

Merjenje družbene odgovornosti organizacij

Alen Lazič*

Fakulteta za organizacijske študije v Novem mestu, Ulica talcev 3, 8000 Novo mesto,
Slovenija
alen.lazic@gmail.com

Povzetek:

Raziskovalno vprašanje (RV): Kako naj organizacije, ki uresničujejo družbeno odgovornost, to izmerijo?

Namen: Ugotoviti, kaj je družbena odgovornost organizacij. Določiti kazalnike družbene odgovornosti ter ugotoviti, kako se meri družbena odgovornost organizacij.

Metoda: Tematska analiza pregleda znanstvene literature z metodo integrativne tematske analize kvalitativnih podatkov.

Rezultati: Merjenje družbene odgovornosti organizacij pomeni nabor različnih kazalnikov z različnih področij delovanja organizacije. Enotni kazalnik za merjenje družbene odgovornosti ne obstaja. Obstaja mnogo kazalnikov, ki so lahko med seboj celo neskladni in neprimerljivi. Od deležnikov je odvisno, katerim metodam merjenja in kazalnikom bodo zaupali.

Organizacija: V članku predstavljene metode merjenja družbene odgovornosti organizacij omogočajo vodstvu organizacije ustrezno komuniciranje njihove družbene odgovornosti in zadovoljevanje zahtev, potreb in želja različnih deležnikov, kar posledično vodi v finančno uspešnost organizacije.

Družba: Kazalniki, ki merijo družbeno odgovornost, kažejo na vplive te organizacije na okolje, družbo in gospodarstvo.

Originalnost: Predstavitev pregleda načinov merjenja družbene odgovornosti organizacij.

Omejitve/nadaljnje raziskovanje: Omejitveni kriteriji iskanja izvirmih in preglednih znanstvenih člankov so bili: obdobje 2005 do 2018, dostopnost celotnega besedila člankov in jezik besedila slovenščina ali angleščina. Raziskava ni bila narejena. V nadaljevanju raziskovanja bi bilo smiselno raziskati dejansko uporabo in razširjenost različnih metod merjenja družbene odgovornosti organizacij v različnih državah ali tržnih gospodarstvih.

Ključne besede: družbena odgovornost organizacij, merjenje, kazalniki.

1 Uvod

Pomen in vloga organizacij v družbi je predmet razprave že nekaj desetletij. Čedalje večji vpliv organizacij na človeštvo in naravno okolje je med ljudmi po celem svetu povzročilo precej zaskrbljenosti. Danes različne interesne skupine v nacionalni in mednarodni skupnosti pričakujejo odgovornejše delovanje in poslovanje organizacij. Družbena odgovornost organizacij predstavlja splošen okvir za povezavo poslovanja organizacije in njegove vključenosti v družbo.

Obsežna literatura na temo družbene odgovornosti organizacij je omogočila jasnejše razumevanje tega pojma, vendar je še vedno težko določiti splošno sprejeto opredelitev

* Korespondenčni avtor / Correspondence author

družbene odgovornosti. Dodatna težava je merjenje družbene odgovornosti organizacij oz. povezave organizacij s svojimi interesnimi skupinami. V literaturi obstaja kar nekaj različnih metod merjenja družbene odgovornosti organizacij, vendar imajo skoraj vse neko omejitev.

2 Teoretična izhodišča

Matten in Moon (2008, str. 405) sta dobro izpostavila heterogenost definicij družbene odgovornosti organizacij na način, da je družbena odgovornost organizacij krovni izraz, po eni strani za prelivanje z nekaterimi in po drugi strani sinonim za razumevanje odnosov med organizacijo in družbo.

Obstaja veliko uporabnih definicij družbene odgovornosti organizacij, vendar pa ni - in verjetno ne bo - enotne natančne opredelitve družbene odgovornosti, saj se bo njegova vsebina in uporaba od države do države sčasoma spreminjala in se bo med organizacijami tudi razlikovala.

Družbena odgovornost organizacij je rezultat, implicitno ali eksplicitno, razmišljanja o naravi organizacije, njegovi vlogi v družbi in odnosih z njenimi notranjimi in zunanjimi deležniki. Ta razmislek ni samo naloga menedžerjev (in včasih lastnikov), temveč tudi drugih interesnih skupin, ki vplivajo na organizacijo ali obratno. Rezultat je odvisen od zgodovinskih dogodkov, političnih sistemov, ideologije, geografije, družbenih pričakovanj ter svetovnih gospodarskih in finančnih pritiskov. Skupaj to predstavlja okvir, v katerem organizacija posluje, in določa, kako lahko in želi razvijati svojo politiko družbene odgovornosti (Argandoña, von Weltzien Hoivik, 2009, str. 229).

