

# Social responsibility of the manager in the management systems

Stanislava Stoyanova<sup>1</sup>

# Социална отговорност на мениджъра в системите за управление

Станислава Стоянова<sup>1</sup>

**Abstract:** In this dynamic business environment more and more attention is focus on the necessity for balance between economic objectives of the companies and the social objectives of the society. This trend reflects modern concept for social responsibility business organization, whose policy is aimed at complying with current and future public social needs. Social responsibility is a strategic choice of the management of any organization with responsible attitude to the society and environment in order to integrate and support social, economic and ecological sustainable development through maximizing positive business influence on the society and minimizing the negative damage.

**Key words:** social responsibility, sustainable development, social obligation, social reaction, social activity, business organization.

## I. ВЪВЕДЕНИЕ

Мениджърът в съвременната бизнес организация трябва да разглежда своята дейност през призмата на обществената ползност. Тази позиция е резултат от отношението към ролята на мениджмънта и социалните резултати от функционирането на организациите, явяващи се активен участник при разрешаване на различни социални проблеми, с които обществото не може само да се справи.

Всяка организация е част от структурата на обществото и нейните резултати трябва да задоволяват определени социални потребности. Освен ефективното използване на своите ресурси тя има социална отговорност, която произтича от това, че без обществената среда може да се обесмисли нейната дейност [1].

Социалната отговорност е стратегически избор на ръководството на всяка организация, която желае чрез отговорно отношение към обществото и околната среда да се интегрира по-добре в средата, в която функционира. По тази причина активната роля на мениджърите има изключително важно значение за минимизиране на проблемите в обществото, за осигуряване на устойчиво развитие и оптимална среда за функциониране на управляваната от тях организация [5].

<sup>1</sup> Stanislava Stoyanova, post-graduate student, DA Tzenov Academy of Economics – Svishtov, Bulgaria.

В популяризирането на добрите управленски практики за социална отговорност вземат участие не само бизнеса, но и представители на държавните институции, гражданското общество, образователни институции, междуправителствени организации и др. Като всяка от тях интерпретира по свой начин аспектите на прилагане на социално отговорни дейности в бизнеса [6].

Въпреки нарастващата актуалност на въпроса за социалната отговорност все още липсват еднозначни становища за тълкуването на нейната същност и измерения. Определенията, които дават различни международни организации за същността на социалната отговорност могат да се обобщят накратко, така:

- Международен форум на бизнес лидерите. Популяризиране на практиките на отговорния бизнес, които носят полза на обществото и подпомагат на социалното, икономическо и екологично устойчиво развитие чрез максимизиране на положителното влияние на бизнеса върху обществото и минимизиране на негативното [8];

- Европейска комисия. Чрез социалната отговорност компаниите на доброволна основа интегрират социална загриженост и агажименти за опазване на околната среда в своите бизнес операции и във взаимоотношенията с партньорите си [7];

- Световен съвет на бизнеса за устойчиво развитие. Социалната отговорност е задължение на бизнеса да допринесе за устойчивото икономическо развитие, трудовите отношения с работниците, техните семейства, местната общност и обществото като цяло за подобряване на качеството на живот [7].

Неуспорим е фактът, че повечето институции приемат социалната отговорност, като част от съвременното стратегическо управление на бизнес организациите. Тя е елемент от тяхната фирмена култура и схващанията им за етика в бизнеса [6].

## II. КОНЦЕПЦИИ ОТРАЗЯВАЩИ СЪЩНОСТТА НА СОЦИАЛНАТА ОТГОВОРНОСТ

Очевидно е, че социалната отговорност на организацията е нещо, което се оценява от другите. Въпросът, който много мениджъри си задават, е какво трябва да правят, за да бъдат оценени като социално

отговорни. Отговорът на този въпрос можем да открием в трудовете на много автори, които са посветени изцяло на тази тематика. Те убедително доказват голямото значение на социалната роля на мениджмънта и разглеждат отговорността на мениджърите, като:

