

ДОКЛАДВАНЕ НА КОРПОРАТИВНАТА СОЦИАЛНА ОТГОВОРНОСТ ЧРЕЗ ИЗПОЛЗВАНЕ НА КОМУНИКЕТА ЗА НАПРЕДЪКА

Емил Николов*

Увод

Докладването на нефинансова (социална и екологична) информация е иманентна част от цялостната концепция за корпоративна социална отговорност (КСО). То може да се реализира чрез използване на различни подходи – от провеждането на пресконференции и/или срещи със заинтересованите страни, до публикуване, включително в интер-нет, на презентации, брошури, статии и/или други информационни материали. Въпреки това, добрите практики при докладването на КСО са свързани с регулярното разработване и оповестяване на специфичен доклад, който все още няма унифицирано название. Най-често се използват термините "доклад за устойчивостта", "доклад за корпоративната социална отговорност", "доклад за корпоративното гражданство", "корпоративен социален доклад", "ESG доклад" или само "социален доклад". Макар и да се използват различни наименования, между докладите не съществуват съществени семантични различия. Всичките съдържат обобщена количествена и качествена информация за политиките, стратегиите, целите, плановете и действията на бизнес организациите по отношение на социалната им отговорност. За разлика от финансовите отчети, социалните доклади нямат нормативно регламентирана структура. Предприятията сами решават каква информация да включат в тях и как да ги структурират. Тази свобода на избора генерира проблеми най-същественият, от които е възможността да се докладва избирателно (псевдо докладване), като се представят позитивните данни и се "скрива" негативния "отпечатък" на предприятието върху икономиката, обществото и околната среда (трите стълба на устойчивото развитие). За преодоляването на този проблем съществуват структури (рамки) за докладване, които регламентират съдържанието на социалните доклади. Една такава рамка представляват комуникетата за напредъка (Communication on Progress – COP) на Глобалния договор на ООН (ГД). Те са най-разпространения инструмент

* Емил Б. Николов, гл. ас. д-р, катедра "Индустриален бизнес и предприемачество", факултет "Производствен и търговски бизнес, Стопанска Академия "Д. А. Ценов" – Свищов, email: e.nikolov@uni-svishtov.bg

за докладване на КСО, използван от над 9 000 бизнес организации, публикували повече от 40 000 комуникета. Разбираемо, имайки предвид тези данни, възниква въпросът за дифузията на комуникетата за напредъка сред българските пред-приятия. Настоящата статия цели да даде отговор именно на този въпрос.

Докладването на корпоративната социална отговорност – утвърждаване и норма-тивно регламентиране

Докладването на КСО може да се дефинира като "процес на публикуване на информация за екологичните, социалните или устойчивите политики и въздействия на бизнес организацията" (Kolk, 2004). Друга популярна трактовка го разглежда по аналогичен начин като "съзнателно оповестяване на информация от определена организация от-носно нейните устойчиви политики, практики и резултати в специфичен доклад или рамка" (Global Reporting Initiative, 2013). От историческа гледна точка, докладването на КСО извървява своя дълъг път – от първия социален доклад, публикуван преди 29 го-дини (през 1989 г.) от американската фирма Ben & Jerry's, до появата на напътствията за отчитане на Глобалната инициатива за докладване (Global Reporting Initiative – GRI), комуникетата за напредъка на Глобалния договор на ООН и Международната рамка за интегрирано отчитане. Днес докладването на КСО променя своя характер. От добро-волна инициатива на стопанските организации, които искат да демонстрират своите социални цели и практики, то се трансформира в нормативно регламентирано задължение за големите корпорации. Чрез приемането на Директива 204/95/ЕС Европейският парламент и Съветът на Европа задължават дружествата, извършващи дейност от обществен интерес, чиито среден брой на персонала надвишава 500 лица, да интегрират в своя доклад за дейността "нефинансова декларация", която по своята същност представлява социален доклад. Трябва да се отбележи, че държави като Франция, Дания и Великобритания, още преди появата на директивата, регламентират докладването на КСО като задължителен елемент от отчетността на определени групи предприятия (най-често големите корпорации).