V literaturi se pogosto omenja tudi delitev na implicitno in eksplicitno družbeno odgovornost organizacij. Za implicitno družbeno odgovornost organizacij velja, da se zadeve, za katere organizacija prevzame odgovornost, določajo na podlagi norm, vrednot in pravil, ki veljajo v družbi. Za eksplicitno družbeno odgovornost organizacij so ravno obratno značilne prostovoljne aktivnosti in programi, za katere se organizacija sama odločajo na podlagi svojega interesa. Implicitna družbeno odgovornost organizacij naj bi bila prevladujoča v koordiniranih tržnih ekonomijah (npr. Evropi), eksplicitna pa v liberalnih tržnih ekonomijah (npr. ZDA) (Matten & Moon, 2008, str. 410).

V literaturi obstaja veliko različnih tipov oz. ravni družbene odgovornosti organizacij. Najbolj splošno sprejet model je Carrollova piramida družbene odgovornosti, ki so jo različni raziskovalci tudi empirično potrdili. Carroll pravi, da obstajajo štiri glavne komponente družbene odgovornosti organizacij oz., da imajo organizacije štiri glavne odgovornosti: ekonomske, zakonske, etične in filantropske odgovornosti (Pinkston & Carroll, 1996, str. 200).

Ekonomska odgovornost pomeni dolžnost organizacije, da je v svojem delovanju uspešno, učinkovito in konkurenčno ter ohranja svoj položaj na trgu. Ta raven je najbolj temeljna odgovornosti organizacije (Carroll, 1991, str. 40 – 42). Organizacija je namreč odgovorna do

svojih delničarjev, ki so vanjo investirali, do zaposlenih, ki potrebujejo varne in dobro plačane službe ter do potrošnikov, ki pričakujejo kakovostne izdelke in storitve po pošteni ceni. Po Carrollu je ta odgovornost temeljna in iz nje izhajajo vse druge ravni odgovornosti (Matten & Moon, 2005, str. 337).

Zakonske odgovornosti se nanašajo na pričakovanja družbe, da organizacija (kot del družbene pogodbe med organizacijo in družbo) izpolnjuje svoje ekonomske dolžnosti znotraj zakonskega okvirja, ki velja v državi, da deluje skladno z državnimi in lokalnimi regulacijami ter pri proizvodnji izpolnjuje vsaj minimalne zakonske zahteve (Carroll, 1991, str. 41). Zakonske odgovornosti so »kodificirana etika«, saj vključujejo pričakovanja glede poštenega delovanja organizacije (Carroll, 1991, str. 41).

Etične odgovornosti zahtevajo, da organizacija spoštuje in posluje skladno z ustaljenimi standardi in normami o primernem vedenju, da izpolnjuje pričakovanja, ne zapostavlja etičnosti za doseg korporativnih ciljev ter prepozna nove, razvijajoče se norme v družbi (Carroll, 1991, str. 41). Ta oblika odgovornosti zahteva od organizacij, da delajo to, kar je pravično, pošteno, moralno in etično, tudi če tako vedenje ni predpisano z zakonom. Etične odgovornosti so zato sestavljene iz splošnih pričakovanj ali prepovedi družbe, ki niso vključeni v zakone in so nad ekonomsko in zakonsko ravni (Pinkston & Carroll, 1996, str. 200, Matten & Moon, 2005, str. 337).

Filantropske odgovornosti so zadnja raven, ki zajema odgovornost organizacije, da vrača skupnosti in tako sodeluje pri izboljševanju družbe. So prostovoljne dejavnosti, ki niso zakonsko predpisane, ampak jih narekuje in vodi organizacija sama (Carroll, 1991, str. 42). Sem spadajo donacije dobroteljnim ustanovam ter podpiranje raznih projektov za boljše življenje v skupnosti. Po Carrollu so te odgovornosti zaželeno, vendar ne pričakovane od organizacij. S tem so manj pomembne kot ostale tri ravni (Carroll, 1991, str. 42, Matten & Moon, 2005, str. 337).

