



РЕПУБЛИКА БЪЛГАРИЯ
МИНИСТЕРСТВО НА ТРУДА И СОЦИАЛНАТА ПОЛИТИКА

КОРПОРАТИВНА СОЦИАЛНА ОТГОВОРНОСТ – СЪЩНОСТ, ПРИЛАГАНЕ, РАЗПРОСТРАНЕНИЕ

СЪДЪРЖАНИЕ

Увод	2
Същност.....	6
Разпространение	12
Прилагане на КСО.....	17
Методи за оценка на КСО	26
Заключение.....	49

Целта на настоящото помагало е повишаване капацитета на ангажираните с Корпоративната социална отговорност лица в рамките на заинтересованите структури.

Съгласно Стратегията за корпоративна социална отговорност 2019-2023, основните заинтересовани страни от реализирането на дейности в областта на КСО са фирменият мениджмънт, ръководните звена на публичните институции, заетите и служителите.



В по-широк кръг към пряко заинтересованите можем да добавим потребителите на стоки, услуги и административни услуги, предоставяни от публичната администрация, корпоративните клиенти и подизпълнители по веригата с целия кръг на тяхната система, социалните партньори, граждански и академични структури и не на последно място – околната среда и прилежащите ѝ екосистеми.

В съвременното общество Корпоративната социална отговорност е изключително актуална и важна тема, с широк отзвук сред заинтересованите страни, което поражда и **необходимост от начални/основни разяснения по темата.**

КСО отдавна не е просто модерна тема и лукс за стопанските предприятия, тя се превърна в ключово понятие за административна и фирмена култура, както и предпоставка за конкурентоспособност и дългосрочни икономически успехи.

Настоящото помагало е **насочено към всички заинтересовани страни**, които искат да направят „първи стъпки“ с дейности в областта на КСО и да се запознаят със социално отговорното поведение и потребление, за да могат да го прилагат в рамките на структурата, в която оперират, да го изискват от партньорите си и по този начин, с действията и поведението си да влияят на заобикалящата ги среда.

В съдържателен план помагалото включва кратко описание на същността на корпоративната социална отговорност, защото днес отговорното поведение е в основата на глобалната политика за устойчиво развитие и е немислимо да не внимаваме за въздействието и отпечатъка, който оставяме върху заобикалящата ни среда.

Акцент е и темата за разпространението и навлизането на дейности в областта на КСО в ежедневието ни, както и по какъв начин българския бизнес и НПО поощряват и награждават социално отговорното поведение и кои са най-важните документи, които компаниите следва да припознаят и интегрират в цялостната си бизнес политика, за да бъдат устойчиви на пазара.



В помагалото са включени и примери **за прилагането на добри практики** в областта на КСО, разгледани са в най-общ смисъл и **методите за оценка и самооценка на корпоративната социална отговорност**, особено важни и полезни когато търсим инвестиционен капитал, партньорство или обратна връзка от служители и потребители с цел подобрене на вътрешната политика по корпоративна социална отговорност.



СЪЩНОСТ

По отношение на КСО съществуват огромен брой дефиниции, но въпреки това все още няма единно мнение относно нейната същност и понастоящем проблемът с дефинирането все още не е получил общоприет отговор.

Това е и един от най-широко дискутираните въпроси в теоретично отношение, който се явява обект и на самостоятелни научни изследвания.

Според съществуващото определение на Европейската комисия Корпоративната социална отговорност (КСО) е „понятие, с което се означава инте-



грирането от страна на предприятията, на доброволна основа, на социалните и екологичните аспекти в икономическите им операции и във взаимодействието им със съответните заинтересовани страни“ или това е

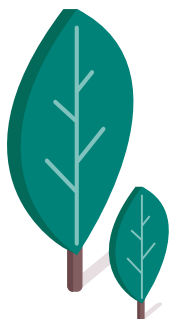
отговорността на предприятията за въздействието им върху обществото”.

Същността на понятието обаче преминава на институционално ниво, намиращо израз в появата на дефиниции за КСО на Световния съвет на бизнеса за устойчиво развитие, Института на директорите във Великобритания, Световния съвет на бизнеса за устойчиво развитие, Световната банка, Международния форум на бизнес лидерите и др.





С най-голям потенциал обаче да се превърнат в общоприети са дефинициите, дадени от Европейския съюз и Международната организация по стандартизация (ISO).



Много по-подробно е определението, съдържащо се в международния стандарт ISO 26000:2021 „Указания за социална отговорност“, а именно: **„отговорност на организациите за въздействието от техните решения и дейности върху обществото и околната среда чрез прозрачно и етично поведение, така че да съдейства за устойчивото развитие, включително за здравето и благосъстоянието на обществото, страни, да бъде в съответствие с приложимото законодателство и с международните норми на поведение, да бъде интегрирана в цялата организация и да се прилага при нейните взаимоотношения с трети лица“.**



Прилагането на стратегически подход по отношение на КСО придобива все по-голямо значение за жизнеспособността на предприятията. То може да донесе ползи от гледна точка на управлението на риска, намаляването на разходите, достъпа до капитали, връзките с клиенти, управлението на човешките ресурси и иновационния капацитет.

