

Гл. ас. д-р Румяна Ангелова\*

## РОЛЯТА НА ДЪРЖАВАТА ЗА СТИМУЛИРАНЕ НА СЪЗДАВАНЕТО НА СПОДЕЛЕНА СТОЙНОСТ (ПО ПРИМЕРА НА РЕПУБЛИКА БЪЛГАРИЯ)

Ангажиментите на България към Европейския съюз извеждат на преден план необходимостта от провеждане на икономическа политика, която да стимулира фирмите към растеж и устойчивост. Концепцията за създаване на споделена стойност (CSV) доразвива идеите на философията за корпоративната социална отговорност (CSR) и представлява стъпка напред в обединяването на усилията на бизнеса и държавата за решаване на социалните проблеми. За да се докаже това, са съпоставени CSV и CSR и са очертани някои техни прилики и разлики. Защитена е тезата, че държавата може и е длъжна да стимулира икономическите субекти да създават споделена стойност, като ефектът от нея се мултиплицира на микро- и макроравнище.<sup>1</sup>

JEL: L260; M140

Стремежът към устойчив растеж е водещ приоритет на Европейския съюз, който намира своето отражение в основния стратегически документ на Европейската комисия Стратегия „Европа 2020“. Там е посочено, че неговото постигане е възможно чрез изграждане на по-конкурентоспособна икономика, базирана на по-ефективното използване на ресурсите и превес на екологосъобразните производства. За страни като България, които са членки на ЕС, изпълнението на тази стратегия се превръща автоматично в национална цел. Това налага икономическата политика, провеждана от държавните институции, да стимулира българските предприятия да прилагат стратегии, ориентирани към увеличаване на тяхната конкурентоспособност.

През последното десетилетие в икономическата литература стават все по-популярни теориите, свързани с повишаване на конкурентоспособността и акцентиращи върху взаимовръзката между бизнеса и обществото. Една от

---

\* Тракийски университет, катедра „Индустиален бизнес и предприемачество“, rumi2002@abv.bg

<sup>1</sup> Chief Assistant Prof. Rumyana Angelova. THE ROLE OF THE STATE INCENTIVE IN CREATING SHARED VALUE (CASE STUDY: REPUBLIC OF BULGARIA). *Summary*: The commitments of Bulgaria to the European Union bring to the fore the need to conduct economic policies that stimulate business growth and sustainability. The concept of creating shared value (CSV) builds on the ideas of the philosophy of corporate social responsibility (CSR) and represents a step forward in bringing together business and government efforts to solve social problems. This is proved by comparing CSV and CSR and highlighting their similarities and differences. The thesis is defended that the state could and must stimulate economic agents to create shared value, and its effect is multiplied on micro and macro level.

тях е концепцията за създаване на споделена стойност (Creating Shared Value - CSV) на Майкъл Портър и Марк Крамер. В хармония с европейските приоритети, тя отлично съчетава целеустремеността към устойчивост, иновативност и растеж с отговорността за опазване на околната среда и ангажираността към социалните проблеми.

Целта тук е да се обоснове необходимостта от прилагане на концепцията за създаване на споделена стойност (CSV) и да се посочат насоките, в които държавата може да съдейства за стимулиране на създаването на споделена стойност. Тезата е, че държавните институции разполагат с най-мощния инструментариум за изграждане на среда, която да насърчава фирмите да възприемат и да превърнат в част от своите бизнес- и управленски стратегии концепцията за споделената стойност, което ще допринесе за повишаване на тяхната конкурентоспособност.

