

# ОЦЕНКА НА СОЦИАЛНООТГОВОРНИТЕ ПОЛИТИКИ В МИННАТА ИНДУСТРИЯ ПРЕЗ ПРИЗМАТА НА ВЪТРЕШНИТЕ ЗАИНТЕРЕСОВАНИ СТРАНИ

Весела Петрова\*

## Увод

Темата за корпоративната социална отговорност (КСО) става все по-популярна през последните десетилетия, основавайки се до голяма степен на концепцията за устойчиво развитие – пестеливо природоползване и възстановяване на екологичното равновесие. Съществуват различни трактовки на понятието КСО, като най-често терминът е дефиниран като доброволна, над задължителните, законови изисквания концепция, чиито принос се фокусира върху по-добро общество и по-чиста околна среда (Dagabaris, 2008).

Концепцията за корпоративна социална отговорност все повече привлича вниманието на компании от различни сектори на икономиката в света и у нас. Освен приемане на философията, минните предприятия реализират проекти със силно застъпени програми за корпоративна социална отговорност на много нива в съответните региони. Бизнесът се съобразява не само с финансовите резултати, но и с въздействието върху околната среда и заинтересованите страни. Неговото развитие е функция на грижата за икономическа, екологична и социална среда. Едва ли може да се приеме тезата, че корпоративната социална отговорност е само скъпо струващ каприз на компанията, водещ единствено до добър имидж. Напротив, нивата на отговорности на бизнеса включват широк спектър от дългосрочни дейности в: здравеопазване и безопасност; права на служителите (юридически и икономически); условия на труд; права на потребители, клиенти, партньори и др.; защита на околната среда; благотворителност; взаимоотношения с общностите; икономическо развитие и т.н.

Концепцията за КСО е пряко свързана и насочена към заинтересованите страни (stakeholders) – групи, без чиято подкрепа организацията не би могла да съществува. Такива са служителите, клиентите, акционерите, обществото, общностите, околната среда и др. Заинтересованите страни оказват значително влияние върху постигане на корпоративните цели и самите те са повлияни от тези цели. Социалноотговорната компания балансира ед-

---

\* Весела Петрова, доктор, преподавател в кат. Икономика и управление към Минно-геоложки университет "Св. Иван Рилски", email: vesela.petrova@mgu.bg

новременно легитимните интереси на заинтересованите страни в тяхното многообразие.

**Целта** на настоящата статия е да се представят социалноотговорните политики на минните предприятия "Дънди Прешъс Металс Челопеч" ЕАД и "Асарел Медет" АД, през погледа на служителите на компаниите.

За постигане на тази цел се решават следните **задачи**:

1. Да се установят и анализират нагласите на служителите в областта на опазването на околната среда и трудовата сигурност, както и в областта на управлението, околната среда, трудовите отношения и връзките с местната общност.
2. Да се разкрият по-важните проблеми и разбирания в управлението на изследваните компании по отношение на четири основни компонента на корпоративната социална отговорност: управление, околна среда, трудови взаимоотношения и местни общности.

Служителите и работниците са основен фактор, когато се проучват социалноотговорните инициативи на организациите като цяло. Минната индустрия обаче е по-скоро изключение. Въпреки устойчивите политики, достъпът до предприятията и служителите е изключително труден. Това прави проучването ценно и актуално.

**Тезата на настоящата статия** е следната: служителите на компаниите "Асарел Медет" АД и "Дънди Прешъс Металс Челопеч" ЕАД имат активно отношение и разбират политиките на компаниите в областта на трите компонента на КСО – трудови отношения, връзка с местните общности и околна среда.

### **Специфични особености на минерално-суровинния отрасъл в контекста на социалната отговорност**

Миннодобивната индустрия е отрасъл със стратегическо значение за икономиката на България. Тя е в основата на всички други индустрии и важен фактор за икономическата стабилност и енергийна независимост на страната. България е на водеща позиция в европейския рудодобив, заемайки второ място по добив на злато и трето място по добив на мед на континента. По индекс добив на глава от населението страната ни попада в определението "минна държава" с показател над средния в световен мащаб.