Družbena odgovornost organizacij je pojem, ki je razmeroma težko merljiv, vendar ga mnogi deležniki želijo izmeriti. Chatterji in Levine (2006, str. 31) kot razloge, zakaj meriti družbeno odgovornost, navajata, da naj bi kazalniki družbene uspešnosti organizacije bi rešili dve težavi. Kot prvo najvišjim managerjem, upravnim odborom in drugim interesnim skupinam lahko pomagajo razumeti, ali operativni vodje gradijo kakovostne dolgoročne odnose in uspešno upravljajo sredstva organizacije. Zanašanje samo na kratkoročne finančne metrike pomeni tveganje za izvedbo potencialno nedonosnih poslovnih odločitev in izgubo ključnih prednosti organizacije – to je kompetentnih zaposlenih in/ali zvestih kupcev. Rezultati nefinančnih kazalnikov so lahko ustrezen del t.i. uravnoveženega pregleda, ki pozitivno vpliva na ustvarjanje dolgoročne vrednosti v očeh delničarjev. Drugič, takšne meritve lahko pomagajo različnim deležnikom (kupcem, skupnostim, regulatorjem in potencialnim zaposlenim) pri presoji družbene uspešnosti organizacij. Če nekateri od teh deležnikov dajejo prednost družbeno odgovornim organizacijam in jih lahko nagradijo, lahko poročanje o takšnih meritvah poveča raven družbene uspešnosti, ki poveča dobiček.

Chatterji in Levine (2006, str. 31) poudarjata, da merjenje družbene odgovornosti organizacij, ki ni zanesljivo, veljavno ali primerljivo, lahko privede do rezultatov, ki škodijo družbeni uspešnosti organizacij in splošni blaginji. Nekateri kazalniki za merjenje družbene odgovornosti organizacij niso smiselni. Manj uspešne organizacije si izmišljujejo in sprejemajo nezanesljive, neveljavne in neprimerljive standarde in tako zavajajo svoje interesne skupine, saj le-te težko ločijo, kateri standardi so veljavni.

Nenazadnje, merjenje družbene odgovornosti pomeni za organizacijo stroške, ki pa v primerih nezanesljivih meritev niso upravičeni. Ko se managerji soočijo s prevelikim številom anket in kazalnikov, je njihov naravni odziv, da jih ignorirajo. Posledično številne meritve trpijo zaradi pristranskosti ali nepopolnih odgovorov na anketo, ki otežujejo posplošitev ugotovitev. Vsaka dodatna raziskava poveča stroške, ki nastajajo zaradi usklajevanja z meritvami iz preteklosti in zmanjša vpliv vsake obstoječe meritve. Poleg tega, da služijo kot pokazatelj, da meritve nefinančne družbene odgovornosti še niso dokončne, lahko visoke stopnje neodzivnosti pomenijo pristranskost rezultatov anket. Upoštevajoč dejstvo, da je v številnih anketah odzivnost nižja od 20 odstotkov, ne moremo biti prepričani v natančnost številnih nefinančnih meritev družbene odgovornosti organizacij (Chatterji & Levine, 2006, str. 30).

Na splošno velja, da uvedba vsakega dodatnega kazalnika zmanjšuje pomen vsega, kar je bilo izmerjeno pred tem, zato povečevanje števila kazalnikov v nedogled ni priporočljivo. Širjenje nabora kazalnikov lahko na dva načina koristi organizacijam, ki so v svoji družbeni odgovornosti manj uspešni. Prvič, družbeno manj odgovorne organizacije lahko oblikujejo lastne kazalnike z visoko zvenečimi poimenovanji, dajejo si odlične ocene in zavajajo kupce ali druge interesne skupine. Drugič, širjenje množice kazalnikov zmede številne potrošnike in družbeno odgovorne vlagatelje, kar posledično pomeni, da lahko zmanjšajo pomen kazalnikov z visoko veljavnostjo (Chatterji & Levine, 2006, str. 30).

Model odličnosti EFQM (European Foundation for Quality Management – Business Excellence model) je splošen in neobvezujoč okvir, ki temelji na devetih merilih in dvaintridesetih podmerilih. Pet od teh meril predstavlja dejavnike, štiri merila pa rezultate. Dejavniki povedo, kaj organizacija dela, rezultati pa, kaj organizacija dosega. Rezultati so posledica dejavnikov, ki jih izboljšujemo s pomočjo povratnih informacij rezultatov. V modelu EFQM družbeno odgovornostjo organizacij obravnava osmo merilo - rezultati povezani z družbo, ki so definirani kot »odlične organizacije dosega in trajno ohranjajo izjemne rezultate, ki zadovoljujejo ali presegajo potrebe in pričakovanja relevantnih deležnikov v družbi« (Slovenska kakovost, 2020).