Като отделят внимание на тяхната социална сигурност, предприятията могат да създадат у служителите, потребителите и гражданите дългосрочно доверие, което да послужи за основа за устойчиви бизнес модели.

Високото ниво на доверие от своя страна спомага за създаването на среда, в която предприятията могат да се занимават с иновационни дейности и да се развиват.

При разработването на Стратегията за корпоративна социална отговорност водещ е принципът за доброволното изпълняване на дейности в сферата на корпоративната социална отговорност. В стратегията е посочено, че по своята същност КСО представлява ангажимент от страна на ръководството на компаниите да гарантира, че управленските решения и ежедневни действия, отчитат специфичните интереси на клиентите, доставчиците, потребителите, служителите и обществеността, намираща се в районите, в които оперира компанията, в т.ч. в сферата на околната среда и на всички други субекти, спрямо които дейността ѝ има пряко или косвено отношение.

Ключова предпоставка за реализирането на дейности и политики в областта на КСО е и принципът „прави добро“, т.е. всеки, който има намерение да реализира практики в областта на КСО, следва преди да пристъпи към реализацията им, да е изпълнил коректно законово вменените си задължения.

Значението на КСО придобива и ще придобива все повече влияние при избора на стратегически бизнес партньор. Възникнаха понятията „КСО-рейтинг“ и рейтингови класации и все повече фирми си позволяват да назначават експерти в областта на КСО и публикуват редовно доклади в областта на КСО за дейността си.

За все по-често прилагане на интегрирани концепции в областта на КСО съдейства и промяната в отношението на много потребители, които все по-често се влияят при взимане на решение за покупка от екологичните и социални действия на фирмите.

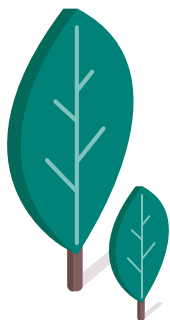
От друга страна глобализацията, динамичното развитие на информационните и комуникационни технологии (ИКТ), както и рецесивните през последните години процеси, често наричани икономическа криза промениха из основи начина на действие на икономическите субекти и изведоха на преден план способността им да се конкурират на световно ниво, нерядко с доминиращо над финансовите резултати значение.

Компании, чиято основна дейност замърсява околната среда или създава социални проблеми, излагат на риск не само репутацията си и финансовата си стойност (особено тези фирми, които са представени на борсата), но и цялостния си резултат и съществуване. Ръководно поведение, несъгласувано с устойчивото развитие води до неблагоприятно съотношение между риска и шанса и това кара инвеститори и анализатори да се съобразяват с екологични и социални аспекти в

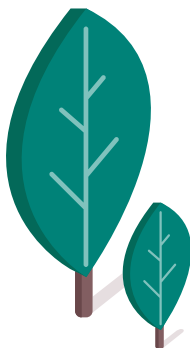
дейността на една компания, когато определят нейната стойност.



Посредством КСО предприятия могат значително да допринесат за постигането на целите, заложиени в Договора за Европейския съюз, за устойчиво развитие и силно конкурентна социална пазарна икономика. КСО допринесе за постигането на целите, установени в стратегията „Европа 2020“ за интелигентен, устойчив и приобщаващ растеж и е фактор за целите, заложиени в стратегията „Европа 2030“.



КСО предлага комплекс от ценности, които служат за основа за изграждането на едно по-сплотено общество и за прехода към устойчива икономическа система. Прилагането на КСО в дейността на фирмите може да представлява мощен инструмент не само за постигане на социални и екологични ползи за обществото, но и за повишаване на конкурентоспособността.



РАЗПРОСТРАНЕНИЕ

Ако въпросите, свързани с дефинирането на КСО, имат предимно теоретично значение, то идентифицирането на нейните основни области на проявление е с много по-голяма практическа насоченост.

Тъй като самата концепция за КСО е многопластова и сложна, то и възможните области на нейното практическо проявление са разнообразни.

През последните години се наблюдава устойчива тенденция на нарастване броя на предприятията, които интегрират нови ценности към своите стратегически цели и възприемат отговорно поведение по отношение на устойчивото развитие на обществото.

Схващането, че подобни действия влияят негативно върху финансовите резултати на бизнес организациите, еволюира и понастоящем преобладава мнението, че ползите от прилагането на политики по корпоративната социална отговорност надхвърлят съпътстващите я разходи.

Ето защо не е изненадващо, че концепцията за социалната отговорност на бизнеса макар и бавно намира все по-голяма приемственост и сред българ-



ските бизнес организации.

В резултат от това се увеличава броят на предприятия, които реализират обществено полезни инициативи, загрижени са за своя екологичен отпечатък и съответно за опазването на околната среда, разработват корпоративен социален отчет и поддържат активен диалог със заинтересованите страни.