Идеята за устойчиво развитие и свързаната с нея корпоративна социална отговорност предполага бизнесът да се съобразява не само с финансовите резултати, но и с последствията за обществото и околната среда. Логично е компаниите да се грижат за икономическата, екологична и социална среда, тъй като те зависят пряко от нея и само така могат да си осигурят растеж и развитие. Всяка отговорна компания си дава сметка за въздействието, ко-

ето оказва върху околната среда и заинтересованите страни. Устойчивото развитие мотивира корпоративната социална отговорност, тъй като компанията е длъжна да балансира интересите на всички свързани страни с необходимостта от реализиране на печалба. Тази мотивация е още по-голяма в компании от минната индустрия, където поради нейната специфика, отговорностите в такива сфери като: екологична защита; здраве, безопасност и условия на труд; взаимоотношения с местната общност; усъвършенстване на работната сила и производителността на труда; балансирана обработка на ресурси и др., са изключително важни и задължителни.

Заинтересованите страни са един от най-важните аспекти, свързани с корпоративната социална отговорност. Понятието "заинтересовани страни" включва хора, групи или институции, които могат да бъдат засегнати (положително или отрицателно) от определен проект/политика и/или могат да окажат влияние върху резултатите и последствията от проекта/политиката. Идентифицирането и анализът на заинтересованите страни е от съществено значение за правилното структуриране на обхвата от взаимоотношения между тях в ежедневната дейност на компанията при реализиране на дългосрочните ѝ цели. В този смисъл е необходимо разграничаването на вътрешната и външната група заинтересовани страни. Вътрешната група включва акционерите, управителите, служителите и подизпълнителите, а външната – общността, местната власт, неправителствените организации, местни институции, медии, партньори, клиенти, потенциални клиенти и служители, дори и околната среда и т.н.

Най-важни за успеха на едно предприятие в контекста на социалната отговорност се смятат вътрешните заинтересовани страни. Изследването, описано в статията, се фокусира само върху служителите, защото именно мениджърите и акционерите са хората, които могат да променят резултатите от проучването, тъй като те са включени в процеса на вземане на решения и имат склонността да защитят корпоративната култура.

## **Методология на изследване**

За да се получи представа за мненията и нагласите на вътрешните заинтересовани страни, а именно служителите, относно влиянието на отделните социалноотговорни дейности върху тяхната дейност, е проведено анкетно проучване в две минни предприятия в страната, лидери в икономическото и социално развитие.

Конкретната цел на това емпирично изследване е да се установи, анализира и обобщи приложният аспект на корпоративната социална отговорност, нейните параметри и ползи за служителите и местните общности. Набирането на максимално изчерпателна информация относно степента, в

която практиките на корпоративна социална отговорност биват разбирани и прилагани от изследваните предприятия в страната, налага изясняване на следните дейности: избор на респонденти; определяне обема на извадката; събиране на данни; анализ и интерпретация на резултатите от изследването.

### ***Избор на респонденти***

Анкетното проучване е направено сред две знакови минни предприятия – "Асарел-Медет" АД и "Дънди Прешъс Метълс Челопеч" ЕАД. Изборът е продиктуван от следните съображения:

- И двете компании са първи в сектора, които получават сертификати за покритие на "Стандарта за устойчиво развитие" към Българската минно-геоложка камара, на 29 Септември 2014 г. по време на Европейския минен форум. "Асарел-Медет" АД е член на Българската мрежа на Глобалния договор на ООН.
- Изследваните компании са с национален статут и извършват активна минно-добивна дейност на територията на Р България.
- Публичният статут на компаниите определя прозрачност в тяхната дейност и поддържане на тесни връзки със заинтересованите страни. Информацията от техни годишни доклади, финансови отчети, доклади за устойчиво развитие, отчети от независими одитори и др. е достъпна.
- Проучванията показват, че именно големите предприятия имат потенциала и ресурса да осъществят значими социалноотговорни политики.