Докладването не е самоцел за стопанските организации. Те са мотивирани да разработват и публикуват социални доклади не само поради нормативното им регламентиране, но в много по-голяма степен от ползите, които тази дейност може да генерира. Според проучване на Американската асоциация на регистрираните одитори докладването води до подобряване на репутацията на организацията, намалява разходите, подобрява управлението на риска, усъвършенства фирмената култура по отношение на устойчивостта, позволява да се проникне на нови пазари и се явява отговор на

очаква-нията на клиентите, човешките ресурси, инвеститорите и партньорите по веригата на стойността (AICPA, 2015). Имайки предвид тези позитивни ефекти не е изненадващо, че днес докладването на КСО е обичайна практика за все по-голям брой организации и особено за големите транснационални корпорации. Проучване на KPMG показва, че през 2017 година 93 % от най-големите 250 глобални компании от класацията на Fortune – Global 500 публикуват социален доклад (KPMG, 2017). При разработването на тези доклади бизнес организациите могат да използват собствени, вътрешноорганиза-ционни структури, или такива, които са предложени от специализирани в областта на КСО, и в частност на нейното докладване, организации. Сред тях най-популярни са "комюникетата за напредъка" на Глобалния договор на ООН (подходящи както за големи, така и за малки и средни предприятия), напътствията и стандартите на Глобалната инициатива за докладване (подходящи предимно за големи бизнес организации) и не на последно място Международната рамка за интегрирано докладване (считана за "бъдещето на докладването").

Комюникетата за напредъка като инструмент за докладване на корпоративната социална отговорност

Разпространението на комюникетата за напредъка в голяма степен е стимулирано от задължителния им характер по отношение на всички стопански организации, членуващи в ГД. За да поддържат своето членство активно, те трябва ежегодно да докладват своя напредък под формата на комюнике, което по своята същност представлява социален доклад. Комюникетата се публикуват в онлайн базата с доклади, администрирана от ГД и са публични, т.е. всяко заинтересовано лице или организация може да ги прочете. По този начин се повишава прозрачността и стимулира трансфера на добри практики в областта на КСО. В случай, че предприятие, членуващо в ГД, не публикува комюнике, то получава статут на "некомуникиращо". Ако в срок от една година след получаването на този статут то все още не е докладвало, се изключва от инициативата.

Комюникетата за напредъка не се характеризират с наличието на сложна структура, предварително дефинирана обширна система от показатели и специфични изисквания, които да затрудняват съществено предприятията в процеса на докладване. Точно обратното, те са относително опростени, особено в сравнение със стандартите за докладване на устойчивостта (GRI Standards), разработени и утвърждавани от Глобалната инициатива за докладване. Минималните изисквания към съдържанието им са три:

- ✓ Включване на декларация от най-високопоставения мениджър в компанията, изразяваща продължаващата подкрепа за целите на ГД и подновяваща текущата ангажираност на предприятието към инициативата.
- ✓ Описание на реалните действия, които бизнес организацията е предприела или планира да предприеме, за да приложи на практика Десетте принципа на ГД в своите политики, стратегии, планове, цели и операции.
- ✓ Измерване на резултатите от предприетите действия, за прилагане на Десетте принципа на ГД, чрез използване на количествени и/или качествени индикатори.

Въпреки наличието на посочените три минимални съдържателни изисквания към комуникетата за напредъка, ГД отчита, че компаниите са извървели различен път в докладването на своята социална отговорност и съответно имат различна експертиза и възможности. Ето защо са предвидени три нива на докладване – "учащ", "активен" и "напреднал".

Определянето на нивото на докладване се осъществява чрез самооценка. Ниво *учащ* получава предприятие, чието комунике не отговаря на едно или повече от минималните изисквания. За да бъде определено като *активно*, предприятието трябва да е разработило комунике, което да включва всички задължителни изисквания, а за да получи ниво *напреднал*, в допълнение към тях трябва да са докладвани и т.нар. напреднали критерии и най-добри практики. Напредналите критерии са 21 на брой, като са разделени в три основни направления (UN Global Compact Policy on Communicating Progress, 2013): интегриране на Десетте принципа в стратегии и операции; реализиране на действия в подкрепа целите на ГД; управление на устойчивото развитие в предприятието и лидерство. Чрез включването на тези напреднали критерии и най-добри практики ГД се старае да повиши качеството и информационната стойност на комуникетата, приближавайки ги до стандартите на Глобалната инициатива за докладване – GRI. Последните могат да бъдат определени като "златния стандарт" в докладването на КСО, особено за големите бизнес организации. Показателен за това е фактът, че през 2017 г. 93% от 250-те най-големи компании са разработили своите социални доклади, използвайки структурата на GRI (KPMG, 2017). Същевременно наличието на ниво *учащ*, позволяващо на предприятията да докладват своя напредък, без да оповестяват информация по 1, 2 или дори по всичките три структурни елемента, на практика компрометира наличието на минимални изисквания към съдържанието на комуникетата.

