

СТАНДАРТИ ЗА КОРПОРАТИВНА СОЦИАЛНА ОТГОВОРНОСТ

Корпоративната социална отговорност (КСО) е проблем с огромно научно-теоретично и практическо значение. Оказва се, че в условията на икономическа криза компаниите не се отказват от социални инициативи и ангажменти.

Акцентирано е върху актуалността на проблемите, свързани със социалния одит и европейския опит в това направление. Анализирани са стандартите за корпоративна социална отговорност и тяхното приложение в България.

Представено е изследване на 150 български фирми и са обобщени резултати за прилагането на стандартите на КСО. Дискутирана е ролята на отговорните институции в България.

JEL: M14

Концепцията за социалната отговорност на бизнеса е изключително актуална през последните години. Тя е обект на дискусии както от академичните институции, така и от представители на бизнеса, властта, международните, неправителствените организации. Една от основните причини за това е, че устойчив бизнес в името на обществото е възможен единствено при висока социална отговорност и качествена социална отчетност на компаниите. Такъв вид социална отговорност предполага устойчиво развитие и гарантирано бъдеще за новото поколение. Въпреки икономическата криза дискусията за социалната отговорност не затихва, а напротив чрез нея се търсят нови пътища за преодоляване на кризисните явления както в САЩ, така и в Европа.

Теоретичните постановки относно КСО не са статични, а динамично се променят съобразно новите предизвикателства в условията на глобализация на икономиката. В тези условия зависимостта между фирмите и техните конституенти е много по-силна, което налага активен диалог между тях. КСО е една от проявите на готовността на фирмите за сътрудничество със заинтересуваните лица – общество, персонал, клиенти, доставчици. Корпоративната социална отговорност е доброволен договор, който укрепва взаимодействието между свързаните с дейността на компаниите субекти. Икономическият ефект от социалната отговорност рефлектира в икономия на

¹ Радостина Бакърджиева е доц. д-р в Института за икономически изследвания на БАН, секция „Икономика на фирмата“.

транзакционни разходи при компании, имащи контрактни взаимоотношения, които си поставят социални цели.

Социалната отговорност е един от основните фактори за повишаване на конкурентоспособността на предприятията. Социалните инициативи на фирмите, които функционират в пазарни условия, са от голямо значение за формирането на техния добър имидж в обществото.

Членството на България в ЕС налага нови етични норми и морални правила, които са препоръчителни за бизнеса. Те са фундамент на отношенията между икономически субекти, основани на взаимно доверие, и се материализират в етични кодекси и харти. В по-широк контекст проблемът опира до транспарентността на социална отчетност и въвеждането на международно утвърдени стандарти за КСО.

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

Изследването на понятието „корпоративна социална отговорност” предполага прилагане на исторически подход към проблема. Изучаването на икономическата литература позволява дефинирането на 4 декади със строг специфични акценти при анализиране на този въпрос (Min-Dong Paul Lee, 2008, p. 57-59).

За 50-60-те години на миналия век е характерна проявата на индивидуална социална отговорност на отделни бизнесмени, които имат решителността да поставят на дневен ред темата за етичните и социалните задължения на бизнесмена. През този период все още не са дефинирани социални стратегии и цели ангажименти и е налице много висока несигурност към концепцията като ново, непопулярно явление.

През 70-те години се наблюдава засилване на вниманието на акционерите към тази проблематика, които естествено се обявяват в защита на своите интереси. Несигурността по отношение на КСО продължава да бъде висока. Данните за изследване на взаимозамисимостта корпоративно управление – корпоративна социална отговорност – финансови и социални ефекти са ограничени.

През 80-те години се конструира „триизмерният концептуален модел” на социална отговорност, като несигурността в резултат от фирмени социални дейности се редуцира от среднорискова (Wartick, Cochran, p. 760-762; Wood, p. 693-695).

През 90-те години теоретичните изследвания на КСО протичат паралелно с анализа на корпоративното управление, стратегическия мениджмънт,

необходимостта от опазване на околната среда в контекста на стратегиите за устойчиво развитие (McWilliams, Siegel, p. 120-123). Като основен подход към КСО се утвърждава стратегическият мениджмънт. Въпросът за финансовите ефекти в резултат от КСО става фокус на теоретичните изследвания. Поставя се и нов акцент – емпирично тестване на модели на КСО и приноса на КСО към конкурентните предимства – фирмени и национални. Систематизирани са голям обем дискусии, теоретични, статистически и иконометрични изследвания.

