



ИЗВЕСТИЯ

списание на Икономически университет – Варна

<http://journal.ue-varna.bg>

ИЗКУСТВЕН ИНТЕЛЕКТ И КОРПОРАТИВНА СОЦИАЛНА ОТГОВОРНОСТ – СБЛЪСЪК И НОВИ ВЪЗМОЖНОСТИ

Христина БЛАГОЙЧЕВА¹

¹ Катедра „Финанси”, Икономически университет - Варна, България.
E-mail: hrlblagoycheva@ue-varna.bg

JEL: M14, O33

Резюме

Ключови думи:

изкуствен интелект,
данни, компании,
корпоративна социална
отговорност, заинтере-
совани страни

Навлизането на изкуствения интелект предоставя огромни възможности за производителност, икономическо развитие и напредък в различни сектори на стопанския живот. Едновременно с това той иницира множество рискове за правата на човека – трудови и обществени, за околната среда, социалното развитие на обществото и др. Имайки предвид дългосрочните трансформации, които ще причинят интелигентните технологии, социалната отговорност на компаниите сега изисква социални ползи не само за заинтересованите лица и обществото, но и за бъдещите поколения и за света, който те ще получат. Затова целта в настоящата статия е да се открият някои нови възможности за преодоляване на социалните проблеми, които ИИ носи на обществото, и за впрягане на градивните му сили в социално отговорните политики на компаниите.

© 2021 Икономически университет – Варна

Цитиране: БЛАГОЙЧЕВА, Х. (2021) Изкуствен интелект и корпоративна социална отговорност – сблъсък и нови възможности. *Известия. Списание на Икономически университет – Варна*, 65 (1), с. 55 – 69.

Въведение

Бързото навлизане на цифровите технологии и изкуствения интелект (ИИ) в последните години отварят нови възможности за производителност, икономическо развитие и напредък в различни сектори на стопанския живот – от индустрия, селско стопанство и търговия до здравеопазване и персонален помощник. Ако са подходящо използвани, приложенията за изкуствен интелект имат огромен потенциал за развитие на отговорния бизнес. ИИ може да поеме монотонни и

опасни за живота на хората задачи, да осигури бързо необходимата информация, да съдейства за осигуряване на безопасна и здравословна работна среда. Използването му в интелигентни мрежи и интелигентни градове може да помогне за ограничаване на емисиите на парникови газове, да помогне за адаптирането към изменението на климата, да облекчи труда и др. показатели на корпоративната социална отговорност (КСО).

Едновременно с това практиката показва, че действията на ИИ могат да иницирират определени рискове за правата на човека, околната среда и други важни елементи на отговорното бизнес поведение. Наблюдават се изкривявания и дискриминация при наемане на служители, определяне на тежестта на задачи за изпълнение, ощетяване на поверителността и пристрастни алгоритми.

Компаниите са юридически самостоятелно обособени лица. Като такива те функционират в определена екосистема и са обвързани с множество социални отношения. Процесите по производство и развитие са неотделими от взаимоотношенията с потребители, доставчици, акционери, служители и други заинтересовани страни. С навлизането на ИИ компаниите често пренебрегват тези факти и поставят акцент върху собствените си икономически интереси или върху интересите на отделни групи. Но това не е достатъчно. За да имат подкрепата на обществото, особено в задаващата се несигурна цифрова среда, те трябва да се изправят и пред своите юридически, социални и морални отговорности. Колкото по-големи са играчите на пазара, толкова по-големи са техните социални и морални отговорности към обществото.

Настъпващите цифрови промени изискват корпоративно лидерство с различна форма на социално отговорно мислене, отворено към бизнес по нов начин – често все още неясен, но с нагласата да е по-полезен за обществото. Това отваря пътя към интеграция на дейността на изкуствения интелект с механизмите на корпоративната социална отговорност. И след като технологиите продължават да променят икономическите и обществените приоритети, фирмите следва да се адаптират към промяната, отговаряйки на неудовлетворените социални нужди.

Всичко това обуславя актуалността на избраната тема. А целта в настоящата статия е да се открият някои нови възможности за преодоляване на социалните проблеми, които ИИ носи на обществото, и за впрягане на градивните му сили в социално отговорните политики на компаниите.

