

## ОЦЕНКА НА СОЦИАЛНАТА ОТГОВОРНОСТ НА БЪЛГАРСКИТЕ ПРОИЗВОДИТЕЛИ НА ВЕЛОСИПЕДИ

Гл. ас. д-р Емил Б. Николов

### Резюме

Основната цел на студията е да се анализира и оцени степента, в която българските производители на велосипеди възприемат концепцията за социална отговорност в своите политики, планове и действия. В съответствие с така поставената цел са и задачите на изследването, включващи проучване на съществуващото научно и емпирично познание в областта на социалната отговорност, разработване на методически изследователски инструментариум, имплементиране на методиката в предприятията от изследваната индустрия и анализиране на получените резултати. Тезата, която е подложена на проверка, гласи, че българските предприятия, произвеждащи велосипеди, не се възползват от пълния потенциал на корпоративната социална отговорност като инструмент за постигане на техните стратегически цели. Резултатите от изследването намират израз в разработената отраслово ориентирана методика за оценка на корпоративната социална отговорност, която е апробирана в шест от съществуващите девет предприятия, произвеждащи велосипеди в България. Чрез анализ на получената информация е потвърдена изследователската теза и са идентифицирани основните силни и слаби страни на всяка от изследваните бизнес организации по отношение на тяхната социална отговорност.

**Ключови думи:** корпоративна социална отговорност, устойчиво развитие, заинтересовани страни, оценка на корпоративната социална отговорност.

**JEL:** M14.

## EVALUATION OF THE SOCIAL RESPONSIBILITY OF THE BULGARIAN BICYCLE PRODUCERS

Chief Assist. Prof. Emil B. Nikolov, Ph.D.

### Abstract

The main purpose of the study is to analyze and evaluate the degree to which Bulgarian manufacturers of bicycles perceive the concept of social responsibility in their policies, plans and actions. Having set the purpose, we can bring forward the fol-

lowing research objectives including a study of the existing scientific and empirical knowledge in the field of social responsibility, developing a methodological set of tools, implementing the methodology in the enterprises of the researched industry and analyzing the results. The thesis which we intend to test is that the Bulgarian enterprises manufacturing bicycles do not benefit from the full capacity of corporate social responsibility as a tool for achieving their strategic aims. The results of the research have found expression in the developed industry oriented methodology for evaluation of corporate social responsibility which is tested in six of the existing nine enterprises that manufacture bicycles in Bulgaria. Having analyzed the received data, we have confirmed the research thesis and identified the main strengths and weaknesses of each of the researched business organizations with respect to their social responsibility.

**Key words:** corporate social responsibility, sustainable development, stakeholders, evaluation of the corporate social responsibility.

**JEL:** M14.

## УВОД

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 в своята диаметрална противоположност и понастоящем преобладава мнението, че ползите от корпоративната социална отговорност (КСО) 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 българските бизнес организации. В резултат от това се увеличава броят на предприятията, които реализират общественополезни 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“, появата на „Българска мрежа на Глобалния Договор на ООН“ и „Българската мрежа за корпоративна социална отговорност“ и не на последно място разработването и приемането на държавна „Стратегия за корпоративна социална отговорност“. Освен посочените практически измерения интересът към КСО нараства и на изследователско ниво. Все повече български учени насочват своето внимание върху тази област на познанието, в резултат от което се появяват немалък брой научни изследвания. Все още обаче съществуват „бели полета“ в теорията и практиката на КСО, които не са напълно проучени.

Едно такова „поле“ се явява инструментариумът за оценка на КСО на предприятията от различните индустрии. Във връзка с това **основната цел** на настоящата студия е *да се анализира и оцени степента, в която българските производители на велосипеди възприемат концепцията за корпоративна социална отговорност*. Реализирането на така поставената цел е свързано с решаването на следните изследователски **задачи**: проучване на генерираното до момента научно и емпирично познание за същността, появата и развитието, характеристиките и значението на корпоративната социална отговорност; разработване на методически инструментариум за оценка на социалната отговорност на предприятията, произвеждащи велосипеди; апробиране на разработената методика в предприятията от велосипедната индустрия на България; анализиране на получените резултати и идентифициране на основните проблеми в тази област на организационното управление.

**Обектът** на изследването е *социалната отговорност на предприятията, произвеждащи велосипеди в България*, а негов **предмет** *оценката на степента, в която изследваните бизнес организации възприемат в своите планове, и демонстрират чрез действията си, отговорност към обществото и неговото устойчиво развитие*.

**Тезата**, която следва да бъде потвърдена или отхвърлена, е, че *българските предприятия, произвеждащи велосипеди, не използват пълния потенциал на корпоративната социална отговорност като инструмент за постигане на техните стратегически цели*. За проверката на така дефинирана теза е разработена отраслово ориентирана методика за оценка на корпоративната социална отговорност на предприятията от велосипедната индустрия, която е апробирана в 6 от 9 функциониращи в страната производители на велосипеди. Методиката се реализира в 6 оценъчни направления (управление на организацията, човешки права и трудови практики, околна среда, добросъвестни делови практики, потребители и местна общност), оценявани чрез 35 критерия. Интегрирането на отделните оценъчни елементи (критерии и направления) в единна обща крайна оценка се осъществява по метода на средноаритметичната величина, а крайният резултат е в позитивна скала в интервала от 1 до 4. Информацията, необходима за оценката, се генерира чрез анкетно проучване, интервюта и медиен анализ.

## **1. Теоретични аспекти на корпоративната социална отговорност**

Проблемите на корпоративната социална отговорност (КСО) предизвикват интереса на учените от десетилетия. Още през 1916 година Clark (1916) прокламира значението, което има прозрачността в бизнеса, а през 30-те години професор Krepс за пръв път използва термина „социален одит“ и въвежда дисциплина с наименование „Бизнес и обществено бла-

гополучие” в учебната програма на университета „Станфорд” (Stanford University) (CSR Quest, 2016). Малко по-късно – през 1942 г. в своята книга „Бъдещето на индустриалния човек” Питър Друкър аргументира твърдението, че компаниите имат не само икономически, но и социални цели и отговорности (Drucker, 1942). Единадесет години по-късно се появява и първата дефиниция за социална отговорност, дадена от Bowen (1953). Съгласно нея КСО е задължение на бизнесмените да реализират политики, да вземат решения, да следват такава линия на поведение, които са желани от гледна точка на целите и ценностите на обществото. Тази трактовка в голяма степен е актуална и днес, тъй като в основата на КСО лежи именно търсенето на съответствие между целите на обществото и тези на бизнес организациите<sup>1</sup>, което на практика означава синергично сътрудничество между двете страни, целящо реализиране на вече общите цели.

През следващите години интересът към корпоративната социална отговорност непрекъснато нараства, като авторите, които могат да бъдат открити със своя принос за развитието на концепцията, са Davis и Blomstrom (1966), Johnson (1971), Steiner (1971), Manne & Wallich (1972), Davis (1973), Eilbert & Parket (1973), Eells & Walton (1974), Sethi (1975), Preston & Post (1975), Carroll (1979), Porter & Kramer (2011) и др. Макар и значително по-късно, в сравнение със САЩ и развитите икономики в ЕС, корпоративната социална отговорност предизвиква интереса и на редица български изследователи. Сред тях могат да бъдат открити имената на Пейчева, М., Вейсел, А., Динева, В. (2016), Славова, И. (2015), Горчева, Т., и Любенов, З. (2013), Бакърджиева, Р. (2012), Гогова, Т. (2011), Николова, В. (2015), Стефанова, М. (2016), Козарев, В. (2014) и др., чиито значими научни изследванията доразвиват теорията на КСО.

Фундаментално значение за развитието на КСО обаче имат изследванията на А. Carroll – понастоящем най-авторитетния и цитиран автор в тази област на науката. Неговите най-известни теоретични постановки са т.нар. „триизмерен модел на корпоративната социална отговорност”, „пирамидата на Carroll” и дефиницията, дадена през 1979 г., съгласно която КСО е „съвкупност от икономически, законови, етични и филантропски очаквания на обществото към бизнес организациите в определен момент” (Carroll, 1979). На по-късен етап Carroll (1999) променя своето виждане за същността на КСО и я определя като: социално отговорната бизнес организация е тази, която е печеливша, спазва закона, зачита етичните принципи и е добър корпоративен гражданин. В дефиницията корпоративното гражданство се свързва с филантропската дейност на организацията, т.е. с благотворителността. Това обаче е т.нар. тясно разбиране за същността му. Освен него съществуват още еквивалентно разбиране, съгласно което

---

<sup>1</sup> Термините бизнес (стопанска) организация, организация, предприятие, компания и фирма, с цел избягване на повторенията, се използват като синоними, макар да осъзнаваме, че между тях съществуват определени различия.

