

ЕВРОПЕЙСКА КОНЦЕПЦИЯ ЗА КОРПОРАТИВНА СОЦИАЛНА ОТГОВОРНОСТ

доц. д-р Радостина Телериг Бакърджиева
Институт за икономически изследвания, БАН

EUROPEAN FRAMEWORK OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

Prof. Assoc. Dr. Radostina Bakardjieva
Economic Research Institute, BAS

***Abstract:** The article aims to investigate the theoretical context of corporate social responsibility as stakeholder dialogue. In the article is defined new strategy of CSR addressing CSR in the interests of enterprises and in the interests of society as a whole. In the focus are social reporting and comparative analysis of official standards of social reporting, too.*

***Keywords:** corporate social responsibility, corporate government, social standards*

Актуалност на концепцията за КСО

Концепцията за социалната отговорност на бизнеса е изключително актуална през последните години. В стратегия „Европа 2020“ е посочена необходимостта от „нов дневен ред, който поставя хората и отговорността на първо място“. [1] Насърчаването на корпоративната социална отговорност се разглежда като „катализатор за осигуряване на дългосрочна заетост и потребителско доверие“. КСО е ядро и на стартиралата в резултат на съгласуваната активност на 70 международни компании и 27 бизнес асоциации европейска инициатива “Предприятие 2020“, чиято основна задача е подкрепа на европейската стратегия за устойчив растеж. Преследваните цели са насочени към подкрепа на компаниите за постигане на устойчива конкурентоспособност чрез иновации, както и към насърчаване на сътрудничеството между компаниите чрез съвместна работа за изграждане на устойчиво бъдеще. Визията на компанията на бъдещето съчетава отговорност, прозрачност и прилага новаторски решения за хората и планетата като цяло в тясно сътрудничество със заинтересованите лица. Целта е изграждането на “интелигентно, устойчиво и приобщаващо общество.“[2]

Устойчив бизнес е възможен единствено при висока социална отговорност и качествена социална отчетност на компаниите, което предполага устойчиво развитие и съхранение на ресурсите за бъдещите поколения. В условията на финасова и икономическа криза дискусиата за социалната отговорност не затихва, а напротив чрез нея се търсят алтернативи за преодоляване на кризисните явления както в САЩ, така и в Европа.

Актуалността на концепцията за социалната ангажираност на бизнеса придобива конкретни измерения при проследяването на динамиката на социалните ангажименти за периода 2006-2009 г. За тригодишен период от време присъединилите се към Глобалния договор на ООН европейски компании са се увеличили от 600 на 1900. Броят на компаниите със сайтове, регистрирани по Системата за екологичен ме-

ниджмънт и одит / EMAS /, е нарастнал от 3 300 на 4 600. От 79 на 140 е нарастнал броят на компаниите, подписали транснационални съглашения с профсъюзите. Инициативата „социално отговорен бизнес”, която цели подобряване на трудовите отношения във веригата от доставчици, е подкрепена от 700 компании през 2009 срещу 69 компании през 2007 г. Броят на предприятията, подготвящи отчети по формата на Глобалната инициатива за отчетност е нарастнал от 270 на 850. В Европейския алианс за КСО са заявили желание да участват повече от 180 компании.[3]

КСО е една от проявите на готовността на компаниите за сътрудничество със заинтересованите лица – общество, персонал, клиенти, доставчици. Идеята е да бъде постигнат баланс в отношенията на всички стейкхолдери към КСО. Целта е моралният договор, който подпомага взаимодействието между свързаните с дейността на компаниите субекти. В резултат от фирмените социални инициативи може да се постигне икономия на транзакционни разходи при взаимоотношения между компании в контрактни отношения .

Националната стратегия за КСО е гаранция за имиджа и конкурентоспособността на страната, докато социалната отговорност на фирмено равнище повишава фирмената конкурентоспособност в европейското икономическо пространство, което оказва пряко въздействие върху цените на акциите на компаниите.