1. Предизвикателствата на изкуствения интелект

Все по-често слушаме новини за нови технологии, много по-ефективни в изпълнението на задачи, които до сега са били човешки труд. Очаква се че преходът

към изкуствен интелект може или да доведе до безпрецедентна ера на богатство и прогрес, или до сериозно бедствие. През 2019 г. Accenture¹ публикува доклад с изследване на 1500 компании с минимален доход от 1 милиард щатски долара в 12 страни по света в 16 индустрии, с цел да разкрие факторите за успех при мащабиране на ИИ. Тези компании предоставят повече от половината от световната икономическа продукция. Според доклада ИИ има потенциала да увеличи значително корпоративната рентабилност и да удвои темповете на икономически растеж до 2035 г., да увеличи производителността на труда с цели 40% и да увеличи brutната добавена стойност с 14 трилиона долара въз основа на почти 40% увеличаване на нормите на възвръщаемост (Accenture, 2019). Отчитайки значимостта за работа в безопасна и здравословна работна среда (Blagoycheva, Andreeva & Yolova, 2019), интелигентните машини могат да поемат монотонните, изискващи напрежение, тежки и опасни за здравето задачи и изцяло да променят света на труда, освобождавайки времето на хората за по-полезни или творчески дейности.

Но успоредно с тези ползи приемането на интелигентната технология от организациите може да бъде дехуманизиращо в някои аспекти на труда – натрупване на огромни печалби за сметка на работната сила или заобикаляне на правилата (Blagoycheva, 2020b). Тъй като изкуственият интелект превъзхожда хората в множество задачи, той ще ги измества от все повече и повече работни позиции, осигурявайки на компаниите по-висока производителност и печалба, съчетани със снижени разходи за работна сила. Наблюдавайки тенденциите и разгръщането на технологиите, прогнозите за запазване на заетостта не изглеждат много обещаващи и възниква очакването, че след няколко десетилетия една огромна част от съществуващите днес работни места ще изчезне. През 2016 г. доклад на KPMG прогнозира, че броят на работниците в световен мащаб, които биха могли да бъдат засегнати от роботизираната автоматизация на процесите до 2025 г., е 100 милиона човека (KPMG, 2016). Възниква въпросът дали това ще доведе до масова безработица и бедност за хората, останали извън пазара на труда, или ще освободи повече време на служителите да се фокусират върху дейности с по-висока стойност или върху търсене на иновации за осигуряване на стойност.

От гледна точка на социалната значимост на новите технологии възникват притеснения и за трансформациите и възможните разрушения, които биха могли да застрашат човешкия свят (Krishnan, 2016). Някои предупреждават, че ако изследванията продължават да напредват, без достатъчни успоредни изследвания по проблемите на управлението на ИИ е много вероятно да се стигне до катастрофални аварии (Wiblin, 2017). Още през 2015 г. на конференцията в Пуерто Рико,

¹ Accenture plc е мултинационална компания със седалище в Ирландия, която предоставя консултантски и обработващи услуги.

организирана от Института за бъдещето на живота, е подписано публично писмо, в което се посочва загриженост за очакваните рискове² (Future of Life Institute, 2015). Тези опасения се споделят и от гражданското общество (ЮНЕСКО, 2018; Floridi et al., 2018). Трети, които са убедени в неизбежността на предстоящите сътресения, се опитват да търсят насоки и предпазни мерки за отговорно развитие на ИИ, така че бъдещето да е възможно за живеене (Ganascia, 2017; Montr'cal 2018; Harwell 2018)

Без значение от дълбочината и периода на промените те в крайна сметка ще се случат и ще променят както работните места, така и начина, по който компаниите ще отговорят на тези и други проблеми, свързани с използването на новите технологии. Ще се трансформират и взаимоотношенията между работодатели и работници (Andreeva & Yolova, 2020a). Компаниите трябва да са наясно, че всяка тяхна реакция ще даде отражение върху търсените от заинтересованите страни прозрачност, доверие и надеждност, и в крайна сметка – върху тяхната устойчивост. Затова и научната общност се опитва да предупреди потребителите на интелигентни системи за рисковете, свързани с използваните модели на ИИ, и начина, по който тези модели са обучени.

Специфичните рискове се различават при отделните компании, както и при различните форми на бизнес, но най-общо може да се каже, че интелигентните машини могат да окажат неблагоприятно въздействие върху правата на човека. Те могат да включват инциденти (Andreeva & Yolova, 2020b), нарушения на поверителността, проблеми със свободата на изразяване или някакви дискриминационни въздействия. Срещат се примери как роботиката измества пазара на труда (Manuika, 2017). Други наблягат върху социално неприемливо прехвърляне на човешки пристрастия към системите за ИИ (расизъм, сексизъм и др.) (Bolukbasi et al., 2016) или върху въпросите за защита на личните данни и неприкосновеността на личния живот (Albrecht, 2016; Tankard, 2016).

В края на 2018 г. Amazon прекрати използването на своята система за набиране на персонал, базирана на ИИ, тъй като установи, че тя е пристрастна към жените. При кандидатстването за технически позиции системата дава ниски оценки на автобиографии, в които фигурират термините „жена“ или „жени“ (Nkonde, 2019). Оказва се, че алгоритмите, управляващи автоматизирания инструмент за набиране на персонал, са обучени да избират кандидати чрез ключови думи, най-често срещани в автобиографиите на изявени служители на компанията. Това на пръв поглед изглежда логично, но на практика води до пристрастие, тъй като моделите, изградени от алгоритмичните системи за вземане на решения, са просто

² Сред подписаните са Стивън Хокинг и Стюарт Ръсел – автор на AI: A Modern Approach, който е най-продаваният учебник по ИИ в САЩ.