корпоративното гражданство се приема за равнозначно на КСО и широко разбиране, което възприема корпоративното гражданство като форма на поемане от корпорациите на функции, задължения и отговорности, които са в приоритетите на държавите (правителствата) (Matten & Crane, 2005). Това може да се обясни с факта, че днес съществуват немалък брой корпорации, които имат финансова мощ, надхвърляща възможностите на редица държави.

Сред най-новите проучвания широка известност придобиват идеите на Porter и Kramer (2011) и тяхната концепция за „споделената стойност“, както и книгата на Котлър и Лий (2011), в която КСО е дефинирана като поемане на ангажимент за подобряване на общественото благополучие чрез доброволчески бизнес практики и използване на корпоративни ресурси. Тук трябва да се направи уточнението, че по отношение на КСО съществуват огромен брой дефиниции, но въпреки това все още няма единно мнение относно нейната същност. Това е и един от най-широко дискутираните въпроси в теоретично отношение, който дори се явява обект на самостоятелни научни изследвания (Carroll, 1999 г., Dahlsrud, 2006 г., Fifka, 2009 г., Козарев, 2014 г. и др.). Въпреки това понастоящем проблемът с дефинирането на КСО все още не е получил общоприет отговор. Той 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). Европейската комисия (2011) определя лаконично КСО като „отговорност на предприятията за въздействието им върху обществото“. Много по-подробно е определението, съдържащо се в международния стандарт ISO 26000:2010 „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, да отчита изискванията на заинтересованите 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.“ Считаме, че това е дефиницията, която най-пълно и най-точно характеризира КСО и следва да бъде възприета като водеща от отделните изследователи и институции.

Вторият важен въпрос, след дефинирането на КСО, е свързан с разкриването на нейните основни характеристики, чието познаване е полезно за по-доброто разбиране на нейната същност и разграничаването ѝ от други близки по своя характер организационни дейности. Във връзка с това чрез методът на анализа и синтеза са идентифицирани следните осем основни характеристики на КСО:

✓ Тя е стратегическа управленска концепция. В приоритетите е на висшия мениджмънт и е свързана с дългосрочните фирмени цели.

✓ Тя е дългосрочна дейност, а не еднократен акт. КСО предполага непрекъснато усъвършенстване и развитие.

✓ Тя е форма на признаване и поемане на отговорност от стопанските организации за развитието на обществото.

✓ Тя е свързана с максимизирането на положителното и минимизиране на отрицателното влияние, което предприятието оказва на обществото и околната среда.

✓ Тя е 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.

✓ Тя е 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.

✓ Тя е с доброволен характер. Възприемането на концепцията за КСО не е резултат от правно регламентиране, а по-скоро от вътрешна мотивация на мениджърите, собствениците и персонала на организацията.

✓ Тя е от полза както за обществото, така и за бизнеса. По отношение на тази, последна характеристика все още съществува полемика и две диаметрално противоположни мнения – от обявяването на КСО за панацея до пълното ѝ отхвърляне. Като цяло обаче надделява мнението, че ако КСО се осъществява по стратегически начин, ползите от нея за предприятията и обществото надхвърлят съпътстващите я разходи.

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. Въпреки това най-адекватна картина на основните КСО области представя Стандартът ISO 26000:2010. Той акцентира върху седем основни теми, които по своята същност представляват области на проявление на КСО:

☑ *Управление на организацията.* Дейностите, които се включват в рамките на тази област са свързани с разработването на стратегии и планове, отразяващи ангажиментите на предприятието по отношение на обществото и околната среда, създаване и поддържане на фирмена култура, която насърчава социалната отговорност, поддържане на ефективна комуникация с всички заинтересовани страни, гарантиране на равни възможности за всички, отговорно и балансирано използване на организационните ресурси, възприемане на социално отговорни решения и отчитане влиянието на предприятието върху обществото, включително отрицателното и др.

☑ *Човешки права.* Конкретните дейности са свързани с избягване на дискриминация, защита на основните права на човека (политически, икономически, социални, културни, граждански и пр.), избягване на съучастничество по отношение на неспазване на човешките права (например от страна на доставчици, клиенти, дистрибутори и др. партньори на бизнес организацията) и др.

☑ *Трудови практики и взаимоотношения.* Включват се дейности, свързани с трудовата заетост и трудовите отношения, условията на труд и социалната защита, социалния диалог, здравето и безопасността при работа, развитието и обучението на работното място.

☑ *Околна среда.* Инициативите, които обединява това направление, са свързани с намаляване на замърсяването, устойчиво използване на ресурсите, предотвратяване изменението на климата, защита на околната среда, биоразнообразието и естествените местообитания.

☑ *Честни делови практики.* Включват се мерки срещу корупцията, отговорно участие в политическия живот (лобиране, спонсориране на партии и пр.), лоялна конкуренция, насърчаване на социалната отговорност по веригата на стойността и зачитане правото на собственост.

☑ *Въпроси, свързани с потребителите.* Тази област интегрира в себе си т.нар. „честен“ маркетинг, предоставяне на точна и обективна информация за продуктите/услугите и справедливи договорни практики, защита на здравето и безопасността на потребителите, разумно потребление, качествено обслужване и помощ, създаване на възможност за жалби и разрешаване на споровете, защита на личните данни и неприкосновеност на личния живот, осигуряване на достъп до основни услуги, образование и информираност на потребителите.

☑ *Привличане и развитие на общността.* Включват се дейности свързани с ангажирането на общността, образование и културата, създаване на работни места и развитие на умения за работа, технологично развитие и достъп до технологии, богатство и доходи, здраве и социални инвестиции.

Въпросите за дефинирането, основните характеристики и области на проявление на КСО са изключително важни от гледна точка на нейната оценка. Това е така, защото принципът на измеримостта, дефиниран от Каплан и Нортън (2006), е референтен и по отношение на КСО. Съгласно него „не може да се управлява това, което не може да бъде измерено; не може да се измерва това, което не може да се опише“. Анализът на представения принцип води до формулирането на две важни заключения. Съгласно първото, КСО не може да се управлява ефективно, ако не бъде създаден инструмент за нейната оценка, а съгласно второто – КСО не може да се измери адекватно, ако не се дефинира правилно. Ето защо в основата на всяка методика за оценка на КСО трябва да се постави дефиницията, която се възприема по отношение на нейната същност. И тъй като дефинициите

са множество и често диферентни, то и съществуващите инструменти за оценката на КСО също са немалък брой.

Един от най-разпространените понастоящем методи за оценка на КСО са социалните отчети, наричани още отчети за устойчивото развитие или отчети за корпоративното гражданство. Тяхната оценка обаче притежава по-скоро качествен, отколкото количествен характер, поради което не могат да бъдат определени като пълноценен инструмент за оценка на КСО. В глобален план най-разпространена е структурата за отчитане на GRI (Global Reporting Initiative). 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. Тя е полезна отправна точка при оценяването на КСО, но не дава количествена, а предимно качествена оценка за представянето на организацията. Въпреки това критериите и показателите, които са включени в нейната методология могат да бъдат използвани при разработването на инструментариум за оценка на КСО. Това заключение важи и за стандарта ISO 26000:2010 „Указания за социална отговорност”, който е възприеман от някои учени като своеобразен инструмент за оценка на КСО (Kosi & Harazin, 2011), (Бакърджиева, 2012). Той обаче, подобно на структурата на GRI, не включва механизъм за количествена оценка, а само принципи, направления и индикатори, които могат да бъдат използвани за целта.

Основният проблем на разгледаните по-горе два инструмента за оценка на КСО, а именно липсата на инструментариум за количествено измерване на отделните направления, критерии и показатели и тяхното интегриране е преодолян в методиката, разработена от Aravossis, Panayiotou, & Tsousi (2006). Те предлагат, оценката на КСО да се осъществява по отношение на влиянието, което оценяваната организация има върху околната среда, обществото, човешкия капитал, акционерите, потребителите и доставчиците на компанията. За всяко от посочените направления се подбират група от индикатори, които могат да бъдат количествено и качествено оценявани. Всеки от индикаторите се оценява по 5-степенна скала, а интегрирането им в единна крайна оценка се осъществява чрез метода на сумата на претеглените критерии. Това означава, че е необходимо, за всеки индикатор да бъдат определени и тегла на значимост, които да са съобразени с особеностите на индустрията. Крайната оценка е в рамките от едно до 5, като колкото по-висока е тя, толкова по-социално отговорно е предприятието. Авторите обаче не посочват конкретни индикатори, които могат да бъдат използвани за оценката, което съществено затруднява прилагането на разработената от тях методика.