Предложената от американския икономист Мин Пол Ли историческа конструкция на КСО е изключително коректна, но ограничена от хронологичната детерминанта, върху която е изградена. Причината е, че през 90-те години на миналия век и първата декада на XXI век концепциите са многобройни, което изисква тематична систематизация на теориите. В най-актуалните теоретични изследвания след 2000 г. се поставя акцент върху сравнителните и метааналитични анализи, директното или индиректно въздействие върху финансовата ефективност, засилването на конкурентните предимства на фирмите, както и въвеждането на официални социални стандарти.

В икономическата литература са наложени понятията „КСО“ (corporate social responsibility) и разширената трактовка „корпоративна социална дейност“ (corporate social performance). Много често термините се употребяват като синоними, но корпоративната социална дейност е по-широка по обхват. Тя може да се дефинира като „конфигурация от принципи на социална отговорност на бизнес-организациите, процесите на социално взаимодействие, а също и на политиките, програмите и резултатите, които се отнасят до социалните отношения“ (Wood, p. 697-700).

Основните теоретични концепции за КСО могат да бъдат систематизирани в няколко направления. Основната теза на репутационната сигнална теория (signaling-reputation theory) е, че високото равнище на социална отговорност създава репутационна оценка за компаниите, която е относителна гаранция за защитеността на инвестициите на акционерите и частично понижава информационната асиметрия (Fombrun, Stanley, p. 235-238). Теоретичните констатации на авторите са правилни, но анализът е частичен и не надхвърля идеята за репутационните ефекти в резултат от КСО.

Теорията за достатъчност-недостатъчност на ресурсите акцентира върху причинно-следствената връзка между социалната отговорност и финансовата ефективност (Kraft, p. 15-17). Предположението на авторите е, че повишаването на социалната отговорност е критерий за наличие на свободни парични ресурси (free cash-flow hypothesis), които мениджърите могат да вложат в разнообразни репутационни проекти.

Теорията на опортюнистичното поведение на мениджърите с цел извличане на опции от информацията, с която разполагат, е частен случай на теорията за достатъчност-недостатъчност на ресурсите (Preston, p. 423-425). Логиката е, че

при висока финансова ефективност на компанията мениджърите са склонни към редуциране на социалните проекти, като финансовите потоци се отклоняват за извличане на краткосрочни дивиденди. В обратния случай, когато финансовото положение на компанията е незадоволително, социалните разходи умишлено се повишават, за да замаскират неефективните действия или бездействия на мениджърите.

КСО е тясно свързана и с теорията за транзакционните разходи. О. Уйлямсън дефинира транзакционните разходи като разходи, свързани с функционирането на “специфични ресурси” (Williamson, 1979, p. 233-250)², които са окончателно безвъзвратни. Към последните той причислява инвестициите, които са свързани със “специфични контрагенти” – доставчиците на тези активи (доставчици, клиенти, работници, акционери). Оптималното съчетаване на различните активи (труд, капитал, информация, ноу-хау) би могло да генерира излишък над вложените разходи, свързани с тяхното използване, който би бил по-голям, отколкото в случай, че тези активи се използват поотделно от всеки притежател на активи.

Концепцията за социалната отговорност кореспондира с теориите за договорите, доколкото съгласието за поемане на социални ангажменти изисква сключване на изключително сложен “социален контракт” като основен критерий на стратегическия мениджмънт – социалния контракт между стейкхолдерите. В съответствие с теорията на фирмата някои автори дефинират две нива на социален контракт. Първото ниво (по-нисшето) се свързва със съгласието на стейкхолдерите да вземат участие в договора за включване в икономическата асоциация. На това ниво става дума единствено за процеса на включване във фирмената структура (*pactum unions, just firm*). Второто равнище на социални контракти, което е по-висше, предполага сключването на договори между стейкхолдерите и субектите, упражняващи контрол над фирмата (*social contract with the firm*) (Blair, Stout, p. 14-15).