Постепенно се изгражда и национална „КСО инфраструктура“, включваща създаването на Стандарт за бизнес етика, учредяването на годишни награди за

отговорен бизнес и годишни награди за социално отговорен стратегически мениджмънт, появата на Българска мрежа на Глобалния Договор на ООН, Българската мрежа за корпоративна социална отговорност и не на последно място разработването и актуализирането на националната Стратегия за корпоративна социална отговорност 2019-2023 г.



Средата в България се характеризира с активност в областта на КСО от страна на граждански организации, фирми, физически и юридически лица, браншови организации на социалните партньори, образователни институции и др.



Често пъти те функционират като обединения и са част от световни и европейски инициативи и мрежи¹, имат разпознаваем облик и създадени колективни проекти с обществена значимост и положителен ефект върху устойчивото развитие на бизнеса и обществото.

Чуждестранните инвестиции и износьт на производства от държави с по-висока цена на труда и по-високи социални стандарти към държави с по-ниска себестойност на труда предполагат акцентирането върху нови проблеми, като



част от решенията се намират в разширяването на обхвата на КСО.

Пример за такова решение, намерило отражение в рамките на КСО, са т.нар. „кодекси на поведение“ – те изразяват ангажимента на корпоративните ръководства на компанията за установяване на правила на поведение на мениджмънта и работниците (понякога и за подизпълнителите и доставчиците).

Като израз на все по-нарастващото значение и прилагане на принципите на КСО, Българска фондова борса – София АД прие Кодекс за корпоративно управление, който беше задължителен за всички публични компании, чийто ценни книжа се търгуваха на Официален пазар.

Този кодекс имаше своето приложение до приемането на Национален кодекс за корпоративно управление.

Националният кодекс за корпоративно управление е крачка напред по пътя на установяване на съвременни правила и норми на управление на публичните дружества в Република България.

¹ Българската мрежа на Глобалния договор е част от световната инициатива на Глобалния договор на ООН и част от Европейската мрежа за КСО - CSR Europe; пример е за организация на бизнеса, която работи по темите за устойчиво развитие. Мрежата се отличава с разработен план - Стратегически план 2015+ за действие по Целите на ООН за устойчиво развитие на Българската мрежа на Глобалния договор на ООН.

Изключителен тласък за развитие на корпоративна социална отговорност дава и приетата Директива за оповестяване на нефинансова информация и на информация за многообразието².

Анализът на средата показва, че повечето от добрите примери в България са предимно на предприятия от частния сектор, с голям брой работници и служители, осъзнали влиянието, което имат върху обществото и са отделили ресурс, предимно финансов, за реализация на дейности в областта на КСО. В същото време все повече структури и от публичния сектор прилагат политики по КСО³.

Като резултат от прилагането ѝ, КСО получи разпознаваемост като самостоятелна дейност, извън маркетинговите и рекламните кампании. Откри се виждането, че политиките по КСО се нуждаят от дългосрочен хоризонт и устойчивост във времето за разлика от благотворителните кампании и не се изчерпват само с договори за спонсорство и дарение.

Също така се налага и изводът, че политиките по КСО не се отнасят само за корпоративните и фирмени структури, но имат своето място и в публичните структури на централно и местно равнище.

²2014/95/ЕС ДИРЕКТИВА за изменение на Директива 2013/34/ЕС по отношение на оповестяването на нефинансова информация и на информация за многообразието от страна на някои големи предприятия и групи

³Институтът по публична администрация за поредна година организира и провежда конкурс за добри практики, като една от наградите е в областта на корпоративната социална отговорност.

ПРИЛАГАНЕ НА КСО

Най-добрите практики в сферата на корпоративната социална отговорност са насочени основно в следните направления:

❖ **Етична и морална отговорност** - в тази категория спадат предначертаните правила и решения по отношение на ежедневните дейности на компанията, свързани с отношения с хората и с организациите, с които



компанията взаимодейства. За регламентирането на тези отношения организациите разработват правила. Съдържат насоки за вземане на ежедневни решения в полза на обществото, като например правила за вътрешно-фирмени отношения, подбор на доставчици и партньори, правила за работа с държавни институции, предотвратяване на корупцията и т.н. Всички те позволяват увеличаване времето за вземане на решения





и подкрепят управляващите в ежедневната им дейност.

❖ **Околна среда** - практиките свързани с опазването и дори подобряването на условията в околната среда са насочени към екологично чисти производства, рециклиране, използване на алтернативни енергийни източници и така наболелия въпрос за стабилното развитие на компаниите. В тази сфера корпорациите вървят една крачка пред законодателните органи в опитите си да осигурят бъдещето съществуване и развитие в тяхната област на действие, което не само да не допринася към съществуващите вече проблеми, а и да бъде катализатор на положителни промени.