Подобен подход възприемат в своето изследване Fatma, Rahman, & Khan (2014), които представят метод, насочен към оценката на КСО в банковата индустрия. Той се основава на концепцията за заинтересованите страни и поради това оценката се осъществява чрез измерване на влияние-



то и отговорността на предприятието към неговите потребители, персонал, акционери, околната среда и обществото. За целта се използват 17 критерия, които се оценяват чрез използването на 5-точкова позитивна скала. Основното предимство на тази методика е нейната отраслова насоченост. Тя е съобразена с особеностите на изследваните предприятия, което повишава нейната адекватност, а оттам и точност. Същевременно трябва да се отбележи като нейна слабост фактът, че не включва всички заинтересовани страни в своя обхват, което поставя под съмнение адекватността на резултатите.

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. Методиката е относително лесна за използване, предлага възможност за сравняване с други компании или различни периоди и може да бъде използвана в два режима – онлайн или под формата на таблица в Ексел (Global Compact Self Assessment Tool, 2016). Оценката се осъществява в пет направления: управление на организацията (оценява се чрез 4 критерия и 9 показателя); човешки права (оценява се чрез 6 критерия и 14 показателя); труд (оценява се чрез 4 критерия и 5 показателя); околна среда (оценява се чрез 3 критерия и 11 показателя) и антикорупция (оценява се чрез 2 критерия и 6 показателя). В своята цялост оценката се базира на 19 критерия и 45 показателя, представляващи въпроси, на които анкетиранията организация, обективизирана в лицето на едно или повече лица от нейния персонал, трябва да дадат отговори. Разгледаната методика за оценка на КСО има много положителни страни, но притежава и важен недостатък. Той е свързан с нейната тясна специализация, т.е. насочена е към оценка на степента, в която организациите са възприели принципите на Глобалния договор на ООН.

Друг инструмент за самооценка на КСО е Наръчникът за самооценка на компаниите по КСО, разработен от експертите на „АКОНА Лимитид“ г-н Петер де Грааф и д-р Крисчън Тонесен (Великобритания) и тестван през 2010 година в предприятия от България, Унгария, Литва, Полша и Словакия (Наръчник за самооценка на компании по КСО, 2010). Той може да се използва както от малки, така и от големи компании и се прилага самостоятелно, като самооценка. В основата на методиката е залегнала идеята да се опише един доста сложен въпрос, а именно КСО по

относително прост начин – чрез 25 въпроса, чийто отговор е предимно с „да” или „не”. Самият наръчник представлява въпросник с 25 въпроса, групирани в пет категории: управление, околна среда, трудови отношения, връзки с общността и бизнес среда. Всеки от 25-те въпроса е с еднакво тегло в общата оценка и носи от 0 до 4 точки. Крайният резултат за оценяваното предприятие варира от 0 до 100 (25 въпроса x 4 точки). Колкото по-висок е крайният резултат, толкова по-социално отговорна е оценяващата се организация, т.е. скалата е позитивна. В методиката се съдържа и полезна таблица, в която се посочват резултатът на всеки въпрос, коментар за него и се предлагат действия за оптимизиране на представянето на организацията.

Последният самооценъчен инструмент, който е разгледан, е резултат от проекта *Discerno* на Европейския център на предприятията с държавно участие и предприятията с общ икономически интерес (СЕЕР), съфинансиран от Европейската комисия (СЕЕР-CSR Label, 2016). Целта на проекта е да насърчава КСО посредством разпространението и насърчаването на култура, основана на корпоративната етика, и отличаването на най-добрите предприятия с международно признат знак – „СЕЕР-CSR”. Оценката на КСО се осъществява чрез онлайн базиран тест за бързо оценяване на предприятието с принципите на КСО, достъпен в интернет страницата на проекта. При неговото изготвяне са взети предвид насоките на СЕЕР относно КСО, стандартът ISO 26000:2010 и методиката на европейското обединение по икономически интереси AEI Standard Ethics. Тестът съдържа 53 въпроса, групирани в 7 направления, а именно: корпоративно управление (7 въпроса); клиенти (7 въпроса); персонал (13 въпроса); икономически заинтересовани лица (6 въпроса); местна власт и други заинтересовани лица (7 въпроса); околна среда (8 въпроса) и международни стандарти, насоки на ЕС, ОИСР и ООН (5 въпроса). Скалата за оценка на въпросите от първите шест направления е от 0 до 5, а за седмото – от 0 до 4. Важно е да се отбележи, че оценка 0 се поставя, когато съответният показател е неприложим за конкретното предприятие. Това е добро решение с оглед постигането на приложимост на методиката при оценката на предприятия от различни индустрии, т.е. по този начин тя става в определена степен универсална.

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. Първият индекс от този вид е разработен в САЩ през 1999 г. и се нарича SI (Sustainability Index). Година по-късно се появява и „CSR index” на организацията Calvert, а през 2001 г. английската компания FTSE публикува индекса „FTSE4Good”. Въпреки че днес съществуват много голям брой КСО индекси, най-популярни и съответно използвани са индексите от „семејството” на „Down Jones Sustainability Indices” (DJSI). Те са насочени към оценка устойчивото развитие на големите мултинацио-

нални корпорации и са резултат от сътрудничеството между инвестиционната компания RobecoSAM и S&P Dow Jones Indexes. Методиката, която се използва, може да бъде определена като изключително сложна. Информацията се генерира чрез анкетно проучване, включващо между 80 и 120 въпроса, като техният брой зависи от индустрията, в която оперират оценяваните компании. Понастоящем се изследват 60 индустрии, като за всяка от тях е разработена анкетна карта (RobecoSAM, 2016). Това означава, че методиката отчита различията в проявлението на КСО на ниво индустрия, а това е много важно с оглед адекватността на резултатите. Данните, получени от анкетното проучване, се допълват чрез медиен анализ и анализ на заинтересованите страни, верифицират се чрез определени методи, включително външен независим одит, и се използват за изчисляване на критериите за оценка. Оценката се осъществява в три основни направления в съответствие с TBL концепцията: икономика, околна среда и общество. Всяко от тези направления се оценява чрез набор от критерии, чиито брой варира между 6 и 10, отново в зависимост от индустрията (между 50 и 60 % от критериите са специфични, т.е. различни за предприятията от различните индустрии). За всеки критерий в анкетната карта има от 2 до 10 въпроса, чрез които той, по метода на сумата от претеглените критерии, получава своята количествена оценка. Трябва да се отбележи, че всеки въпрос от анкетната карта, за всеки критерий и за всяко едно от трите направления на оценката има тегла на значимост, зависещи от отрасловата принадлежност на предприятието. Скалата за оценяване е положителна в диапазона от 0 до 100, като крайната оценка е сума от претеглените оценки на трите основни направления, а тяхната оценка от своя страна е определена като сума от претеглените оценки на характеризиращите ги критерии. Корпорациите, постигнали най-висок резултат, се включват в DJSI индексите. Методиката непрекъснато се усъвършенства а предимствата ѝ са свързани с изключителната аналитичност и богат инструментариум, както и с множеството проверки на входящите данни, което в значителна степен гарантира тяхната истинност.

FTS4Good Index Series могат да бъдат определени като следващата по популярност група от КСО индекси след DJSI. Те са разработени от FTSE Group (Financial Times Stock Exchange) за оценка на представянето на компаниите, демонстриращи значими КСО практики по отношение на околната среда, обществото и управлението. Индексите от групата могат да бъдат използвани като финансов инструмент при търсенето на инвестиционни продукти, базирани на отговорното инвестиране, за идентифициране на отговорните по отношение на околната среда и обществото компании, както и като средство за проследяване на прогреса на организациите по отношение на КСО. Подобно на DJSI и при индексите от семейството на FTS4Good се използва много сложна методология, включваща повече от 300 индикатора, описващи 14 теми в 3 основни направления (Index Inclusion Rules for the FTSE4Good Index Series, v1.8, 2016):

- Направление околна среда, включващо темите: промяна на климата; потребление на вода; биоразнообразие; замърсяване и ресурси и верига на доставките – влияние върху околната среда.
- Направление общество, интегриращо темите: здраве и безопасност; трудови стандарти; човешки права и общност; отговорност към потребителите и верига на доставките – влияние върху обществото.
- Направление управление, включващо темите: корпоративно управление; риск мениджмънт; данъчна прозрачност и антикорупция.

Интересно при тази методика е, че оценката се базира на публично достъпна информация и не се използват данни или информация, предоставени от оценяваните компании. По този начин според създателите на индекса се подобрява надеждността на данните и се увеличава прозрачността. Крайната оценка е в интервала от 0 до 5, като пет е най-високата оценка.