Идеята за взаимовръзката между бизнеса и обществото може да се открие в теорията на Адам Смит за „невидимата ръка“ (вж. Смит, 1983), в която е заложено схващането, че „личните интереси произвеждат общественото благо“ (Бътлър, 2010, с. 91). По-нататъшно развитие тази теория получава в станалата популярна през последните десетилетия философия за корпоративната социална отговорност - CSR. Една от най-известните дефиниции на понятието „корпоративна социална отговорност“ е тази на Международния бизнес-форум. Съгласно нея тя е „популяризиране на практиките на отговорния бизнес, които носят полза на бизнеса и обществото и подпомагат социалното, икономическото и екологичното устойчиво развитие чрез максимизиране на положителното влияние на бизнеса върху обществото и минимизиране на негативното“.<sup>2</sup> CSR намира проявление в редица документи на Европейския съюз, сред които: Европейската стратегия за устойчивост (2001), Международния стандарт ISO 26000 – Социална отговорност (2010), както и в редица национални стратегии.<sup>3</sup>

През 2006 г. М. Портър и М. Крамер за пръв път използват понятието „споделена стойност“ (вж. Porter, Kramer, 2006, р. 5). Няколко години по-късно те излизат с нова публикация, в която твърдят, че прилагането на CSR не е постигнало очакваните резултати. Според тях „колкото по-корпоративно отговорен става бизнесът, толкова повече той е обвиняван за социалните неуспехи“ (Porter, Kramer, 2011, р. 4). Изход от този проблем авторите виждат в създаването на споделена стойност, „която не е социална отговорност, филантропия или дори устойчивост, а нов начин за постигане на икономически успех“ (пак там). С това твърдение Портър и Крамер поставят знак за неравенство между CSR и CSV. Вниманието на бизнеса се насочва към новата концепция - CSV, която подчинява своята философия на идеите на корпоративната социална

---

<sup>2</sup> <http://www.iblf.org>

<sup>3</sup> През 2009 г. в България е приета Стратегия за корпоративна социална отговорност 2009 – 2013 г., изготвена от Министерството на труда и социалната политика.

отговорност и е крачка напред в усилията на икономическата общност за повишаване на конкурентоспособността.

CSV е нова идеология, намираща проявление чрез множество политики и практики, насочени към създаване на стойност както за отделната фирма, така и за обществото, като се отчитат неговите нужди и приоритети. Съществуват три начина за създаване на споделена стойност (вж. Porter, Hills, Pfitzer, 2011, p. 3):

- Преосмисляне на продуктите и пазарите – фокусът е постигане на социален ефект чрез увеличение на приходите, пазарния дял и рентабилността посредством създаването на нови или усъвършенстването на съществуващи продукти. Компанията „Vecton & Dickinson“ от Ню Джърси например, произвеждаща медицинско оборудване и апаратура, изобретява „безиглена система“, чрез чието прилагане отпада използването на традиционните медицински спринцовки с игли. За фирмата резултатът от нововъведението е многократно увеличаване на продажбите, а за обществото – нов, безболезнен начин за медицинска интервенция и ограничаване разпространяването на HIV заразите.

- Предефиниране на производителността в стойностната верига – с акцент върху иновации, които да доведат до повишаване на качеството и производителността, до икономия на ресурси и т.н.

- Възможност за развитие на клъстери на местно ниво – целта е подобряване на външната среда, в която функционира фирмата, на базата на инвестиции в местната инфраструктура, подпомагане на местните доставчици, създаване на работни места и т.н.

Въпросът за приликите и разликите между двете концепции - за създаване на споделена стойност (CSV) и за корпоративната социална отговорност (CSR), се разглежда в редица публикации, посветени на споделената стойност, които сме обобщили в таблица. Изведените в нея прилики и разлики показват, че CSV е своеобразно продължение и доразвитие на идеите на CSR. Тя акцентира върху осъществяването на бизнес-стратегии чрез съобразяване и интегриране с обществото, но в дългосрочен план. Стремещт към по-висока печалба е в съответствие със социалните нужди. Мотивацията на мениджърите не се ограничава само до постигане на добра репутация, а и на реални ползи за обществото. Техният принос се изразява в инвестирането на ресурси, които са икономически и социално оправдани. Фирмите, приемащи CSV, трябва задължително да отчитат как осъществяваната от тях дейност се отразява на околната среда, в която функционират, и да ограничават своето негативно влияние. Конкурентното предимство не бива да е самоцел, а да се търси в онези социални сфери, в които може да се открие „споделена стойност“. Нещо повече, трябва „да се идентифицират ключовите социални проблеми, върху които да се фокусират, да планират съответните бизнес-дейности спрямо тях и да предвидят съответните разходи“ (Porter, Hills, Pfitzer, Patscheke and Hawkins, 2011, p. 2).

