

Обучението по дисциплината „Социална отговорност в бизнеса“ в Университета за национално и световно стопанство

Даниела Цветкова*

Резюме: Предмет на настоящата статия е изградената методика на обучение на студентите от специалност „Бизнес администрация“ по дисциплината „Социална отговорност в бизнеса“. Разглежда се ролята и значението на социалната отговорност в съвременната бизнес практика и нуждата от такова обучение сред студентите. Внедрен е иновативен подход на обучение чрез приложение на метода учене чрез действие. Разгледана е същността на метода обучение чрез действие и неговите ползи за участниците. Целта на внедреният иновативен подход е да създаде условия за по-ефективно учене и подготовка на студентите за управление и работа в съвременната бизнес среда. Представен е опитът от провеждането на такъв вид обучение по дисциплината, както и постигнатите резултати. Направените изводи разкриват потенциала на такъв вид обучение и приносът му за обучението в университета и по-тясното му обвързване с практиката.

Ключови думи: корпоративна социална отговорност, учене чрез действие, студентски проекти, социална отговорност.

JEL: M10, M19.

* Даниела Цветкова е доктор, хоноруван преподавател в катедра „Управление“, e-mail: daniela.tzvetkova@abv.bg

1. Въведение

Корпоративната социална отговорност като концепция и обект на изследване се развива интензивно в последните години. Тя възниква на основата на глобализирания свят, където по-голяма част от държавите постепенно са въвлечени в икономически взаимоотношения с наднационални фирми. Тя е един от стълбовете на съвременното и проспериращо общество. В последните години фактори като разпределението на богатството, корпоративното управление и регулиране, грижи за околната среда, хората в нужда и бързо променящите се очаквания на обществото засилват натиска върху компаниите. Поради това въвеждането на социална отговорност в стратегията им се разглежда като необходимост. Корпорациите, които са осъзнали, че бизнесът се нуждае от обществото толкова, колкото и обществото се нуждае от бизнеса, имат допълнително конкурентно предимство. Социалната отговорност в бизнеса означава осигуряване на икономическия успех на даден бизнес чрез включването на социални мерки и мерки за опазването на околната среда в операциите на фирмата. С други думи, това означава да се удовлетворят изискванията на клиентите на една фирма, като същевременно се отговори на очакванията на други хора като персонал, госта-

чици и общественост. Т.е. корпоративната социална отговорност е средството, което помага на предприемачите да постигнат дългосрочни конкурентни предимства за бизнеса си, за качествено обслужване на клиентите си, както и за привличането на нови такива. Основният фокус на корпоративната социална отговорност са организационните ценности. Те са от жизнено важно значение за постигане на напредък по отношение на социалната отговорност. Генерирането на социална стойност (изпълнението на социалните отговорности) трябва да се разглежда като съществена част от мисията на компаниите. Процесът по осъществяването на корпоративна социална отговорност има за цел да гарантира, че намеренията се превръщат в действия, осъществени от надеждни морални агенти, способни да генерират доверие. Доверие, което стъпва на базата на устойчиво етично поведение и иновативни решения на социалните проблеми.

Корпоративната социална отговорност засяга всеки, тъй като тя отразява основните ценности на обществото. Тя се отнася до всички предприятия – големи или малки, които са в състояние да подобрят своя икономически, екологичен и социален успех в краткосрочен и дългосрочен план, благодарение на новите изделия или услуги, които предоставят; на повишаване на квалификацията и ангажиране на заинтересуваните партньори.

Конкурентните предимства и ефекти от прилагането на корпоративната социална отговорност се проявяват в следните няколко направления:

- повишаване на репутацията и утвърждаване на добрия имидж на социално отговорните компании;
- утвърждаване на нов тип организационно поведение, бизнес етика и култура;
- лоялност към персонала и задържане на качествените човешки ресурси в организацията;

- повишаване на оценките на клиенти, доставчици, местната общност и инвеститори;
- успешно прилагане механизма на публично-частното партньорство в интерес на обществото, в контекста на “зелените” обществени поръчки;
- повишаване публичността на нефинансовата информация.

