
АНАЛИЗ НА СЪЩЕСТВУВАЩИ МОДЕЛИ НА ОТЧЕТ ЗА КОРПОРАТИВНА СОЦИАЛНА ОТГОВОРНОСТ*

ДЕНИСЛАВА М. НИКОЛОВА

ANALYSIS ON CURRENT SURVEY MODELS OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

DENISLAVA M. NIKOLOVA

***ABSTRACT:** This paper analyzes current models of preparing a survey of CSR. For that purpose, I offer a view on the prerequisites and challenges in preparing and conducting a survey of CSR, as well as the need to develop a format for a global survey standard.*

***KEYWORDS:** Corporate Social Responsibility (CSR), current CSR models, CSR survey, quantity and quality range*

Концепцията за корпоративна социална отговорност (КСО) се превръща в успешна бизнес стратегия за устойчиво развитие, която помага на компаниите да повишат имиджа си, да формират положителен публичен образ, да изградят и хармонизират обществените отношения. От една страна, хората днес са толерантни към предприятия, които участват в благотворителни инициативи, подпомагат обществено значими мероприятия, полагат усилия и влагат финансови средства за опазване на околната среда. От друга страна, служителите търсят работодатели, които им предлагат не просто добро възнаграждение, а и подходящ социален пакет с грижа за тях и за членовете на семействата им.

1. Същност на корпоративната социална отговорност и необходимост от единен отчет

Прегледът на различните определения и подходи към КСО показва, че те са най-разнообразни – КСО е част от създаването на богатството, доброволен ангажимент, задължение за устойчиво развитие, концепция за подобряване на живота, популяризиране на практики за отговорен бизнес, опит за разрешаване на социалните проблеми, създадени от бизнеса, ръководство на бизнеса по социално отговорен начин, подсистема на социалната система. Финансовите показатели, резултатите на бизнеса са отговорност на държава, фирми и граждани и са многофакторно обусловени. Но най-важният фактор, дори в епохата на новите технологии, остава човешкият фактор и човешките отношения на свързване с другите. Днес сериозен проблем е социалният контрол на свързването с другите. Това в голяма степен се обуславя от липсата на ясни критерии и показатели за измеримост на този процес. Според нас крайният желан резултат или цел на КСО, проблемите, които тя решава са трансформация и установяване на оптимални общностни отношения – на справедливост, честност, отговорност, заинтересованост за околната среда, съпричастност и т.н. Същност всяка икономическа категория изразява точно определени отношения между определени субекти по определен повод.

Въз основа на всички определения корпоративната социална отговорност може да се дефинира като доброволен, публично ориентиран ангажимент на бизнеса за

* Статията е финансирана от НИП вх.№ РД-08-108/08.02.2016 на ШУ „Епископ Константин Преславски”

подобряване на социалните и екологичните условия на живот на локално, национално и глобално равнище.

Горепосоченото ни дава основание да определим корпоративната социална отговорност като процес на доброволно (над изискванията по закон) изграждане на общностни отношения в компанията и с обществото. Това е основната ни изходна позиция в търсенето на критерии и показатели в отчет за КСО и интегрален измерител на нивото и ефективността на дейностите.

2. Отчет за корпоративна социална отговорност – потребност и проблеми

Необходимостта от въвеждане на единни критерии за оповестяване на социално отговорна корпоративна политика е породена и от редица причини. Една от тях се свързва с факта, че голяма част от отчетите на компаниите за дейността им в сферата на корпоративната социална отговорност не отговарят напълно или представят тенденциозно реално постигнатите резултати. Има се предвид стремежът на някои организации чрез подобна отчетност по-скоро да изградят положителен корпоративен имидж и склонността им да наблюдават върху постигнатите позитивни резултати, а да омаловажават негативните ефекти [6].

