

КОРПОРАТИВНАТА СОЦИАЛНА ОТГОВОРНОСТ В МАЛКИТЕ И СРЕДНИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Д-р Марина Стефанова
www.marinastefanova.info

ОСНОВНИ АКЦЕНТИ

- 1. Задълбочен преглед на научната литература
- 2. Емпирично изследване за търсене на фактори за внедряване на КСО
- 3. Тестване на модел за комплексно влияние на извлечените фактори
- 4. Основни препоръки

КСО – РАЗВИТИЕ НА ПОНЯТИЕТО

- **Теория на отговорността** (Карол, 1979)
- **Теория на заинтересованите страни** (Фрийман, 1984)
- **Теория на устойчивото развитие** (Брунтланд, 1987)
- **Теория за общественото благополучие** (Котлър, 2011)
- **Теория на споделените ценности** (Портър, 2011)

ЕТАПИ В РАЗВИТИЕТО НА КСО

Бизнес ера	Етап на КСО	Modus Operandi	Ключов фактор	Цел на заинтересованите страни
Алчност	Защитен	Включвания ad hoc	Инвестиции	Акционери, правителство и служители
Филантропия	Благотворителен	Дарения	Проекти	Общности
Маркетинг	Промоционален	Връзки с обществеността	Медии	Обща публика
Мениджмънт	Стратегически	Системи за управление	Кодове	Акционери и НПО
Отговорност	Системен	Бизнес модели	Продукти	Регулатори и клиенти

КСО В МСП

- Бизнес етика
- Добро управление
- Социален капитал
- Обществено развитие

ЦЕЛЕНАСОЧЕНО ПРИЛАГАНЕ ОТ МСП

- Заинтересовани страни за внедряване
- Мотиви за възприемане и насърчаване МСП
- Видове КСО дейности
- Ползи и възможности за МСП от КСО
- Пречки за внедряване

ОСНОВНИ ИЗВОДИ

- КСО е слабо позната концепция в международен и национален мащаб
- КСО не работи с еднакъв понятиен апарат
- КСО се развива и обогатява в реално време

ЕМПИРИЧНО ИЗСЛЕДВАНЕ

211 страници

213 литературни източника

26 използвани методологии

- ДЕСКРИПТИВЕН АНАЛИЗ → ФАКТОРЕН АНАЛИЗ →
КОРЕЛАЦИОНЕН АНАЛИЗ → PATH АНАЛИЗ

7 хипотези

5 научни приноса

ОБЕКТ. ПРЕДМЕТ. ИЗСЛЕДОВАТЕЛСКА ТЕЗА

- **Обект на изследване:** МСП в България, 28 265 (7,49%)
- **Предмет на изследване:** Фактори, практики и крайни резултати от КСО дейности от МСП (2012 – 2014)

Теза Върху приобщаването на МСП към КСО оказват влияние вътрешни и външни фактори - наличие на интерес, изисквания и партньорство от страна на най-важните заинтересовани страни, пречки и стимули за насърчаване на тези дейности.

ИЗСЛЕДОВАТЕЛСКИ ХИПОТЕЗИ

- X1: Интерес на заинтересованите страни
- X2: Изисквания на заинтересованите страни
- X3: Внедрени системи за управление в МСП
- X4: Партньорство при изпълнението на КСО дейности
- X5: Безвъзмездна финансова помощ и безплатно консултиране
- X6: Липса на финансови средства, подкрепа от собственици и клиенти
- X7: КСО дейности - конкурентоспособност

ЕМПИРИЧНО ИЗСЛЕДВАНЕ. ИЗВАДКА

Въпросник (25 въпроса), Брой МСП – 309

- **Икономически сектор:** услуги (35,6%), производство (27,5%), търговия (19,3%) и строителство (3,9%),
- **Продължителност:** >5 години (85,4%), >10 години (69,2%)
- **Собственост:** частна собственост (93,8%)
- **Пазар:** международен (48,9 %), национален (32,7 %)
- **Финансова стабилност:** ДА (57,9%), НЕ (21,7%)
- **Размер:** 10-50 служители (59,1%), 51-100 служители (15,6 %)
- **СУ ISO 9000 (38,5%) ПАТЕНТИ (25,8%), ТЪРГОВСКИ МАРКИ (41,0%), ИНОВАЦИИ (78,3%)**