В основата на концепцията за КСО е заложен подходът на заинтересуваните лица (*Stakeholders approach*). Той не отрича, а допълва теориите, разглеждащи фирмите едностранно – единствено като компании на акционерите/собственици (*Shareholders approach*), в съответствие с които единствената цел на корпорациите е достигането на максимално възможна печалба, за да се гарантират дивидентите на акционерите. Теоретичната конструкция на “корпорацията на участниците” (*stakeholders corporation*), анализирайки взаимната зависимост и отговорност на конституентите на фирмата, има много по-широк обхват от конструкцията на “корпорацията на собствениците и мениджърите” (Donaldson, Preston, 1995, p. 68-70). Корпорациите имат взаимоотношения не само със собствениците и мениджърите, а влизат в пряко

² Новата институционалната теория прави разлика между “специфични” и “интерспецифични” ресурси. Докато ценността на първите зависи от взаимодействието им с други ресурси – машини, оборудване, материали, вторите нямат ценност, без да се съчетават с определени ресурси, и в този смисъл те са взаимно допълващи. Знанията, уменията, професионалната квалификация се дефинират като интерспецифични ресурси.

взаимодействие с много други субекти (*constituencies*), които са партньори на фирмите, имат директни връзки с тях и оказват силно влияние върху функционирането им като икономическа и социална институция (Williamson, 1990, p. 17-20).

Корпоративното управление има за цел да съблюдава приоритетно интересите на финансово заинтересуваните лица – кредитори, акционери и застрахователи. За тази група задълбоченият анализ на финансовите активи, финансовите потоци, балансовите отчети и другите потенциални източници на риск въз основа на количествени и качествени показатели е от изключително голямо значение.

Социалната отговорност на фирмите е свързана с приоритетните интереси на друга група заинтересувани лица – персонал, клиенти, доставчици, централни и местни институти на властта (Донали, Гибсън, Иванчевич, 1992, с. 57-60; *Corporate Citizenship*, 2005, p. 8; Sullivan, 2004, p. 12-13, 21-22; *Стейкхолдерите*, 2004, с. 55-57). Проблемът е в това, че интересите на нефинансово заинтересуваните страни е много важен за акционерите, кредиторите и застрахователите. Удовлетворяването на техните интереси се свързва с допълнителни (“социални”) разходи. Същевременно обаче зачитането на тези интереси в много случаи рефлектира в създаването на добавена стойност по индиректен начин. Разходите, свързани с укрепване на корпоративния имидж например, осигуряват бъдещи печалби. Инвестициите в персонала са гаранция за повишаване на производителността на труда и качеството на продукцията. Те са предпоставка за засилване на моралните ангажименти към компанията.

В този смисъл всички икономически субекти са равнопоставени в корпоративните отношения. Рискът, който поемат инвеститорите, вложайки своите капитали, е огромен и те очакват гаранции за бъдещи печалби. Работниците и служителите поемат не по-малък риск и също защитават своите интереси. Определянето на оптимални *min – max* граници на социалните разходи на фирмите предполага функционирането на система за управление на риска в рамките на дългосрочната стратегия за развитие на бизнеса.

Проблемът за съгласуването между интересите на фирмата и стейкхолдерите е изключително важен. От неговото разрешаване до голяма степен зависи склонността на инвеститорите да вложат свеж капитал в нови или утвърдени вече проекти, както и мотивацията на останалите групи да вземат активно участие при тяхното реализиране на практика. Възможността за натиск на стейкхолдерите върху фирмите за социално отговорно поведение зависи от степента на тяхната организираност. В този контекст в подписаните декларации на Световния икономически форум изрично се подчертава необходимостта “всички стейкхолдери да работят заедно за общото благо” (www.weforum.org).

В икономическата литература са формулирани 10 основни принципа на социална отговорност пред стейкхолдерите (Freeman, Velamury, Moriarty, 2006):

1. Постоянно отстояване на интересите на стейкхолдерите. Основната идея е, че процесът на създаване на стойност е съвместно действие. Компанията трябва да носи доходност на своите акционери, както и да изпълнява поетите задължения към банки и кредитори. Действията на мениджърите трябва да са насочени към балансиране на интересите между стейкхолдерите.
2. Стейкхолдерите са олицетворение на реални икономически субекти с имена и присъщи ценности. Работниците са по-мотивирани да работят в компании, които съответстват на техните ценности.
3. Намиране на оптимални решения с цел удовлетворяване на няколко групи стейкхолдери едновременно.
4. Водене на активен диалог с клиенти, доставчици, акционери, както и с обществото.
5. Философията на дарителството. Дарителството е стремеж към самоуправление на взаимоотношенията със стейкхолдерите без намеса на правителството.
6. Маркетингов подход към стейкхолдерите. Нужни са усилия, за да могат компаниите да усетят потребностите на стейкхолдерите с цел навременен отговор на техните претенции.
7. Никога да не се поставят интересите на едни пред други стейкхолдери.
8. Динамични преговори с първичните и вторичните стейкхолдери.
9. Перманентен мониторинг и промяна в стратегиите, за да се служи най-добре на стейкхолдерите.
10. Безприкословно изпълнение на обещанията, дадени на стейкхолдерите.