Проучване, проведено сред водещи инвеститори от Асоциацията на дипломираните експерт-счетоводители (ACCA) и Европейския форум за устойчиво инвестиране (EUROSIF), помолени да оценят практиките при нефинансовата отчетност на европейските компании, обобщава, че „инвеститорите призовават за по-ясна, по-сравнима и по-интегрирана нефинансова отчетност и повече оповестявания от управителните съвети на предприятията“ [5]. По-голямата част от инвеститорите са на мнение, че полезността на нефинансовата информация се изразява във възможността за съпоставяне на отделните компании. По-голяма част от анкетираните считат, че сегашната нефинансова отчетност не е достатъчно съпоставима и се обединяват около мнението, че нефинансовата информация трябва да бъде по-добре интегрирана в оповестяваната финансова информация. В допълнение на това явление редица големи консултантски и счетоводни компании започват да предлагат услуги за отчитане и одит на фирмени дейности, свързани с корпоративната социална отговорност. Освен традиционни измерители за критерии, като например растеж на бизнеса и ефективност (цена на акциите и възвръщаемост на инвестициите), социално отговорното инвестиране отчита също социалните, етичните и свързаните с околната среда въпроси (тоест ангажирането на бизнеса със социално отговорни дейности). Реалното им измерване и оценяване обаче е затруднено поради факта, че те се поддават по-трудно на количествено изразяване. Независимо от това интересът на инвеститорите към тях продължава да нараства, защото те се възприемат като индикатор за насочеността на бизнеса към дългосрочен растеж и развитие, а не само към максимизиране на краткосрочните печалби. Усилията на социално ориентираните компании са насочени към минимизиране на негативното социално влияние, подобряване на репутацията и определяне на ефекта от социално отговорното инвестиране. Поради това някои изследователи се опасяват, че по този начин оповестяването на социално отговорната корпоративна политика постепенно се превръща в средство за разработване на съвременни маркетингови стратегии и връзки с обществеността, чиято крайна цел отново е повишаване на рентабилността, вместо насочване на фирмените усилия към подобряване на социалния и екологичния баланс [4]. Налага се необходимостта от единен универсален и интегрален измерител.

Друга съществена причина за необходимостта от въвеждане на единни критерии при оповестяване на социално отговорната корпоративна политика е наличието на твърде разнообразни виждания относно обема и вида на информацията, която трябва да се

включва в отчетите. Съществуват проучвания, според които някои стейкхолдери не възприемат идеята за твърде широкото отразяване на корпоративните социално отговорни дейности във фирмените отчети. Според тях, прекомерното наблягане върху оповестяване на социално отговорните дейности е пример за твърде агресивна маркетингова политика и връзки с обществеността, които, в крайна сметка, водят до отблъскване на потребители.

Не на последно място, въвеждането на единни критерии за измерване и оценяване на дейностите, свързани с корпоративната социална отговорност, се възприема като предпоставка за нейното правилно разбиране, интерпретиране и управление. Без наличието на ясни критерии и показатели за измерване и оценяване на социално отговорните дейности би било трудно тяхното включване в процеса на вземане на стратегически управленски решения и по-конкретно – в разработването на фирмените стратегии.

Наличието на общ интегрален измерител на корпоративна социална отговорност позволява съпоставимост между предприятията и ги поставя при равни условия при участието им в различни национални и международни класации и конкурси.

3. Отчет за корпоративна социална отговорност – съществуващи практики

Съществуват редица международни стандарти за управление на корпоративната социална отговорност, такива са SA 8000 (Social Accountability 8000), ръководство за отчетност в областта на устойчивото развитие GRI, стандарт за верификация (проверка) на социалния отчет AA 1000 AS (AccountAbility 1000 Assurance Standard), стандарт за управление на качеството на взаимодействие със заинтересованите страни AA 1000 SES (AccountAbility 1000 Stakeholder Engagement Standard) и международният стандарт ISO 26000 „Ръководство за социална отговорност“.