Таблица

Прилики и разлики между CSR и CSV \*

Характеристики	Прилики	Разлики	
		CSR	CSV
1. Подход към обществените проблеми	Отговорност на бизнеса към обществените проблеми	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Проблемите на обществото имат второ-степенно значение</li> <li>● Акцентът е поставен върху смекчаване на риска в краткосрочен аспект</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Отговорността към обществото има дългосрочен характер</li> <li>● Обществените проблеми са отправната точка, с която се съобразяват стратегите на фирмите</li> <li>● Решаването на социалнозначимите проблеми намира израз в съвместно участие в проекти или програми</li> </ul>
2. Партньорство между бизнеса и обществото	Изграждане на близки взаимоотношения между бизнеса и обществото, представено от държавни или общински институции, неправителствени организации, университети и др.	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Партньорството е най-често под формата на съдействие на бизнеса за решаване на социалнозначими проблеми</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Формиране на клубстери, асоциации, сдружения, фондации и други форми на съвместна дейност</li> </ul>
3. Създаване на стойност	Използване на полза от решаване на социалните, екологичните и икономическите проблеми	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Стремелът е към създаване на по-добра репутация чрез участие в благотворителни инициативи</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Създаване на икономическа стойност, базирана върху създаване на стойност за обществото, чрез извършване на разходи</li> </ul>
4. Връзка с производствената програма	Наличие на ангажимент за съобразяване на производствената програма с рисковете, които тя може да причини върху обществото	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Превагилни действия за намаляване на риска от замърсяване на околната среда</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Производствената програма е изцяло подчинена на производството на екологосъобразни и ресурсоефективни продукти</li> </ul>
5. Външно влияние	Доброволно, подчиненост на икономическата политика на държавата	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Съобразно личните предпочитания се изпълняват програми или инициативи, които са подчинени на държавните регулации</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Мотивирана необходимост и целеустременост към повишаване на конкурентоспособността</li> </ul>
6. Времеви аспект	Нямат епизодичен характер	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Част от краткосрочните стратегии на фирмите</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Неразделна част от дългосрочната стратегия на фирмата</li> </ul>
7. Обвързване с бюджета на фирмата	-	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Не е обвързана с бюджета на фирмата</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Бюджетът на фирмата е изцяло съобразен с реализирането на споделена стойност</li> </ul>

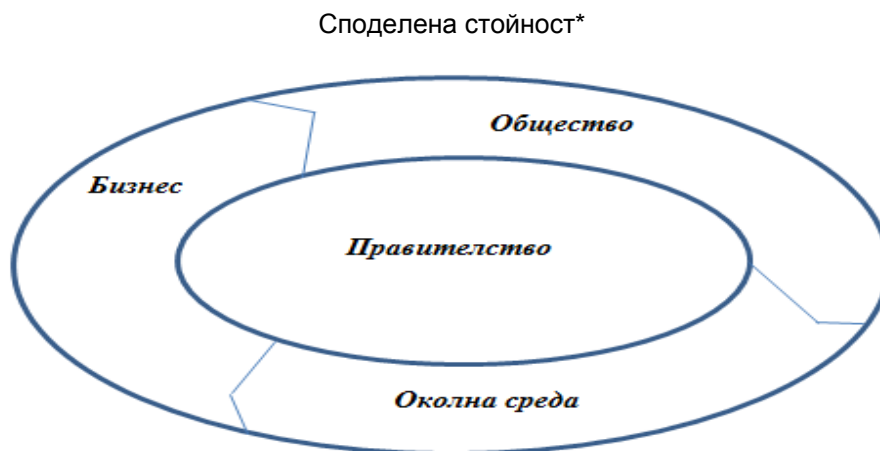
\* В таблицата са интерпретирани и обобщени мненията за различията между корпоративната социална отговорност и споделената стойност от следните публикации: Porter, Kramer, 2011, p. 16; Hidalgo, 2014, p. 2; Crane, Palazzo, Spence, Matten, 2014, p. 8.