Глобалният договор използва нивата на докладване като своеобразен измерител на качеството на публикуваните комуникета за напредъка. Нещо повече, твърди се, че качеството на комуникетата като цяло се повишава,

тъй като броят на тези от тях, които са с ниво *напреднал*, нараства (United Nation Global Compact, 2015). Подобен подход считаме за недостатъчно обоснован. Могат да се посочат два основни довода в подкрепа на това твърдение. На първо място, идеята, че качеството на комуникетата зависи единствено от това, дали в тях са включени задължителните съдържателни елементи, е по-скоро дискуссионна. Така например, възможно е тези елементи да бъдат включени, но представената информация да е лаконична, повърхностна, едностранчива, заблуждаваща, изопачена и/или невярна. За да бъде комуникето качествено, е необходимо не просто в него да присъстват определени елементи, а всеки един от тях да отговаря на определени изисквания и принципи за качество. На второ място, определянето на нивото на комуникето става по субективен начин – чрез самооценка. Този подход нарушава принципите на безпристрастност и независимост и създава възможности за допускане на грешки или осъществяването на нарушения при определянето на нивото на комуникето, още повече, че не е създаден механизъм за проверка и контрол. Поради изложените доводи считаме, че на нивото на докладване не бива да се гледа като единствен и достатъчен критерий за качеството на комуникетата.

Публикуването на комуникетата в интернет страницата на ГД може да се осъществи по три начина. *При първия* те се публикуват като самостоятелен файл в онлайн базата с доклади на Глобалния договор. Ако предприятието е публикувало своето комунике и в собствената си интернет страница (ГД препоръчва това), се посочва и линк, който води към него. *Вторият подход* се нарича "базов шаблон" (Basic Template) и позволява на предприятията да разработят своето комунике в онлайн режим, като отговорят на определени въпроси. Той е подходящ за нови членове, които нямат опит в докладването. *Третата опция*, която ГД предлага от 1 април 2016 г., се нарича "експресно комунике за напредъка" (Express COP). Тази опция може да се използва неограничен брой пъти, но само от предприятия, чиито персонал не надхвърля 250 човека. Тя позволява на бизнес организациите да докладват своята социална отговорност само чрез отговор (с *да* или *не*) на три лаконични въпроса:

- Подкрепя ли (включително чрез своя подпис) най-висшестоящият мениджър във Вашата компания Десетте принципа на Глобалния договор?
- Предприела ли е Вашата компания някакви действия в областта на човешките права, трудовите практики, околната среда и противодействието на корупцията?
- Проследява ли Вашата компания резултатите от тези действия?

Ако се отговори утвърдително и на трите въпроса се счита, че предприятието е публикувало комунике за напредъка на ниво "активен". В случай,

че на един или повече от въпросите отговорът е "не", то резюмето получава ниво "учащ". Опцията не позволява изготвяне на комюнике за напредъка на ниво "напреднал", което е разбираемо с оглед на това, че предприятията реално не оповестяват каквато и да е количествена или качествена информация. Точно поради тази причина считаме, че възможността за изготвяне на експресно комюнике по своята същност отменя задължението за докладване на напредъка от малките и средни предприятия! Тази "стъпка назад" най-вероятно е провокирана от немалкия брой на предприятията, които са застрашени от изключване от Глобалния договор поради факта, че не спазват изискванията за докладване. Тази хипотеза се потвърждава от наличната емпирична информация, според която към месец април 2018 г. от 9 703 компании, членуващи в ГД, 1 689 (17,4%) са със статут на некомуникиращи, като делът им през годините нараства. Проблемът не засяга толкова големите компании (11,1% от тях са некомуникиращи), колкото малките и средните предприятия (22,8% от тях са некомуникиращи). Същевременно МСП съставляват почти 54% от членуващите в ГД бизнес организации и немалка част от тях правят своите първи стъпки в докладването на КСО. В тази връзка може да се твърди, че стимулирането и подпомагането на МСП при докладването е сред най-важните приноси на ГД.