- **Социалната отговорност, възприемана като социално задължение на организацията.** Според привържениците на тази концепция бизнес организацията са предназначени да изпълняват икономическата си функция, основаваща се на ефективно използване на ресурсите и преследване на печалба [6]. За най-активен привърженик, на този т.н. икономически подход се приема Милтън Фридмън. Съгласно неговата теория, повечето от мениджърите са специалисти в сферата на управлението, нямат собствен бизнес и са наети от собствениците да управляват техните компании. На основата на това Фридмън прави извод, че мениджърите са отговорни само пред акционерите на своите компании. Диаметрално противоположно мнение изповядват привържениците на социално-икономическия подход основащо се на това, че мениджмънтът носи отговорност не само за осигуряване на печалба, а и за защита и повишаване на благосъстоянието на обществото, в което действа тази организация. Те отбелязват, че организацията могат да се формират само с разрешението на държавата и само тя е тази, която може да ги лиши от това право. По тази причина, организацията не са независим субект на бизнеса, който носи отговорност изключително и само пред своите акционери. Те отговарят и пред широката общественост, която е дала съгласието си за тяхното създаване. А това вече предполага и социална отговорност, излизаща извън пределите на създаване единствено на печалба [9].

- **Социалната отговорност, възприемана като социална реакция на организацията.** Съобразяване на организацията (нейните ръководители) със социалните норми, ценности и очаквания на обществото. Това естествено са не само очаквания за производството на блага, към тях се включват още и очаквания за поемане на част от разходите на обществото, за опазване на средата, за екологията, за социалните разходи, както и очаквания организацията да участва в разрешаването на социални проблеми, с които обществото не може да се справи. Социалната реакция е съвкупност от доброволни, а не принудителни нагласи, решения и действия, които са алтруистични. Социалната реакция е отговор на това, което вълнува обществото, но поради редица причини това общество не може да се справи само. Организацията не могат да се квалифицират като социално отговорни, ако се придържат стриктно към минималните изисквания на закона. Социалната реакция изисква тези минимални изисквания да бъдат надхвърлени [9].

- **Социалната отговорност, възприемана като социална активност на организацията.** Предполага бизнес поведение, при което организацията извършва действия, изпреварващи събитията и активно търси начини за разрешаване на социални проблеми. Тя се

основава на активното отношение на мениджъра към социалните потребности. Този тип поведение е следствие на анализ на възможностите, организацията да заделя ресурс за социални задачи, които са извън нейните задължения или предизвикана реакция. Социално активните организации имат изпреварващо и превантивно поведение, а не реактивно и възстановително. Основните характеристики на представените концепции, можем да обобщим в таблица 1 [по 6]:

ТАБЛИЦА 1

	<b>Социално задължение</b>	<b>Социална реакция</b>	<b>Социална активност</b>
<b>Отговорност на организациите</b>	Икономическа и правна отговорност	Икономическа, правна и социална отговорност	Иконом., правна, социална и гражд. отговорност
<b>Насоченост на поведението</b>	Поведение насочено, изключително, но законосъобразно към печалба	Поведение, в отговор на възникнали в обществото проблеми, съобразено с неговите норми и очаквания. Напр. действия за опазване на околната среда, образование, култура, спорт и т.н.	Изпреварващо и превантивно поведение, а не реактивно и възстановително.
<b>Доброволни или принудителни действия</b>	Съобразяване с принудителни норми	Доброволни, а не принудителни действия	Активни, изпреварващи действия

Оценката на мениджърите и организацията за това дали са социално отговорни зависи от нагласата, решенията и действията им по отношение на тяхните социални задължения, социални реакции и социални активности и доколко те съвпадат с нагласите, решенията и действията на потребителите и обществото. Тезата за социалната отговорност на бизнеса днес също си има своите привърженици и противници. *Най-популярните аргументи в нейна полза могат да се синтезират по следния начин:*

- *Благоприятни дългосрочни перспективи за бизнеса.* В дългосрочна перспектива разходите за социални цели и задачи могат да стимулират печалбата, тъй като формират благоприятен имидж за фирмата пред клиенти, доразвичици и обществото като цяло [3];
- *Наличие на ресурси за решаване на социални проблеми.* Значителните човешки и финансови ресурси, с които разполагат организацията, предполага предоставяне на част от тях за решаване на социални проблеми [3];
- *Заинтересованост на потребителите, как продуктът е бил произведен.* Днес голяма част от европейските

потребители са готови да заплатят по висока цена за продукти произведени с грижа към околната среда;

- *Морално задължение организацията да бъде социално отговорна.* Нормите в обществото управляват индивида, следователно по същия начин трябва да управляват и поведението на организацията [3].

