи в Европейския алианс по КСО		Повече от 180 компании

(European Commission)

Въпреки напредъка в областта на КСО Европейската комисия очертава и много недостатъци. Значителен брой европейски компании не отчитат интегриране на социални и екологични аспекти във фирмените си стратегии. Значим е броят на компаниите с обвинения в неспазване правата на човека, трудовите норми и стандарти. Само 15 от общо 27 страни-членки на ЕС имат разработена Национална политика за КСО.

Българската Стратегия за КСО и планът за нейното изпълнение са разработени и периодично се обновяват от Министерство на труда и социалната политика.

Новата европейска Стратегия за КСО допълва формулировката на Европейската комисия и дефинира КСО като „интегриране от страна на предприятията на доброволна основа на социални и екологични аспекти в икономическите им операции и във взаимодействието им със съответните заинтересовани страни”. (European Commission)

В обновената дефиниция акцентът е поставен върху „отговорността на предприятията за въздействието, което оказват на обществото, а като приоритетни фирмени КСО инициативи са идентифицирани социалните аспекти, екологичните проблеми, етиката, правата на човека и потребителите.

Европейската стратегия предлага конкретни препоръки за усъвършенстване на националните и фирмени политики на КСО в следните насоки:

- Прилагане на балансиран подход към стейкхолдерите, който изисква зачитане на интересите на всички заинтересовани страни, включително и тези, които не са в преки взаимодействия с фирмата.
- Засилване на мотивацията за социално отговорно поведение.
- Акцентиране върху правата на човека.
- Прозрачност на фирмената финансова и нефинансова отчетност.

КСО допринася за преодоляване на различията във фирмената култура в сравнение със страните от ЕС и социалното сближаване. Тези различия са най-явни при съблюдаване на правата на заинтересованите страни, при изпълнението на задължения към фирмени контрагенти – външни или вътрешни, при готовността за непрекъснато обучение и повишаване на квалификацията в продължение на целия жизнен път.

В изследване на неправителствената международна организация за борба с корупцията Transparency International, в което са ранжирани 105 големи публични компании в света със съвкупна стойност над 11 трилн. USD и дъщерни дружества в над 200 страни, според тяхната прозрачност, се посочва, че „прозрачността на корпоративната нефинансова отчетност прераства в най-силния критерий за оценка на големите световни компании”. [9] Най-висока оценка /8,3/ по 10-бална скала на отчитане е дадена на норвежката нефтена компания Statoil, поради огромното количество информация, предоставена относно антикорупционните си програми, състояние на дъщерни предприятия, данъци, печалби и социално отговорни инициативи на територията на 37 страни.

Лична инициатива и морален дълг на висококвалифицираното ново поколение мениджъри е да допринесе за установяване на адекватно равнище на социално доверие и справедливост в обществото чрез разнообразни социално отговорни инициативи.

II. Корпоративната социална отговорност на компаниите в България – индикатори и стандарти

Систематизацията на стандартите за КСО подпомага тяхното по-лесно възприемане и прилагане от мениджърите на компаниите.

Таблица за международните КСО – стандарти и показатели

	ISO 9001	ISO 14001	OHSAS 18001	SA 8000	ISO 26 000
Област на мениджмънт	Качество	Околна среда	Безопасни условия на труд и здраве	Социална среда	Комплексна КСО
Цел	Удовлетворяване на претенциите на потребителите	Мерки по опазване на околната среда	Подобряване на условията на труд и безопасност	Мотивиране на дейността в социалната сфера	КСО във всички институции и фирми
Заинтересовани страни	Потребители	Регулатори, институции, фирми	Персонал Инспекция по труда, МТСП	Персонал, Надзорен съвет, институции	Фирми доставчици, клиенти, дистрибутори
Фокус	Качество на стоки и услуги	Екологически индикатори	Предотвратяване на травматизъм на работното място	Възникване на социални конфликти	Създаване на благоприятна среда за КСО инициативи
Изисквания	Удовлетворяване на изискванията на потребителите и регулиращите органи	Екологична оценка	Идентификация на рисковете за професионалната безопасност и здравето	Съблюдаване на трудовото законодателство и изискванията на колективните трудови договори	Оценка на бизнес-средата и прилагане на разнообразни КСО-инициативи
Основни задачи	Контрол върху качеството на продукти и услуги	Контрол върху екологичните последици от фирмената дейност	Анализ на риска на работното място, фирмено обучение за всяка позиция	Система от социални програми	Система от комплексни социално отговорни инициативи
Резултати от лош мениджмънт	Неудовлетвореност на потребителите и бойкот към продуктите и услугите	Негативно въздействие върху околната среда	Увреждане на здравето на работниците, травми, смъртни случаи на работното място	Ниско ниво на социална защита	Закритост на компанията, липса на нефинансова информация
Основни рискове	Редуциране на пазара, финансови загуби	Съдебни дела, лоша репутация, непопулярност в местната общност	Съдебни дела, изтичане на квалифицирана работна сила, финансови загуби	Финансова загуба, текучество на кадри	Невъзможност за достъп до европейско финансиране, финансови загуби
Конкурентни преимущества	Повишаване на ценността на продуктите и услугите за потребителите	Икономия на енергоресурси, добър имидж в местната общност	Редуциране на производствените травми, Служба за трудова медицина, договори с медицински центрове за периодични прегледи	Редуциране на текучеството, Задържане на високо квалифицирани специалисти, мотивация за повишаване на производителността на труда	Достъп до европейски пазари и финансиране по оперативните програми