Докладване на корпоративната социална отговорност чрез използване на комюникетата за напредъка – проучване на българския опит

Използването на комюникетата за напредъка като инструмент за докладване на КСО от българските бизнес организации е проблем, който все още не е проучен достатъчно. Липсват изследвания посветени на тази тема, макар че нейната актуалност е нарастваща. Тя произтича от растящите очаквания на обществото по отношение на прозрачността в плановете, целите и действията на предприятията, както и от утвърждаването, включително сред българските стопански организации, на концепцията за КСО. В унисон с това в настоящата статия си поставихме за *цел да анализираме и оценим степента на разпространение и основните слабости на комюникетата за напредъка, разработени от българските предприятия, както и да предложим някои възможни решения*. Реализирането на така поставената цел предполага осъществяването на определени задачи, сред които: теоретично проучване на същността и особеностите на комюникетата за напредъка; генериране на информация за българските компании, използващи тази структура за докладване; създаване на база данни, съдържаща комюникетата на българските компании; анализ на комюникетата и формулиране на изводи. Методите, които се използват за постигането на формулираните цел и задачи включват кабинетно проучване, контент-анализ, сравнение, анализ и синтез, графични

и др. методи. *Тезата*, която се защитава гласи, че *българските предприятия не използват пълноценно възможностите на комуникетата за напредъка като инструмент за докладване на КСО*. На проверка е подложена и една *хипотеза*, съгласно която *съществена част от българските бизнес организации надценяват нивото на своите комуникета за напредъка*. Считаме, че резултатите от проучването ще представляват интерес за мениджърите на българските бизнес организации, както и за всички, които се интересуват от проблемите на КСО, и в частност на нейното докладване.

Методика на изследването

Изследването на комуникета за напредъка, публикувани от българските предприятия, е проведено през месец април 2018 година. То се базира на информация от базата с данни, интегрирана в интернет страницата на ГД. От нея са идентифицирани българските компании, които членуват или са членували в договора и са извлечени техните комуникета за напредъка. Допълнителна информация е генерирана и чрез проучване на интернет страниците на идентифицираните предприятия. Бизнес организациите са анализирани по признаците – размер, статут (комуникиращ или некомуникиращ) и регулярност в докладването. Всички комуникета за напредъка са анализирани по признаците година на публикуване и ниво на докладване (учащ, активен, напреднал), а тези от 2016 година са подложени на детайлно проучване, обхващащо още тип (самостоятелен файл, основен шаблон или експресно комунике), вид на файла (в случай, че са публикувани под формата на файл), съдържание, съответствие между обявено и реално ниво на докладване, брой страници, дизайн, език на написание, подлагане на независима проверка за изразяване на сигурност и докладван период. Изборът на 2016 година, като анализиран период, е мотивиран от факта, че през тази година е отчетен най-голям брой на публикуваните от български предприятия комуникета за напредъка – 23. През следващата – 2017 г. техният брой намалява на 19.

Резултати от изследването

Към месец април 2017 г. броят на българските бизнес организации, членуващи в ГД, е 27. От тях 15 са големи компании, а 12 са МСП. Трябва да се отбележи обаче, че 8 от предприятията (29,6%) са със статут на некомуникиращи, което означава, че те не са докладвали своя напредък в срок и съществува опасност да бъдат изключени от договора. Подобна "съдба" през годините имат 7 български бизнес организации, чието членство е пре-

кратено поради неспазване на задължението за докладване. При сравнение на дела на българските предприятия със статут на некомуникаращи (29,6%) и общия дял на некомуникащите бизнес организации, членуващи в ГД (17,4%) се установява, че много по-голям процент от българските фирми изпитват проблеми при докладването. Причините за това могат да бъдат търсени в няколко основни направления – липса на необходимата експертиза, negliжиране на процеса, недооценяване на неговото значение, липса на достатъчно време (свърх натовареност на персонала) и др. Според нас основната причина за тези негативни данни е схващането, че докладването изразходва организационни ресурси, но не създава стойност за предприятието. Това схващане допълнително се утвърждава, когато се направи анализ на броя на преглежданията и/или свалянията на публикуваните в интернет страницата на предприятието социални доклади. Много често се оказва, че интересът към тях е малък, което обезкуражава мениджърите да изразходват ресурси за тази дейност. Въпреки това докладването, както и цялостната концепция за КСО, не бива да се разглеждат единствено като маркетингов инструмент. Докладите имат и друга, много по-важна "мисия", а именно да помогнат на мениджърите да оценят социалната отговорност на управляваната от тях компания, да измерят прогреса, да идентифицират слабостите и да набележат мерки за тяхното преодоляване.