Диалогът със стейкхолдерите е ядро и на европейската практика на социална отговорност. Негова отличителна черта в рамките на ЕС е стремежът към институционализирането му. 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. Форумът функционира под егидата на Европейската комисия с цел да поддържа взаимодействието между заинтересуваните участници и да разкрива навременно “болезнени пунктове”, където не може да се постигне съгласие, изискващо инициативи на общоевропейско равнище.“ Отговорността на компаниите за прозрачни промени ще зависи от активността им, от капацитета и потребностите на техните стейкхолдери, чиито интереси често е много трудно да се съгласуват.” (European Multistakeholder Forum on CSR – Final Report, 29 June, 2004, p. 4). Съгласуването на интересите в контекста на европейската трактовка е динамичен процес. Нови социални ангажименти априори означават нови транзакционни разходи, което нерядко предизвиква силно негативна реакция на акционерите.

В икономическата литература са формулирани три модела на взаимодействие със стейкхолдерите:

1. Стратегия на информиране, при която посоката на информационния поток е в направление от компаниите към стейкхолдерите. Основната цел е стейкхолдерите да получават обективна информация за състоянието на компанията. В противен случай могат да се очакват противоположни реакции – позитивни (лоялност) или негативни (демонстрации, стачки, бойкот).
2. Стратегия на реагиране, която предполага двупосочни реакции – от компаниите към стейкхолдерите, но и обратно. В този смисъл е необходимо и стейкхолдерите да бъдат активни спрямо компаниите.
3. Стратегията на въвличане като висша форма на взаимодействие със стейкхолдерите и реагиране на техните претенции предполага активен диалог с всеки от тях, убеждаване на опонентите, перманентно провеждане на дискусии с цел преодоляване на противоречията.

Инструментариумът на КСО използва специфични стандарти за измерване – индекси за устойчиво развитие, социално отговорното инвестиране, социален одит, етични бизнес-стандарти, защита правата на човека и др. (UNCTAD, 2004).

КСО се основава и на принципите на бизнес-етиката като съвкупност от социални правила и норми, общоприети въз основа на съглашения и конвенции. Основната роля на бизнес-етиката е да утвърждава етични стандарти за поведение и да допринася за доброволното спазване на ефективно наложени социални норми, които не са законно поставени. В този смисъл етичните норми на поведение действат паралелно на законовите, но и ги надхвърлят, като изискват доброволно зачитане без всякакъв юридически натиск. За пример могат да се дадат доброволно приетите от компаниите харти за социално поведение, етични кодекси, социални отчети и др. Към тези проблеми с повишено внимание пристъпват ТНК (Kolk, Tulder, 2005, p. 10-13).

Присъединяването на България към Европейския съюз означава българският бизнес доброволно да възприеме и следва поведение, интегриращо социална и екологична ангажираност във взаимоотношенията му с партньорите. Европейската интеграция ще постави пред българските компании непознати за повечето от тях норми и изисквания, които са задължителен компонент на корпоративното гражданство. Ако фирмите не могат да им отговорят, губят шансовете си да попаднат на европейски пазар.

Поемането на социални ангажменти от страна на бизнеса изисква съгласуване на интересите на широк кръг заинтересувани лица. То е равносилно на сключването на “мирна договор” между бизнеса и обществото. Предоставянето на прозрачна социална отчетност за въздействието на компаниите върху обществото допринася за възстановяване на нарушеното доверие, доколкото фирмите нагледно разкриват своята дейност. Това създава

предпоставки за облекчаване на диалога и позволява заинтересуваните страни да преценят рисковете и да изработят своя стратегия на поведение.