Последната методика за оценка на КСО, която ще бъде разгледана, е разработена от Норкинс (2005). Авторът прави задълбочен сравнителен анализ на шест от най-популярните към момента на изследването инструменти за оценка на КСО (GRI, Accountability, FTSE4good, ViTC, DJSI и Business Ethics 100), разкривайки техните слабости по отношение на пет основни критерия – използвани концепция и дефиниция за КСО, концептуална рамка на методиката, достъпност на детайлите на методологията, наличие на индикатори за оценка, достъпност на данните, които са необходими за оценката. Изводът, до който стига Норкинс, е, че нито една от анализиранияте методики не отговаря на формулираните критерии, поради което той предлага собствен оценъчен инструментариум на три нива – принципи на социалната отговорност, процес на социална реакция и резултати.

Методиката на Норкинс предлага индикатори и източници на информация за всяко от посочените три направления и техните елементи, но липсва цялостният механизъм за оценяване и интегриране на отделните оценки в единна крайна оценка за КСО на организацията. Въпреки това тя е изключително полезна, тъй като разкрива проблемите на наложилите се в практиката инструменти за оценка на КСО и намира разрешение на част от тях.

Основният извод, който доже да се направи от изложението по тази точка, 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 отрас-

лови 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 информационна 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 метрики 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 според нас изисква съобразяване с особеностите на индустрията, в която функционира предприятието. Това означава, че отраслово специфицираните методики са по-адекватни в своята оценка от тези, които са считат за универсални. Друга препоръка, която може да се даде, е свързана с използването на тегла на значимост при интегрирането на отделните критерии и показатели в единна крайна оценка за КСО. Считаме, че подобен подход е необоснован и неправилно приоритезира отделни елементи на КСО. В крайна сметка трудно може да се определи кои КСО дейности са по-значими, например грижата за околната среда или опазването на здравето на работниците и служителите. Ето защо считаме, че всички критерии и показатели трябва да имат еднаква степен на значимост в крайната оценка за КСО.

## **2. Методика за оценка на корпоративната социална отговорност**

Нашите усилия се насочиха към създаването на методика за оценка на КСО на предприятията от велосипедната индустрия, която да отчита техните особености, да се базира на наличната информация и да е относително лесна за реализация. Чрез нейното използване предприятията трябва да могат да оценят своето текущо ниво на социална отговорност, да разкрият своите силни и слаби страни по отношение на КСО, както и да измерят своя прогрес чрез съпоставяне на резултатите с тези от предходни оценъчни периоди. За постигането на така набелязаните цели методиката трябва да отговаря на следните основни принципи:

- *Специфичност* – трябва да отчита особеностите на индустрията;

- *Оперативност* – трябва да се базира на наличната в предприятията информация и да не изисква много време за нейното прилагане;
- *Комплексност* – трябва да се обхванат и съответно измерят всички основни проявления на КСО;
- *Точност* – методиката трябва да притежава висока степен на адекватност на крайните резултати;
- *Моделируемост* – методиката трябва да дава възможност за моделиране на различни сценарии и установяване на измененията, които настъпват в оценката на КСО;
- *Сравнимост* – крайните резултати от оценката трябва да могат да се сравняват с оценките на други предприятия от индустрията, както и с резултатите на оценяваната бизнес организация от минали периоди.

По своята същност методиката за оценка на КСО на предприятията, произвеждащи велосипеди, трябва да намери адекватен отговор на три ключови въпроса, а именно:

- ❶ Какви критерии и показатели за оценка да се използват?
- ❷ Как да се осигури необходимата информация?
- ❸ Какъв математически инструментариум да се използва?

Определянето на критериите и показателите за оценка е пряко свързано с концептуалната рамка и съответно дефиницията за КСО, която ще бъде възприета като фундамент на методиката. Тъй като нашето виждане, което бе обосновано в първата част на настоящото изследване, е, че дефиницията, дадена от стандарта ISO 26000:2010, най-пълно и точно описва същността на КСО, именно тя ще бъде използвана при разработването на методиката. Другият важен момент при определянето на критериите и показателите за оценка е свързан с техния брой. Използването на голямо количество оценъчни елементи увеличава обхвата и точността на методиката, но от друга страна затруднява нейното прилагане. Това налага да се използва принципът на минимизирането, 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 при отчитане на спецификата на индустрията.

В зависимост от тяхната насоченост отделните критерии за оценка на КСО могат да бъдат групирани в отделни направления. По този начин се повишава аналитичната стойност на резултатите и по-лесно могат да бъдат разкрити основните силни и слаби страни на изследваните предприятия в областта на КСО. Във връзка с това стандартът ISO 26000:2010 отново е изключително полезен, тъй като в него са разграничени седем основни теми на КСО, които ще бъдат използвани за основни оценъчни направления в методиката. Тези седем основни теми произтичат от теорията на заинтересованите страни и концепцията за устойчивото развитие, съг-

ласно 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. Седемте теми на КСО в методиката са сведени до шест, тъй като по отношение на две от тях е възприет подход на обединение, т.е. те са консолидирани в едно оценъчно направление. Това са темите „човешки права” и „трудови практики”. Мотивът за подобно решение е свързан с факта, че правата на човека на ниво предприятие основно намират израз във въведените трудови норми и практики. Така например според Всеобщата декларация за правата на човека всеки човек има право на труд, на справедливи и благоприятни условия на труда, на закрила срещу безработица, на справедливо възнаграждение, на почивка и отдых, на периодичен платен отпуск, на членство в професионални съюзи за защита на неговите интереси и т.н. От представеното е видно, че между правата на човека на ниво предприятие и трудовите практики съществува интегритет, който ни дава основание да обединим двете теми в едно общо направление.

Всяко едно от шестте основни направления се оценява чрез съвкупност от различен брой критерии, вариращи от 4 до 8 (вж. табл. 1).

В своята цялост методиката за оценка на КСО на предприятията от велосипедната индустрия включва 6 оценъчни направления и 35 критерия. Изборът им е ръководен от разбирането, че те трябва да обхващат всички значими направления на КСО, пречупени през призмата на велосипедната индустрия, като същевременно броят им не бива да бъде прекалено голям, което да затрудни оперативността при прилагането на методиката. В този смисъл считаме, че предложените критерии описват в достатъчна степен проявлението на КСО сред предприятията от изследваната индустрия.

Критериите получават своята количествена оценка на база отговорите на въпросите от специално разработената за целта *анкетна карта*, което ни насочва към втория основен проблем при разработването на методиката, а именно нейното **информационно осигуряване**. Във връзка с това трябва да се отбележи, че информационното обезпечаване на методиката се осъществява основно чрез анкетно проучване на изследваните предприятия. Анкетната карта съдържа 55 въпроса, разделени в седем раздела, а именно:

- *Раздел I. Обща информация* (5 въпроса).
- *Раздел II. Управление на предприятието* (8 въпроса).
- *Раздел III. Човешки права и трудови практики* (16 въпроса).
- *Раздел IV. Околна среда* (9 въпроса).
- *Раздел V. Добросъвестни практики* (4 въпроса).
- *Раздел VI. Потребители* (6 въпроса).
- *Раздел VII. Местна общност* (7 въпроса).

## Направления и критерии за оценка на КСО

Направление	Критерии за оценка
<b>I. Управление на организацията;</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Наличие на мениджър или специалист по въпросите на КСО;</li> <li>2. Наличие и спазване на етичен кодекс;</li> <li>3. Наличие и изпълнение на стратегия за КСО;</li> <li>4. Разработване на корпоративен социален отчет;</li> <li>5. Възприемане на стандарта ISO 26000;</li> <li>6. Възприемане на „Глобалния договор на ООН“;</li> <li>7. Взаимодействие със заинтересованите страни;</li> <li>8. Политика на прозрачност.</li> </ol>
<b>II. Човешки права и трудови практики;</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Условия на труд;</li> <li>2. Справедлива работна заплата;</li> <li>3. Обучение на персонала;</li> <li>4. Официално представителство на работниците и служителите;</li> <li>5. Назначаване на работа на хора в неравностойно положение;</li> <li>6. Действаща процедура за жалби от персонала;</li> <li>7. Недискриминация;</li> <li>8. Компенсации при съкращаване.</li> </ol>
<b>III. Околна среда;</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Сертифициране (ISO 14001);</li> <li>2. Мониторинг на екологичното въздействие;</li> <li>3. Програма за спестяване на енергия, вода, хартия и др. ресурси;</li> <li>4. Програма за намаляване на отпадъците, вкл. чрез рециклиране;</li> <li>5. Инвестиции в „зелени“ технологии.</li> </ol>
<b>IV. Добросъвестни делови практики;</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Оценка на партньорите по отношение на тяхната КСО;</li> <li>2. Партньорство с местни фирми и организации;</li> <li>3. Система за обратна връзка с деловите партньори;</li> <li>4. Правила и процедури за противодействие на корупцията.</li> </ol>
<b>V. Потребители;</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Сертифициране (ISO 9001);</li> <li>2. Система за обратна връзка с потребителите;</li> <li>3. Действаща процедура за жалби от потребителите;</li> <li>4. Продуктова информация;</li> <li>5. Стандарти за безопасност на продуктите.</li> </ol>
<b>VI. Местна общност;</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Диалог с местната общност;</li> <li>2. Подкрепа на местната общност;</li> <li>3. Осигуряване на стажантски програми;</li> <li>4. Разкриване на нови работни места;</li> <li>5. Разрешаване проблемите и подобряване живота на общността.</li> </ol>