Корпоративната социална отговорност като дисциплина все повече се налага в обучението на студентите и се определя като изключително важна бизнес дисциплина. Тя се преподава в университетите като: Harvard Business School, Lancaster University Management School, European Business School и други. В последните години и в България университетите въвеждат програми, подготвяйки бъдещите икономисти и мениджъри за работа в изключително конкурентна среда, където все повече на преден план ще излизат предизвикателства, свързани с решаването на социални проблеми. Умения като интегриране на социалните и икономически цели на организацията ще бъдат ключови в компетенциите на бъдещите управленци. Дисциплината „Социална отговорност в бизнеса“ се преподава пред студентите от специалност „Бизнес администрация“ от 2010 г. Обучаващите придобиват знания за същността на корпоративната социална отговорност, за социалните инициативи, за доброволческата дейност, Глобалният договор на ООН, принципите на Глобалния договор, екологичното и устойчиво развитие, стандартите на ISO 26000, както и стандарт SA8000.

Обучавайки се в дисциплината, студентите придобиват практически умения за развитие на корпоративната социална отговорност и за вземането на управленски решения, основаващи се на социално отговорно поведение. Теорията по темата за социалната отговорност в бизнеса все още не е достатъчно изследвана и развита. От друга страна, практиката по нейното

приложение набира все по-голяма скорост и търпи бурно развитие. Поради тази причина обучението в дисциплината би следвало да се опира повече на практическия опит и да се осъществява чрез не толкова популярни и системно използвани методи на обучение, а да се търсят алтернативни иновативни подходи за обучение по дисциплината. Такъв вид обучение е обучението чрез действие.

2. Същност на обучението чрез действие в университета

Понятието „учене чрез действие“ е използвано за първи път от физика от Кеймбридж Реджиналд Реванс в книгите му от 80-те години на XX в. (Revans, 1980) Той го свързва със своя ранен опит през 20-те години в лабораториите в Кеймбридж, където изтъкнати учени, включително нобелови лауреати, се срещали всяка седмица, с цел да говорят върху проблемите, с които се сблъскват в изследователската работа, и да се учат един от друг.

Традиционният възглед за ученето е, че познанието трябва да бъде предадено и получено под формата на информация, теория и резултати от изследвания и след като го възприемат, учещите могат да го приложат. Ученето чрез действие се разглежда от противоположна гледна точка като учене от опита чрез групови дискусии, проби и грешки. То се определя като продължаващ процес на учене и рефлексия, подкрепян от колеги, с намерение да се извърши определена работа (McGill and Beaty, 2001). Това е „процес, който включва работа на малка група върху реални проблеми, предприемане на действия и индивидуално, екипно и организационно учене по време на този процес“ (Marquardt, 2011).

Обучението в действие дава възможност студентите да бъдат въвлечени в непрекъснат процес на рефлексия, опити и действия, с поддръжка от страна на групата, която остава относително постоянна по състав.

Тези действия са насочени към решаването на реални проблеми, изведени от практиката. Идеите на студентите се представят на вниманието на колегите им, които ги подлагат на критичен анализ на базата на техния собствен опит. По думите на McGill и Beaty (2001), по този начин се подпомагат хората да заемат активна жизнена позиция и да преодоляват тенденцията да остават пасивни в живота и работата си.

Обучението в действие позволява на студентите да съсредоточат ученето си върху собствената позиция, а и да поощряват колегите си да действат като критични изследователи, да водят диалог и съвместно решение на проблеми от професионалната практика.

- Акцентът на дейността се поставя повече върху процеса, отколкото върху резултата (фактическо решение на проблема), макар че те не се противопоставят.
- Процесът помага на хората да заемат активна жизнена позиция.
- По време на срещите, освен основния проблем, се решават и индивидуални проблеми на участниците.
- Всеки участник планира бъдещото действие с поддръжка от страна на групата.
- Поощрява развитието на студентите, разглеждайки ги като диалогични същества. Обучението е диалогично – много важно значение придобиват съучастникът (колега, състудент, съученик) и преподавателят (опитен специалист). Основно място на обратната връзка. (Beaty, Liz, 1999)
- Обучението е индуктивно – студентът намира проблема, изследва го от много различни гледни точки, строи концептуални модели и решения, осъществява ги и оценява въздействието.
- Насочено е към това обучаемите да могат самостоятелно да овладяват знания, да решават проблеми, да се справят в нови ситуации.