Социалната отчетност се отличава с динамика, различна от финансовата. Първите опити за предоставяне на нефинансови отчети с анализ на трите основни панела – социален, икономически и екологичен (triple bottomline), са направени във Великобритания през 70-те години на XX век. Икономическият раздел представя индикатори за размера на инвестициите в интелектуален капитал, вътрешни и външни социални програми, информация за качеството на продукцията. Социалният раздел предоставя данни за разходите за безопасни условия на труд и здраве, социалните посоки, спазването на колективните трудови договори, управлението на персонала. Екологичният аспект на нефинансовите отчети съдържа информация за разходите по опазване на околната среда.

През 1992 г. е създаден Световният бизнес-форум за устойчиво развитие (the World Business Council for Sustainable Development) като коалиция от 120 големи международни корпорации в Европа. По същото време в САЩ чрез обединение на 50 компании е сформирана организацията Бизнес за социална отговорност. След конференцията на ООН в Рио де Жанейро, посветена на околната среда и развитието, се появява стандарт ISO 14 000 като система за екологичен мениджмънт. От неговото публикуване до днес над 150 000 компании и организации са притежатели на този стандарт. Стандартът е универсален и е приложим и за големи, и за малки фирми, както за публичния, така и за частния сектор.

От 1997 г. в САЩ се появява движението за социално отговорно инвестиране. Оказва се, че американските компании са инвестирали в активи, които демонстрират или доказват социална отговорност, 2 трилн. дол. Стартира и разработването на Глобалната инициатива по отчетност (GRI).

През 1998 г. Social Accountability въз основа на стандарт ISO 9000 е дефиниран SA 8000, който съдържа конкретни показатели, позволяващи оценка на степента на отговорност на компаниите към техните работници и служители.

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 се базира на конвенциите на Международната организация на труда, конвенцията на ООН за правата на децата, декларацията за правата на човека, приета от ООН. Стандартът е въведен с цел утвърждаване на унифицирана основа при провеждане на социалния одит и отчетност. Той включва изисквания за социална отговорност, свързани със забрана за използване на детски труд, безопасни условия на труд, свобода на сдружаване и право на сключване на колективни договори, забрана на дискриминацията, достойно заплащане на труд, система за управление.

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.

През 1999 г. е създаден стандартът OHSAS 18 000 (Occupational Health and Safety Management Systems), насочен към внедряването на системи за управление на здравето и безопасността на работното място. Има предложения за обединяването му с разработвания стандарт за социална отговорност ISO 18 000. Публикувана е пилотната версия на Ръководството по отчетност в областта на устойчивото развитие (GRI). Лидери в областта на нефинансовата отчетност са компаниите от фармацевтичната индустрия. ООН стартира Глобалния договор. Разработен е стандарт AA 1000 (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 заинтересуваните страни да се запознаят с резултатите от верификацията, да ползват информацията в предоставените отчети и да оценят качеството им. Неговите принципи са три – 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); пълнота на информацията (рискове, алтернативи, подробни анализи в различен контекст); и ответна реакция от страна на стейкхолдерите (анализ, диалог, задължения).

Най-новият международен социален стандарт е ISO 26 000. Както всички останали от серията ИСО, той също ще е доброволен. Стандарт 26 000 поставя изключително високи цели спрямо отговорното поведение във връзка с безопасните условия на труд не само в съответната компания, но и в комплексната верига от доставчици. Основните му компоненти са околна среда, организационно поведение, права на човека, трудови практики, отговорност към обществото, отговорност към потребителите.

Ръководството по отчетност в областта на устойчивото развитие е публикувано през 2000 г. През 2001 г. Европейската комисия издава Зелена книга за КСО, в която са формулирани задължителни за компаниите изисквания за социална отговорност. През 2002 г. е публикувана втората версия на Ръководството по отчетност в областта на устойчивото развитие.

Големите институционални инвеститори по етични съображения и с оглед заинтересуваността им техните инвестиции да водят до запазване и нарастване на борсовата стойност на акциите проявяват нарастващ интерес към социалните ангажименти на фирмите. Бизнес-практиката показва, че компаниите, които са социално отговорни и съблюдават етични норми на поведение, реализират по-високи финансови показатели в дългосрочна перспектива. Този контекст се използва и терминът социално отговорно инвестиране. Вземането на окончателни инвестиционни решения задължително предполага аналитично запознаване с корпоративните отчети, социалните показатели, а също индексите за устойчивост, както и социалните индекси KLD DOMINI 400³ и индекс FTSE4 GOOD US Index, компонент на Dow Jones Sustainability Index, KLD Social Select Index .