Всеки критерий получава своята оценка чрез един, два или три въпроса от анкетната карта. Освен това част от въпросите са „контролни“ и се използват за проверка адекватността на отговорите. Така например въпросът, свързан със самооценката на нивото на тежест в изследваното предприятие, което респондентите могат да определят като *високо*, *средно*, *ниско* или *много високо*, е последван от отворен въпрос за коефициента на тежест в организацията през 2015 година. Подобна е ситуацията и по отношение на въпросите за намаляването на отпадъците и рециклирането, както и този за разкриването на нови работни места. Тяхното включване в анкетната карта е опит да се повиши сигурността на оценка-



та, като се идентифицират своевременно евентуални несъответствия. Анкетната карта може да бъде разширявана, чрез включване на допълнителни въпроси, които да помогнат за по-прецизната оценка на отделните критерии, но това не е направено на този етап от изследването, тъй като считаме, че е необходимо, първоначално организациите да придобият известен опит, отговаряйки на по-малък обем от въпроси и постепенно те да бъдат разширявани.

Освен чрез анкетна карта част от информация, необходима за оценката се генерира чрез интервюта на мениджъри и специалисти от изследваните предприятия и анализ на публикации в печатни и електронни медии, включително от интернет страниците на изследваните стопански организации.

Третият основен проблем, който трябва да намери решение при създаването на методиката за оценка на КСО, е свързан с разработването на *математическия модел*, чрез който качествена информация ще бъде трансформирана в количествена и интегрирана в единна обща крайна оценка за КСО на изследваните предприятия. По-конкретно това означава, отговорите на въпросите от анкетната карта (показателите за оценка на КСО) да бъдат превърнати в количествени оценки, чрез които да се оцени всеки един от използваните 35 критерия. След това оценките на критериите трябва да бъдат интегрирани в оценка за всяко едно от шестте основни направления, чието обединяване формира крайната оценка за КСО на изследваното предприятие.

Превръщането на качествена информация от анкетните карти се осъществява чрез тяхното кодиране. Използва се позитивна скала от 1 до 4, като 1 е минимална, а 4 – максимална оценка. Конкретният подход зависи от вида на въпроса и по-конкретно от броя на възможните отговори. При въпроси с отговор „да” или „не” точките са съответно 4 или 1. При въпроси с възможни четири отговора, каквито са преобладаващият брой от използваните в анкетната карта, точките са 1, 2, 3, или 4. Съществуват и въпроси, които имат по три възможни отговора. В този случай точките също са в диапазона от 1 до 4, като дали да бъдат присвоени 2 или 3 точки при положение, че е посочен вторият възможен отговор на въпроса, зависи от анализа на допълнителна информация по отношение на представянето на предприятието.

Въпросите, чийто отговор има количествен характер, служат за проверка, поради което не се кодират. В случай обаче, че се установи несъответствие, то следва да бъде анализирано и отговорът на съответния въпрос да се коригира. По този начин, с цел да се повишат точността и адекватността на оценката, се постъпва и с всички останали въпроси, чиито отговори будят съмнение при сравнение с натрупаната информация от проведени интервюта и публикации в печатни и електронни медии.

Интегрирането на отделните оценъчни елементи е втората задача, която трябва да намери своето решение чрез математическия модел. В теорията съществуват различни модели за интегриране на оценките на от-

делните показатели, критерии и направления в единна обща оценка. Много често в практиката се използват методите на претеглените критерии, на справедливия компромис, на равномерната оптимизация или на сумарното отклонение от идеалната точка (Царев, Кантарович, & Черныш, 2008). С оглед спецификата на методиката първите два метода не са подходящи за прилагане, а вторите два могат да бъдат използвани, но представянето и анализът на резултатите ще бъдат затруднени поради голямата стойност, която може да придобие крайната оценка. Ето защо за целите на изследването предлагаме да бъде използван методът на средноаритметичната оценка, при която крайният резултат се получава като средноаритметична величина от оценките на съставляващите го елементи. По този начин финалната оценка ще е в същия диапазон, както тази на критериите – позитивна скала от 1 до 4, а това ще улесни възприемането и анализа на резултатите.

### 3. Апробиране на методиката

Методиката, разработена в предходната точка, бе апробирана в шест от функциониращите девет български предприятия, произвеждащи велосипеди (вж. табл. 2). Трябва да се направи уточнението, че фирмите „Макском” и „Макстек” са изследвани интегрирано, т.е. като едно цяло, тъй като те са част от една група, имат общо управление и произвеждат своята продукция в един и същ завод. По-нататък в изложението те ще бъдат назовавани само под името на тяхната компания–майка „Макс Европа”. Подобна е ситуацията и по отношение на фирмите „Крос” и „Крос”–Монтана, които са тясно свързани и имат обща администрация и управление. В изложението те ще бъдат обозначавани само като Крос.

Таблица 2

Фирми, участвали в изследването

Фирма	Дата на попълване на анкетната карта	Имена и позиция на попълнилия анкетната карта
Лидер 96 ООД	02.08.2016 г.	Янко Куршумов <i>Мениджър</i>
Макском ЕООД Макстек ЕООД	21.09.2016 г.	Иван Чешмеджиев <i>Ръководител, направление качество</i>
Крос ООД Крос-Монтана ООД	10.10.2016 г.	Стефан Иванов <i>Търговски директор</i>
Уан АД	27.10.2016 г.	инж. Николай Христосков <i>Продуктов мениджър</i>

Представените в таблицата стопански организации попълниха анкетна карта, която бе разработена в два варианта – на хартия и онлайн. Заради по-голямото удобство и оперативност всички изследвани предпри-

тията попълниха онлайн анкетната карта, която е разработена с използването на облачните услуги на *Google* и по-конкретно на „*Google Формуляри*”. Допълнителна информация е генерирана и чрез проучвания на терен, осъществени в „Максом” и „Макстек” – Пловдив, анализ на медийни публикации, вкл. от интернет страниците на предприятията, интервюта, проведени по телефона, както и чрез комуникация по електронна поща. На база на така посочените основни информационни източници са изчислени оценките на 35-те критерия, използвани за измерване на КСО.