Малкият брой на членуващите в ГД български бизнес организации рефлектира и върху количеството на публикуваните комюникета. За период от 14 г. (от 2004 г. до 2017 г. вкл.), българските предприятия, които членуват или са членували в ГД (общо 34 бизнес организации, 17 от групата на МСП и 17 големи компании), разработват и публикуват 166 доклада за напредъка, като развитието на процеса в динамика е представено на Фигура 1. Средногодишният брой на комюникетата е приблизително 12, а средно на едно предприятие се падат 4,9 доклада за напредъка. Трябва обаче да се отбележи, че е налице съществено разсейване между броя на комюникетата на отделните български предприятия – от нула до тринадесет, при най-старите членове на ГД.

Изследвано в динамика от 2004 г., когато фирмата "Демакс" публикува първото българско комюнике за напредъка, до 2016 г., макар и с определени колебания, броят на докладите постепенно нараства. Пикът е достигнат през 2016 г., когато са публикувани 23 доклада за напредъка. Дори и този брой не може да бъде определен като съществен, още повече, че през последните години се наблюдават спадове (2013, 2015 и 2017 г.). Освен това бяха идентифицирани периоди, които не са обхванати от комюникетата. По този начин някои предприятия докладват на практика през година, запазвайки своето членство в ГД, макар неговите правила да изискват ежегодно докладване. Проявата на този проблем е резултат от несъвършенства в ре-

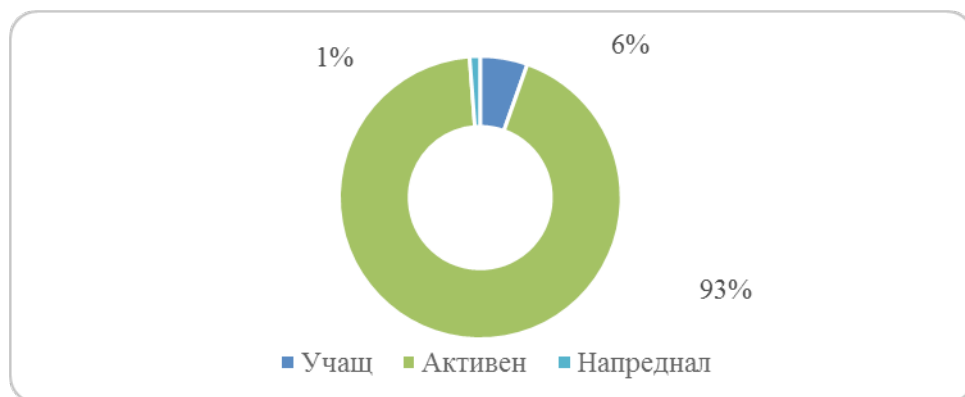
гламентирането, но най-вече от липсата на контрол върху членуващите в договора организации.



Фиг. 1. Динамика на публикуваните комюникета за напредъка

Още по-незадоволителни са резултатите, когато се изчисли дела на предприятията, които са разработили комюнике за напредъка, спрямо техния общ брой в страната. По предварителни данни на НСИ през 2016 г. броя на бизнес организациите в България, които са представили отчет за дейността си, е 335 941 (НСИ, 2018). От тях доклад за напредъка са публикували едва 22 предприятия или 0,0065%. *Тези данни дават основание да се направи извода, че българските предприятия не използват възможностите на комюникетата за напредъка като инструмент за докладване на КСО, което потвърждава и възприетата изследователска теза.*

Освен в количествен аспект използването на комюникетата за напредъка от българските предприятия следва да се проучи и от гледната точка на неговото качество, т.е. да се изследват качествените характеристики на докладите. Това ще позволи да се идентифицират съществуващите слабости и на тази база да се предложат възможни решения. За тази цел на Фигура 2 е представена структурата на комюникетата за напредъка, публикувани от българските предприятия според нивото на докладване.