мнения, записани в код. Те не могат да бъдат точни или безпристрастни, тъй като самите компютърни специалисти, които ги програмират, може да са съзнателно или несъзнателно пристрастни или да са заложили данни, които в природата си да са пристрастни. В случая с Амазон като критерий са били използвани автобиографиите на служителите с най-висок процент на постигнати резултати, без да се отчетат страничните фактори, като например политиката на работното място и пълната картина, довела до тази позиция. А самите алгоритми не могат да бъдат обучени да разбират социалния контекст. Това е опасно, тъй като решенията взети със „замърсени“ данни в последствие се връщат обратно в наборите от данни за самообучение на системата и в последствие се използват за оценка на нова информация.

В тази връзка през 2018 г. СЕСР (коалиция от 200 изпълнителни директори от водещите световни компании) публикува доклад, в който се твърди, че добрият изкуствен интелект се нуждае от качествени данни. Затова екипите за корпоративна социална отговорност трябва да събират данни за социално въздействие върху целевите си популации и така да противодействат на пристрастията, които могат да бъдат изразени от системите за ИИ (Poggo & Vierse, 2018). Повишаването на осведомеността относно рисковете от ИИ е от решаващ интерес, за да се гарантира прилагането му по отношение на стандартите за социална сигурност и отговорност.

Основното в случая е богатството от информация, която може да се използва при програмирането на ИИ – културна, морална, емоционална или техническа, както и значението на процесите на подбор и трансфер на информация от участниците в конкретна ситуация. Веднъж въведена, тази информация служи като база при последващото самообучение на системата и в крайна сметка не се знае каква логика ще следва ИИ в последствие.

Нещо повече – технологиите стават все по-автономни, като хората делегират все по-сложни задачи на интелигентни машини. Дори се посочва, че към днешно време софтуерът, контролиращ тези автономни системи, е „етично спял“ по два начина. Първо, способностите за вземане на решения на такива системи не включват изрично представяне на морални разсъждения. Второ, сензорният капацитет на тези системи не е настроен към етично значимите характеристики на света (Allen & Wallach, 2011: 102). Това повдига трудния въпрос кой в крайна сметка ще носи отговорност за решенията, взети от изкуствения интелект (Johnson & Verdicchio, 2018). За какво ще отговарят компаниите, т.е. по какви критерии ще се измерват последиците от корпоративните действия?

Етично погледнато след като дадена организация носи отговорност за действията на своите служители, тогава трябва да понесе и отговорността за решени-

ята на изкуствения интелект, който е внедрила. Разбирането на тази постановка води и до разбирането на необходимостта от етичното обучение на технолозите, внедряващи и наблюдаващи действията на ИИ. Голяма част от компаниите вече започват да обръщат внимание на тази страна на въпроса. През 2018 година компаниите SAS, Accenture и Intel съвместно с Forbes Insights провеждат изследване сред 300 водещи компании в света и установяват, че 72% от тях вече използват ИИ в една или повече бизнес области, като повечето предлагат и обучение по етика на своите технологични специалисти. 63% от анкетираните организации, използващи ИИ, имат и комисия по етика, наблюдаваща използването му, а 13% обмислят въвеждането ѝ (SAS, 2018). От същото проучване разбираме, че интелигентните машини не функционират независимо от човешката намеса, а могат да подлежат на надзор и корекции. 5% от прилагащите ИИ компании осъществяват надзор на всеки час, 18% – веднъж на ден, 31% – веднъж седмично, а 26% – веднъж месечно. Но на въпроса „Случвало ли ви се е да преосмислите, препроектирате или замените цяла система, базирана на AI, поради съмнителни или незадоволителни резултати?“ 57% отговарят „не“, 24% – „да“ и 19% не могат да отговорят със сигурност (SAS, 2018: 14-15). Резултатите показват, че може да се осъществява надзор, но е необходимо желанието за много допълнителна работа в тази насока.

Все още съществува възможността да оформим ИИ по коректен и справедлив начин. Но първо трябва да се установи как всъщност е устроен той, как работи, какви са евентуалните рискове и какви са възможностите за корекция. И тогава вече да се вземат решенията за най-добри опции на управлението и контрола му. Именно това трябва да са приоритетите на всяка компания, която е приела пътя на социалната отговорност и устойчивото развитие.