❖ **Равнопоставеност и права на гражданите** - в глобалната среда се оказва изключително важно да се подпомага развитието на всички членове на глобалното ни общество като се налагат промени подобряващи условията на живот особено за по-беззащитните групи от населението като децата и малцинствата.



Корпорациите се ангажират да следят за спазването на правата на човека, за осигуряването на нормални и безопасни условия на труд дори в отдалечените и по-изоостанали в развитието си райони на планетата, да осигуряват среда, която предразполага служителите и останалите членове на обществото към развитие и усещане за сигурност.

❖ **Отчитане** - като част от доброто корпоративно управление практиките свързани с корпоративната социална отговорност постепенно стават неразделна част от периодичните отчети и информационните бюлетини на дружествата. Документи като AA1000 Framework подпомагат включването на принципите за корпоративна социална отговорност в ежедневната

работа на счетоводителите и в изготвянето на периодичните счетоводни отчети.

Друг пример е инициативата на ООН „Global Compact“, чиито годишни отчети от корпорациите по принципите заложили в споразумението се публикуват и на интернет страницата на ООН.

Прилагането на социално отговорни практики става все по-важна за компаниите през последните няколко години. Независимо дали става дума за овластяване на жените, подпомагане на околната среда или за намаляване на бедността, все повече фирми внедряват социална отговорност в цялостната си бизнес стратегия. Проблемите може да са местни, национални или глобални, а те носят и доста ползи за самата марка.

Един такъв ангажимент позволява на марката да се утвърди по-успешно. Общественото възприятие за фирмата е от решаващо значение за доверието на клиентите и акционерите в компанията. Чрез проектирането на позитивен имидж, една компания може да създаде добро име за себе си не само като финансово печелившо, но и социално осъзнато.



Освен това, по този начин се ангажират и клиентите. Изграждането на взаимоотношения с клиентите е крайъгълният камък на успешната компания и политиката на социална отговорност. Тя може да повлияе на решенията за закупуване от страна на клиентите.

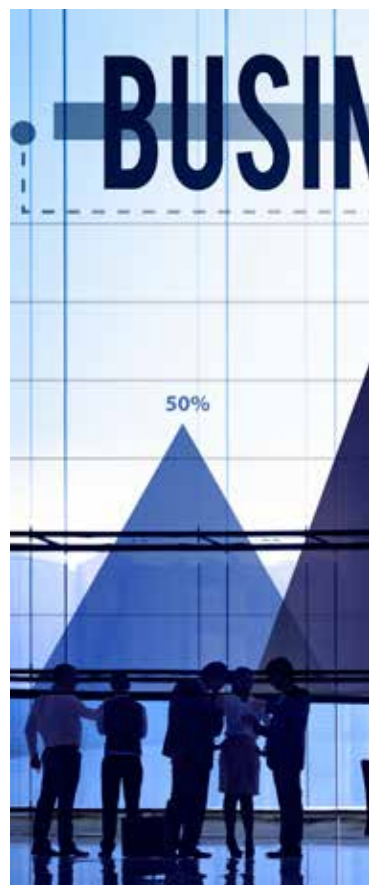
Някои хора дори са склонни да плащат повече за даден продукт, ако знаят, че част от печалбата ще бъде насочена в помощ на обществени каузи.

Сред най-големите ползи от въвеждането на корпоративна социална отговорност е, че по този начин ръководството на фирмата задържа най-качествените си кадри. Много служители искат да се чувстват като част от нещо по-голямо и това им дава възможност да вложат уменията и енергията си в нещо добро. Някои служители на големи корпорации наброяват десетки хиляди, а когато застанат зад дадена инициатива, резултатите могат да бъдат невероятни.

Защо е важно да се прилага корпоративната социална отговорност? Защото тя е:

- стратегическа управленска концепция. В приоритетите е на висшия мениджмънт и е свързана с дългосрочните фирмени цели.
- дългосрочна дейност, а не еднократен акт. КСО предполага непрекъснато усъвършенстване, развитие и устойчивост.
- форма на признаване и поемане на отговорност от стопанските организации за развитието на обществото.

- свързана с максимализирането на положителното и минимализиране на отрицателното влияние, което предприятието оказва на обществото и околната среда.
- ключов инструмент за постигане целите на устойчиво развитие. Без ангажирането на стопанските организации, които често притежават финансова мощ, надвишаваща тази на държавата, в която оперират, постигането на трите стълба на устойчивото развитие (икономически, социален и екологичен) е немислимо.
- механизъм за управление на взаимоотношенията между организацията и заинтересованите страни. В КСО е залегнало разбирането, че предприятията трябва да зачитат интересите на всички заинтересовани страни, търсейки баланс между често противоположни интереси.
- с доброволен характер. Възприемането на концепцията за КСО не е резултат от правно регламентиране, а по-скоро от вътрешна мотивация на мениджърите, собствениците и служителите на организацията.
- от полза както за обществото, така и за бизнеса. Като цяло надделява мнението, че ако КСО се осъществява по стратегически начин, ползите от нея за предприятията и обществото надхвърлят съпътстващите я разходи.