Безспорен лидер по обхват и системност на социалните инициативи са транснационалните компании и големите български публични дружества. В сферата на малките и средните предприятия, особено в микро-фирмите със заетост до 10 души КСО е повече препоръчителна, неформална, еднократна и интуитивна.

Въпреки напредъка в областта на КСО се очертават много недостатъци и нови предизвикателства, които трябва да се преодоляват. Много европейски компании все още не са интегрирали социални и екологични инициативи. Предявяват се обвинения към компании, допуснали неспазване на правата на човека, трудовите норми и стандарти. Само 15 от общо 27 страни-членки на ЕС имат национални политики за КСО.

Морален дълг на новото поколение мениджъри е да даде своя принос за повишаване на равнището на социално доверие и справедливост в обществото, директен път към което е КСО.

КСО – нови подходи и теоретически конструкции

Модерният теоретически дебат за КСО стартира с първия систематизиран научен анализ „Социална отговорност на бизнесмена”, разработен от Х.Боуен и публикуван през 1953 г. Монографията определя рамковите условия на проблема и формулира направленията на теоретическата дискусия, актуални и до днес. Авторът дефинира КСО като „задължения на бизнесмените да следват политики, да вземат решения и да активизират своята активност към целите на обществото.” [4] В сходно направление са и научните изследвания на група икономисти от 60-те и 70-те години / Davis 1960, Mc Guire 1963, Fitch 1967 /.

В края на 70-те и 80-те години се очертават две основни теоретични направления, които разграничават понятията “корпоративна социална възприемчивост” /Corporate Social Responsiveness/ и “корпоративна социална дейност” /Corporate Social Performance/. Топ-център в изследванията на първото направление е механизъмът на адаптиране на компанията към специфичните социални потребности и респективно, последиците за съответните компании. /Frederick 1978, Ackerman 1976/ Второто направление акцентира върху модела на корпоративна социална дейност и основните направления – икономическо, юридическо, етично.

/Cochran 1985, Caroll 1979/ . [5]

През 90 те години моделът на КСО е ревизиран основно, за да подпомогне емпиричното представяне и измерване на ефектите от корпоративното социално поведение. [Wood, 1991]. [6] Анализът на социалните дейности е систематизиран в 3 основни панела:

- Принципи на КСО / институционално-, организационно- и фирмено равнище/
- Процеси на КСО / екологични оценки, стейкхолдер мениджмънт /
- Резултати от корпоративното поведение, ранжирано като социални политики, социални програми и социално въздействие

Представеният модел е стъпка напред при емпиричното изследване на КСО, защото позволява комплексно изучаване на макро- и микрорамката на КСО и съпоставя процесите и резултатите. По-късно този модел е доразработен като ясно са формулирани три нива на пирамидата на изследване на КСО – икономическа, социална и екологическа отговорност / triple bottom line approach/ .

В основата на концепцията за КСО е заложен подходът на заинтересованите лица /Stakeholders approach/. Теоретическата конструкция на “корпорацията на участниците” /stakeholders corporation/ анализира взаимната зависимост на конституентите на фирмата в много по-широк обхват от “корпорацията на собствениците и мениджърите”. Докато за финансовата група заинтересовани лица е приоритет задълбоченият анализ на финансовите активи, финансовите потоци, балансовите отчети и други потенциални източници на риск, социалната отговорност на фирмите е свързана с всички заинтересовани лица – персонал, клиенти, доставчици, централни и местни институти на властта. Удовлетворяването на интересите на нефинансово заинтересованите страни, което задължително е свързано с допълнителни /социални разходи/, е изключително важно за акционерите, кредиторите и застрахователите. В много случаи такъв подход на синхронизиране на интересите води до създаването на добавена стойност по индиректен начин. Разходите, свързани с укрепване на корпоративния имидж, например, гарантират бъдещи печалби. Инвестициите в персонала са гаранция за повишаване на производителността на труда и засилване на моралните ангажименти към фирмата.

Диалогът със стейкхолдерите е ядро и на европейската практика на социална отговорност. Отличителна черта на диалога в рамките на ЕС е стремежът към неговото институционализиране. От 2003 г. в съответствие с решение на Европейската комисия е създаден Европейски форум по социална отговорност /European Multi-Stakeholder Forum on CSR/, в който вземат активно участие компании, предприемачески асоциации, профсъюзи, екологични, потребителски организации.