2. Нарастващата необходимост на корпоративната социална отговорност в цифровата ера

В исторически план Visser (2010) представя преминаването на бизнеса през пет възрасти на КСО – алчност, филантропия, маркетинг, управление и отговорност. Може да се каже, че през тези пет възрасти се наблюдават промените в поведенческите нагласи на фирмите – чист стремеж към печалба, благотворителност, промоционални кампании, залагане на стратегически цели и възприемане на системен подход за КСО. През всички тези етапи на признаването на връзката между бизнеса и обществото, учени и практики провеждат дискусии и публикуват размисли по въпроса как най-целесъобразно компаниите да изпълняват своите социални отговорности. Затова се появи мнението, че КСО е оспорвана концепция,

която в по-голяма или по-малка степен се основава и се припокрива със свързани понятия, като устойчиво развитие, корпоративно гражданство, корпоративна (социална) отговорност, управление на околната среда, бизнес етика и управление на заинтересованите страни (Visser, 2013, p. 4).

Проявлението на корпоративната социална отговорност не е някакъв еднократен и изолиран акт. Тя е политика на мислене, споделяне на общи ценности и ангажираност във всяко едно ниво на компанията. Тя отдавна вече не се възприема само като отговор на външен натиск, а като част от корпоративната култура. Съобразяването със законодателството и с параметрите на колективните трудови договори или договорите със социалните партньори е само предпоставка за изграждането на КСО. За да бъдат изцяло социално отговорни, компаниите трябва да са предприели цялостен процес на интегриране в бизнес операциите си на социални, екологични, етични и човешки права с вземане под внимание и опасенията на потребителите. Това трябва да се извършва в тясно сътрудничество със заинтересованите страни, за да се максимизира създаването на споделена стойност на собственици, служители и партньори (Serafimova, 2017) и да се постигне печеливша ситуация сред обществото в пазарната конкуренция.

Отговорността произтича от факта, че компанията, съвместно със своите заинтересовани лица, е част от общата конкурентна система от процеси, която преследва реализирането на различни планове. В тази ситуация разпределението на отговорностите е неизбежно противоречиво (Craze, 2019). Затова компаниите трябва да споделят отговорността за намаляване и премахване на евентуални генерирани от тях несправедливости. А мениджърският състав трябва да демонстрира смелостта да поеме социална отговорност в процеса на изпълнение на крайното решение. В съвременните условия противопоставянето на икономически и морални ценности вече е неприемливо, тъй като икономическите резултати на бизнеса са в силна зависимост, наред с множество други фактори, от начина, по който обществото го възприема (Blagoycheva, 2020a). Това укрепва моралното приемане на КСО (Serafimova, 2016), но по-важното е, че позволява на компанията да определя политиката за действие самостоятелно и в същото време да се съгласява на механизъм за мониторинг от трети страни. Така заинтересованите лица могат да бъдат сигурни, че корпоративна социална отговорност вече е вътрешно вградена в бизнес дейностите на фирмата.

В последните години, с навлизането на цифровизацията, роботизацията и изкуствения интелект, вече можем да кажем, че бизнесът навлиза в нова епоха на КСО – интелигентната. В тази епоха социалната отговорност на бизнеса вече е до голяма степен преплетена с действията на машините и изкуствения интелект. Дори се появява мнението, че в ерата на изкуствения интелект изграждането на

корпоративна социална отговорност е пътуване, което надхвърля времето и пространството (Zhao, 2018). Имайки предвид дългосрочните трансформации, които ще причинят интелигентните технологии, социалната отговорност на компаниите сега изисква социални ползи не само за заинтересованите лица и обществото, но и за бъдещите поколения и света, който те ще получат.

Благодарение на ИИ компаниите използват големи данни и могат да получат достъп до личната информация както на своите потребители, така и на служителите си (Andreeva & Yolova, 2020c; 2020d). Те могат да формират трудовата характеристика на работниците си, узнавайки техните мнения, предпочитания, интереси, сърфирания в социалните мрежи, родствени връзки, начин на прекарване на свободното време и т.н. – все ситуации, с които се навлиза в личното пространство на служители и други свързани лица. Това отново извежда на преден план значението на КСО. Дали компаниите трябва да допускат такава ситуация, която отново да доведе до формиране на нагласи и пристрастия. Защото КСО е интегриран системен подход на бизнеса, който трябва да изгражда, а не да разяжда или разрушава икономически, социален, човешки и природен капитал (Visser, 2013).

Корпоративната социална активност е изключително важна и компанията и нейните служители могат да съдействат за промяна на състоянието или поведението ѝ. Ключовият момент е комуникацията с хората и отчитането на мнението им за участие в различни инициативи. Те трябва да бъдат информирани защо дадени мерки се изискват от тях, какво ще променят, как ще усетят промяната и как това ще ги удовлетвори ценностно? През 2017 г. McKinsey Global Institute представи сценарий, според който до 2030 г. между 75 милиона и 375 милиона работници (3 до 14 процента от глобалната работна сила) ще трябва да сменят професионалните си категории. Освен това всички работници ще трябва да се адаптират, тъй като професиите им се развиват заедно с все по-способните машини (McKinsey, 2017). Част от мерките на КСО следователно ще трябва да се насочат и към съдействие на персонала за адаптация към новите условия – финансиране на по-високо образование или консултации и подкрепа в дейности, които изискват социални и емоционални умения, креативност, когнитивни способности на високо ниво и други умения, сравнително трудни за автоматизиране.