Големи западни компании като „General Electric“, IBM, „Intel“, „Johnson & Johnson“, „Nestle“ и др. възприемат концепцията за създаване на споделена стойност. Те се обосновават с аргумента за нейното предимство, което се състои в „изграждането на концепцията върху възприятието, че в дългосрочен план интересите на бизнеса и обществото могат взаимно да се преплитат и допълват, което да носи както печалба и дивиденди за бизнеса, така и полза за обществото, чиито нужди ще бъдат удовлетворени“ (Димитрова, 2014, с. 50).

В условия на икономическа криза българските предприятия трудно възприемат CSV, тъй като усилия са насочени най-вече към оцеляване и максимизиране на печалбата. Много от тях не виждат връзката между осъществявания от тях бизнес и социалните проблеми. Създаването на споделена стойност е концепция, чието налагане би било успешно единствено чрез използването на подходящи държавни регулации, които да не бъдат бариера, а стимулатор за растеж и просперитет. Тяхната задача е „да създадат благоприятни възможности за бизнеса и потребителите, като променят начина им на живот и работа. Така те ще ги насърчат да създават споделена стойност и да опазват околната среда“ (Testa, 2011, р. 1).

Споделената стойност се представя и като взаимодействие между бизнеса, обществото и околната среда, направлявано от държавата в лицето на правителството (пак там, с. 10) (вж. фигурата).

Фигура



\* По Testa, 2011.

Излизайки от това разбиране за споделена стойност, държавните институции играят основна роля за стимулиране на създаването на споделена стойност чрез приеманите от тях законови и нормативни актове.

Държавата изпълнява следните пет ключови роли за стимулиране създаването на споделена стойност (вж. Porter, 2014, р. 48 – 52):

Ролята на държавата за стимулиране на създаването на споделена стойност...

1. *Роля на информатор – „брокер на знания“.* Държавата в лицето на правителството, министерствата, агенциите и т.н. притежава най-богат опит в решаването на социалните проблеми. Тя е в състояние и би трябвало да информира икономическите субекти къде е възможно да се пресекат интересите на бизнеса със социалните предизвикателства. Държавните институции разполагат с необходимите ресурси за разпространяване на добрите практики, например чрез провеждане на информационни кампании, обучения, конференции, симпозиуми и др.

2. *Роля на обединител на „ключовите играчи“.* Осъзнаването на ползата от възприемането на стратегията за споделената стойност от страна на фирмите понякога не е достатъчно. Често те са изправени пред затруднения или ограничения, свързани с липса на контакти, опасения от конкуренция и т.н. Тогава фирмите биха могли да се обърнат към държавни институции, които да обединят заинтересуваните страни за постигането на дадена социална и бизнес-цел.

3. *Роля на „оперативен партньор“.* Невинаги бизнесът е в състояние сам да създава споделена стойност поради липса на ресурси – финансови, материални, информационни, трудови и т.н. В този случай той би могъл успешно да си партнира с държавните институции. Добър пример за такова партньорство е включването на фирмите в програми на правителствени или неправителствени организации.

4. *Роля на сътрудник за намаляване на поетия риск/увеличаване на ползата.* Всеки бизнес крие определени рискове. Често първоначалните прогнози не се сбъдват и се оказва, че направената инвестиция е непечеливша или икономически неоправдана. В случаите, когато съответната бизнес-идея носи голяма полза за обществото, тя може да бъде подкрепена от държавата чрез различни инструменти.

В това отношение българската държава използва множество механизми за насърчаване и стимулиране на бизнеса. Голяма част от тях са съобразени с европейското законодателство и ангажиментите, които страната ни поема като член на Европейския съюз (вж. Център за изследване на демокрацията..., 2011):

- пазарни инструменти, които въздействат върху цените - данъци и фискални стимули;
- финансови инструменти – рамкови програми, оперативни програми и др.;
- схеми за подпомагане – преференциални тарифи, система за зелени сертификати<sup>4</sup> и др.