ISO 26000 je standard družbene odgovornosti, ki daje smernice družbeno odgovornega ravnanja tako organizacijam, ne glede na njihovo področje ali kraj delovanja. Standard je široko zastavljen. Osnovna načela, ki naj bi jih podjetja spoštovala, so v ISO 26000 opredeljena, in sicer so to: odgovornost, transparentnost, etično ravnanje, spoštovanje interesov deležnikov, spoštovanje vladavine prava, spoštovanje mednarodnih norm delovanja, spoštovanje človekovih pravic (Hemphill, 2013, str. 307). V njem so opredeljena naslednja

področja: organizacijsko upravljanje, človekove pravice, delovne prakse, naravno okolje, poštene poslovne prakse, porabniki, vključevanje v skupnost in njen razvoj. Z vidika splošnega poslovnega upravljanja je mednarodni standard ISO 26000 delno omejen, ker je preobsežen, da bi se uporabljal v specifičnih panogah ali pri malih in srednje velikih podjetjih (Hemphill, 2013, str. 307).

ISO 26001 je mednarodni standard za družbeno odgovornost. ISO 26000 ponuja smernice o tem, kako lahko podjetja in organizacije delujejo na družbeno odgovoren način. To pomeni etično in pregledno delovanje, ki prispeva k zdravju in blaginji družbe. Namen teh smernic je pomagati podjetjem pri prispevanju k trajnostnemu razvoju in jih spodbuditi, da presežejo osnovno dolžnost spoštovanja zakonskih predpisov v socialnih zadevah, ter da dopolnjujejo programe socialne odgovornosti.

V Sloveniji se z družbeno odgovornostjo organizacij ukvarja IRDO – Inštitut za razvoj družbene odgovornosti, ki je bil kot neprofiten zavod ustanovljen leta 2004 z namenom sistematično raziskovati in pospeševati razvoj družbene odgovornosti v Sloveniji in s tem aktivno prispevati k razvoju le-te v Sloveniji in v svetu. V okviru inštituta deluje Znanstveno-raziskovalni center IRDO, ki se raziskovanja tega področja loteva interdisciplinarno in sistematično (IRDO, 2020).

Aktivnosti inštituta IRDO izhajajo iz EU opredelitve družbene odgovornosti. Pri tem Strokovni svet Inštituta IRDO družbeno odgovornost pojmuje še širše, in sicer kot: individualno družbeno odgovornost (posameznikovo), družbeno odgovornost organizacij (podjetij, zavodov, izobraževalnih in raziskovalnih institucij, nevladnih organizacij, vladnih organizacij), družbeno odgovornost poklicnih skupin, družbeno odgovornost naroda, države, zveze, a vedno do družbe, to je do ljudi in narave, ne samo do sebe. Njihovi kriteriji za družbeno odgovornost organizacij so naslednji: odgovornost do okolja in trajnostna naravnost, odgovornost do zaposlenih, odgovornost do skupnosti, odgovornost do kupcev in dobaviteljev, vodenje, vpetost DO v strategijo podjetja in skladnost z mednarodnimi smernicami, vključevanje deležnikov, akcijski načrti in ključni dejavniki uspeha, merjenje učinkov, komuniciranje in poročanje o DO, certifikati, nagrade s področja DO (IRDO, 2020).

Mulej (2018) kot ekonomske kazalce družbene odgovornosti navaja: (1) normalne in redno izplačane bruto plače, (2) normalne investicijske sklade in ukrepe, (3) poslovno odličnost po merilih EFQM, (4) ustrezno visoke direktorske in lastniške prejemke, (5) stalen krog poslovno odličnih in družbeno odgovornih nabavnih in prodajnih poslovnih partnerjev, (6) nič pravnih spornih poslov, (7) prevlado dolgoročnih in širokih meril poslovnega uspeha nad kratkoročnimi in ozkosrčnimi, (8) nobenih zlorab vpliva na ljudi in naravne pogoje za obstoj človeštva, vključno z veliko skrbmi za preventivne ukrepe za zdravje sodelavcev in drugih ljudi v vsej poslovni verigi, (9) plačevanje vplivnih na dolgoročni podlagi, vključno s plačilom v delnicah, (10) organizacijski in lastniški odnosi, ki so kar najbolj blizu združenemu modelu iz Mondragona, (11) kadrovanje na vplivna delovna mesta po modelu dolgoročnih najboljših podjetij sveta, (12) Creechev model petih stebrov popolne kakovosti in sodelavcev, (13)