Ясно е, че КСО заема все по-голямо значение за света на бизнеса, осигурявайки както социални ползи, така и конкурентно предимство на съответните компании. Но в много случаи, поради различни проблеми, въздействието на програмите за КСО не достига своя потенциал. Използването на изкуствения интелект може да намали тези проблеми и да подобри ефективността на програмите за корпоративна социална отговорност.

3. Възможностите за интегриране на изкуствения интелект в корпоративната социална отговорност

Въпреки че все още не е изградена обща и глобална правна система, която да контролира свързаните с AI рискове, в обществото започват да се появяват редица приложими стандарти, повече или по-малко рестриктивни, които да запълнят възможни празни ниши на отговорност (Guzman & Meyer, 2010). Гражданското общество също започва да се мобилизира, за да изиска развитието на AI да бъде в съответствие със социалната отговорност. В случая терминът „отговорност“ изразява формата за справяне с последиците от определени действия. Но отговорността може да се изрази по различни начини – като принудително нормативно ограничение, икономически механизъм, морален императив или механизъм на управление (Dahlsrud, 2008). Следователно за да се докаже приложението ѝ, ще е необходимо внедряване на доброволни стандарти (Andreeva, Yolova & Dimitrova, 2019), наличие на социална отчетност и повишаване на осведомеността на участниците в изкуствения интелект към целите на социалната отговорност.

Проблемът идва от това, че самата технология е сложна и създава предпоставки за затрудняване на практическото приложение на добрите идеи. Предизвикателството пред технологичните компании е, че една съществена част от въздействията се случват през фазата на използване на продуктите. А как биха могли да се оценят потенциалните неблагоприятни последици за правата на човека, когато все още не се знае как ще се използват тези продукти?

Последното подчертава значимостта на информацията по отношение на интересите на различните заинтересовани страни. Всеки бизнес, желаещ да работи със справедливи и точни системи за изкуствен интелект, трябва да си зададе въпроса как да бъдат премахнати пристрастията от въвежданите данни при първоначалното обучение на технологичната система. Една от възможностите в случая е създаване на специални бюджети за КСО за финансиране на мерки за избягване на пристрастия и създаване на по-справедливи и точни набори от данни за обучение на интелигентните машини. Тъй като се нуждаят от множество операции за обучението си, алгоритмите за ИИ и машинното им самообучение зависят от качеството на данни, които им се подават. И тук е основният момент на внимание. В духа на КСО е необходимо мобилизирането на точно подходящата информация за конкретните случаи. А това логично води до необходимостта от допълнително обучение, разширяващо осведомеността на участниците в ИИ по социални науки, основни човешки права, управление на риска и т.н.

Информираността помага на участниците в изкуствения интелект да осъзнаят до какви рискове могат да доведат техните действия и решения. Веднъж

осъзнали, те могат да действат, за да ограничат тези рискове, улеснявайки напредъка на изкуствения интелект за обществено благо (Darnault, Parcollet & Morchid, 2019). Самите компании трябва да се ангажират за идентифициране на потенциалните неблагоприятни въздействия върху правата на човека и да изготвят планове за смекчаване на последиците от тях. В тази връзка социално отговорните компании дори биха могли да сформират екипи от специално наети за целта учени от различни области – компютърни специалисти, юристи, икономисти, социолози, антрополози и активисти, а финансирането на тяхната работа ще бъде чрез създадените специални бюджети за КСО. Екипите биха могли да бъдат натоварени с очертаване на евентуалните проблеми и разработване на насоки за създаване на по-точни и социално по-справедливи данни, които да се въвеждат при обучението на дадена интелигентна система.

КСО вече може да се разглежда като част от присъщите бизнес процеси на компаниите. Като такава тя също се нуждае от перманентно подобряване на своята ефективност на действие. Етиката, устойчивостта, моделът на съобразяване със заинтересовани страни и социалната отговорност на бизнеса вече са широко популярни, но все още съществуват проблемите с управлението, ефективността, необходимостта и ефикасността, които възпрепятстват напредъка. В тази насока изкуственият интелект, коректно и етично програмиран, може да окаже съществена подкрепа на политиката за КСО.

Ако при програмирането на ИИ са заложили както целите за печалба и повишаване на финансовите показатели на фирмата, така и насоките за генериране на положителни резултати към нейните заинтересовани страни, ИИ може да съдейства за почтено управление на процесите и да препоръчва на мениджмънта подходяща програмна стратегия.