За да бъде по-широко прилагана КСО в България е необходимо публично признание, мотивиране, насърчаване и подкрепа за целия спектър от структури, провеждащи последователна политика на прилагане на добрите практики на корпоративна социална отговорност.

Прилагането на практиките в областта на КСО в повечето случаи е въпрос на креативност и иновативен подход, а не непременно разходване на значителен финансов ресурс. Важно е да се установяват, разбират и уважават потребностите на собствените служители и на обществото като цяло.

Компаниите често са принудени от пазара да инвестират в КСО практики, за да бъдат конкурентоспособни и да отговорят на бурното развитие на технологиите и цифровата трансформация. Ето защо инвестирането и прилагането на инструменти в областта на КСО е отговорът, който им позволява да останат конкурентни и устойчиви в глобалната мрежа.



Социалната значимост и резултати от действията на мениджмънта не винаги намират адекватно отражение в средствата за масова информация, чрез които най-често се постига информирането на обществото.

Често пъти тези резултати не намират публичност и поради нежеланието на самия предприемач за афиширане на своите действия в социалната сфера, поради което е възможно в обществото да се създаде негативен образ на социално незаинтересована фигура на дадената структура.

Следователно, за да избегне създаването на такава негативна представа в обществото, мениджмънта трябва да предприеме активни мерки за публично оповестяване на социалната дейност на структурата, която управлява.

Основният инструмент за постигането на това е социалният отчет. **Социалният отчет е дейност на предприемача, насочена към обществото за изпълнението на социалните задължения към него.** Ето защо социалният отчет на предприемача трябва да бъде публично огласен, като за целта се използват средствата за масова информация и интернет технологиите.

Социалният отчет е новост в европейското и в българското счетоводството⁴. Според нормативната уредба, целта на социалния отчет е разкриване на информация по отношение на екологични, социални и други въпроси и е задължителен за изготвяне от големите предприятия, които са предприятия от обществен интерес и които към 31 декември на отчетния период надвишават критерия за среден брой служители през финансовата година от 500 души.

⁴Закон за счетоводството, обн. ДВ. Бр. 95 от 2015 г.

Законът за счетоводството изисква чрез нефинансовата декларация да се оповестява информация за – политиките на предприятията по отношение на дейностите им в областта на екологията, социалните въпроси и тези, свързани със служителите, правата на човека, борбата против корупцията, разнообразието и равенството на половете в ръководните органи на предприятията – брой жени и мъже, възраст, географско разнообразие, образование, професионални качества, религия, включително:

а) кратко описание на бизнес модела на предприятието (цел, стратегия, организационна структура, инфраструктура, продукти, следвани политики по отношение на основните и спомагателните дейности на предприятието и др.;





б) описание на екологичните и социални политики;

в) цели, рискове, задачи пред тези политики (включително описание на такива дейности, които биха били неблагоприятни за екологията, служителите и др. социални въпроси;

г) описание на основните показатели за резултатите от дейностите, свързани с екологичните и социалните въпроси).

Оценка на посочените примерни дейности обаче притежава по-скоро качествен, отколкото количествен характер, поради което социалните отчети не могат да бъдат определени като пълноценен инструмент за оценка на КСО.

Въпреки това, след публичното оповестяване на социалния отчет, се формира обществено доверие, повишава се имиджа и стойността на марката към структурата.

В глобален план най-разпространена е структурата за отчитане на **GRI (Global Reporting Initiative)**. Инициатива за глобално отчитане (GRI) е международна независима организация по стандартизация, която помага на бизнеса, правителствата и други организации да разберат и съобщят въздействието си по въпроси като климатичните промени, правата на човека и корупцията. Тя се базира на концепцията за устойчивото развитие и неговите три основни стълба, известни като **Triple Bottom Line** – икономика, околна среда и общество, поради което те се явяват нейните основни оценъчни направления.

Под нарастващия натиск от различни групи заинтересовани страни - като правителства, потребители и инвеститори - да бъдат по-прозрачни относно своите екологични, икономически и социални въздействия, много компании публикуват доклад за устойчивост, известен също като екологичен, социален и управленски доклад.

Рамката на GRI за отчитане на устойчивостта помага на компаниите да идентифицират, събират и отчитат тази информация по ясен и съпоставим начин. Стартирана за първи път през 2000 г., рамката за отчитане на устойчивостта на GRI сега е най-широко използваната от мултинационални организации, правителства, малки и средни предприятия (МСП), НПО и индустриални групи в повече от 90 държави.

През 2017 г. 63% от най-големите 100 компании (N100) и 75% от Global Fortune 250 (G250) съобщават, че прилагат рамката за отчитане на GRI⁵.

Докладването за устойчивост има за цел да стандартизира и измери количествено екологичните, социалните и управленските разходи и ползи, произтичащи от дейностите на отчитащите се дружества. Някои от примерите за мерките за докладване, които се използват са количествените резултати от емисиите на въглероден диоксид, условията на работа и заплащане, финансовата прозрачност и т.н.