Европейската комисия дефинира социалната отговорност като “концепция, при която фирмите интегрират на доброволна основа социална загриженост и мерки за опазване на околната среда в бизнес-операциите си и във взаимовръзките си с другите заинтересовани лица”. Новата европейска стратегия за КСО /2011 г./ разширява дефиницията за КСО с включването на нови направления – етични норми, правата на човека и отношението към потребителите.

Социалната отговорност предполага доброволно поемане на ангажименти от фирмите, при което частнокорпоративните интереси отстъпват на заден план и се утвърждават корпоративни ценности. В новата стратегия за КСО е заложен хибриден вариант на съотношение доброволност- регулация. Идеята е чрез държавни регулации да се стимулира КСО.

Стандарти на КСО

Стандартите за КСО трябва да служат за методически ориентири при разработване на политики и формиране на отчетността по КСО на компаниите. Положителните страни от въвеждането на социални стандарти са следните:

- Стандартите са път към експортните пазари на стоки и услуги
- Стандартите подпомагат определянето на добрите практики и извличането на поуки
- Стандартите стимулират ефективността на бизнес-операциите
- Стандартите повишават доверието от страна на клиентите
- Стандартите водят до разкриване на нови бизнес-възможности и подпомагат развитието на компанията
- Стандартите улесняват сравнението между компаниите от конкретните отрасли
- Стандартите са предпоставка за формиране на фирмени кълстери

Международните стандарти за КСО могат да бъдат систематизирани в 3 групи.

[7]

- Проактивни механизми / одит, инспекция/ - ИСО 14 000, SA 8000
- Механизми под формата на доклад - МОТ, ОЕСД, Глобален договор на ООН
- Неформални механизми – ИСО 26 000, Глобалната инициатива по отчетност, Мениджмънт по веригата на доставки и др.

SA-8000 /Social accountability/, промотиран през 1997, е един от първите международни стандарти за социална отговорност. Той е разработен от Social Accountability International, филиал на Council on Economic Priorities. Стандартът е въведен с цел утвърждаване на унифицирана основа при провеждане на социален одит и отчетност. В него се включват изисквания за социална отговорност, свързани с използване на детски труд, безопасни условия на труд, свобода на сдружаване и право на сключване на колективни договори, забрана на дискриминацията, продължителност на работния ден, достойно заплащане на труд, система за управление.

През 1999 г. е създаден стандарта OHSAS 18 000 /Occupational Health and Safety Management Systems/, насочен към внедряването на системи за управление на здравето и безопасността на работното място. Стандартът е съвместим със стандартите за системи за управление на качеството / ИСО 9001: 2000/ и за околна среда /ИСО 14001: 2004/.

Очакваните преимущества от въвеждането на стандарт OHSAS са вътрешно фирмени – идентификация на производствените рискове за персонала, намаляване на производствените аварии, снижаване на риска и свързаните с това разходи за глоби, ясно разпределение на отговорностите и пълномощията, интегриране с други стандарти, подготовка на необходимата документация. Очакваните външни преимущества са свързани с утвърждаването на позициите на компанията в конкурентна пазарна среда – по-изгодни условия за кредитиране и застраховане, конкурентни преимущества при участие в търгове и сключване на договори за субдоставки, облекчен режим на полу-

чаване на лицензи, нарастване на капитализацията на компанията, повишаване на репутацията на компанията пред деловите партньори, акционери, инвеститори и потребители.

Международният стандарт ИСО 9001 : 2008 дефинира изисквания към системите за управление на качеството в компаниите независимо от тяхната големина, предмет на дейност, вид на продуктите. Съблюдаването на изискванията на стандарта осигурява функционираща система за управление на качеството и гарантира задълбочено познаване на изискванията на клиентите, пълно съответствие на продукта на законово-нормативните изисквания. Компания, която е успяла да изгради и поддържа система за управление на качеството успява да завоюва по-голямо доверие към продукта. Стандартът е предпоставка за улесняване на бизнес контактите между партньорите при избор на доставчици, клиенти и е гаранция пред търговските и банкови институции.