### ***Определяне обема на извадката***

В теорията на социологията са известни три възможни подхода при изучаване на определени съвкупности от единици (Желев, 2002; Даков, 2007):

- Изчерпателен подход, който се състои от изследване на всички единици на съвкупността;
- Извадков подход, при който се изследват само ограничен брой единици;
- Монографичен подход, при който се изучава само една единствена единица.

Общото между първите два подхода е, че задачата се свежда до измерване на параметри на интересувашата ни съвкупност. В изследванията широко се използва извадковият подход, изразяващ се в събиране и обработка на данни от ограничен брой представители на съответната съвкупност. При обобщаване на данните от наблюдаваните единици се получава информация, която съдържа оценки за параметрите на цялата целева съвкупност. Извадковият подход се откроява от останалите подходи с редица относи-

телни предимства, в т.ч.: бързина; лесен достъп до изследваните единици; относително ниски разходи на проучването и др. Установено е, че много често този подход дава по-точни резултати от изчерпателния подход поради факта, че при него получените оценки са обременени с по-малък обем статистически грешки.

Моделът на извадката се определя от степента на намеса на изследователя при структуриране на извадката. Според този критерий извадките биват случайни и неслучайни. Предимствата на случайната извадка са в еднаквия шанс всички единици от съответната съвкупност да попаднат в нея. Според някои авторитети в областта представителни данни могат да се осигуряват именно от случайни извадки (Даков, 2007; Георгиева и Каменарова, 2014). Основните изисквания за определяне на минималния обем на извадката са изискванията за точност, сигурност и икономичност на изследването. Специалистите в областта на социологията (Желев, 2002 и др.) предлагат математически апарат за определяне обема на извадката, ръководейки се от пределно допустимата грешка (10%), приблизителната вероятност и вероятността на алтернативата.

### ***Разработване и апробиране на анкетната карта***

#### ***Методи за събиране на данни***

За целите на статията като източник на информация е използвана анкета (анкетна карта) на място, като от респондента се очаква самостоятелно да я прочете, осмисли и попълни. Анкетата е анонимна, за да се гарантира свободна воля на мненията и нагласите на служителите.

Целта на разработената анкетна карта е да се проведе проучване в областта на корпоративната социална отговорност и по-конкретно да се изучи мнението на служителите за ангажираността на компанията със социалноотговорните политики (мениджмънт, околна среда, трудови взаимоотношения, връзки с местната общност).

Анкетната карта е структурирана в 4 категории с общо 22 въпроса. Всяка категория съдържа въпроси в отделна сфера на корпоративна социална отговорност: управление, стратегия и ключови приоритети по отношение на корпоративната социална отговорност; политики в околната среда; политики в трудовите отношения; връзки с местната общност. В края на анкетата се съдържа информация за профила на респондента (демографски показатели) – пол, възраст, образование, месторабота. Въпросникът е разпространен чрез отделите "Човешки ресурси" и "Връзки с обществеността" на съответните предприятия. Приет е подходът на случайната извадка, като нейният обем е определен на базата на 10% участие от личния състав на предприятието. Имайки предвид приблизителния брой на пряко заетите

служители в "Асарел-Медет" АД (около 1300 души) и в "Дънди Прешъс Метълс Челопеч" ЕАД (около 800 души), бяха разпратени и попълнени 111 бр. анкетни карти в първото предприятие и 86 бр. анкетни карти във второто. Респондентите са избрани на случаен принцип.

Основният вид въпроси в анкетата имат оценъчен характер. Според начина на формулиране в нея са включени 20 затворени въпроси, а в края са включени и 2 отворени. Използвани са съответно Ликертовата скала и скалата на *Osgood*.