5. *Роля на творец на стимулиращи държавни регулации.* Стимулирането на създаването на споделена стойност от страна на държавните институции може да се реализира чрез налагане на държавни регулации в насоките, съответстващи на нивата на споделена стойност, посочени от Майкъл Портьър (вж. Porter, Kramer, 2011):

---

<sup>4</sup> Зелените сертификати са инструмент за насърчаване производството и потреблението на енергия от ВЕИ.

• Държавни регулации, водещи до *преосмисляне на продуктите и пазарите*. Тук се отнасят наредби, актове, постановления, програми и др., засягащи промяна на използваните суровини или материали (например все по-актуални и задължителни стават регулациите, свързани с ограничаване на генномодифицираните производства), намаляване на разхода на вода и енергия (увеличаване на дела на ВЕИ, участие в Европейската схема за търговия с емисии на парникови газове и др.), използване на нови технологии и т.н. В тази група се включват и държавните регулации, стимулиращи продажбата на продуктите на определени пазари.

• Държавни регулации, отнасящи се до  *предефиниране на производителността в стойностната верига*. Публично-частните партньорства са успешен финансов инструмент, използван от правителството и общините за осигуряване на инвестиции в обекти с обществена значимост – най-често свързани със строителството, инфраструктурата, възобновяемите енергийни източници (ВЕИ) и т.н. През 2013 г. в България влиза в сила Законът за публично-частното партньорство, който е следствие от действащите преди това Закон за концесиите и Закон за обществените поръчки.

• Държавни регулации,  *стимулиращи развитието на клъстери*. Процесът на институционализация на клъстерите в България започва през пролетта на 2004 г. с приемането на Решение на Съвета за икономическо развитие към Министерския съвет (Христова, 2009, с. 71). По данни на Министерството на икономиката и енергетиката за периода 2004 – 2006 г. са регистрирани 10 индустриални клъстера от различни традиционни и високотехнологични отрасли: „Българска коприна“, гр. Русе; „Информационни и комуникационни технологии“, гр. София; „Средногорие мед“, гр. Пирдоп; „Енергийно сърце на България“, гр. Раднево и др. (вж. Годишен доклад за състоянието и развитието на Националната политика..., 2006).

През 2005 г. българското правителство стартира проект на тема „Въвеждане на клъстерен подход и установяване на пилотен клъстерен модел“. Идеята е чрез извършване на задълбочен анализ на перспективни за българската индустрия сектори да се изберат няколко от действащите в тях клъстери, на които да бъде оказана финансова и методическа помощ. Вследствие от реализацията на проекта са изготвени два важни документа:

*Национална стратегия за развитие на клъстерите (2006)* - тя пояснява същността на клъстерите чрез извеждане на техните основни характеристики. С конкретни примери от световната практика (САЩ, Уелс, Словения и т.н.) се налага идеята за възприемане на клъстерния модел като форма за повишаване на конкурентоспособността на българските предприятия. Въпреки че не е приета официално от Министерския съвет, стратегията стимулира бизнеса към участие в клъстерни форми на сътрудничество;

*Наръчник за управление на клъстерите (2006)* - акцентира върху методиката на създаване на клъстери, фактори, влияещи върху процеса на клъстеризацията, мениджмънт, подкрепа на клъстерите и т.н.

Ролята на държавата за стимулиране на създаването на споделена стойност...

*През програмния период 2007 – 2013 г.* са приети поредица от документи, които съдействат за стимулиране формирането и развитието на клъстерите в България: Национален план за развитие на България за периода 2007 – 2013 г.; Национална стратегическа референтна рамка; Национална стратегия за насърчаване на МСП 2007 – 2013; Национална стратегия за регионално развитие на Република България за периода 2005 – 2015 г.; оперативни програми и др.

*За новия програмен период 2014 – 2020 г.* този списък се допълва от: Програма „Хоризонт 2020“; Национална програма за развитие: България 2020; Национална стратегия за насърчаване на малките и средните предприятия – 2014 – 2020; годишни програми към Националната стратегия за насърчаване на малките и средните предприятия; Национална програма за реформи 2013 – 2020; Иновационна стратегия за интелигентна специализация 2014 – 2020 г. и др.