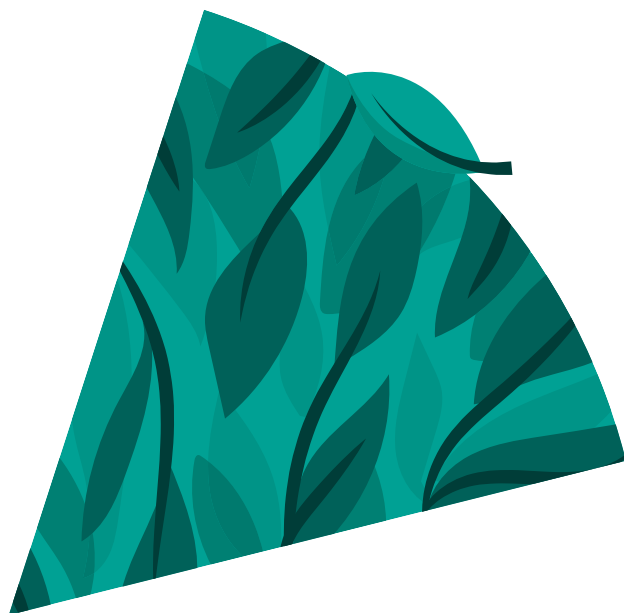
За оценка на социалното въздействие, създадено от отчетната организация, GRI стандартите са създадени в съответствие с международните трудови практики и въздействието върху околната среда чрез извършване на независим одит. ISO 14010, ISO 14011, ISO 14012 и ISO 26000 определят стандарт за оценка на въздействието върху околната среда, докато OHSAS 18001 определя система за управление на риска за здравето и безопасността.



Например осемте основни конвенции на МОТ очертават конкретни групи или население, които изискват специално внимание: жени, деца, работници мигранти и техните семейства, лица, принадлежащи към национални или етнически, езикови и религиозни малцинства, коренни народи и хора с увреждания.







За да се заобиколи фалшифицирано отчитане, финансовата институция може например да извърши независим одит на обекта, в който се инвестира, или да влезе в диалог с висшето ръководство на въпросното дружество.

Социалната отчетност е полезна отправна точка при оценяването на КСО, но и тук се дава предимно качествена оценка за представянето на организацията, а количествена оценка може да бъде измерима



предимно в областта на екологията (например измерване на емисиите на въглероден диоксид). Все по-голям интерес предизвикват инструментите за самооценка на КСО. Чрез тях организациите могат самостоятелно, бързо и лесно да оценят своята социална отговорност, без да използват помощта на консултанти.

Глобалният договор на ООН като водеща КСО инициатива в международен план предложи два такива инструмента. Единият е насочен към оценката на представянето на държавите, а другият на организациите по отношение спазването на неговите десет основополагащи принципа.

Инструментът за самооценка на КСО на ниво организация е подходящ за използване от всички предприятия без значение на тяхната големина, отраслова принадлежност или локализация.

Неговата цел е да оцени степента, в която организацията спазва принципите на Глобалния договор, да разкрие областите, в които има прогрес или изоставане и да я стимулира да набележи и



предприеме мерки за подобряване на представянето.

През 2011 г. Съвет на ООН по правата на човека единодушно одобри Ръководните принципи за бизнеса и правата на човека (UNGP), правейки рамката първата инициатива за корпоративна отговорност за правата на човека, одобрена от ООН.

UNGP обхващат три стълба, очертаващи как държавите и предприятията трябва да прилагат рамката:

- Държавното задължение да защитава правата на човека.
- Корпоративната отговорност за зачитане на правата на човека.
- Достъп до правни средства за жертви на злоупотреби, свързани с бизнес.

Друга група от инструменти за оценка на КСО са т.нар. **КСО индекси**. Тяхната цел е да предоставят информация на потенциални инвеститори, които искат да насочат своите капитали към социално отговорни компании.

Чрез КСО индексите може да се направи систематизиран анализ на дейностите в областта на КСО, които са насочени както вътре към компанията (включително чрез анкетиране на служителите), така и подкрепата, която бизнесът оказва на обществото.

Анализ може да се направи на добри практики на компании в страната и компании в международен план.

Събраната информация ще илюстрира приложените практики спрямо служителите, бизнес партньорите и обществото. Изчисленият общ индекс на КСО ще позволи да се открият икономическите сектори, в които социалната отговорност е по-висока.

А сравнението между практики, насочени към работещите, и практики към други заинтересовани страни, може да покаже дали компанията е еднакво социално отговорна вътре и извън предприятието.

Чрез провеждането на политика на социално отговорен бизнес фирмите увеличават освен стойността на марката си, така и стойността на своите акции. За проследяване на динамиката на пазара с акциите на социално отговорните компании са създадени няколко специализирани фондови индекси - DSI 400 (Domini Social Index), FTSE4Good, Dow Jones Sustainability.