Таблица 3

## Оценки на критериите за измерване на КСО

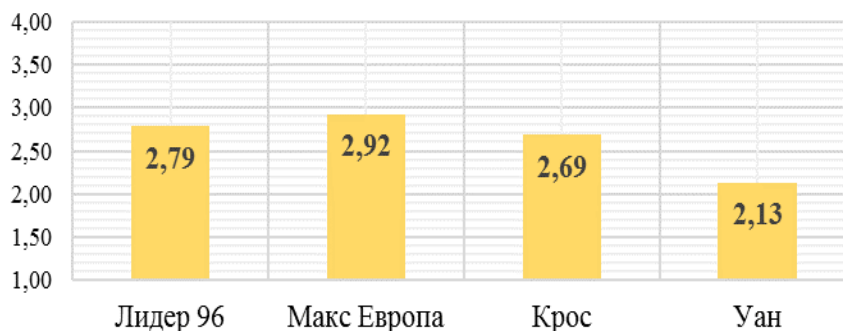
Направления и критерии за оценка на КСО	Фирма			
	Лидер 96	Макс Европа	Крос	Уан
<b>Направление I. Управление на организацията</b>				
1. Наличие на мениджър или специалист по КСО	2,00	4,00	1,00	1,00
2. Наличие и спазване на етичен кодекс	2,00	4,00	3,00	2,00
3. Наличие и изпълнение на стратегия за КСО	1,00	1,00	2,00	2,00
4. Разработване на корпоративен социален отчет	1,00	1,00	1,00	2,00
5. Възприемане на стандарта ISO 26000	3,00	1,00	1,00	1,00
6. Възприемане на „Глобалния договор на ООН”	3,00	3,00	1,00	3,00
7. Взаимодействие със заинтересованите страни	3,00	3,00	3,00	4,00
8. Политика на прозрачност	1,00	3,00	2,00	2,00
<b>Направление II. Човешки права и трудови практики</b>				
9. Условия на труд	3,60	3,20	3,60	3,40
10. Справедлива работна заплата	2,50	3,00	4,00	3,50
11. Обучение на персонала	4,00	4,00	4,00	2,00
12. Представителство на работниците в управлението	4,00	1,00	1,00	4,00
13. Назначаване на хора в неравностойно положение	2,00	2,00	2,00	1,00
14. Действаща процедура за жалби от персонала	3,00	3,00	3,00	1,00
15. Недискриминация	4,00	4,00	4,00	4,00
16. Компенсации при съкращаване	2,00	2,00	2,00	2,00
<b>Направление III. Околна среда</b>				
17. Сертифициране (ISO 14001)	1,00	1,00	1,00	1,00
18. Мониторинг на екологичното въздействие	2,50	3,50	4,00	2,50
19. Спестяване на енергия, вода, хартия и др. ресурси	2,50	3,50	3,50	2,00
20. Намаляване на отпадъците, вкл. чрез рециклиране	2,50	3,50	3,50	2,50
21. Инвестиции в „зелени” технологии	2,00	4,00	3,00	1,00
<b>Направление IV. Добросъвестни делови практики</b>				
22. Оценка на партньорите по отношение на тяхната КСО	3,00	3,00	1,00	1,00
23. Партньорство с местни фирми и организации	2,00	3,00	2,00	2,00
24. Система за обратна връзка с деловите партньори	4,00	3,00	4,00	1,00
25. Правила и процедури за противодействие на корупцията	3,00	4,00	4,00	1,00
<b>Направление V. Потребители</b>				
26. Сертифициране (ISO 9001)	4,00	4,00	1,00	1,00
27. Система за обратна връзка с потребителите	4,00	3,00	4,00	2,00
28. Действаща процедура за жалби от потребителите	4,00	3,00	4,00	3,00
29. Продуктова информация	4,00	4,00	4,00	4,00
30. Безопасност на продуктите	4,00	3,00	4,00	2,00

Направление VI. Местна общност				
31. Диалог с местната общност	2,00	3,00	2,00	4,00
32. Подкрепа на местната общност	4,00	4,00	4,00	4,00
33. Осигуряване на стажантски програми	2,00	3,00	2,00	3,00
34. Разкриване на нови работни места	1,00	1,00	3,00	1,00
35. Разрешаване на пробл. и подобряване живота в общността	4,00	2,00	3,00	2,00

Значението на оценките на отделните критерии може да бъде тълкувано по следния начин:

- 1 (**изключване**) – предприятието не осъществява дейности в тази насока на КСО и не планира да прави това в бъдеще;
- Над 1 до 2 вкл. (**намерения**) – организацията планира определени действия в изследваната насока на КСО, но те все още не са осъществени;
- Над 2 до 3 вкл. (**интеграция**) – организацията осъществява определени практики по отношение на тази насока на КСО;
- Над 3 до 4 вкл. (**пълна интеграция**) – налице е пълна интеграция на изследваната насока на КСО в организационните планове и действия.

Чрез интегрирането на оценките на 35-те критерия, с използването на метода на средноаритметичната стойност, се формира крайната обобщаваща оценка за КСО на изследваните предприятия, която е представена на Фигура 1.



Фигура 1. Оценка на КСО

Предприятието с най-висока оценка от изследваните е „Макс Европа“, с резултат от 2,92 точки. След него с малка разлика се нареждат „Лидер 96“, с 2,79 точки и „Крос“, с 2,69 точки. „Уан“ е на четвърто място с резултат от 2,13 точки. Средната оценка за КСО на предприятията е 2,63, при максимално възможни 4 точки, като същевременно не се наблюдава много голямо отклонение между резултатите на отделните организации (стандартното отклонение е 0,36). Това означава, че те се представят отно-

сително равнозначно в областта на корпоративната социална отговорност. Изводът, който може да се направи, е, че предприятията са интегрирали КСО в своите политики, стратегии, планове и дейности, но относително фрагментарно, което означава, че все още съществуват съществени резерви за подобряване на тяхното представяне. Това потвърждава и тезата на изследването, а именно, че българските предприятия, произвеждащи велосипеди, не използват пълния потенциал на КСО като инструмент за постигане на техните стратегически цели.

Анализът на тези резултати предполага изследване на представянето на предприятията по отношение на шестте основни направления на КСО. За целта в Таблица 4 са изчислени и оценките на шестте основни направления на КСО.

Таблица 4  
Оценки на основните направления на оценка на КСО

Направления	Фирма				Средна оценка
	Лидер 96	Макс Европа	Крос	Уан	
<b>I. Управление на организацията</b>	2,00	<b>2,50</b>	1,75	2,13	<b>2,09 (6)</b>
<b>II. Човешки права и трудови практики</b>	<b>3,14</b>	2,78	2,95	2,61	<b>2,87 (2)</b>
<b>III. Околна среда</b>	2,10	<b>3,10</b>	3,00	1,80	<b>2,50 (4)</b>
<b>IV. Добросъвестни делови практики</b>	3,00	<b>3,25</b>	2,75	1,25	<b>2,56 (3)</b>
<b>V. Потребители</b>	<b>4,00</b>	3,40	3,40	2,40	<b>3,30 (1)</b>
<b>VI. Местна общност</b>	2,20	2,40	<b>2,60</b>	2,40	<b>2,40 (5)</b>

Резултатите показват, че като цяло изследваните предприятия се представят най-слабо в направлението „управление на организацията“, със средна оценка 2,09 точки. Най-висока оценка за своето управление, оценено през призмата на КСО, получават „Макс Европа“, които имат 2,50 точки. След тях се нареждат „Уан“, със 2,13 точки, „Лидер 96“ с 2,00 точки и „Крос“, които са получили 1,75 точки. Причините за тези резултати са представени в синтезиран вид под формата на таблица 5.

Изводът, който може да се направи, е, че изследваните предприятия не са интегрирали концепцията за КСО в своя управленски модел. Нито едно от тях няма КСО стратегия, не разработва КСО отчет, не членува в Глобалния договор на ООН (Българската мрежа на Глобалния договор на ООН) и не е възприело официално стандарта ISO 26 000. **Ето защо може да се твърди, че липсва стратегическият подход по отношение на КСО, което се отразява негативно върху възможността, организациите да генерират положителни ефекти от своите КСО инициативи. В този смисъл може да се заключи, че КСО се използва повече като маркетингов инструмент, отколкото като бизнес модел в изследваните предприятия.**

Таблица 5

Представяне на предприятията в направление  
„Управление на организацията“

Фирма	Силни страни	Слаби страни
„Макс Европа“ (2,5 точки)	- имат КСО мениджър; - имат етичен кодекс.	- нямат стратегия за КСО; - нямат КСО отчет; - не са възприели ISO 26 000.
„Уан“ (2,13 точки)	- добро взаимодействие със заинтересованите страни; - спазват принципите на Глобалния договор на ООН.	- липсва специалист или мениджър, ангажиран с КСО; - не са възприели ISO 26 000; - голяма част от КСО дейностите, свързани с управлението на организацията са на ниво планове.
„Лидер 96“ (2,00 точки)	- единственото предприятие от изследването, възприело, макар и фрагментарно, стандарта ISO 26 000.	- нямат стратегия за КСО; - нямат КСО отчет; - слаба прозрачност по отношение на фирмените политики, планове и дейности.
„Крос“ (1,75 точки)	- имат на етичен кодекс; - добро взаимодействие със заинтересованите страни.	- не спазват принципите на Глобалния договор на ООН; - незадоволително представяне в голяма част от критериите.

Второто направление на КСО, получило своята количествена оценка, е „човешки права и трудови практики“. Представянето на предприятията в тази насока може да бъде определено като сравнително добро със средна оценка от 2,87 от максимално възможни 4 точки. По-добро представяне на изследваните предприятия е налице единствено в направление „потребители“. Най-високата оценка получава „Лидер 96“ (3,14 точки), следвано от „Крос“ (2,95 точки), „Макс Европа“ (2,78 точки) и „Уан“ (2,61 точки).

От представената информация в таблица 6 може да се направи изводът, че изследваните предприятия като цяло са постигнали значими положителни резултати по отношение на условията на труд, безопасността, недискриминацията, заплащането и обучението на персонала. Освен това организациите не са получавали предписания или актове за нарушения от инспекцията по труда и не е имало протести на персонала през последните три години. Въпреки това съществуват области, в които е необходимо подобрение. Те намират израз в сертифицирането по стандартите SA 8000® или BS OHSAS 18001, които са свързани с условията на труд, подобряване на достъпа до работа в предприятията на хора в неравностойно положение и включването на работниците при взимането на решения.