\*

Изброените насоки са неопровержимо доказателство за ключовата роля на държавата за стимулиране и налагане на концепцията за споделената стойност. Дали тя ще се реализира с желания успех в България, зависи от много фактори – както международни, така и национални. През 2009 г. Министерският съвет приема „Стратегията за корпоративната социална отговорност 2009 – 2013 г.“, чрез която държавата изразява своята активна позиция за създаване на благоприятна среда за прилагане на социалноотговорни практики. Проведена е широка медийна кампания за нейното оповестяване и налагане. След 2013 г. обаче инициативите по реализацията ѝ постепенно затихват, въпреки че през март 2010 г. Европейската комисия оповестява „Обновена стратегия за корпоративната социална отговорност 2011 – 2014 г.“

Все още списъкът от предприятия, които прилагат CSR, е твърде малък. По отношение на новата концепция на Майкъл Портър – CSV, единици са фирмите в България, които са запознати с нея, а още по-малко са тези, които я прилагат. Остава надеждата, че и по този проблем държавата няма да действа епизодично, следвайки „сляпо“ директивите на ЕС. Нужна е много по-активна и продължителна работа за нейното популяризиране, което да бъде съчетано с инициативи и съвместни действия на всички нива – национално, регионално и локално, за да се достигне и до конкретните фирми.

Макар че в световен план има все повече примери за успешни практики, свързани с прилагането на CSV, за съжаление въпреки полаганите усилия нашата страна стои далеч назад в редицата от държави-членки на Европейския съюз, за които решаването на социални проблеми чрез приобщаване на бизнеса е от първостепенно значение.

*Използвана литература:*

*Бътлър, И., А. Смит (2010). Въведение. Институт за радикален капитализъм. С.: „Атлас“.*



*Димитрова, В.* (2014). Shared Value или Shared Values? Наличието на споделени ценности определя възможността за създаване на споделена стойност, Shared Values Споделени ценности. – Списание за индустрия, клъстери и споделена стойност, март.

*Смит, А.* (1983). Богатството на народите. С.: „Партиздат“.

*Христова, В.* (2009). Съвременни параметри на индустриалните клъстери в България. Изд. „Фабер“.

Европейска комисия.(2010). Европа 2020 – Стратегия за интелигентен, устойчив и приобщаващ растеж. Брюксел, достъпно на [www.ec.europa.eu/europe2020/index\\_bg.htm](http://www.ec.europa.eu/europe2020/index_bg.htm)

Европейска комисия (2011). Обновена стратегия на ЕС за периода 2011 – 2014 г. за корпоративната социална отговорност. Брюксел.

Министерство на икономиката и енергетиката. Годишен доклад за състоянието и развитието на Националната политика в областта на иновациите 2006 г.

Национална стратегия за развитие на клъстерите (работна версия), май 2006 г.

Наръчник за управление на клъстери (проект), последна девета редакция от 19.10.2006 г., достъпно на [www.iaphare.org/bg](http://www.iaphare.org/bg).

Център за изследване на демокрацията (2011). Управлението на зелената енергетика в България.

*Crane A., G. Palazzo, L. Spence, D. Matten* (2014). Contesting the Value of “Creating Shared Value”, Vol. 56. Berkeley: University of California.

*Hidalgo, Ch.* (2014). Are Shared Value and Corporate Social Responsibility Different? A Sustainability Report Re-Imagined. FSG, October.

*Porter, M. E., M. R. Kramer* (2006), Strategy & Society. The Link between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility. - Harvard Business Review, December.

*Porter, M. E., M. R. Kramer* (2011). Creating Shared Value – How to reinvent capitalism – and unleash a wave of innovation and growth. - Harvard Business Review, January – February.

*Porter, M., G. Hills, M. Pfitzer, S. Patscheke and E. Hawkins* (2011). Measuring Shared Value. How to unlock value by Linking Social and Business Results. FSG.

*Porter, M.* (2014). Shared Value in Chile – Increasing Private Sector Competitiveness by Solving Social Problems. Universidad del Desarrollo, FSG.

*Testa, D. S.* (2011). The role of Government in creating Shared Value between Business, Society and the Environment. MA Fashion and the Environment, March.

19.II.2015 г.