При изследване на прилагането на международни стандарти за КСО в българските дружества е използвана класификацията на World Investment Report (2012). Международните стандарти са систематизирани в три основни групи – проактивни механизми, които предполагат одит и контрол, отчетни /докладни/ механизми и неформални, напълно доброволни механизми на КСО.

Компаниите, ангажирани с КСО са систематизирани също в три основни групи: Международни организации, Неправителствени организации и заинтересовани страни и съдружения от компании и индустриални организации.

ИНСТИТУЦИИ	ПРОАКТИВНИ МЕХАНИЗМИ, ОДИТ, ИНСПЕКЦИЯ	ОТЧЕТНИ МЕХАНИЗМИ /ДОКЛАД/	НЕФОРМАЛНИ МЕХАНИЗМИ
МЕЖДУНАРОДНИ ОРГАНИЗАЦИИ	-	ОЕСД ГЛОБАЛЕН ДОГОВОР НА ООН	-
Заинтересовани страни и НПО	ISO 14 000 22% – 32 компании SA 8 000 4% – 6 фирми	-	ISO 26 000 GRI
КОМПАНИИ И ИНДУСТРИАЛНИ ОРГАНИЗАЦИИ	-	-	Фармация Индустрия Енергетика Минна индустрия SUPPLY CHAIN MANAGEMENT

От проактивните механизми и стандарти най-голяма честота при прилагане на международните стандарти се наблюдава при прилагане на стандарт ИСО 14 000.

32 компании / 22 % от случаите/ потвърждават, че се отчитат по стандарт ISO 14000.

6 компании / 4% от общия панел компании/ заявяват, че се отчитат по международен стандарт SA 8000.

Таблица, систематизираща информацията за прилагане на стандарти за КСО в листваните български компании

ISO 9001	53%	78 компании
OHSAS 18 000 18001: 2007	25%	36 компании
ISO 14001	22%	32 компании
EMAS	7%	10 компании
SA 8000	4%	6 компании
AA 1000	3%	4 компании

/ резултати от емпирично изследване /

Според резултатите на изследването българските компании предприемат разнообразни доброволни социално отговорни инициативи.

Социално отговорни инициативи	% от изследваните компании
Фирмено професионално обучение	69% от изследваните компании
Програми за кариерно развитие	47% от компаниите
Допълнително пенсионно осигуряване	29% от компаниите
Допълнително здравно осигуряване	23% от компаниите
Актове по Закона за безопасни условия на труд	68% от компаниите нямат издадени актове
Транспорт до работното място	47% от компаниите
Осигурена храна	45% от компаниите
Медицински услуги	32% от компаниите
Почивка на работниците и техните семейства	15% от компаниите
Осигуряване на детска градина	3% от компаниите

/ резултати от емпиричното изследване /

Чрез посочените стандарти се регламентират изискванията към социалната отговорност и се формулират конкретни икономически индикатори. Това прави възможен втория етап, свързан с разкриването на нефинансова информация. Става дума за дефиниране на национални стандарти в областта на КСО. В Европа такива стандарти съществуват в Австрия, Франция, Великобритания. Специфични са стандартите на Канада, Мексико и Бразилия. Сред азиатските страни такъв стандарт е въведен в Тайланд. Подобен документ с много високи изисквания е разработен и в Израел. В Австралия например е в сила национален стандарт AS 8002-2003 Организационни кодекси за поведение /Organizational codes of conduct/. При последния най-висш етап се въвеждат международни стандарти за социална отчетност.

Лидери в областта на нефинансовата отчетност са компаниите от фармацевтичната индустрия. ООН стартира Глобалния договор. Разработен е стандарт AA 1 000 /AccountAbility1000/. Верификационният стандарт AA 1000 е призван да подпомогне оценяването, планирането, представянето и мониторинга върху социалните отчети и да подпомогне Съвета на директорите при провеждането на контрол върху предоставянето на информация от нефинансов характер. Стандартът позволява заинтересованите страни да се запознаят с резултатите от верификацията, да ползват информацията в предоставените отчети и да оценят качеството им. Принципите на стандарта са три:

1. Актуалност и достоверност на социалните отчети /принципи и ценности, информация за основната дейност и организацията, получаване на детайлна информация за програмите, по които работи компанията.

2. Пълнота на информацията, рискове, алтернативи, подробни анализи в различен контекст.