Интелигентната система може да осъществява динамично наблюдение и проследяване на евентуални възникващи промени и съответно да предостави точни и многофакторни критерии за ефективност. По този начин тя може да оцени ефективността на дадена въведена програма не само от гледна точка на наложените управленски или регулаторни стандарти, а и в по-глобален мащаб – например нива на екологичен отпечатък.

Понякога хората са подвластни на ирационални емоции и пристрастия и това може да повлияе на техните виждания за това как да се случат нещата. При оценката на значимостта и измерването на стойността на дадена задача ИИ може да елиминира пристрастията, които иначе биха могли да се проявят при човешко решение. Освен това интелигентната система е в състояние да открива различни управленски проблеми (пристрастие, неискреност, неподходящи стимули и т.н.) и да даде подходящи препоръки за корекция.

ИИ може да съдейства за откриване и предотвратяване на измами, т.е. като цяло – за подобряване на вътрешния контрол във фирмата. Нещо повече – ИИ може да съдейства за откриване на пресечните точки между бизнес стратегията и подходящи социално отговорни инициативи. Имайки предвид, че в течение на процесите системата се самообучава, тя може да предложи и едно цялостно интегриране на социалната отговорност в общата бизнес стратегия на фирмата.

Заклучение

На прага сме на бъдеще, драматично различно от днешната действителност. Възходът на технологиите е неминуем и не може да бъде спрян. Въпреки че и предишните индустриални революции са предизвиквали сътресения досега човечеството не се е изправяло пред такива разрушителни промени, настъпващи с такава невероятна скорост. Навлизането на изкуствения интелект фундаментално трансформира целия икономически и социален свят на обществото. Въздействието му вече се усеща във всички сфери – от продажбите до маркетинга и от финансите до управлението на трудовите процеси.

В много скоро време очакваме бъдеще, което е вълнуващо, но и обезпокоително. Фактът, че това време не е далеч, трябва да насочи вниманието на организациите към възможно най-добрия начин за регулиране на прехода към новия модел на икономиката. Затова компаниите, ако наистина искат да бъдат социално отговорни, трябва да зложат на целеви промени в политиките си, за да могат да успеят максимално да отговорят на потребностите на своите заинтересовани страни.

Това определено ще е трудна задача, но в крайна сметка и бизнесът също е част от обществото. А функционирането в духа на принципите на КСО на практика е форма на връзка между бизнес и морал. Технологиите ще продължават да променят икономическите и обществените приоритети, затова фирмите ще трябва да се адаптират към тези промени, търсейки иновационни подходи за печалба и същевременно отговор на неудовлетворените нужди на свързаните с тях лица.

Изкуственият интелект, въведен и поведен в правилна посока, може да съдейства за радикални промени в полза на общото социално благо. Всъщност ИИ кардинално ще промени начина ни на живот и работа. Дали ще е към по-добро или към социално бедствие, ще зависи от степента, в която ще можем да му повлияем сега.

Исползвана литература

1. Accenture. (2019). AI: BUILT TO SCALE. From experimental to exponential. Available at: <https://www.accenture.com/gb-en/insights/artificial-intelligence/ai-investments> [Accessed 10.05.2021].
2. Albrecht, J. P. (2016). How the GDPR Will Change the World. *European Data Protection Law Review* 2(3), pp. 287 – 289. DOI <https://doi.org/10.21552/EDPL/2016/3/4>.
3. Allen, C. and Wallach, W. (2011). Moral Machines: Contradiction in Terms, or Abdication of Human Responsibility? In P. Lin, K. Abney, G. Bekey (Eds.) *Robot Ethics: The Ethical and Social Implications of Robotics*. Cambridge: MIT Press, pp. 100-122.
4. Andreeva, A., Yolova, G. and Dimitrova, D. (2019). Artificial intellect: Regulatory Framework and Challenges Facing the Labour Market. *CompSysTech*, 19 : 20-th International Conference on Computer Systems and Technologies, 21 - 22 June 2019, University of Ruse, Bulgaria : Proceeding, New York : ACM [Association for Computing Machinery] Digital Library, 2019, pp. 74 - 77.
5. Blagoycheva, H. (2020a). The digitization as a stimulus for corporate social responsibility. Chapter 3. In: Kuna-Marszałek, A. & Kłysik-Uryszek, A. (Eds), *CSR and Socially Responsible Investing Strategies in Transitioning and Emerging Economies*, 350 p. IGI Global International Publisher of Information Science and Technology Research, Hershey, Pennsylvania, pp.46-64.
6. Blagoycheva, H., Andreeva, A. and Yolova, G. (2019). Obligation and Responsibility of Employers to Provide Health and Safety at Work – Principles, Current Regulation and Prospects. // *Economic Studies*, Vol. 28(2), pp. 115-137.
7. Bolukbasi, T., Chang, K.-W., Zou, J. Y., Saligrama, V., and Kalai, A. T. (2016). Man is to computer programmer as woman is to homemaker? Debiasing word embeddings. In: *Advances in Neural Information Processing Systems*, pp. 4349– 4357.
8. Craze, G. (2019). Corporate Social Responsibility and Dehumanization. // *Philosophy of Management*, Vol. 18, pp. 43-53. DOI: 10.1007/s40926-018-0085-2.
9. Dahlsrud, A. (2008). How corporate social responsibility is defined: an analysis of 37 definitions. // *Corporate social responsibility and environmental management*, Vol. 15(1), pp. 1–13.
10. Darnault, C., Parcollet, T. and Morchid, M. (2019). Artificial Intelligence: A Tale of Social Responsibility, HAL Id: hal-02270410. Available at: <https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-02270410v2> [Accessed 22.04.2021].
11. Floridi, L. et al. (2018). AI 4 people - an ethical framework for a good AI society: opportunities, risks, principles, and recommendations. // *Minds and Machines*,