Към настоящия момент компаниите докладват за КСО по най-различни начини. Анализът на различните съществуващи модели показва, че има два основни подхода за оценка на ефективността на социалните програми:

➤ Количествени и качествени показатели на социалната дейност – показателите, влияещи на ефективността на функциониране на системата на КСО, се разделят в зависимост от формата на тяхната оценка: качествени – оценяват се само по наличие или отсъствие; количествени – имащи количествено измерение.

➤ Ефекти върху финансовата и оперативната дейност на предприятието – като показатели на финансовата дейност се използват приходите на предприятието, брутна или чиста печалба, а производствената дейност се оценява от обща или специфична производителност.

В зависимост от формата на оценка на параметрите, използвани за изчисляване на ефективността на системата на КСО, съществуващите методики за оценка могат условно да бъдат разделени на три групи:

➤ Първата група включва методики, основани на определяне само на качествени показатели. В този случай оценката на ефективността на системата за КСО става по наличие или отсъствие на определени условия в предприятието от предварителен генериран списък. В резултат колкото по-голям брой предварително определени критерии присъстват, толкова по-ефективна е системата на КСО на предприятието. Основните общи недостатъци за тази група методики са следните моменти: невъзможност за сравнителна оценка на ефективността на дейността на различни предприятия в областта на корпоративната социална отговорност при наличие на едни и същи признаци, невъзможността за определяне на дела на всеки параметър в общия индекс, тъй като всички показатели имат едно и също тегло.

➤ Втора група включва методики, основани на количествена оценка параметрите на функциониране в областта на КСО. Използването на този вид оценки елиминира горепосочените недостатъци, но поставя въпроса за липса на възможност за обективна количествена оценка на едни или други показатели. База на анализа в този случай са данни от тримесечни и годишни публични отчети за работата на предприятието. Практиката показва, че дори за големи предприятия, чиято дейност формално е обезпечена с всички нормативни документи в областта на КСО, публично достъпна е много ограничена информация за социалните разходи. Форматът на данни в различни периоди може да е различен, което допълнително усложнява анализа. В допълнение към ограниченото количество информация за анализ трябва да се обърне внимание на достоверността на информацията в публичните регистри. При липса на установена система за одит на социалната отчетност възникват въпроси за надеждността на разкритата информация, а отчетите са декларативни и насочени към създаване на положителен имидж на предприятието.

Според нас използването само на един от двата вида показатели за оценка на КСО не е целесъобразно, защото предназначението на корпоративната социална отговорност е ориентирано най-вече към човека и отношенията на свързване, а те нямат израз в продажби, печалба и себестойност.

➤ Третата група включва методики, които използват както количествени, така и качествени показатели за оценка на нивото на ефективност на КСО. За определяне влиянието на фактори, неподдаващи се на количествено измерване, се използват качествени показатели, за останалите параметри се използва количествена оценка [2].

Може да се обобщи, че методиките от третата група са по-предпочитани, тъй като те позволяват да се отчете въздействието върху нивото на развитие на системата КСО на по-пълен списък от показатели. Това е методиката, към която поради посочените аргументи се ориентираме в разработката на модел на отчет за корпоративна социална отговорност.

Пример за модел, който оценява ефективността на КСО в рамките на едно предприятие и се явява интегрален коефициент, определящ съвкупното влияние на количествени и качествени параметри, е моделът на Думова [1]:

$$(1) \quad \text{Кинт} = \text{Ккач} \cdot \text{Ккол}$$

където:

Ккач е коефициент, отчитащ влиянието на качествените признаци;

Ккол е коефициент, отчитащ влиянието на количествени параметри.

Представената методика реално включва два критерия и 7 показателя, от които 5 са по първия критерий. Неудобството на този подход се изразява в ползването на коефициенти, показващи изменението спрямо подходящ базов период, т.е. се представя тренд, а не ниво, следователно сравнението на различни фирми е неуместно и няма солидна аналитична стойност. Всеки тренд има предел, а и водещите по КСО корпорации е възможно да са оптимизирали нива и да няма изменения на наблюдаваните показатели. Добра идея е отнасянето на предприятие към група предприятия (класификация) въз основа на критерий за оценка по КСО. Не споделяме обаче конкретния подход, който залага на наличие на определени показатели, а не на метриката им. Подобен подход на ранжиране е приложим както по интегрален измерител, така и по всеки от критериите.