Фирмите, които участват при формирането на тези индекси имат по-висока пазарна стойност на акциите в сравнение с аналогични компании, които не са включени в механизма за изчисляване на индексите свързани с провежданата политика по корпоративна социална отговорност.



Определянето на критериите и показателите за оценка е пряко свързано с концептуалната рамка и съответно дефиницията за КСО, която е възприета като фундамент на метода за оценяване. Използването на голямо количество оценъчни елементи увеличава обхвата и точността на избрания метод, но от друга страна затруднява неговото прилагане. Това налага да се използва принципът на минимализирането, съгласно който оценката на КСО трябва да се осъществи

с използването на възможно най-малък, но достатъчен с оглед на нейната акуратност, обем от критерии и показатели. Съблюдаването на посочения принцип изисква да се открият точно тези оценъчни елементи, които имат най-голямо значение за КСО.

Най-общо може да се разграничат седем основни теми на КСО, които могат да бъдат използвани за основни оценъчни направления при оценката на КСО: управление на организацията, човешки права и трудови практики, околна среда, добросъвестни добри практики, потребители, грижа за обществото (виж таблица 1).



Тези седем основни теми произтичат от теорията на заинтересованите страни и концепцията за устойчивото развитие, съгласно които организацията трябва да отчита интересите на всяко лице или група от лица, които могат да повлияят или са засегнати от нейните цели и действия, както и да признае своята отговорност за развитието на обществото и да предприеме мерки за постигането на неговите икономически, екологични и социални цели.



Табл. 1. Примерни критерии за оценка на социално отговорни практики

Област	Критерии за оценяване
Управление на организацията	- Наличие на фирмен етичен кодекс; - Оповестяване на нефинансова информация за социално отговорните практики като част от годишните финансови отчети; - Наличие на ръководни и неръководни кадри, ангажирани със социалната политика на компанията; - Развитие на лидерството и програми за обучение на персонала; - Стандарт или определени критерии за социална отговорност на доставчици на компанията.
Човешки права	- Обща политика за спазване на човешките права; - Свобода на сдружаване, колективно трудово договаряне;

	- Спазване на всички изисквания, свързани със заплащане на труда; - Недопускане на принудителен труд или дисциплинарни мерки, унижаващи човешкото достойнство.
Околна среда	- Обща фирмена политика за опазване на околната среда; - Превантивен подход на бизнеса относно заплахите към околната среда, вкл. популяризирането им; - Създаване на партньорства в отговор на промените в климата (вкл. бизнес, правителства и обществото); - Насърчаване развитието и разпространението на технологии, щадящи околната среда.
Добросъвестни добри практики	- Организиране и/или участие в конференции, дискусии, кръгли маси за социална отговорност на

	бизнеса; - Предоставяне за ползване от нуждаещи се свои зали, транспортни средства и др.; - Провеждане на обучение и стажантски програми на различни групи.
Потребители	- Пълно етикетиране на продуктите; - Здравословни и безопасни за здравето на потребителя продукти и услуги; - Въздържане от подвеждаща реклама.
Грижа за обществото	- Подобряване условията на живот на местните общности; - Създаване на нови работни места и намаляване на безработицата сред определени групи; - Стимулиране на образованието в общността;

	- Борба със социални проблеми (малария, затлъстяване, HIV/СПИН и др.).
Трудови практики	- Организация на работното време, съгласно законовите изисквания; - Здравна и социална обезпеченост (с медицински консумативи, тоалетни, бани, и др.); - Мерки за предотвратяване на инциденти, за осигуряване на хигиенична и безопасна среда; - Охрана на труда (наличие спец. длъжност, защитно облекло, обучения и др.).

От своя страна критериите за оценка на социално отговорно поведение в дадената област, също могат да бъдат систематизирани, така че да отговарят на определени условия, например:

1. Дейността/практиката води до повишаване благосъстоянието и/или отговорното отношение към ресурсите при производството и потреблението на стоки и услуги.
2. Ефектът от дейността/практиката е оказал въздействие върху широк кръг заинтересовани страни.
3. Налице е мултиплициране и надграждане на дейността/практиката в рамките на партньорски организации, клиенти, доставчици по веригата и/или други структури в общността.
4. Дейността/практиката има потенциал за растеж и/или развитие, отразен в програма/план или друг подобен документ.
5. Наблюдава се устойчивост при реализиране на дейността/практиката и има визия за продължаващо реализиране в бъдещ период.

Основният извод, който може да се направи, е че различията в схващанията за същността на КСО намират проявление и в методиките за нейната оценка. Ето защо към момента не съществува общоприета или утвърдена метрика за оценка на КСО.

Същевременно в научната литература съществуват множество инструменти, насочени към решаването на този проблем. Те се различават помежду си по използваните основни направления, индикатори, критерии и показатели за оценка.