- В центъра е студентът като субект на обучението. Саморегулация на ученето.
- Променя се ролята на преподавателя, който не е само носител на знания, а главно консултира и подпомага индивидуалното и групово учене; контролира отражението, организира обучаемите за активно придобиване на знания чрез собствени усилия и компетентно консултира, насочва, обобщава; планира действията и анализира и оценява прогреса на групата. (Beaty, Liz, 1999)
- Помощта е съставна част на обучението в действие и има ситуационен характер.
- Плурализъм на методите и на местата за обучение. Целите и методите подлежат на анализ и обсъждане в групата.
- Осигурява възможности за персонално и социално действие. Развива социални умения за организиране на групата и междуличностни отношения.
- Обучението в действие се провежда по принцип в група. То е социален процес, в който участниците се учат един от друг, в резултат на което възниква синергетичен ефект в групата.
- Често се посочва, че обучението в действие е обучение на основата на практиката и незнанието. Признаването на своето незнание е ключът към обучението в действие.
- Динамиката на обучение се състои по-скоро в обсъждането на отсъствие на знания, отколкото в тяхната взаимна демонстрация.
- Обучението в действие изисква поставяне и отговаряне на въпроси в условията на риск и неопределеност, когато никои не знае какво да се прави по-нататък.
- Обучението е организирано съдържателно под формата на разработване на проекти; основно изискване към тях е преподавателите да имат власт да вземат решения и да прилагат мерки (индивидуално или съвместно). (Naylor, Michele, 1997)

3. Приложение на ученето чрез действие в обучението по социална отговорност в бизнеса

Обучението по дисциплината „Социална отговорност в бизнеса“ се осъществява като избираема дисциплина за студентите от специалност „Бизнес администрация“, 4 курс. Обучението се осъществява чрез съчетаването на лекции и практически занятия. Методите на преподаване са: лекции, разработване на извънаудиторни задачи и казуси. При възможност се осигуряват външни лектори от практиката, които споделят своя опит. По време на обучението студентите получават основни знания:

- за същността, структурата и съдържанието на Корпоративната социална отговорност;
- за основните законови изисквания и ограничения за Корпоративна социална отговорност;
- за връзката на Корпоративната социална отговорност с всички сфери на бизнеса;
- за добрите световни и български практики на КСО.

Обучението по дисциплината осигурява следните умения:

- разработване на политика за Корпоративна социална отговорност;
- внедряване на Корпоративната социална отговорност в стратегическото планиране;
- изготвяне и реализиране на проект за Корпоративна социална отговорност;
- оценка на ефектите от КСО.

Съществен елемент в обучението е изготвянето и реализирането на проект по дисциплината. Именно тук се използва методът учене чрез действие. Изготвянето на проект от студентите, групов или индивидуален, е често срещана практика в обучението. Почти всички дисциплини, изучавани в УНСС, включват такива проекти под различна форма. Но разликата при

Социално развитие

тази е свързана с факта, че студентите не само разработват такъв проект, но го и реализират в рамките на отреденото време за обучение в дисциплината „Социална отговорност в бизнеса“. Проектите се разработват по време на семинарните занятия, а реализацията по тях много често се случва извън рамките на регламентираното време. В края на семестъра се провежда ден на социалната отговорност в УНСС, организиран от студентите от специалност „Бизнес администрация“ и катедра „Управление“, където се представят постигнатите резултати от реализацията на проектите по дисциплината. Разбира се съществен принос за осъществяването на проектите има и ръководството на УНСС, което оказва своята подкрепа за реализацията на студентските проекти. Реализираните проекти са на различна тематика, но всички те са със социална насоченост и решават социален проблем. Примерни такива са: кампания, свързана с вредата от тютюнопушенето, с отговорността на шофьорите и пешеходците на пътя, последствията от замърсяването на околната среда, новата визия за двора на университета, както и възможността за бързо и лесно намиране на учебните зали в УНСС чрез онлайн платформа със залите в университета, свободна библиотека в УНСС с доброволен обмен на книги. Една от инициативите „Капачки в действие“ бе продължена от Студентски съвет. Това доказва нуждата от такива инициативи, в които