*Най-разпространените схващания против социалната отговорност на бизнеса са:*

- *Насочването на организационни ресурси за социални дейности противоречи на икономическият принцип за максимизиране на печалбата* [6];

- *Недостатъчна компетентност на ръководителите по въпроси свързани със социалните проблеми.* Ръководителите, които вземат решения за предприемане на социално отговорни дейности, не винаги имат достатъчно знания и уменията, за да ги реализират успешно за нуждите на обществото [6];

- *Разходите за социално отговорни дейности повишават цените.* Средствата, насочени за социални потребности, увеличават разходите на организацията и в крайна сметка се поемат от потребителите, поради повишаване продажните цени на крайните продукти и услуги [2];

- *Социално отговорните дейности могат да играят ролята на параван за неетично поведение на бизнес организацията.*

Отчитайки различните становища за социалната отговорност на фирмите и организацията, трябва да се вземе в предвид фокусът на нейното предназначение, а именно да създава възможности за удовлетворяване интересите на всички заинтересовани страни от дейността на бизнес организацията [6].

### III. ПОЛИТИКИ НА СОЦИАЛНА ОТГОВОРНОСТ В БИЗНЕСА

Създаването и провеждането на конкретни политики на социалната отговорност на организацията е ключов момент в процеса на интегрирането им в обществото. Те насочват вниманието му към социалната отговорност на бизнеса, като определят рамките на техните действия и резултатите от тях. В зависимост от конкретното състояние на бизнес организацията и дългосрочните им цели, политиките на социална отговорност могат да бъдат:

**1. Политика „оценка на социалните разходи върху конкурентността на компанията“.** При използването на подобна политика мениджърите основават своето решение върху резултатите от анализа на влиянието на социалните разходи върху конкурентоспособността на фирмената дейност. При отсъствието на подкрепа от страна на държавата или при влошаване на конюнктурата на пазара е естествено намаляването на социалните разходи [4].

**2. Политика „търсене на фискални преимущества от провеждане на социална отговорност“.** Чрез използването ѝ бизнесът търси съчетаване на подкрепата на държавата и провежданата от него политика. В този случай организацията разчитат, че ще получат чрез създадените със законова

уредба от страна на държавата данъчни преференции или облекчения при наемане на нови работници определено финансово преимущество, което в крайна сметка ще подобри или в най-лошия случай няма да намали конкурентоспособността им [4].

**3. Политика „минимум социални разходи“.** Прилага се, когато натискът на обществото изисква социална ангажираност на бизнеса, но в същото време икономическата конюнктура и финансовото състояние на фирмите не позволяват отделянето на значителни средства за осъществяване на социални дейности [10].

**4. Политика „целенасочени социални разходи и отговорности“.** Голяма част от представителите на бизнеса предпочитат да не се ангажират с една цялостна социална политика, а само с целенасочени социални разходи. Такива са например разходите за подкрепа на спорта, културата и образованието, за здравеопазването и социалните заведения. В преобладаващ брой случаи това е свързано с конкретни интереси или някаква зависимост на конкретната организация [10].

Трябва да се знае, че политиките на социална отговорност са винаги конкретни, т.е. не могат да бъдат пренасяни или заимствани от други фирми. Това означава, че социалните политики на фирмите трябва да се основават върху анализа на конкретното състояние на икономическата конюнктура, социалните потребности на обществото, конкурентоспособността и средата им на функциониране. Те са винаги конкретни, детерминирани с точни фиксирани цели, осигурени с конкретни ресурси и управлявани с конкретни организационни инструменти. По тази причина и резултатите от тях са различни [4].

### IV. ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Социално отговорното управление е концепция, при която компаниите интегрират социалните и екологичните проблеми в техните бизнес операции и във взаимоотношенията си с партньорите на доброволна основа. Това осигурява не само безконфликтно взаимодействие със средата, но и устойчиво развитие и ефективно функциониране на организацията, което се явява положителна тенденция за популяризиране на добрите практики на социалната отговорност.

### ЛИТЕРАТУРА

- [1] Каменов, К. Основи на управлението. част 1. Абагар, В.Търново, 2004
- [2] Каменов, К. Мениджмънт. Абагар, В.Търново, 1999
- [3] Каменов, К., Ан. Асенов, К. Хаджиев. Човек Екипи Лидери. Люкер, С., 2000
- [4] Коев, Й. Предприемачеството. Стено, Варна, 2007
- [5] Радков, Й. Мениджмънт – наука и практика. Мениджмънт иновации, С., 2002
- [6] Серафимова, Д. Основи на управлението. Стено, Варна, 2007
- [7] World Business Council on Sustainable Development // [www.wbcsd.ch](http://www.wbcsd.ch)
- [8] <http://www.iblbf.org>
- [9] <http://www.novavizvia.com>
- [10] <http://www.svqt.com>