Емпирично изследване. Извадка – 2/2

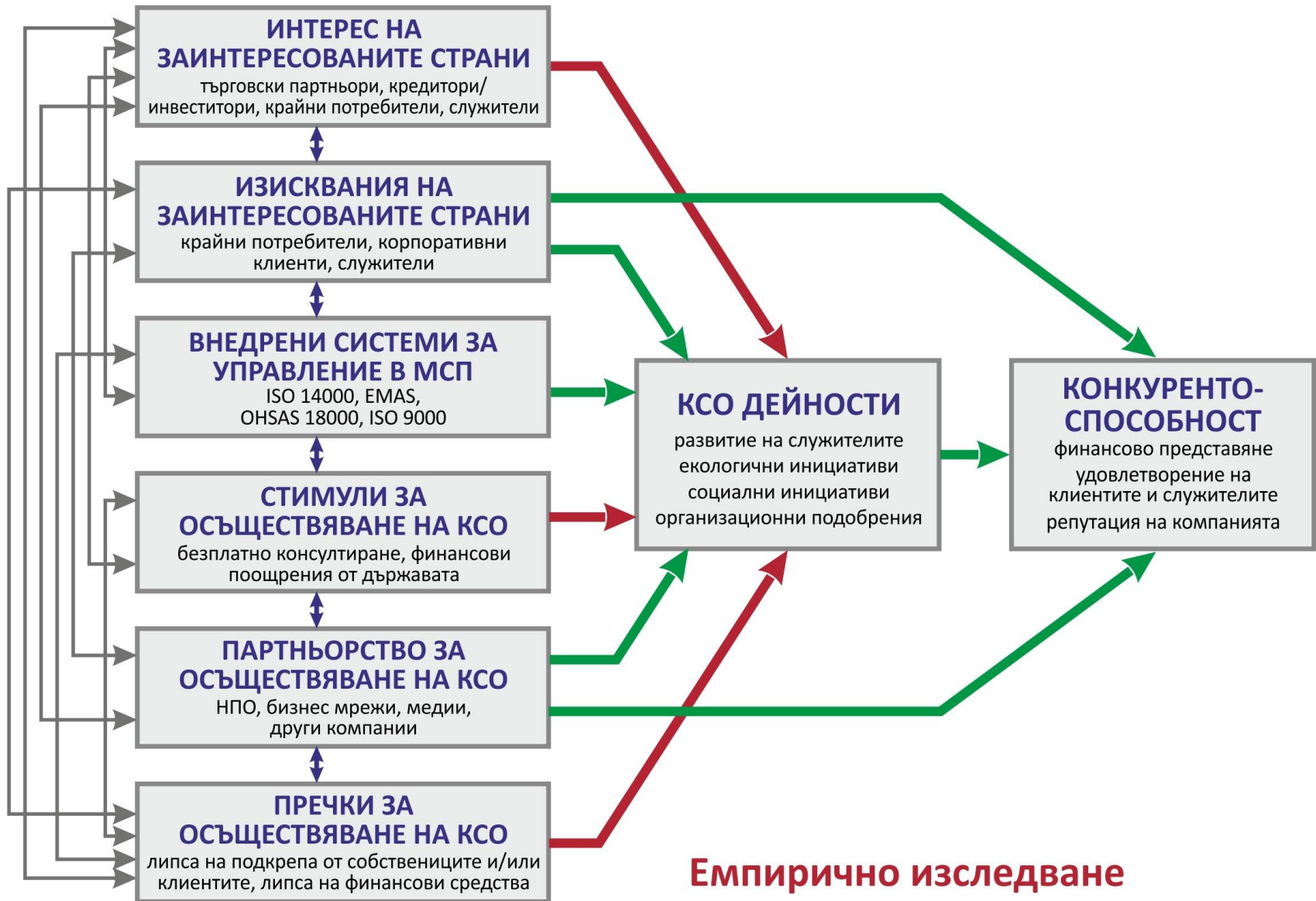
Пазарно състояние през последните 2 години