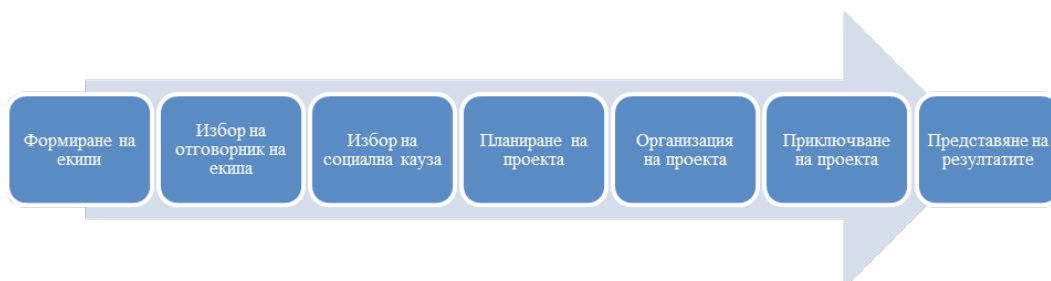
младите хора могат да изразят своята съпричастност към социално значими теми.

Процесът по обучение в действие при разработване и реализация на студентските проекти се развива в няколко етапа:

1. Разпределение на студентите и формиране на екипи (всеки екип се състои от 10 до 15 студента).
2. Избор на ръководител (отговорник) на екипа.
3. Дискусия в екипите и избор на социална кауза, за която ще работи екипа – в този етап студентите навлизат бързо в теорията и практиката по дисциплината, тъй като е необходимо добро познаване на материала, за да успеят да направят информиран избор на проблем по темата.
4. Планиране – процес на определяне на всички дейности и ресурси за успешната реализация на проекта.
5. Организация на хората и комуникациите по между им.
6. Приключване на проекта с реализацията на всички заложили дейности и инициативи.
7. Представяне на резултатите в деня на социалната отговорност.

При разработването на проекта и неговата реализация студентите се обучават, като:

- се занимават с реални проблеми (т.е. такива, които съществуват независимо от значението им за обучението), да ги откриват и дефинират, да определят реални фактори, влияещи върху решението им;



Фигура 1. Процесът по обучение по дисциплината „Социална отговорност в бизнеса“

- обединяват всички теоретични и практически знания и умения за решаване на проблемите;
- от тях се изисква персонална отговорност: членовете запазват отговорността си за решението на техните собствени проблеми;
- са заинтересовани от реализацията на дейности, а не просто от теоретични решения;
- се осигурява на участниците възможност за проверка на собствените идеи;
- развиват иновативност, творчески потенциал и увереност в себе си;
- развиват лидерски качества, инициативност и умения за работа в екип;
- развиват комуникативни умения;
- развиват оптимизъм в ученето, самоувереност;
- се дава възможност за изразяване на индивидуално мнение;
- се дава възможност за оказване и получаване на помощ;
- се мотивират с учене за решаване на проблеми, а не за оценка.

Разбира се, при провеждането на такъв вид обучение възникват и някои трудности и проблеми, свързани с уменията за комуникация, емоционалния климат в екипа, добро планиране на действията, различия в разбиранията и културните ценности на хората в екипа. Но провеждането на такъв метод на обучение е доказал ползите и ефективността, както за студентите, така и за преподавателя (наставник) на екипите.

4. Анализ на резултатите от направено проучване на студентите, изучавали дисциплината „Социална отговорност в бизнеса“, в катедра „Управление“

Постановка на изследването:

Цел на настоящото изследване е да се представи обратната връзка на студен-

тите за начина на обучение и удовлетвореност от обучението по дисциплината „Социална отговорност в бизнеса“.

Обект на емпиричното изследване са студентите от катедра „Управление“, които са изучавали дисциплината „Социална отговорност в бизнеса“.

Задачи на изследването:

- да се потърси обратна връзка от студентите;
- да се проучи удовлетвореността от обучението;
- да се проследи мнението на студентите за използваните методи на обучение.

Проведеното проучване сред студентите е осъществено през 2015 г. Използваният инструментариум е анкетна карта, в която са включени двадесет въпроса от затворен, отворен и полузатворен тип, построени на различни скали – Ликертова, четиристепенна, двустепенна, оценъчна, въпросите са с един или повече от един възможни отговори. Анкетната карта е разделена на три блока: въпроси, свързани с изследване на мнението на студентите; въпроси, оценяващи процеса на обучение и използваните методи за обучение; както и демографски данни на изследваните лица. Участниците в изследването са 73 респондента.

Анализ на резултатите

За целта на настоящата статия ще се разгледат част от получените резултати.