Таблица 6

Представяне на предприятията в направление  
„Човешки права и трудови практики“

Фирма	Силни страни	Слаби страни
„Лидер 96“ (3,14 точки)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- много добри условия на труд;</li> <li>- функционираща ефективна система за обучение на персонала;</li> <li>- работниците и служителите имат официално представителство в управлението;</li> <li>- съществуват правила за недопускане на дискриминация.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- хора в неравностойно положение се назначават на работа по изключение;</li> <li>- компенсациите при съкращаване на работници и/или служители се ограничават в рамките на законоустановените изисквания.</li> </ul>
„Крос“ (2,95 точки)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- много добри условия на труд;</li> <li>- високи нива на заплащане;</li> <li>- ефективна система за обучение на персонала;</li> <li>- съществуват правила за недопускане на дискриминация.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- работниците и служителите нямат свое официално представителство в управлението;</li> <li>- хора в неравностойно положение се назначават на работа по изключение;</li> <li>- компенсациите при съкращаване се ограничават в рамките на законоустановените.</li> </ul>
„Макс Европа“ (2,78 точки)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- добри условия на труд;</li> <li>- ефективна система за обучение на персонала;</li> <li>- съществуват правила за недопускане на дискриминация.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- работниците и служителите нямат свое официално представителство в управлението;</li> <li>- хора в неравностойно положение се назначават на работа по изключение;</li> <li>- компенсациите при съкращаване се ограничават в рамките на законоустановените.</li> </ul>
„Уан“ (2,61 точки)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- високи нива на заплащане;</li> <li>- работниците и служителите имат официално представителство в управлението;</li> <li>- съществуват правила за недопускане на дискриминация.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- недостатъчно обучение на персонала;</li> <li>- не се назначават хора в неравностойно положение;</li> <li>- липсва процедура за жалби от персонала;</li> <li>- компенсациите при съкращаване се ограничават в рамките на законоустановените.</li> </ul>

Третото оценъчно направление е „околна среда“. В него се наблюдават съществени различия (диференциация) в оценките на отделните

предприятия. Средната оценка е 2,50 точки, като на индивидуално ниво най-висока оценка получава „Макс Европа” – 3,10 точки. Втората класирана компания е „Крос”, с малка разлика от водача, и оценка от 3,00 точки. На трето място е „Лидер 96” с оценка от 2,10 точки и на четвърто „Уан” с оценка от 1,80 точки. Представянето на отделните предприятия в това направление, респективно техните силни и слаби страни, е показано в Таблица 7.

Таблица 7  
Представяне на предприятията в направление „Околна среда“

Фирма	Силни страни	Слаби страни
„Макс Европа” (3,10 точки)	- устойчиви инвестиции в „зелени“ технологии; - много добро представяне по отношение на почти всички изследвани критерии.	- не са сертифицирани по стандарта ISO 140001.
„Крос” (3,00 точки)	- много добра система за мониторинг на екологичното въздействие; - добро представяне по отношение на почти всички изследвани критерии.	- не са сертифицирани по стандарта ISO 140001; - инвестициите в зелени технологии се осъществяват единствено ако те са рентабилни.
„Лидер 96” (2,10 точки)	- рециклират 100 % от производствените отпадъци.	- не са сертифицирани по стандарта ISO 140001; - фрагментарни инвестиции в зелени технологии.
„Уан” (1,80 точки)	- въведена е програма за намаляване на отпадъците, включително чрез рециклиране.	- не са сертифицирани по стандарта ISO 140001; - не инвестират в „зелени” технологии; - възможности за съществено подобрене по отношение на всички критерии.

Може да се обобщи, че изследваните бизнес организации са въвели редица добри практики по отношение опазването на околната среда. Всички те имат програми за намаляване на отпадъците и рециклиране, не са санкционирани за замърсяване и, макар и в различна степен, инвестират в „зелени” технологии. Трябва да се отбележи, че производството на велосипеди по своята същност не е „мръсно”, т.е. не предполага замърсяване на води, почви или въздух. Ето защо направленията за усъвършенстване са по отношение на намаляването и рециклирането на отпадъците, включително непроизводствените, и намаляването на енергоемкостта на производството и администрацията.



Четвъртото оценъчно направление е „добросъвестни делови практики”, като средната оценка на предприятията за него е 2,56 точки. „Макс Европа” са лидери с оценка от 3,25 точки, следвани от „Лидер 96” с 3,00 точки, „Крос” с 2,75 точки и „Уан” с оценка от 1,25 точки. Това е направлението, в което съществува най-голяма поляризация в представянето на отделните организации. Стандартното отклонение на техните оценки е 2,42 и е показателно за наличието на съществена диференциация, която основно се дължи на оценката на Уан. Критериите, в които предприятията се представят добре, както и тези, по отношение на които е необходимо развитие, са изложени в Таблица 8.

Таблица 8

Представяне на предприятията в направлението  
„Добросъвестни делови практики“

Фирма	Силни страни	Слаби страни
„Макс Европа” (3,25 точки)	- функциониращи процедури за противодействие на корупцията; - мн. добро представяне по отношение на всички критерии.	- необходими са още малко усилия за постигането на пълния потенциал на предприятието в това направление.
„Лидер 96” (3,00 точки)	- изградена е добре функционираща система за обратна връзка с деловите партньори.	- слаба степен на използване на възможностите за партньорство с местни стопански организации.
„Крос” (2,75 точки)	- функциониращи процедури за противодействие на корупцията; - изградена е добре функционираща система за обратна връзка с деловите партньори.	- не се оценяват настоящите и потенциалните партньори по отношение на тяхната КСО; - слаба степен на използване на възможностите за партниране с местни предприятия.
„Уан” (1,25 точки)		- незадоволително представяне по отношение на всички използвани критерии.

Резултатите са показателни за относително доброто представяне на по-голямата част от предприятията и известното изоставане на най-малкия производител на велосипеди в България, а именно Уан. Включването на КСО като критерий при избора на делови партньори не е лесно начинание още повече в условията на интензивна конкуренция и немалка концентрация както при производителите на велосипеди, така и при фирмите, произвеждащи части и аксесоари за тях. Подобен подход е лесно приложим единствено от големите компании в бранша, които имат договорна сила.

Малките предприятия, каквото е „Уан“, трудно може да поставя условия на своите делови партньори. Не така обаче стои въпросът със създаването на правила и процедури за борба с корупцията, проблем особено актуален за България, както и с изграждането на ефективна система за обратна връзка с деловите партньори.

Петото направление е „потребители“. Резултатите показаха, че изследваните организации са потребителски ориентирани, поради което тук са постигнати най-високите резултати – средната оценка е 3,30 точки. Най-добро представяне отбелязва „Лидер 96“, като предприятието постига максималния възможен резултат – 4 точки. След него се нареждат „Макс Европа“ и „Крос“ с равен брой точки – 3,40, а „Уан“ имат 2,40 точки. Различията в оценките са свързани със силните и слабите страни на всяка от изследваните стопански организации, представени в Таблица 9.

Таблица 9  
Представяне на предприятията в направлението „Потребители“

Фирма	Силни страни	Слаби страни
„Лидер 96“ (4,00 точки)	- много добро представяне по отношение на всички критерии от направлението.	
„Крос“ (3,40 точки)	- много добро представяне по отношение на почти всички критерии от направлението.	- не са сертифицирани по ISO 9001.
„Макс Европа“ (3,40 точки)	- много добро представяне по отношение на всички критерии от направлението.	- съществуват възможности за подобряване на представянето в областите, връзки с потребителите и процедура за жалби от клиентите.
„Уан“ (2,40 точки)	- предоставяне на ясна, достатъчна и достоверна информация за произвежданите велосипеди.	- не са сертифицирани по ISO 9001; - слабости по отношение на обратната връзка с потребителите и пълното покриване на европейските стандарти за безопасност.

Представянето на изследваните организации в направлението потребители може да бъде определено като много добро. Като недостатък може да бъде изтъкнат фактът, че две от предприятията не са сертифицирани по ISO 9001.

Последното направление на КСО, което получи своята оценка, е „местна общност“. Диференциацията в оценките на изследваните предприятия за това направление е малка, което означава, че те се представят по относително аналогичен начин. Резултатът обаче не е показателен за доб-

ро взаимодействие с местната общност, тъй като средната оценка е 2,40 точки. По-нисък е резултатът единствено по направлението „управление на организацията”. Най-добър е резултатът на „Крос” – 2,60 точки, следван от „Уан” и „Макс Европа” с 2,40 точки и „Лидер 96” с 2,20 точки. Основните силни и слаби страни на четирите предприятия по отношение на взаимодействието с местната общност са представени в Таблица 10.