Резултат	Обем на продажбите	Пазарен дял	Брой на служители
Намалява	16,4 %	13,0 %	15,0 %
Без промяна	30,7 %	43,3 %	40,4 %
Нараства	52,9 %	43,7 %	44,6 %

Спазва националните трудови и екологични закони и прозрачно управлява	35,6%
Дарителски инициативи, които се извършват доброволно и нередовно	3,7%
Политики и практики, интегрирани чрез бизнес процесите за вземане на решения с цел минимизиране на негативния ефект и ангажиране на нейните заинтересовани страни.	39,0%
Управление, базирано на морала и етични ценности	21,0%

Променлива	Фактор					
	1	2	3	4	5	6
П 35 Партньорство с НПО?	,807					
П 37 Партньорство с бизнес мрежи?	,771					
П 38 Партньорство с медии	,731					
П 34 Партньорство с други компании?	,710					
П 32 Интерес от страна на търговските партньори		,821				
П 33 Интерес от страна на кредиторите/инвеститорите		,755				
П 31 Интерес от страна на крайните потребители		,704				
П 30 Интерес от страна на служителите		,633				
П 56 Изисквания на крайните потребители			,854			
П 57 Изисквания на големите компании, на които сме доставчици			,752			
П 55 Изисквания на служителите			,697			
П 20 Внедрен стандарт ISO 14000, EMAS				,784		
П 22 Внедрен стандарт OHSAS 18000				,782		
П 19 Внедрен стандарт ISO 9000				,743		
П 49 Пречка е липсата на подкрепа от собствениците					,814	
П 51 Пречка е липсата на финансови средства					,691	
П 50 Пречка е липсата на подкрепа от клиентите					,683	
П 54 Стимул е безплатното консултиране						,842
П 53 Стимул са финансовите поощрения от държавата						,842
Total variance explained						66,152

МОДИФИЦИРАН МОДЕЛ



ОСНОВНИ ИЗВОДИ

- **Разбиране на КСО от МСП.** Законосъобразно и прозрачно управление; дарителски практики; стратегическо управление за минимизиране на негативния ефект от дейността и етично бизнес поведение. Стратегически етап на прилагане на КСО (Вайсер, 2011). Ерата на дарителството е напълно отряла.
- **Дескриптивен анализ.** Променливите с най-голямо значение - наличие на внедрени СУ, иновации, интерес към социални и/или екологични дейности, сътрудничество при тяхното извършване с други компании или НПО.
- **Факторен анализ.** партньорство, налични СУ в МСП, интерес на ЗС към КСО, изисквания на ЗС за извършване на КСО дейности, пречки пред и регулаторни стимули за тяхното прилагане.

ОСНОВНИ ПРЕПОРЪКИ - АКАДЕМИЯ

- Усъвършенстване на учебните програми по дисциплини, свързани с КСО
- Добавяне на нови учебни дисциплини в и извън стопанските и икономическите специалности
- Увеличаване на броя на изследванията в областта

ОСНОВНИ ПРЕПОРЪКИ – БИЗНЕС И НПО

- Проактивни действия от страна на МСП – включване в мрежи, колективни проекти в местната общност
- Ангажираност по веригата за доставки
- Промяна в поведението на НПО за търсене на партньорство с МСП

ОСНОВНИ ПРЕПОРЪКИ – ПУБЛИЧНА АДМИНИСТРАЦИЯ

- Осигуряване на по-висока осведоменост в страната относно КСО (информационни кампании)
- Осигуряване на „видимост“ на добрите практики
- Създаване на благоприятна среда за бизнес на големите компании

БЛАГОДАРЯ ЗА ВНИМАНИЕТО