Въпреки че социално отговорното финансиране е относително ограничено, през последните години то набира популярност. По данни на Европейския социален инвестиционен форум 15-20% от общите фондове, управлявани от ЕС, принадлежат към тази категория. Броят на инвестиционните фондове, които влагат средства в социално отговорен бизнес, непрекъснато расте. По данни на Business for Social Responsibility социално отговорните компании, които включват социални ангажименти в бизнес-практиките си като интегрална част от своите бизнес-операции и бизнес-стратегии, отчитат годишни приходи близи 2 трлн. дол., а заетите в тях са над 6 млн. работници и служители в света (The Impact of Corporate Responsibility Standards and Practices, June 2003, AccountAbility, p. 4).

КСО в САЩ се инициира директно от бизнеса и строго отчита интересите на акционерите. Държавата осигурява единствено и само институционалните основи, вкл. нормативно-правната рамка на социално отговорното инвестиране. Прилагането на социалните стандарти е напълно доброволно. Благотворителността и спонсорството са едни от най-широко използваните социално отговорните инициативи. КСО при европейския модел е ориентирана към съблюдаване на интересите на всички групи стейкхолдери и практическото прилагане на стандартите за социална отговорност е регулиран процес.

Между европейските страни най-близко до англо-саксонския модел е този на КСО във Великобритания. Той може да бъде идентифициран като „бизнес в обществото” заради „меката” политика на интервенция с цел окуражаване на компаниите да се променят в интерес на обществото чрез социално предприемачество и доброволни услуги и дарения.

Въпреки че английският модел носи отличителните черти на англо-саксонския, той не отхвърля и европейската парадигма за окуражаване на бизнеса към адаптиране на социални практики и опазване на околната среда.

³ Социалният индекс KLD DOMINI 400 е въведен през май 1990 г. и чрез него се осъществява мониторинг върху дейността на 400 компании в САЩ. Индексът на устойчивостта DJSI , въведен пред 1994 г., обхваща 310 големи компании от 23 страни.

Правителството работи в тясно сътрудничество с частния бизнес, неправителствените организации профсъюзите и потребителите. Неговите цели в областта на КСО са ясно дефинирани. „Британското правителство има амбициозна визия за КСО. Правителството предвижда английският бизнес да поеме своята част от отговорността за разрешаване на неотложните икономически, социални и екологични отговорности и чрез основните си компетенции да оперира отговорно на локално, регионално и международно ниво” (Corporate Social Responsibility. A Government update. 2004).

Въпреки тясната им обвързаност с политиките на устойчиво развитие, политиките на КСО се провеждат самостоятелно. Това е причина някои автори да дефинират английския модел на КСО като хибриден. Великобритания е първата европейска страна, в която функционира специализирана институция с цел промотиране на социално отговорни практики – Министерство за КСО със съответен министър. Обединеното кралство подкрепя въвеждането на национални и международни стандарти, свързани с безопасни условия на труд и екология, а правителството стимулира дарителски програми и осигурява финансиране на изследвания в сферата на КСО и иновативни социални програми.

За разлика от САЩ, където КСО е инициатива на самите компании и предполага надхвърляне на законодателните изисквания при взаимоотношенията на компанията със заинтересуваните лица, провеждането на КСО в европейските страни се регулира от норми, стандарти и закони. Компанията в Европа са отговорни, на първо място, към своите работници и служители. Те се възприемат като „морален агент”, който носи икономически, социални и екологични отговорности. В Европа благотворителността не е толкова широко разпространена, както в САЩ. Основен отличителен белег на континенталния модел на КСО е високата степен на държавно регулиране. Европейското законодателство изисква задължително медицинско застраховане, безопасни условия на труд, допълнително пенсионно осигуряване.

Според Европейския социален инвестиционен форум между 15-20% от фирмите в ЕС осъществяват социално отговорен мениджмънт. Немският модел на КСО може да бъде дефиниран като модернизиране на социалното съгласие и устойчиво развитие чрез КСО. Основната институция, под егидата на която се провежда КСО в страната, е Министерството на заетостта и социалните грижи, а бизнесът възприема КСО като доброволна инициатива. Годишните отчети по устойчиво развитие включват и индикаторите за КСО. Други институционални актьори са Германският съвет по устойчиво развитие, Форумът за устойчиво развитие на германския бизнес, Германската камара за индустрия и търговия, Международната транспарентност.