Интересен и съответстващ в голяма степен на дефинираните от нас изисквания е моделът на Десислава Серафимова [3], който обособява следните етапи в процеса на оценяване на социалната отговорност на бизнес организациите:

- Подготвителен етап;
- Аналитичен етап;

- Фактическо оценяване, съобразно съвкупността от формулирани критерии;
- Изводи и решения за усъвършенстване;
- Изготвяне на социален отчет и осигуряване на обратна връзка.

Представеният модел на Десислава Серафимова според нас обособява перфектна последователност на етапи в процеса на оценяване на социалната отговорност на бизнес организациите. Недостатък е използването само на качествени показатели, чието наличие дава за всеки показател по една точка, което не дава възможност за ранжиране на организации (освен по области) и не стимулира за развитие на процеса на КСО. Позволява да се видят нерешени проблеми, но реалният брой показатели е много голям – 100, разпределени в десет области, като се разчита на честното деклариране на тяхното наличие или отсъствие, което не гарантира достоверност на информацията. Най-голям относителен дял – 25 в общата максимално възможна оценка 100, има първата област „Управление и документация“. Считаме, че това е слабост на модела, защото го бюрократизира, без да гарантира социална отговорност. Голяма част от показателите касаят законово уредени положения, а не доброволни социално отговорни дейности, както е по дефиниция КСО, например използване на детски труд, продължителност на работното време, маркировка на продуктите и др.

Представените практики за отчет на КСО, потребностите и проблемите в тази дейност категорично показва необходимостта от търсене на формат на глобален стандарт за отчет, предоставящ достатъчна, ясна, сравнима, интегрирана и оповестявана нефинансова информация. Анализът и синтезът на различните стандарти, методики и практики за измерване и оценка на корпоративната социална отговорност показва, че се използват различен, понякога твърде голям брой основни и допълнителни показатели. Необходима е методика, която има връзка с източници в счетоводството и статистическата отчетност и която включва оптимално ограничен брой измерими показатели от трите общоприети блока на отговорност (икономика, екология, социална сфера).

ЛИТЕРАТУРА

1. **Думова Л. В., А. А. Уманский.** Анализ уровня развития системы корпоративной социальной ответственности в металлургической отрасли России на примере ОАО “Евраз ЗСМК”. // Сб. науч. тр. – Т. 22, вып. 4: Современные проблемы и пути их решения в науке, транспорте, производстве и образовании. – Одесса: Издательство Куприенко С. В., 2011.
2. **Литвинов, И. А.** Управление внутренними социальными ресурсами промышленного предприятия на основе их комплексной оценки (на примере черной металлургии). // Автореф. дис. ... канд. экон. наук / Моск. ин-т стали и сплавов. – М., 2009, с. 24.
3. **Серафимова, Д.** Социална отговорност на бизнеса и нейното оценяване. – Варна: ИК „Геа – Принт“, 2009, с.176.
4. **Epstein, M.** The Identification, Measurement and Reporting of Corporate Social Impacts: Past, Present and Future. // *Advances in Environmental Accounting and Management*, 2003, vol. 2, p. 1-30.
5. [http://www.globalreporting.org/Investor insights into non-financial reporting/](http://www.globalreporting.org/Investor%20insights%20into%20non-financial%20reporting/) видяна 18.01.2016г.
6. [http://conf.uni-ruse.bg/Необходимост от единни критерии за оповестяване на социално отговорната корпоративна политика/](http://conf.uni-ruse.bg/Необходимост%20от%20единни%20критерии%20за%20оповестяване%20на%20социално%20отговорната%20корпоративна%20политика/) видяна 16.01.2016г.