3. ответна реакция от страна на стейкхолдерите / анализ, диалог и задължения.

ISO 26 000 е най-новият стандарт в портфейла на стандартите на водещата международната организация. Изискванията към КСО, заложи в него напълно съответстват на принципите на устойчивото развитие чрез постановката, че КСО е ядро на устойчивото развитие. Според стандарта КСО трябва да бъде включена в стратегията на компанията и в нея да бъдат дефинирани отговорностите и задълженията на всички йерархични нива на организацията. Запазва се основното изискване предприеманите социални ангажменти от страна на дружествата и организациите да бъдат доброволни и се поставя нов акцент на насочеността на социалната отговорност към обществото.

Международният стандарт 26 000 не изисква сертификация, а е по-скоро норма, която би следвало да се спазва от субектите. Стандартът създава необходимите предпоставки за изграждане на методически унифицирана платформа за оценка и сравнение на дейността на компаниите в областта на социалната отговорност. По този начин се отчита изпълнението на основните принципи на социалната отговорност – отчетност, прозрачност, етично поведение, зачитане на интересите на заинтересованите страни, спазване на международните норми на поведение и съблюдаване на правата на човека.

Лидери в областта на социалната отговорност са предимно големите публични компании, компаниите доставчици на услуги от общ интерес и транснационалните компании. Има и интересни социални инициативи, чиито инициатори са малки и средни предприятия. Въпреки кризата, броят на дружествата, които включват социалната отговорност като свой стратегически приоритет, расте. Анализът на отрасловата принадлежност на социално отговорни компании в България разкрива водещите позиции на фармацевтиката, химическата индустрия и металургията. Голяма е активността на банковия сектор, който предлага широк аспект от изключително разнообразни социални инициативи.

Висока положителна оценка заслужава публикуването на социални отчети в корпоративните сайтове. Липсата на съответствие между предоставяната количествена и качествена информация не позволява сравнителен анализ. КСО е доброволна инициатива и бизнесът е в правото си да избира своите социални приоритети и да търси оптимален баланс между своите интереси и интересите на обществото.

III. Заключение

Изследването на КСО на българските публични компании, листвани на борсата, категорично доказва хипотезата, че дружествата високо оценяват значимостта на КСО с цел утвърждаване на тяхната конкурентоспособност и устойчив растеж.

Убедено може да се защитава тезата, че българските компании вече са преминали стартовия етап в развитието на КСО, при който се съблюдават приоритетно базисни изисквания и норми. Силен аргумент в това отношение е обстоятелството, че компаниите успешно прилагат не единични, а системни социално-отговорни инициативи, заложи в техните бизнес-стратегии.

Социално отговорните практики на фирмите не са едностранни, а напротив – дисперсирани в основните измерения на КСО, заложи в теоретичната рамка – икономическо, социално и екологично. В този контекст КСО на фирмите е ядро на тяхната корпоративна устойчивост.

Броят на фирмите, отчитащи спазването на международните стандарти за КСО, е аргумент, че компаниите в България полагат усилия да надскочат нивото на доброволни социални инициативи и да съблюдават международно утвърдени стандарти за КСО. / ISO 26 000, ISO 14000, AA1000/

Разкритите тенденции в практиките на КСО на компаниите и тяхното успешно интегриране в бизнеса не са директивни, а са доброволен избор на компаниите.

Ролята на корпоративните бордове, в частност на изпълнителните директори, при дефиниране на стратегията в областта на КСО е от ключово значение. КСО-инициативите се управляват приоритетно от дирекция „Управление на човешките ресурси“, „Връзка с инвеститорите“ или „Връзки с обществеността“.

Изборът на форми на КСО е детерминиран от спецификата на очертаната матрица на заинтересованите страни на компанията. Удовлетворяването на интересите на различните заинтересовани страни – вътрешни и външни, първични и вторични – е гаранция за постигане на корпоративна устойчивост и растеж.

Литература

1. Porter, M., Kramer M., Creating Shared Value. 2011, Harvard Business Review, January-February, 16-19
2. Global Risks, 2013, weforum.org
3. Entrepreneurship in interest of world community, weforum.org
4. European competitiveness report, 2008
5. CEO Responsible Ireland Survey, 2012, Business in Society
6. Sustainability and Innovation, 2012, Bosting Consulting Group
7. KPMG Survey of Corporate Responsibility Reporting, 2013
8. Galli D., Elefanti M., Valotti G. 2013, From Corporate to Shared social Responsibility, APPAM International Conference, May 26-27, 2013, China
9. Transparency Corporate Reporting, 2013
10. Elkington J., 2004. The Tripple Bottom Line: Does it All Add Up? London, Earthscan Publications, 7-16
11. Steuer R., Langer M., Konrad A., Martinuzzi A. 2005 Corporations, Stakeholders and Sustainable Development, Journal of Business Ethics, No 61, p. 270-278