През април 2002 г. немското правителство разработва стратегия за устойчиво развитие, която през 2009 г. е напълно модернизирана. Концепцията е: „Социално отговорните компании – печалба за всички”. Министерството за социално обучение провежда инициативата „Добра работа” – проект, насочен

към обвързване на потребностите на фирмите с професионалното обучение на подрастващите. Инициативата „Ново качество на работа” цели да насърчи фирмите да назначават нови кадри, с което да допринасят за преодоляване на безработицата. Федералното министерство по защита на труда и трудовата медицина координира дейността на мрежа от социални партньори, лендери, предприемачи.

Малкият и средният бизнес в Германия се стимулира към социални инициативи чрез инициативата „Бъди социален”. Регулярно провежданият конкурс „Чрез създаване на заетост – компаниите показват отговорност” мотивира малките и средните фирми да се ангажират при решаване на проблемите, свързани със здравеопазването и повишаване качеството на живот. Чрез определения приз „Най-добър работодател”, се представя позитивен фирмен опит в сферата на мениджмънта на персонала.

КСО в Германия обхваща не само големите компании, но и МСП. От 2000 г. е стартирана Инициативата за свобода и отговорност, насочена към засилване на активитета на фирмите към професионално обучение на безработни младежи.

Немското правителство участва активно при разработването на новия социален стандарт ИСО 26 000. То подкрепя Европейската система за мениджмънт с цел опазване на околната среда (European Environmental Management and Audit System – EMAS, 2003).

Сходен на немския модел на КСО е австрийският. В оповестената през 2002 г. от правителството стратегия за устойчиво развитие, адаптирана конкретно за Австрия, са формулирани 20 основни цели на устойчивото развитие. През 2003 г. стартира практиката на социална отчетност. Оттогава около 30 компании регулярно представят отчети по КСО като съставна част от отчетите по устойчивото развитие. Екологичната ефективност е във фокуса на австрийската концепция за КСО. Тя е посочена като една от основните цели на местните МСП, които са 99.7% от всички компании в страната.

Институциите, отговорни на КСО в Австрия, са – Австрийският бизнес-съвет за устойчиво развитие, Социално отговорната мрежа, Федерацията на австрийските предприятия, Австрийската федерална икономическа камара, Центърът за корпоративно гражданство.

Националните компании провеждат социално отговорните си инициативи взаимнообвързано (supply chain). От 2006 г. стартира инициативата за човешките права и равни възможности. Австрийските фирми без значение на юридическата си форма или размер функционират в пълно взаимодействие с местните общности (local communities). На фирмите се предоставя актуална консултация под каква форма могат да допринасят за решаване на регионалните екологични проблеми.

От 2005 г. регулярно се присъжда приз за КСО в 3 основни категории – общество, работна място, пазар. В категорията общество наградата се дава за

активно участие на компанията при решаването на проблемите в региона, приоритетно екологична ефективност. Призът в категория «работно място» се присъжда за прилагане на равните критерии към новоназначените работници и служители. В категорията «пазар» се награждават компании за тяхната отговорност към новопроизведени продукти и услуги, а също и за поведение на откритост към клиентите и партньорите в бизнеса.

От 1998 г. в Австрия се осъществява контрол върху семейната и професионалната дейност (Familie und Beruf Odit). Одитът се извършва от Министерството на социалното осигуряване с цел да контролира критерии като качество на работното място, работно време, лично кариерно развитие, оказване на финансова помощ на семейства в риск. Финализира се с издаването на свидетелство «Семейство и професия», което трябва да се обновява на всеки 3 години.

От 2002 г. Министерството на икономиката и труда стартира проект «Мениджмънт на околната среда, здравето и сигурността в МСП». Целта на проекта е оказване на помощ на малкия и средния бизнес да изгради система за управление на качеството и да бъде активен при преодоляване на проблемите, свързани с опазването на околната среда.

Австрийският и немският модел на КСО са силно регулирани, йерархично конструирани, така че да има пълен информационен обмен както от институциите към фирмите и отделните граждани, така и обратно. И в двете страни се работи активно по налагане на най-новите стандарти за социално отговорно поведение.