metode ustvarjalnega sodelovanja, kot so »6 klobukov razmišljanja«, in (14) prenova poslovanja po modelu iz vprašalnika za Horus, (15) plače po modelu inovativnega poslovanja, (16) država ustvarja in vzdržuje pogoje, da je vabljava, po modelu 3T, in so regije inovativne.

Bohinc in Mulej (2018) sta v svojem članku opredelila deset temeljnih zahtev za družbeno odgovornost, in sicer so to (1) družbena odgovornost do naravnega okolja, (2) družbena odgovornost do prihodnjih rodov in za razvoj, (3) družbena odgovornost do starejših, invalidov in za zdravje, (4) družbena odgovornost do dela, (5) družbena odgovornost do podjetništva, (6) družbeno odgovorno korporacijsko upravljanje, (7) družbeno odgovorno upravljanje javnega premoženja, (8) družbeno odgovorno javno upravljanje, (9) družbena odgovorna zunanja in varnostna politika in (10) družbena odgovornost do zgodovine in kulture.

3 Metoda

V raziskavi je bil uporabljen pregled znanstvene literature s področja merjenja družbene odgovornosti organizacij.

Uporabili smo metodo tematske analize pregleda znanstvene literature z metodo integrativne tematske analize kvalitativnih podatkov. Uporabili smo mednarodne podatkovne baze Research Gate, SpringerLink, Science Direct. Literaturo smo iskali tudi s pomočjo spletnega brskalnika Google (Google učenjak). Ključne iskalne besedne zveze so bile: družbena odgovornost, merjenje družbene odgovornosti organizacij, kazalniki. Omejitveni kriteriji iskanja so bili: obdobje 2005 do 2018, dostopnost celotnega besedila člankov in jezik besedila slovenščina ali angleščina. V sintezo so bili uvrščeni izvirni in pregledni znanstveni članki. Pregled literature je potekal od 3. 1. do 15. 1. 2020.

Za uvrstitev zadetka v nadaljnjo analizo smo upoštevali vsebinsko ustreznost, vključili smo recenzirane članke. Kakovost virov, ki smo jih uvrstili v končni pregled literature, smo določili s pomočjo Scimago Journal & Country Rank (v nadaljevanju: SJR) indeksa in H indeksa. Rezultati pregleda so prikazani v Tabeli 1, kjer so navedeni izbrani članki, njihovi avtorji in naslovi ter letnica objave, naziv znanstvene revije, kjer so bili objavljeni ter SJR in H indeks. SJR indeks se nanaša na leto izdaje članka, H indeks pa je veljal v obdobju pregledovanja literature.

SJR indeks je kazalnik prestiža, neodvisen od velikosti, ki revije razvršča po »povprečnem prestižu na članek«. Temelji na ideji, da »vsi citati niso ustvarjeni enako«. SJR je merilo znanstvenega vpliva revij, ki predstavlja tako število citatov, ki jih je časopis prejel, kot tudi pomen ali prestiž časopisov, od kod izvirajo takšni citati. Ta meri znanstveni vpliv povprečnega članka v reviji, izraža pa osrednjo vlogo do globalne znanstvene razprave. H indeks pomeni število člankov znanstvene revije, ki je dosegla vsaj toliko citiranj v ostalih znanstvenih člankih (<https://www.scimagojr.com/>, dostopano dne 1. 2. 2020).