По дефиниция скалата на *Likert* се състои от няколко серии твърдения с ограничено количество възможни отговори, които показват степента на съгласие с твърденията. Скалата за оценка може да има три нива, например "харесвам", "нямам отношение" и "не харесвам". Може да има голям брой степени на оценка – например седем – което дава високо ниво на детайлност при анализа на информацията. Същността на метода на скалата на *Osgood* се състои в това, че респондентът оценява обектите, които му се предлагат, избирайки между противоположни полюси и неутрална оценка.

В настоящата анкетна карта се използва както 4-степенната скала – "много важни", "важни", "не толкова важни", "нямат значение", така и 5-степенната скала – "да", "по-скоро да", "по-скоро не", "не" и "не знам", като и в двата случая тя дава достатъчна детайлност, без да затруднява потребителя.

## Анализ на резултатите и дискусия

### Управление

Анализът на резултатите от категория "Управление" показва, че 95% от служителите и на двете компании дават висока оценка на управлението им. Показателите за това са високите проценти на положителните отговори, с които се описват различните аспекти на корпоративна социална отговорност като разбран и осъзнат ангажимент. Според резултатите:

- 98% от респондентите ясно разбират въздействията, които компанията оказва на икономическия пазар;
- 97% разбират основните социални въздействия на компанията, в която работят;
- 99.5% съзнават основните екологични въздействия на компанията върху околната среда;
- 79% от респондентите твърдят, че са запознати със стратегията за корпоративна социална отговорност, която компанията има внедрена в работата си;
- 23% от анкетираните не са запознати с целите на компанията в посока корпоративна социална отговорност.

## **Околна среда**

Отговорите в раздел "Околна среда" показват, че съществуват различни методи, чрез които компаниите могат да демонстрират приноса си към постигането на устойчиво развитие в екологичен аспект. Една от тези възможности е чрез привеждането на тяхната дейност в съответствие с международен стандарт в областта на опазването на околната среда и последващото сертифициране на компаниите в тази насока. Най-широко разпространеният доброволен стандарт в областта е ISO 14001 и "Асарел-Медет" АД е първата българска компания, сертифицирана по него през 2002 г. (стандартът навлиза в България в началото на 2000 г.). Категоричните положителни отговори ясно дефинират приоритетите на компаниите, а именно:

- 94% от респондентите считат, че опазването на околната среда е приоритет за компанията, в която работят;
- 92% от анкетирания са запознати с наличието на планове за действие и на програми за намаляване на неблагоприятното влияние върху околната среда на компаниите, в които работят;
- 72% са запознати с наличието на система за мониторинг на компанията, в която работят.

Най-трудно анкетирания откриват взаимовръзката между опазването на околната среда и по-голямата икономическа рентабилност, но това изисква и по-специализирани познания в областта на екологията. От отговорите може да се направи заключение, че се оценява ролята на компанията и личната отговорност за опазване на околната среда.

## **Трудови отношения**

Категорията се характеризира също с ясно изразени положителни отговори на въпросите. От тях става ясно, че:

- 68% от респондентите считат, че служителите оценяват, че грижата за хората е от голяма важност за компанията;
- 78% от респондентите приветстват системата за поощрения на заслужилите служители;
- 91% от респондентите отчитат, че компаниите отдават голямо значение на предотвратяването на проблеми по отношение на Закона за безопасни условия на труд;
- На 74% от респондентите е известно, че има разработени и внедрени антикорупционни механизми.

Категоричността на служителите потвърждава постиженията на компанията в осигуряването на здравословни и безопасни условия на труд, като отчита не само наличието, но и разпознаването на конкретни процеси за на-

маляване на риска. Добре разпознаваеми са и въведените антикорупционни практики, като не само се оценява тяхното наличие, но и ефективността на прилагането им.

Прави впечатление и сравнително високият процент анкетираните, според които служителите на компанията не са толкова важни. Същите не се чувстват поощрени да развият своите качества и умения.

### ***Връзки с местната общност***

Подкрепата на бизнеса спрямо общността, в чиито граници се осъществява неговата дейност, може да включва всичко полезно за нея, като например облагородяване на градската среда, инфраструктура, спонсорство и т.н. Тя може да включва и участие в местни образователни, спортни или културни инициативи.