Vol. 28(4), pp. 689–707.

12. Future of Life Institute. (2015). An Open Letter. Research Priorities for Robust and Beneficial Artificial Intelligence. Available at: <https://web.archive.org/web/20170311011724/https://futureoflife.org/ai-open-letter> [Accessed 20.04.2021].

13. Ganascia, J.-G. (2017). Le Mythe de la Singularite. Faut-il craindre l'intelligence artificielle? Science Ouverte:Le Seuil.

14. Guzman, A. and Meyer, T. (2010). International soft law. // Journal of Legal Analysis, Vol. 2(1), pp. 171–225. DOI: 10.2139/ssrn.1353444.

15. KPMG (2016). Employees: An endangered species? The rise of robotics, artificial intelligence, and the changing workforce landscape. Available at: <https://assets.kpmg/content/dam/kpmg/pdf/2016/04/employees-an-endangered-species.pdf> [Accessed 17.04.2021].

16. Krishnan, A. (2016). Killer robots: legality and ethicality of autonomous weapons. 1st Edition 2009, London, Routledge.

17. Johnson, D. and Verdicchio, M. (2019). AI, agency and responsibility: the VW fraud case and beyond. // AI & Society, Vol. 34, pp. 639–647. DOI: 10.1007/s00146-017-0781-9.

18. Manyika, J. (2017). A future that works: AI automation employment and productivity. McKinsey Global Institute Research, Tech. Rep.

19. McKinsey Global Institute. (2017). JOBS LOST, JOBS GAINED: WORKFORCE TRANSITIONS IN A TIME OF AUTOMATION. Available at: <https://www.mckinsey.com/featured-insights/future-of-work/jobs-lost-jobs-gained-what-the-future-of-work-will-mean-for-jobs-skills-and-wages> [Accessed 19.04.2021].

20. Nkonde, M. (2019). Is AI Bias a Corporate Social Responsibility Issue? Harvard Business Review, November 04. Available at: <https://hbr.org/2019/11/is-ai-bias-a-corporate-social-responsibility-issue> [Accessed 15.04.2021].

21. SAS. (2018). AI Momentum, Maturity & Models for Success. Based on findings from a global executive survey by SAS, Accenture Applied Intelligence, and Intel with Forbes Insights. Available at: <https://www.sas.com/en/whitepapers/ai-momentum-maturity-success-models-singapore-111249.html> [Accessed 16.04.2021].

22. Serafimova, D. (2016). CSR Assessment Model. // Journal of Emerging Trends in Marketing and Management – Vol I, No. 1/2016, p. 100-110. Bucharest University of Economic Studies Publishing House. [Online] Available from: <http://www.etimm.ase.ro/?p=87>.

23. Serafimova, D. (2017). CSR Disclosure in Large Bulgarian Companies. // International Conference on Marketing and Business Development Journal, Bucharest: The Bucharest University of Economic Studies Publ. House. Vol III, No. 1/2017, pp. 97-106.

24. Tankard, C. (2016). What the GDPR means for businesses. // *Network Security*, 2016 (6):5–8. DOI [https://doi.org/10.1016/S1353-4858\(16\)30056-3](https://doi.org/10.1016/S1353-4858(16)30056-3)

25. Porro, C. and Bierce, K. (2018). AI For Good: What CSR Professionals Should Know, CECP, June 29, 2018. Available at: <https://cecp.co/what-csr-professionals-should-know-about-artificial-intelligence/> [Accessed 11.04.2021].

26. UNESCO. (2018). Artificial Intelligence: The promises and the threats. // *UNESCO Courier*, Vol. 3. Available at: <https://en.unesco.org/courier/2018-3>. [Accessed 18.04.2021].

27. Visser, W. (2010). The Age of Responsibility: CSR 2.0 and the New DNA of Business. // *Journal of Business Systems, Governance and Ethics*, Vol.5(3), pp. 7-22.