Таблица 10

Представяне на предприятията в направлението „Местна общност”

Фирма	Силни страни	Слаби страни
„Крос” (2,60 точки)	- разкриват много нови работни места, което е изключително важно с оглед на високите нива на безработица в гр. Монтана и Видин.	- възможности за подобряване на представянето в направлението, диалог и подкрепа на местната общност.
„Уан” (2,40 точки)	- поддържат активен диалог с местната общност и подкрепят нейните инициативи.	- не предлагат стажантски програми за развитието на младите хора.
„Макс Европа” (2,40 точки)	- поддържат диалог с местната общност, подкрепят нейните инициативи и се опитват да разрешават част от проблемите ѝ.	- не предлагат стажантски програми за развитието на младите хора.
„Лидер 96” (2,20 точки)	- разкриват много нови работни места.	- не предлагат стажантски програми за развитието на младите хора; - налице са съществени резерви за подобряване на представянето по отношение на диалога, подкрепата и разрешаването на проблемите на общността.

Може да се обобщи, че основните дейности на изследваните предприятия по отношение на направлението „местна общност” са свързани с разкриването на нови работни места и подкрепата на местни инициативи. Същевременно обаче съществуват резерви за подобряване представянето на организациите в това направление, за което е показателна относително ниската средна оценка за него. Те могат да намерят израз в по-добрия диалог с местната общност, благодарение на който да се идентифицират основните направления, в които тя има нужда от подкрепа, както и по-важните проблеми, в чието разрешаване предприятието може да ангажира част от своите ресурси. Неизползвана е и възможността за предлагането на стажантски програми, които да изградят в младите хора трудови навици,

помагайки им по този начин за тяхната успешна бъдеща реализация на пазара на труда.

### **Заклучение**

От изложението могат да бъдат направени няколко по-важни заключения, свързани с корпоративната социална отговорност, нейната оценка и степента, в която тази концепция се възприема от предприятията, произвеждащи велосипеди в България. На първо място следва да се отбележи, че по отношение на редица теоретични концепции, свързани с КСО все още няма единомислие сред научната общност. Към тях спадат проблемите, свързани с дефинирането и оценката на КСО, които са изключително важни както за теорията, така и за практическото приложение на концепцията. Считаме, че разрешаването на първия проблем може да намери израз във възприемането на институционалната дефиниция, предложена от Международната организация по стандартизация в стандарта ISO 26000, която представя същността на КСО с необходимата аналитичност и адекватност. Що се отнася до втория проблем, свързан с оценката на КСО, то той все още не е намерил своето общоприето решение. В научната литература са познати редица методи за оценка на КСО, но според нас най-удачният подход е създаването на отраслово специфицирани инструменти, които да отчитат характеристиките на оценявания обект. Последният извод, резултат от проучването, е, че предприятията от велосипедната индустрия на България не са постигнали своя пълен потенциал по отношение на КСО. В този смисъл оценката, която осъществихме чрез използването на разработена за тази цел методика, е показателна за наличието на съществени възможности за усъвършенстване на тяхното представяне по отношение на КСО.

### **Използвани източници**

- (2016). Извлечено от RobecoSAM: <http://www.sustainability-indices.com>
- (2016). Извлечено от CSR Quest: <http://www.csrquest.net>
- (2016). Извлечено от CEEP-CSR Label: <http://www.discerno.eu/csr>
- Aravossis, K., Panayiotou, N., & Tsousi, K. (2006). A proposed methodological framework for the evaluation of corporate social responsibility. *1st international conference on environmental economics and investment assessment*, 98, стр. 87-95. Mykonos. doi:10.2495/EEIA060091
- Bowen, H. (1953). *Social responsibilities of the businessman*. New York: Harper & Row.

- Carroll, A. (1979). A three-dimensional conceptual model of corporate social performance. *Academy of Management Review*, 4(4), 497-505.
- Carroll, A. (September 1999 r.). Corporate social responsibility: evolution of a definitional construct. *Business and society*, 38(3), 268-295.
- Clark, J. (1916). The changing basis of economic responsibility. *Journal of political economy*, 24(3), 209-229.
- Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions – A renewed EU strategy 2011-14 for Corporate Social Responsibility. (2011). Brussels. Извлечено от <http://eurlex.europa.eu>
- Davis, K. (1973). The case for and against business assumption of social responsibilities. *Academy of Management Journal*(16), 312-322.
- Davis, K., & Blomstrom, R. (1966). *Business and its environment*. New York: McGraw-Hill. doi:10.2307/2391174
- Drucker, P. (1942). *The Future of Industrial Man*. New York: The John day company.
- Eells, R., & Walton, C. (1974). *Conceptual foundation of business*, 3rd edition. Irwin: Burr Ridge.
- Eilbert, H., & Parket, I. (1973). The current status of corporate social responsibility. *Business Horizons*(16), 5-14.
- Fatma, M., Rahman, Z., & Khan, I. (June 2014 r.). Multi-item stakeholder based scale to measure CSR in the banking industry. *International strategic management review*, 2(1), 9-20.
- Global Compact Self Assessment Tool. (2016). Извлечено от <http://www.globalcompactselfassessment.org>
- Global Reportin Initiative. (2013). G4 Sustainability reportin guidelines. Implementation manual.
- Hopkins, M. (January 2005 r.). Measurement of corporate social responsibility. *International journal of management and decision making*, 6(3-4), 213-234.
- Index Inclusion Rules for the FTSE4Good Index Series, v1.8*. (2016). Извлечено от FTSE Russell: <http://www.ftse.com/products/downloads/F4G-Index-Inclusion-Rules.pdf>
- Johnson, H. (1971). *Business in contemporary society: framework and issues*. Belmont: Wadsworth Pub. Co.
- Kosi, K., & Harazin, P. (2011). Performance evaluation of corporate social responsibility according to the logic of ISO 26 000 (Guidance on social responsibility) standart. *Regional and business studies*, 3(1), 739-749.
- Manne, H., & Wallich, H. (1972). *The modern corporation and social responsibility*. Washington: American enterprise institute for public policy research.
- Matten, D., & Crane, A. (January 2005 r.). Corporate citizenship: towards an extended theoretical conceptualization. *The academy of management review*, 30(1), 166-179.

- Porter, M., & Kramer, M. (2011). Creating shared value. *Harvard business review*, 89(1-2), 62-77.
- Preston, L., & Post, J. (1975). *Private management and public policy: The principle of public responsibility*. Englewood Cliffs: Prentice Hall.
- Sethi, S. (1975). Dimensions of corporate social performance: an analytic framework. *California management review*(17), 58-64.
- Steiner, G. (1971). *Business and society*. New York: Random House.
- Бакърджиева, Р. (2012). Стандарти за корпоративна социална отговорност. *Икономически изследвания*(2).
- Вилияна-Мария, Н. (2015). *Особености на формиране и реализация на концепцията за корпоративно гражданство (социална отговорност на бизнеса) в България*. София: СУ „Св. Климент Охридски“.
- Гогова, Т. (2011). *Корпоративна социална отговорност и влиянието ѝ върху стойността на компанията (Интернационални тенденции и български измерения)*. София: УНСС.
- Горчева, Т., & Любенов, З. (2013). Социалната корпоративна отговорност в европейската практика и у нас. *Алманах научни изследвания*.
- Каплан, Р., & Нортан, П. (2006). *Стратегически карти*. София: Класика и стил.
- Козарев, В. (2014). Концептуална „карта“ на корпоративната социална отговорност: обзорен метаанализ на публикациите на Academy of Management (2006-2013). *Реторика и комуникации. Електронно научно списание*(14).
- Котлър, Ф., & Лий, Н. (2011). *Корпоративна социална отговорност: Най-доброто за вашата компания и вашата кауза*. София: Рой Комюникейшън.
- Наръчник за самооценка на компании по КСО. (2010). Вилнюс, Литва.
- Пейчева, М., Вейсел, А., & Динева, В. (2016). *Корпоративна социална отговорност – теория, отчетност и одит*. София: АТЛ-50.
- Славова, И. (2015). Корпоративната социална отговорност в България: развитие, ограничения и предизвикателства. *Икономически и социални алтернативи*(2), 113-126.
- Стефанова, М. (2016). *Фактори за внедряване на корпоративната социална отговорност в българските малки и средни предприятия*. София: СУ „Св. Климент Охридски“.
- Царев, В., Кантарович, А., & Черныш, В. (2008). *Оценка конкурентоспособности предприятий*. Москва: Юнити-Дана.