Фиг. 2. Структура на комуникетата за напредъка на българските предприятия

С малки изключения комуникетата за напредъка на българските бизнес организации са разработени на ниво активен, т.е. те съдържат трите минимални съдържателни изисквания. За сравнение в общата структура комуникетата на ниво активен съставляват 81% от всички публикувани в интернет страницата на ГД. По-добро е представянето на българските предприятия (спрямо цялата съвкупност от компании, членуващи в ГД) и по отношение на комуникетата на ниво учащ. Дванадесет процента от всички комуникета, публикувани на интернет страницата на инициативата са с ниво учащ, докато при българските предприятия те са 6%. По-слабо е представянето на българските компании при комуникетата на ниво "напреднал". Само две са българските комуникета на това ниво, което е около 1%, при 7% за цялата база от доклади. Възниква въпросът доколко българските предприятия правилно са определили нивото на своето комунике? Методът на самооценката е предпоставка за допускане на неумишлени или нарочни грешки, при които нивото на докладите да бъде завишено или съответно понижено. Поради тази причина анализирахме съответствието между обявеното и действителното ниво на докладите, публикувани от българските предприятия през 2016 година. В рамките на проучването попадат 14 комуникета, публикувани от големи компании и 9 от МСП (Вж. Таблица 1).

По-голямата част от комуникетата (21 на брой или 91%) са публикувани като самостоятелен файл, който може да бъде изтеглен от интернет страницата на Глобалния договор. Едно комунике е публикувано чрез използване на опцията "основен шаблон" (Basic Template), а едно под формата на експресно комунике (Express COP).

Таблица 1: Основни характеристики на изследваните резюмета за напредъка

	№	Име на фирмата	Тип	Ниво	Страници	Език
Големи предприятия	1	Асарел-Медет	Файл	Активен	9	Български
	2	Арексим Енжинеринг	Файл	Активен	6	Български
	3	Сибанк	Файл	Активен	41	Български
	4	Сибанк	Файл	Активен	49	Български
	5	Демакс	Файл	Активен	10	Български
	6	Елдоминвест	Файл	Активен	7	Български
	7	ЕВН България	Файл	Активен	28	Английски
	8	АЕЦ Козлодуй	Файл	Активен	14	Английски
	9	Мобилтел	Файл	Активен	22	Български
	10	Монбат	Файл	Активен	10	Английски
	11	Овергаз	Файл	Активен	23	Български
	12	Софарма	Файл	Напреднал	40	Английски
	13	Юнимастърс	Файл	Активен	14	Английски
	14	Ваптех	Файл	Активен	14	Английски
МСП	15	<i>Екопак България</i>	Basic Template	Активен	-	Английски
	16	<i>България он Ер</i>	Файл	Активен	9	Български
	17	<i>Делойт България</i>	Файл	Активен	11	Английски
	18	<i>Логен</i>	Express COP	Активен	-	Английски
	19	<i>ПОК Доверие</i>	Файл	Активен	5	Английски
	20	<i>Пен Д'ор</i>	Файл	Активен	4	Английски
	21	<i>Технологика</i>	Файл	Активен	7	Български
	22	<i>Уърлд Транс- порт Оувърсийз</i>	Файл	Активен	7	Английски
	23	<i>Явлена</i>	Файл	Активен	13	Български

Всички, с изключение на едно от комюникетата, са определени чрез самооценка като отговарящи на критериите за ниво активен. Единствено Софарма АД е посочила, че разработеното от нея комюнике съответства на критериите за ниво напреднал. За да се потвърди или отхвърли възприетата хипотеза, 23-те комюникета са подложени на оценка за степента на тяхното