Необходимо е трите центъра – бизнес, общество и държава, да функционират като единен механизъм с цел преодоляване на възникналите противоречия. Държавата трябва да засили ефективния институционален контрол върху фирмите относно изпълнението на «базовото», минимално равнище на социална отговорност, изискващо заплащане на данъците, социалните, здравните осигуровки, достойно заплащане и безопасни условия на труд.

Тъй като социално отговорните практики са гаранция за облекчен достъп до европейските пазари, институциите трябва да популяризират по-активно Европейската концепция за КСО. В тази насока може да се препоръча провеждането на семинари, кръгли маси и дискусии с участието на инвеститори, мениджъри, европейски консултанти, научни работници.

Необходимо е бизнесът да прояви инициатива при воденето на активен диалог със заинтересуваните лица – работници, служители, община, доставчици, клиенти, с цел постигане на максимално възможна степен на удовлетвореност на разнородните интереси и избягване на социални противоречия и конфликти. Организациите на работодателите трябва да бъдат убедени в значимостта на социалните отчети, а мениджърите да усвоят механизма на социална отчетност и да преценят доколко е възможно разкриването на социалната информация на фирмите.

Безспорно концепцията за КСО е изключително актуална. В контекста на Европейския договор българският бизнес не може да бъде встрани от европейските норми. Това налага продължаване и задълбочаване на научните изследвания в тази област на икономическата наука.

Използвана литература

- Blair, M., L. Stout. A Team Production Theory of Corporate Law. – Virginia Law Review, Vol 85, N 2, p. 14-15.
- Corporate Citizenship. Second Report to the Governors. World Economic Forum, Davos, 2005, p. 8.
- Corporate Social Responsibility. A Government update. 2004.
- Donaldson, T., L. Preston. 1995. The Stakeholder Theory of corporation: Concepts, Evidence and Implications. – The Academy of management review, Vol 20 (1), p. 68-70.
- European Multistakeholder Forum on CSR – Final Report, 29 June 2004, p. 4.
- Fombrun, C., M. Stanley. What is a name? Reputation building and corporate strategy. – Academy of Management Journal, 33 (2), p. 235-238.
- Freeman, R. E., S. Velamuri, B. Moriarty. 2006. Company Stakeholder Responsibility: A New Approach to CSR. – Business Roundtable Institute for Corporate Ethics.
- Kolk, A., R. Tulder. 2005. Setting new global rules. TNCs and codes of conduct. – Transnational Corporations, Vol 14, N 3, p. 10-13.
- Kraft, K. Strategy, social responsibility and implementation. – Journal of Business Ethics, 9 (1), p. 15-17.
- McWilliams, A., D. Siegel. Corporate social responsibility: A Theory of the firm perspective. – Academy of Management Review 26 (1), p. 120-123.
- Min-Dong Paul Lee. 2008. A Review of the Theories of Corporate Social Responsibility: Its Evolutionary Path and Road Ahead. – International Journal of Management Reviews, vol 10, N 1, p. 57-59.
- Preston, L. E. The corporate social financial performance relationship. A typology and analysis. – Business and Society, 36 (4), p. 423-425.
- Smith, J. G. 1990. Business Strategy. Cambridge, p. 17-20.
- Sullivan, J. 2004. Is There an ENGO Case for CSR, [www. consumeraffairs. Govt.nz](http://www.consumeraffairs.govt.nz), p. 12-13; 21-22.
- The Impact of Corporate Responsibility Standards and Practices. June 2003. AccountAbility, p. 4.
- UNCTAD. 2004. Key Terms and concept – A Glossary. Geneva, p. 29-31.
- Wartick, S. L., P. L. Cochran. The evolution of the corporate social performance model. – Academy of Management Review 10, (4), p. 760-762.
- Williamson, F. E. 1985. The Economic Institutions of Capitalism. N.York, London, p. 298-299.
- Williamson, O. 1979. Transaction-Cost Economics: The Governance of Contractual Relations. – Journal of Law and Economics, 22 (October), p. 233-250.
- Wood, D. Corporate social performance revised. – Academy of Management Review, 16 (4). [www. weforum.org](http://www.weforum.org)
- Донали, Дж., Дж. Гибсън, Дж. Иванчевич. 1992. Основи на мениджмънта, с. 57-60.
- Стейкхолдерите – заинтересованите лица в българските публични дружества. – Икономика, 2004, N 2, с. 55-57.