Получените резултати потвърждават, че анкетираните са запознати с политиката за корпоративна социална отговорност на предприятието и осъзнават ясно, че тя е приоритетна за компанията. Разбира се значимостта на инвестициите в местното устойчиво развитие. Проблемите на местната общност са определени като много важни и важни, както за "Асарел-Медет" АД, така и за "Дънди Прешъс Метълс Челопеч". Политиката на компанията почива на "местен патриотизъм".

Анкетата потвърждава, че:

- Според 72% от респондентите, компанията обсъжда важните проблеми с местната власт и се ангажира със съдействие за тяхното разрешаване;
- 91% считат, че компанията води диалог с местната общност и различните нейни представители;
- Според 64% от анкетираните, компанията има създаден план за ангажиране на местната общност.

96% от респондентите са запознати с възможностите за обучение и реализация на младите хора, които компанията предоставя чрез своята стажантска програма;

Според 71% компанията инвестира в реализацията на проекти и инициативи, които са важни за цялата община.

В тази категория единственият резултат с по-нисък процент положителни отговори (51%) касае наличието на програми за обучение и наемане на хора с увреждания, но това в огромна степен е обективно обусловено от характера на минното производство и общо на високорисковата тежка индустрия.

Липсва също така яснота, касаеща диалога с местните общности, както и предлага ли компанията доброволно инвестиции в посока на местните общ-



ности. Поддържането на отворен диалог с местната общност по актуални и противоречиви въпроси, каквито в минната дейност съвсем не липсват, би създало предимства за управлението на компанията.

### ***Отворени въпроси***

Чрез тях се цели извеждането на конкретни силни и слаби страни на компанията от анкетираните. Прави впечатление, че слаби страни почти не са формулирани, като в най-голяма степен се посочва обективната зависимост от изменението на цените на медта на международните борси.

От друга страна, са изведени редица силни страни, сред които се открояват политиката за подкрепа на местната общност, грижата за опазване на околната среда, направените инвестиции, осигуряването на здравословни и безопасни условия на труд, политиката в областта на човешките ресурси и др.

Силните страни според анкетираните са свързани с последователността в работата, прилагане на най-добрите световни практики, грижа за екологията, грижа за здравето и благоденствието на персонала, иновации в машини и технологии, социална ангажираност и т.н. Слабите страни според анкетираните са свързани с необходимост от подобряването на условията на труд, подобряване на работното облекло, въвличане на колектива в определени инициативи и т.н. Мненията, препоръките и коментарите на анкетираните са свързани с нужда от въвеждане на ISO 26000, подобряване транспорта на смените, сплотяване на колектива и повишаване на производителността чрез удвояване на средствата за обучение.

Анализът на резултатите от емпиричното изследване дават основание да се направят следните основни изводи:

Първо, проучването констатира активно отношение на служителите към политиките на компаниите в областта на социалната отговорност.

Второ, на фона на положителните отговори на анкетираните се открояват определени слабости в трудовото заплащане и мотивацията за работа, липса на достатъчно програми за ангажиране на местните общности в различните социалноотговорни инициативи, условията на труд и работно облекло, осигуряване на редовен транспорт на смените и др.

Трето, като основен проблем при извършване на изследването може да се посочи трудният достъп до минните предприятия и необходимата информация, както и съмненията за манипулиране на част от получените отговори на анкетираните.

## Заклучение

Минерално-суровинната индустрия е стратегически за икономиката на България отрасъл. Минните предприятия трябва да изпълняват своите социални отговорности, защитавайки интересите на всички заинтересовани страни. Посоката на развитие на бизнеса се диктува от ценностите на обществото, които постепенно стават съизмерими по важност с печалбата на предприятието.

Резултатите от емпиричното изследване напълно доказват старанието на по-големите минни компании в посока корпоративна социална отговорност, но не засяга по-малките рудници, чиито условия на труд едва доближават европейските условия на труд, а в посока безопасност, околна среда и удовлетвореност на служителите не се прави нищо.