съответствие на задължителните елементи на рамката за докладване на ГД, чрез използване на контент-анализ и метода на сравнението. Резултатите от изследването показват, че *5 от комуникетата за напредъка не съответстват на едно или повече от изискванията за нивото, в което са били класифицирани чрез самооценка*, т.е. те са надценени. Като относителен дял това са 22% от всички доклади за напредъка, което потвърждава възприетата хипотеза, че значителна част от българските бизнес организации надценяват нивото на своето резюме. Интересен и показателен е фактът, че нито едно от изследваните комуникета не е подценено! Тези резултати подкрепят тезата, че използването на нивото на комуникетата за напредъка като критерий за тяхното качество не води до надеждни и адекватни резултати. Ето защо считаме, че би било полезно, ако се въведат контролни механизми от страна на ГД, за да се гарантира в по-висока степен достоверността не само на нивата на комуникетата, но и на съдържащата се в тях информация. Тази задача може да бъде осъществявана от локалните мрежи на договора, които са 77 на брой, включително "Българска мрежа на Глобалния договор". Те се намират "най-близо" до докладващите предприятия и могат по най-ефективен начин да осъществяват контрол върху техните дейности и доклади.

За да бъде постигната целта на изследването, основните характеристики на комуникетата за напредъка са анализирани, с оглед идентифициране на съществуващите проблемни зони. Резултатите от анализа са показателни за наличието на следните основни слабости в комуникетата на българските предприятия:

- *Недостатъчен обем.* Броят на страниците на изследваните комуникета варира в широки граници – от 4 до 49. Макар ГД да не поставя изисквания по отношение на обема на комуникетата, докладване в рамките на няколко страници трудно може да бъде оценено като качествено по отношение на своята съдържателност. Поради тази причина най-голямата онлайн директория със социални доклади Корпоративен регистър (Corporate Register) изисква наличието на минимум 6 страници нефинансова информация, за да разреши на компаниите да публикуват своите доклади в тяхната база данни. В този смисъл комуникета, съдържащи няколко страници информация могат да бъдат разглеждани като форма на псевдо докладване.
- *Докладване на две календарни години в рамките на едно комунике.* Четири от изследваните комуникета включват информация за две календарни години. Подобен подход не е рядкост при използването на структурата за докладване на GRI, но правилата на ГД задължават членуващите предприятия да докладват на интервал от една година. Двугодишното докладване нарушава този ангажимент, но от друга

страна позволява запазване на членството, което явно е основната цел на предприятията.

- *Лош дизайн.* Освен броя на страниците, важна характеристика на социалните доклади е и техният дизайн. Той е показателен като цяло за отношението на организацията към докладването, като и към заинтересованите страни. Проучването установи, че 4 от комюникетата (17%) са с изключително лош дизайн. Част от тях представляват некачествено сканиран черно-бял документ, в който липсват каквито и да е визуализиращи елементи (фигури, таблици). Липсва дори търговската марка на организацията. Едно от комюникетата е прикачено като страниците са обърнати наобратно! Освен това един от докладите е под формата на word файл, при положение, че от ГД изрично уточняват, че файлът трябва да е pdf.
- *Нито едно комюнике не е подложено на верификация.* В контраст с нарастващия брой на социалните доклади, подлагани на външна независима проверка за изразяване на сигурност, нито едно от изследваните предприятия не е подложило своето комюнике на верификация от трета независима страна. Външният одит на социалните доклади е свързан с изразходването на финансови средства, но същевременно спомага за увеличаване доверието на заинтересованите страни в бизнес организацията и нейната социална отговорност.
- *Бизнес организациите не публикуват комюникетата в своите уеб страници.* Само 4 от изследваните предприятия са публикували разработените от тях комюникета в организационните си уеб страници. Това ограничава броя на лицата и организациите, които ще се запознаят със съдържащата се в тях информация и съответно води до намаляване на възможността за генериране на положителни ефекти от докладването. Причината за това състояние може да бъде свързана с подценяване на значението на докладването, но по-скоро е резултат от "неглижиране". Самите компании осъзнават, че техните доклади не притежават необходимото качество, за да бъдат публикувани в интернет страниците им.

Идентифицираните основни слабости в комюникетата за напредъка на българските предприятия са показателни за подценяване на докладването и опит за формално спазване на задълженията, произтичащи от членството в ГД. Докладването на КСО при тези предприятия не се базира на вътрешна увереност за значимостта на тази дейност, а се възприема като задължение, което не създава стойност за организацията. По този начин (чрез нерегулярно, некачествено и формално докладване) българските компании не могат пълноценно да използват възможностите на този инструмент.