Част от тях са отраслово специализирани, т.е. насочени са към оценката на КСО на предприятията от определена индустрия, отчитайки техните особености, а други са универсални и могат да бъдат прилагани по отношение на всички бизнес организации, без оглед на техните отраслови различия. Освен това в част от методиките се дава приоритет на отделни критерии и показатели, т.е. използват се тегла на значимост, а в други оценката е балансирана по отношение отделните елементи .

Последното съществено различие, което може да бъде посочено, се състои в това, че част от инструментите могат да бъдат използвани за самооценка, което е полезно при управлението на КСО на организационно ниво. Освен посочените различия между методиките съществуват и определени прилики.

Така например, почти всички разгледани инструменти за оценка на КСО базират своята информа-





ционна осигуреност на анкетно проучване, което е обяснимо с факта, че голяма част от необходимата информация не съществува в публичното медийно пространство и традиционните счетоводни регистри на стопанските организации. Втората прилика е свързана с това, че всички методики оценяват КСО чрез използването на внимателно подбрана система от критерии и показатели, от чийто правилен избор в голяма степен се предопределя и адекватността на крайната оценка.

Ето защо определянето на критерии и показатели е една от най-важните задачи при оценяването на КСО, чието решаване изисква съобразяване с особеностите на индустрията, в която функционира предприятието.

Въпреки проявяващите се тенденции към унифициране и стандартизиране на оценките за постигането на целите, поставени от компаниите в дейността им като корпоративни граждани, КСО може да бъде ефективна само тогава, когато е доброволна. Бизнесът трябва сам да избира мярката и насоката на своята социална дейност, самостоятелно да определя приоритетите и да търси баланс между своите интереси и интересите на обществото.



Volunteering

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Българските предприятия не се възползват от пълния потенциал на корпоративната социална отговорност като инструмент за постигане на техните стратегически цели.

Наблюденията сочат, че все повече от малките и средни предприятия интегрират КСО в своите политики, стратегии, планове и дейности, но относително фрагментарно, което означава, че все още съществуват съществени резерви за подобряване на тяхното представяне.

Липсва стратегическият подход по отношение на КСО, което се отразява негативно върху възможността, организацията да генерират положителни ефекти и добавена стойност на марката си от своите инициативи в областта на КСО. В този смисъл може да се заключи, че КСО се използва повече като маркетингов инструмент, отколкото като бизнес модел.

Използвана като маркетингов инструмент, инструмент за набиране на инвестиционен капитал, с филантропска насоченост или просто въпрос на етична и морална гледна точка на управленския състав – корпоративната социална отговорност намира все по-широко проявление и приложение в заобикалящата ни среда. Безспорно, налице са нарастващи изисквания от страна на служители, клиенти и държавни органи за това предприятия да са по-отворени за своята дейност и да достигат и поддържат приемливи стандарти в своята бизнес практика.

За работодателите понятието корпоративна социална отговорност се възприема като важен начин за повишаване на конкурентното предимство, за защита и увеличаване на осведомеността за марката и изграждане на доверие с клиентите и служителите.

Независимо дали става дума за овластяване на жените, подпомагане на околната среда или за намаляване на бедността, все повече фирми внедряват социална отговорност в цялостната си бизнес стратегия. Общественото възприятие за фирмата е от решаващо значение за доверието на клиентите и акционерите в компанията.

Чрез проектирането на позитивен имидж, една компания може да създаде добро име за себе си не само като финансово печелившо, но и социално осъзнато. Освен това, по този начин се ангажират и клиентите. Изграждането на взаимоотношения с клиентите е крайъгълният камък на успешната компания и политиката на социална отговорност. Концепцията за корпоративна социална отговорност сега е твърдо вкоренена в глобалния бизнес и все повече на дневен ред. Но за да се премине от теория към конкретно действие, трябва да бъдат преодоляни много пречки. За целта са необходими повече конкретни действия от всички страни – правителства, компании и потребители.

Поемането на споделена социална отговорност и отговорност при потреблението от страна на компаниите, административните структури, гражданските организации и отделните хора ги очертава като творческа и движеща сила на една отворена екосистема за устойчиво развитие.



Авторските права на това издание са
собственост на МИНИСТЕРСТВО НА ТРУДА
И СОЦИАЛНАТА ПОЛИТИКА (МТСП).

Никаква част от този продукт не може
да бъде копирана или използвана без
съгласието на МТСП. Нарушителите ще
бъдат третираны по смисъла на Закона за
защита на авторските права.

Авторските права на това издание са
собственост на МИНИСТЕРСТВО НА ТРУДА
И СОЦИАЛНАТА ПОЛИТИКА (МТСП).

Никаква част от този продукт не може
да бъде копирана или използвана без
съгласието на МТСП. Нарушителите ще
бъдат третираны по смисъла на Закона за
защита на авторските права.

Министерство на труда и социалната политика
Дирекция „Жизнено равнище, демографска политика
и социални инвестиции“



+359 2 8119 443



Website: www.mlsp.government.bg
Email: mlsp@mlsp.government.bg



ул. „Триадница“ № 2
София 1051