Международният стандарт ИСО 14 001: 2004 е стандарт за системи за управление на околната среда. Стандартът поставя строги изисквания за идентифициране, мониторинг и управление на дейностите на компаниите, имащи въздействие върху околната среда. Целта е свеждане на вредните въздействия върху околната среда до допустими равнища. ИСО 14 000 е гаранция за повишаване на доверието на заинтересованите страни.

Международният сертификат, удостоверяващ въвеждането на ИСО 14 001 гарантира предотвратяване на замърсявания с отпадъци и други вредни емисии, икономично използване на невъзобновяемите природни ресурси, минимизиране на риска при екологични инциденти. Компании със сертифицирани системи за управление на околната среда имат по-добър търговски имидж, по-високо доверие от страна на чуждестранните инвеститори и по-стабилно присъствие на пазара.

Стандарт АА 1000 /1999 г./ е разработен от Институт за социална и етическа отчетност. Целта е повишаване на социалната отчетност на бизнеса пред обществото при максимално въвличане на различни групи заинтересовани страни, чието мнение се отчита при анализ на дейността на компанията. Според изискванията на стандарта е необходимо задълбочено идентифициране на заинтересованите страни, определяне на ценностите и задачите на компанията, подготовка на социален отчет и провеждане на одит от външна организация.

Най-новият международен социален стандарт е ISO 26 000 /предложен за обсъждане/ Както всички останали стандарти от серията ИСО той също ще е доброволен. Стандарт 26 000 поставя високи цели спрямо социално отговорното поведение по повод безопасните условия на труд не само в съответната компания, но и във комплексната верига от доставчици. Основните компоненти на стандарта са околна среда, организационно поведение, правата на човека, трудови практики, отговорност към обществото, отговорност към потребителите.

Резултатите от проведено през 2011 г. емпирично изследване на публичните компании от борсовия регистър в България, проведено от социологическа агенция „Медиана“ показват, че 23,5% или 31 фирми публикуват годишен доклад за КСО, заверен от сертифициран одитор. 133 компании не притежават Международен стандарт за социална отговорност SA 8000.

22 компании, листвани на Българска фондова борса, притежават системи за управление на здравето и безопасността при работа 18 000: 2007. Система за управление на околната среда ИСО 14 001 е въведена в 26 фирми. Повече от половината компании /56,4%/ декларират, че са въвели система за управление на качеството ИСО 9001.

Нито една от фирмите не прилага системата за отчетност AA1000 и мениджърите не са запознани с нейните акценти.

Лидери в областта на социалната отговорност в България са предимно големите публични компании, компаниите доставчици на услуги от общ интерес и транснационалните компании. Има интересни практики на социални инициативи, чиито инициатори са малки и средни предприятия. Въпреки кризата, броят на дружествата, които включват социалната отговорност като свой стратегически приоритет, расте. Водещи позиции имат фармацевтиката и химическата индустрия. Банковия сектор е много активен и предлага широк аспект от изключително разнообразни социални инициативи.

Публикуването на социални отчети в корпоративните сайтове заслужава адмирация. Липсата на съответствие между предоставяната количествена и качествена информация не позволява сравнителен анализ. Бизнесът е в правото си да избира своите социални приоритети и да търси оптимален баланс между фирмените интереси и интересите на обществото.

Литература:

1. A renewed EU strategy 2011-14 for Corporate Social Responsibility, European Commission, 25.10 2011, Brussels
2. Enterprise 2020, CSR Europe
3. www.Csr-review.net
4. Bowen H., Social Responsibilities of the Businessman, N.J., 1953
5. Wartick S.L., Cochran P.L., The evolution of the social performance model, *Academy of Management Review*, 10, pp.760-762
6. Wood D., Corporate social performance revisited, *Academy of Management Review*, 16, pp. 693-695
7. World Investment Report, 2011, p.113