Изследването би спечелило, ако бъдат проучени нагласите и на местните общности, които в по-малка степен зависят от минните предприятия. В този случай картината би била по-обективна и пълна.

### *Референции:*

Бакърджиева, Р. (2011), Корпоративна социална отговорност на фирмите в България, Структурни и институционални аспекти на икономическата интеграция на България в Европейския съюз, Университетско издателство "Стопанство".

(Bakardzhieva, R. 2011, Korporativna sotsialna otgovornost na firmite v Bulgaria, Strukturni i institutsionalni aspekti na ikonomicheskata integratsia na Bulgaria v Evropeyskia sayuz, Universitetsko izdatelstvo "Stopanstvo");

Велев, В. (2011), Усвояване на минералните ресурси в България – пазарни аспекти.

(Velev, V. 2011 Usvoyavane na mineralnite resursi v Bulgaria – pazarni aspekti)

Даков, Ив. (2007), Маркетингови изследвания, Технически университет, София.

(Dakov, Iv. 2007, Marketingovi izsledvania, Tehnicheski universitet, Sofia);

Желев, С. (2002), Маркетингови изследвания (кратък курс). Изд. "Тракия – М", София.

(Zhelev, S. 2002, Marketingovi izsledvania (kratak kurs). Izd. "Trakia – M", Sofia)

Славова, И., Банкова, Й., Иванов, Х., Калинкова, С., Цолов, Л. (2014), Корпоративна социална отговорност в България – част от европейските социални практики, ИК – УНСС.

---

(Slavova, I., Bankova, Y., Ivanov, H., Kalinkova, S., Tsolov, L. 2014, Korporativna sotsialna otgovornost v Bulgaria – chast ot evropeyskite sotsialni praktiki, IK – UNSS)

Darabaris, J. (2008), Corporate Environmental Management;

Freeman, R. E. (1984), Strategic Management: A stakeholder approach. Boston: Pitman.

Osgood Eg., G. Suci, P. Tannenbaum. (1957), The Measurement of Meaning. University of Illinois Press.

## **ОЦЕНКА НА СОЦИАЛНООТГОВОРНИТЕ ПОЛИТИКИ В МИННАТА ИНДУСТРИЯ ПРЕЗ ПРИЗМАТА НА ВЪТРЕШНИТЕ ЗАИНТЕРЕСОВАНИ СТРАНИ**

Весела Петрова

### **Резюме**

Статията представя социалноотговорните практики и политики на две ключови минни предприятия – "Асарел-Медет" АД и "Дънди Прешъс Металс Челопеч" ЕАД, фокусирайки се върху вътрешните заинтересовани страни и техните нагласи в областта на управлението, околната среда, местните общности и трудовите правоотношения. Резултатите от направеното емпирично проучване показват, че техните служители имат активно отношение и разбират провежданите фирмени политики в областта на посочените компоненти на корпоративната социална отговорност, като разкриват също така и проблеми, които ръководствата на съответните компании трябва да разрешат в бъдеще.

**Ключови думи:** минна индустрия, вътрешни заинтересовани страни.

**JEL:** M14

## ASSESSMENT OF SOCIAL-COMPATIBLE POLICIES IN MINERAL INDUSTRY THROUGH THE INTERNAL INTERESTED PARTIES

Vesela Petrova\*

### Abstract

The paper presents social and responsible practices and policies in two outstanding mining companies – "Asarel Medet" JSC and "Dundee Precious Metals Chelopech" JSC. It is focused on the internal stakeholders and their attitude to management, environmental protection, labor safety and staff training. The results of the empirical study show that the employees of the surveyed companies have an active attitude and understanding of the implemented company policies in the field of the indicated components of CSR, as well as revealing problems that the management of the respective company should solve in the future.

**Key words:** mining industry, internal stakeholders.

**JEL:** M14

---

\* Vesela Petrova, PhD, Assist. Prof., Department of Economics and Management, University of Mining and Geology.