

Корпоративна прозрачност – вече и в България

Докладите за устойчивост променят начина на правене на бизнес и у нас

Боян Рашев*

През септември се случи важно събитие в развитието на българския бизнес – излезе първият български годишен доклад по корпоративна отговорност, изготвен в съответствие с изискванията на Глобалната инициатива за отчетност (Global Reporting Initiative, GRI).

С това свое действие GLOBUL се оказва пионер на едно явление, което се наблюдава отдавна в развитите пазарни икономики – корпоративният свят започва да се отваря, да изгражда връзки, своеобразни отвори по ясно обособените корпоративни стени, през които всеки заинтересован може да надникне, да влезе и да бъде участник. Тези отвори позволяват във вътрешното пространство на фирмата да проникне светлина и да се види добре къде има натрупан прах, ръжда или просто безпорядък, за да започне пренареждане. Тази дейност е възможна чрез изграждането на връзки вътре и вън от компанията. Те стават все по-интензивни и стандартните корпоративни граници все повече се изместват.

В края на миналия век възниква и инициативата за отчетност GRI, която създава ръководство за компаниите как да управляват този процес, какво да показват, как да разбират кое е важно, какви дейности е добре да предприемат, как да управляват тези решения прозрачно и кой да бъде включен във вземането им. Вече има и много случаи, в които

компаниите приемат желанието на външните заинтересовани

страни да надникнат в процесите им на работа

Ако трябва да обобщя – корпоративната прозрачност гоиде в България и променя начина на правене на бизнес. Докладите по корпоративна отговорност или корпоративна устойчивост (най-използваният напоследък термин е corporate sustainability reports) са най-модерният вид връзка с външния свят. Разбира се, и при тях има големи различия – те могат да варират от корпоративни брошури, изпълнени със снимки от „зелени“ събития и весели деца, до преситени с цифри и графики отчети, които позволяват на потребителя да научи каква е разликата между заплатите на чистачите и мениджърите или колко листа хартия годишно използва счетоводният отдел на фирмата. Еволюцията на докладите по корпоративна устойчивост стартира с отчетите за въздействието върху околната среда, които големите химически, металургични и минни компании започват да публикуват под натиска на обществения интерес през 70-те години на XX век. По-късно тези доклади се простират върху все повече теми, като постепенно включват информация за дейности в полза на местните общности и грузи външни за компаниите страни. Днес най-значимите теми в тях са свързани преди всичко с устойчивостта на бизнеса – продуктите и услугите, служителите, структурата и развитието на компаниите и тяхната способност да оцелеят и растат в променливите условия на глобалната икономика сред финансови кризи, изчерпване на ресурсите, бедност, културни и религиозни различия, нужда от рязко намаляване на въглеродните емисии, замърсяване,



загуба на биоразнообразие. Издаването на първото ръководство на GRI през 2000 г. и последвалите нови версии и допълнителни секторни документи създават

рамка за отчетност, която дава конкретни напътствия на компаниите

какво да включат в докладите си, внася елементи на регулиране и осигурява сравнимост. Днес ръководствата на GRI имат статуса на международен стандарт за качество на докладите и следването им е практически задължително условие, за да може една компания да твърди, че е прозрачна и публикува стойностна информация. В България основният въпрос, който все още занимава бизнеса, е дали изобщо има полза от издаването на такъв доклад. Лавината от доклади за корпоративна устойчивост, която се наблюдава в последните години сред големите компании на световните пазари, би трябвало сама по себе си да е достатъчен отговор на въпроса. В детайли отговорът е доста по-голям. Обикновено се говори за укрепване на репутацията и бранда и повечето компании, които изготвят първите си доклади, го правят преди всичко с тази цел. Смята се, че ако клиенти, партньори, институции и грузи заинтере-



© shutterstock

совани страни прочетат доклада, те ще получат много по-добра представа за бизнеса на компанията и напредъка ѝ в посока устойчиво развитие. Това би трябвало да има положително въздействие върху отношението им към нея. Такъв ефект се очаква и по отношение на

служителите, които са изключително важна целева група на докладите по корпоративна устойчивост

Има доста изследвания, чиито резултати подкрепят тези очаквания. Компаниите с повече опит в изготвянето на доклади виждат доста по-пълноценно резултатите. На първо място се оказва, че не самият документ, а по-скоро процесът на изготвяне на доклада е изключително полезен за тях. Той се явява сериозен анализ на ситуацията, свързана с всички бизнес цели и процеси на компанията, но през погледа на важните за всички заинтересовани страни аспекти (социални, екологични и икономически). Информацията, която трябва да се събере, е всеобхватна и провокира много въпроси пред фирмата, които естествено водят до подобро управление. Изискванията на GRI налагат например на компании в сферата на услугите да разберат какво

е въздействието им върху околната среда в цифри, а на тези от тежката индустрия да влязат в активен диалог с неправителствения сектор - все напълно нови неща за тях, които ги изваждат от зоната им на комфорт и ги карат да видят и коментират факти, които дотогава не са смятали за значими или не са имали куража да обсъждат. Този поглед навътре притежава огромен иновативен потенциал и в него се крие най-голямата полза от докладите по корпоративна устойчивост. Онези компании, които успеят да се самоизследват най-качествено, откриват начини за намаляване на разходите, привличане на талантиливи служители, нови пазари, партньори и най-важното – възможности за развитие на продуктите и услугите си в насока устойчиво развитие, за които изобщо не са предположали.

Процесът по изготвяне на доклад за корпоративна устойчивост е сложен и включва много хора и отдели, а екипът, който го изготвя, се запознава с компанията си в невероятни подробности. Това е голямо изпитание за една компания, защото изведнъж се оказва, че трябва да реши къде да се отвори, а рамката на GRI обикновено предполага поглед към най-болните теми – корупция, политически връзки, отношение към служителите, партньорите и клиентите, справедливо заплащане и др. Вземането на решение

➤*Авторът е магистър по управление на околната среда и ресурсите и управляващ партньор на „denkstatt България“, консултантска фирма в областта на устойчивото развитие и екологичния мениджмънт

за нивото на прозрачност е особено трудно, ако докладът се изготвя с участието на външни лица, консултанти или партньори от неправителствения сектор – мениджърите обикновено се стремят да наблегнат на положителните страни на компанията, докато външните лица натискат болезнените теми и искат да видят ясни отговори по тях. Постигането на консенсус в това упражнение е цяло изкуство. Изборът да се публикува доклад по корпоративна устойчивост представлява решение с много сериозни последици –

отворите ли се веднъж към външния свят, очакванията за прозрачност и напредък към вашата компания ще изригнат

Всички ще искат да погледнат в двора ви, да разширите прозорците и вратите, да чуете желанията им, а със сигурност ще се намерят и такива, които да използват информацията с недобри намерения.

Ако все пак решите да го направите, имайте предвид, че ще възникнат десетки въпроси, на които не се отговаря лесно – няколко примера: Как да направим така, че докладът да бъде прочетен? Как да представим информацията и данните така, че всеки да може да ги разбере? Кои искаме да прочете доклада ни? Кои са най-важните теми за нашия бизнес? А какво всъщност искат да знаят за нас различните групи заинтересовани страни? Да допуснем ли външни хора да участват в процеса по изготвяне на доклада? Как да комуникираме неуспехите си и как да обясним защо не сме постигнали някаква цел? Какво следва? Какво ще каже догодина по същите теми? Какво трябва да направя дотогава?

Убеден съм, че до следващия септември в България ще имаме поне три нови доклада за корпоративна устойчивост, които ще осигурят място на страницата ни в статистиките на GRI. ■