Първият въпрос, който ще бъде представен в статията, е свързан с изследването на мотивацията на студентите и създаване на интерес за участие в дискусии. На фигурата по-долу е представено разпределението на отговорите на този въпрос. Фигурата ясно илюстрира, че получените резултати от проведеното проучване са обвързани, показват висока мотивираност сред студентите, изучавали тази дисциплина. 56% от респондентите твърдят, че се чувстват напълно мотивирани, още 37% посочват отговора „по-скоро да“, с други думи,

Социално развитие

може да се направи изводът, че 93% от респондентите са положително настроени и се чувстват мотивирани и проявяват интерес към участие в дискусии. Отговорът „не мога да преценя“ е посочен едва от 7% от анкетираните. Отрицателни отговори нито един от респондентите не е посочил. Представеният въпрос дава основание и възможност да се направи изводът, че подходът на работа и преподаване на дисциплината мотивира студентите (фигура 2).

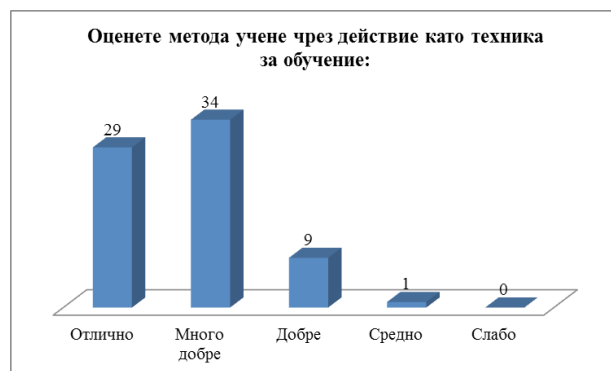
Следващият въпрос, който ще бъде разгледан, представя мнението на студентите за оценката им за метода учене чрез действие. Възможните отговори отново са поставени на петстепенна Ликертова скала. Могат на разглеждания въпрос е

отговор две – „много добре“, с 34 отговори по този начин, следван от „отлично“ с 29, на следващо място, с разлика от 20 респонденти, е отговорът „добре“, един-единствен респондент е отговорил „средно“. В процентно съотношение „много добре“ получава 46,58%, „отлично“ – 39,73%, „добре“ – 12,33%, на последно място – „средно“, 1,37%. Средната аритметична оценка на метода е 4,25. Може да се направи извод в подкрепа на предходния разгледан въпрос, че студентите харесват тази техника за обучение и се чувстват мотивирани от нея (фигура 3).

Въпросът, който разглежда предоставените материали за подготовка по дисциплината, има разпределение, което е представено на фигура 4.

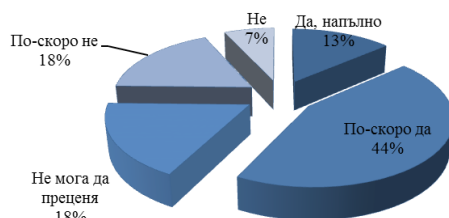


Фигура 2. Разпределение на отговорите на въпроса „Чувствате ли се мотивирани и проявявате ли интерес за участие в дискусии?“



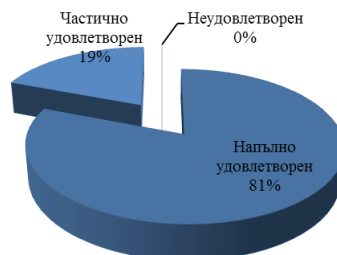
Фигура 3. Разпределение на отговорите на въпроса „Оценете метода учене чрез действие като техника за обучение“

Достатъчни ли са предоставените материали за подготовка по дисциплината "Социална отговорност в бизнеса"



Фигура 4. Разпределение на отговорите на въпроса „Достатъчни ли са предоставените материали за подготовка по дисциплината „Социална отговорност в бизнеса“?“

В каква степен сте удовлетворен от обучението по дисциплината "Социална отговорност в бизнеса"



Фигура 5. Разпределение на отговорите на въпроса „В каква степен сте удовлетворен от обучението по дисциплината „Социална отговорност в бизнеса“?“

Представеното разпределение на фигура 4 показва, че модата на разглеждания въпрос е отговорът „по-скоро да“, като е посочен от 32 респондента или 44% от анкетираните, следващите най-често срещани отговора са два – „не мога да преценя“ и „по-скоро не“, с по 18% или 13 респондента, отговорът „да, напълно“ е посочен от 10 студента, което спрямо броя на изследваните лица е 13%, последният отговор е „не“, посочен е от 5 анкетирувани с процентен дял от 7. С оглед на отговорите на този въпрос може да се направи изводът, че е необходимо да се разширят предлаганите материали като отправна точка и запознаването на студентите. Резултатите от този въпрос показват, че предоставените лекционни курсове и допълнителни материали има нужда да бъдат синтезирани и под-

несени и под друга форма. Въпросът следва да бъде разгледан и на по-задълбочено ниво.