Заклучение

Броят на българските бизнес организации, използващи комуникетата за напредъка като инструмент за докладване на КСО, може да бъде определен като твърде ограничен. През 2016 г., когато техният брой е най-голям, едва 22 български предприятия разработват и публикуват комунике. Същевременно докладите на немалка част от тях притежават съществени недостатъци от гледна точка на качествените и количествените им характеристики – малък обем, лош дизайн, несъответствие между обявено и действително ниво на докладване, неспазване на сроковете, отказ от верификация и др. Тази количествена ограниченост и качествени несъвършенства не позволяват на българските предприятия да използват пълноценно възможностите на комуникетата като утвърдена рамка за докладване на КСО. Преодоляването на това състояние предполага, от една страна, реализирането на мерки за стимулиране и подпомагане на докладването, а от друга, засилване на контрола върху комуникетата. Конкретните препоръки, които могат да бъдат отправени към българските предприятия включват: утвърждаване на докладването като обичайна практика и изграждане на потенциал (обучение на специалисти и натрупване на ноу-хау) за осъществяването на този процес на необходимото качествено равнище; използване на консултантска помощ и утвърдени структури (напътствия) за разработване на социални доклади; по-добро разпространение на докладите, включително чрез публикуването им в интернет страницата на компанията и глобалните бази с доклади; и накрая, но не на последно място – подлагане на докладите на верифициране от трета независима страна (панел от заинтересовани страни).

Референции:

- НСИ. (2018), Дейност на нефинансовите предприятия за 2016 година (Предварителни данни). София: НСИ.
- NSI. (2018), Deynost na nefinansovite predpriyatia za 2016 godina (Predvaritelni dannii). Sofia: NSI.
- НСИ. (2018), Дейност на финансовите предприятия и на здруженията и фондациите през 2016 година (Предварителни данни). София: НСИ.
- (NSI. 2018, Deynost na finansovite predpriyatia i na zdruzheniyata i fondatsiite prez 2016 godina (Predvaritelni dannii). Sofia: NSI.)
- AICPA. (2015), The State of Sustainability Assurance and Related Advisory Services in the

- U.S.: Two Market Assessments. AICPA Assurance Services Executive. Global Reporting Initiative. (2013), The external assurance of sustainability reporting. Amsterdam, The Netherlands.
- Kolk, A. (2004), A decade of sustainability reporting: developments and significance. International Journal of Environment and Sustainable Development, 3(1), 51-64.
- KPMG. (2017), The KPMG Survey of Corporate Responsibility Reporting.
- United Nation Global Compact. (2013), UN Global Compact Policy on Communicating Progress.
- United Nation Global Compact. (2015), Communication on Progress. Key facts 2015.

ДОКЛАДВАНЕ НА КОРПОРАТИВНАТА СОЦИАЛНА ОТГОВОРНОСТ ЧРЕЗ ИЗПОЛЗВАНЕ НА КОМЮНИКЕТА ЗА НАПРЕДЪКА

Резюме

В статията се изследва докладването на корпоративната социална отговорност от българските предприятия чрез използването на най-разпространената в глобален мащаб "рамка" за оповестяване на нефинансова информация – комюникетата за напредъка на Глобалния договор на ООН. Анализирани са количествените и качествените характеристики на комюникетата, публикувани от българските предприятия, и са идентифицирани съществуващите проблемни зони. Резултатите от изследването показват, че българските предприятия не използват пълноценно възможностите на комюникетата като инструмент за докладване на корпоративната социална отговорност.

Ключови думи: комюнике за напредъка, Глобален договор на ООН, докладване на корпоративната социална отговорност.

JEL: M14

REPORTING OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY BY USING THE PROGRAM COMMUNICATION

Emil Nikolov*

Abstract

This article researches the Corporate Social Responsibility reporting by Bulgarian enterprises through the use of the most widespread global "framework" for releasing non-financial information – Communication on Progress of the UN Global Compact. We have analyzed the quantitative and qualitative characteristics of communications published by Bulgarian enterprises; in addition, we have identified the existing problematic areas. The research results demonstrate that Bulgarian enterprises do not make full use of the possibilities of the communications as a tool for reporting Corporate Social Responsibility.

Key words: Communication on Progress, United Nation Global Compact, Corporate Social Responsibility Reporting.

JEL: M14

* Emil Nikolov, Chief. Assist. Prof., PhD, Department of Industrial Business and Entrepreneurship, D.A. Tsenov Academy of Economics, e.nikolov@uni-svishtov.bg