28. Visser, W. (2013). *Corporate Sustainability & Responsibility: An Introductory Text on CSR Theory & Practice – Past, Present & Future*, Kaleidoscope Futures. Available at: https://www.researchgate.net/publication/273105157_Corporate_Sustainability_Responsibility_An_Introductory_Text_on_CSR_Theory_Practice_-_Past_Present_Future [Accessed 30.04.2021].

29. Wiblin, R. (2017). Positively shaping the development of artificial intelligence. Available at: <https://80000hours.org/problem-profiles/positively-shaping-artificial-intelligence/> (Last visited 01.03.2021).

30. Zhao, Wei-wei. (2018). How to improve corporate social responsibility in the era of artificial intelligence? *IOP Conf. Series: Earth and Environmental Science* 186 DOI:10.1088/1755-1315/186/6/012036.

31. Андреева, А., Йолова, Г. (2020а). Трансформация на правната връзка работодател – работник в резултат на влиянието на дигитализацията. // *De Jure*, V. Търново : ВТУ Св. Св. Кирил и Методий, 11, 2020, 1(20), с. 11 - 18.

Andreeva, A., Yolova, G. (2020a). Transformatsiya na pravnata vrazka rabotodatel – rabotnik v rezultat na vliyanieto na digitalizatsiyata. // *De Jure*, V. Tarnovo : VTU Sv. Sv. Kiril i Metodiy, 11, 2020, 1(20), s. 11 - 18

32. Андреева, А., Йолова, Г. (2020b). Отговорността при инциденти на работното място, свързани с употреба на изкуствен интелект – съвременни предизвикателства пред законодателя. // *Юридически сборник, Бургас: БСУ, №27, с. 230 - 239.*

Andreeva, A., Yolova, G. (2020b). Otgovornostta pri intsidenti na rabotnoto myasto, svarzani s upotreba na izkustven intelekt – savremenni predizvikatelstva pred zakonodatelya. *Yuridicheski sbornik, Burgas: BSU, №27, s. 230 - 239.*

33. Андреева, А., Йолова, Г. (2020с). Трудовоправните принципи - еволюция и трансформация в ерата на дигитализация и използването на изкуствен интелект. // *Известия, Варна: Наука и икономика, №64(1), с. 22 - 35.*

Andreeva, A., Yolova, G. (2020с). Trudovopravnite printsipi - evolyutsiya

i transformatsiya v erata na digitalizatsiya i izpolzvaneto na izkustven intelekt. // Izvestiya, Varna: Nauka i ikonomika, №64(1), s. 22 - 35.

34. Андреева, А., Йолова, Г. (2020d). Работодателският контрол в контекста на дигитализацията. Управление на човешките ресурси в ерата на дигиталните предизвикателства. // Сборник с доклади от Международна научно-практическа конференция, организ. от ИУ - Варна, 25 септ. 2020 г., Варна: Наука и икономика, с. 48 - 53.

Andreeva, A., Yolova, G. (2020d). Rabotodatelskiyat kontrol v konteksta na digitalizatsiyata. Upravlenie na choveshkite resursi v erata na digitalnite predizvikelstva. // Sbornik s dokladi ot Mezhdunarodna nauchno-prakticheska konferentsiya, organiz. ot IU - Varna, 25 sept. 2020 g., Varna: Nauka i ikonomika, s. 48 - 53.

35. Благойчева, Х. (2020b). Корпоративната социална отговорност в света на цифровите технологии. Управление на човешките ресурси в ерата на дигиталните предизвикателства: Сборник с доклади от Международната научно-практическа конференция, посветена на 100 – годишнината на Икономически университет – Варна, Варна: Наука и икономика, 37 - 43.

Blagoycheva, H. (2020b). Korporativnata sotsialna otgovornost v sveta na tsifrovite tehnologii. Upravlenie na choveshkite resursi v erata na digitalnite predizvikelstva: Sbornik s dokladi ot Mezhdunarodnata nauchno-prakticheska konferentsiya, posvetena na 100 – godishninata na Ikonomicheski universitet – Varna, Varna: Nauka i ikonomika, 37 - 43.

ARTIFICIAL INTELLIGENCE AND CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY - COLLISION AND NEW OPPORTUNITIES

Hristina Blagoycheva

Abstract

The penetration of artificial intelligence (AI) provides enormous opportunities for productivity, economic development and progress in various sectors of the economic life. At the same time, it initiates many risks to human rights - labor and social, for the environment, for social development of society and others. Given the long-term transformations that smart technologies will cause, corporate social responsibility now requires social benefits not only for stakeholders and society, but also for future generations and for the world they will receive. Therefore the aim of this article is to find some new opportunities to overcome the social problems that AI brings to society and to involve its constructive forces in the socially responsible policies of companies.

Key words: *artificial intelligence, data, companies, corporate social responsibility, stakeholders*