Следващият въпрос от анкетната карта изследва удовлетвореността на студентите от цялостното обучение по дисциплината. Възможните отговори са представени във вид на кръгова диаграма и показват относителния им дял (виж фигура 5). Фигурата показва, че 81% от респондентите са напълно удовлетворени от обучението по дисциплината, останалите 19% са частично удовлетворени, неудовлетворени – няма. Във връзка с това разпределение, може да се направи генералният извод, че дисциплината по „Социална отговорност в бизнеса“ има интересен подход на обучение и е интересна материя за студентите. Начинът, по който е организиран учебният процес, е удовлетворяващ техните нужди и желания.

Социално развитие

Разбира се, както всяко едно нещо се нуждае от развитие и усъвършенстване (фигура 5).

Последните два въпроса, които ще бъдат разгледани от анкетната карта, са свързани с отворените въпроси, които изследват положителните и отрицателните страни на дисциплината. Сред най-често посочваните положителни страни могат да бъдат отличени следните:

- актуалността и нарастващото значение на социалната отговорност;
- присъствието на външни лектори;
- обсъждане на различни социални проблеми;
- постигнатата енергия и синергия в групата по време на изпълнението на груповия проект;
- разширяване на гледната точка;
- увеличаване на междуличностните умения;
- развитие на уменията за групово учене и други.

Най-често посочваните недостатъци на дисциплината са:

- трудностите при оформяне на екипи;
- трудности при избор на социална тема;
- липса на учебник по дисциплината;
- необходимост от използване на интернет и електронни носители;
- голяма извънаудиторна заетост и други.

Разгледаното проучване сред студентите, които изучават дисциплината „Социална отговорност в бизнеса“ в катедра „Управление“, дава основание да се направи изводът, че дисциплината и използваните в нея методи представляват интерес и студентите с желание работят по проектите. Наблюдава се стрипване около добрите оценки и по-голям набор от положителни черти за самата организация и материя на дисциплината, за съжаление се наблюдават и посочени недостатъци, които се обединяват около необходимото време и липсата на учебник.

5. Заключение

Методът учене чрез действие има огромен потенциал за активиране на студентите. От друга страна, с този метод

може да се постигне по-тясно свързване на практиката с обучението в университет.

Обучавайки се в дисциплината, студентите придобиват практически умения за развитие на корпоративната социална отговорност и за вземането на управленски решения, основаващи се на социално отговорно поведение.

Утвърдената практика в катедра „Управление“, при Университета за национално и световно стопанство, по дисциплината „Социална отговорност в бизнеса“, може да бъде определена като полезна и интересна на студентите. Обучението с помощта на метода чрез учене развива уменията на студентите не само в областта на дадената дисциплина, но в същото време развива и много други техни качества.

Направеното проучване сред студентите показва, че дисциплината по „Социална отговорност в бизнеса“ има интересен подход на обучение и е интересна материя за студентите. Начинът, по който е организиран учебният процес, е удовлетворяващ техните нужди и желания. Разбира се, както всяко едно нещо се нуждае от развитие и усъвършенстване – намаляване на времето за извънаудиторна заетост и създаване на учебни пособия.

Цитирани източници:

- Beaty, Liz, 1999, Consultation Through Action Learning.// New Directions For Teaching And Learning, Ns 79, Fa11.
- Marquardt, M., 2011, Optimizing the Power of Action Learning: Real time Strategies for Developing Leaders, Building Teams, and Transforming Organizations. Nikolas Brealey Publishing.
- McGill I, Beaty L, 2001, Action Learning: A Guide for Professional, Management and Educational Development(2nded.). London: Kogan Page.
- Naylor, Michele. 1997, Work-Based Learning.
- Revans, R., 1980, Action Learning: New Techniques for Management, London: Blond & Briggs Ltd.