Tabela 1. Seznam uporabljene literature

Avtor	Naslov	Revija	SJR Index H indeks
Chatterji, A., & Levine, D. (2006).	Breaking down the Wall of Codes: Evaluating Non-Financial Performance Measurement.	California Management Review	1,676 118
Du, S., Bhattacharya, C. B., Sen, S. (2014).	Corporate Social Responsibility, Multi-faceted Job-Products, and Employee Outcomes.	Journal of Business Ethics	3,239 64
Gjølberg, M. (2009).	Measuring the immeasurable? Constructing an index of CSR practices and CSR performance in 20 countries.	Scandinavian Journal of Management	0,376 50
Glavas, A., Kelley, K. (2014).	The effects of perceived corporate social responsibility on employee attitudes.	Business Ethics Quarterly	3,239 64
Hemphill, T. (2013).	The ISO 26000 guidance on social responsibility international standard: what are the business governance implications?	Corporate Governance: The International Journal of Business in Society	-- --
Hopkins, M. (2005).	Measurement of corporate social responsibility.	International Journal of Management and Decision Making.	0,104 22
Luo, X, Bhattacharya, C.B. (2006).	Corporate Social Responsibility, Customer Satisfaction, and Market Value.	Journal of Marketing	5,193 218
Pérez, A., Rodríguez del Bosque, I. (2013).	Measuring CSR Image: Three Studies to Develop and to Validate a Reliable Measurement Tool.	Journal of Business Ethics	2,376 64
Stovall, O. S., Neill, J. D., Reid, B. (2006).	Institutional Impediments to Voluntary Ethics Measurement Systems.	Journal of Business Ethics	0,903 64
Turker, D. (2009).	Measuring corporate social responsibility: a scale development study.	Journal of Business Ethics	0,982 64

Vir: Avtor

4 Rezultati in razprava

Pregled literature je pokazal, da enotni kazalnik za merjenje družbene odgovornosti ne obstaja. Še več, obstaja mnogo kazalnikov, ki so med seboj neskladni, neprimerljivi, pri nekaterih je celo vprašljiva njihova zanesljivost in veljavnost. Nekateri so mednarodno priznani, drugi so certificirani s strani neodvisnih organizacij, tretji se uporabljajo samo na nacionalnih ravneh itd. Od deležnikov pa je odvisno, katerim metodam merjenja in kazalnikom bodo zaupali in katerim ne.

V tabeli 2 so zbrane ključne ugotovitve avtorjev iz različne pregledane literature na temo različnih načinov merjenja družbene odgovornosti.

Tabela 2. Pregled literature na temo merjenja družbene odgovornosti organizacij

Vir / Literatura	Glavne ugotovitve
Chatterji, A., Levine, D. (2006). Breaking down the Wall of Codes: Evaluating Non-Financial Performance Measurement.	Razloga za merjenje družbene odgovornosti organizacij: (1) ali operativni vodje gradijo kakovostne dolgoročne odnose in uspešno upravljajo sredstva organizacije, (2) meritve lahko pomagajo različnim deležnikom (kupcem, skupnostim, regulatorjem in potencialnim zaposlenim) pri presoji družbene uspešnosti organizacij. Meritve morajo biti zanesljive, skladne in nepristranske. Povečevanje števila kazalnikov pripelje do razvrednotenja in zmanjšanja pomena pravih kazalnikov, ki dejansko merijo družbeno odgovornost. To lahko organizacije z nizko družbeno odgovornost izkoristijo v svoj prid, saj lahko z uvedbo novih kazalnikov pridobijo na svojo stran interesne skupine, katere svoje poslovne odločitve sprejemajo na podlagi družbene odgovornosti organizacij.
Du, S., Bhattacharya, C. B., Sen, S. (2014). Corporate Social Responsibility, Multi-faceted Job-Products, and Employee Outcomes.	Človeški kapital oz. zaposleni je ključni vir konkurenčne prednosti organizacije. Zato morajo organizacije pri načrtovanju in izvajanju aktivnosti družbene odgovornosti ter pri ocenjevanju poslovnih rezultatov družbene odgovornosti pri organizaciji upoštevati tako specifične dejavnike zaposlenih kot specifične dejavnike organizacije same.
Gjølberg, M. (2009). Measuring the immeasurable? Constructing an index of CSR practices and CSR performance in 20 countries.	Indeks družbene odgovornosti organizacij vključuje štiri kategorije kazalnikov: (1) ocene, ki temeljijo na družbeno odgovornih naložbenih merilih (Dow Jones indeks trajnosti, FTSE4Good in seznam »100 najbolj trajnostnih korporacij«), (2) članstvo v skupnostih družbene odgovornosti organizacij (Globalni dogovor Združenih narodov in Svetovni poslovni svet za trajnostni razvoj - WBCSD), (3) prakse poročanja o trajnosti (raziskava o poročanju o trajnostnem razvoju - KPMG in Globalna pobuda za poročanje - GRI) in (4) sheme

certificiranja (ISO14001)

Glavas, A., Kelley, K. (2014). The effects of perceived corporate social responsibility on employee attitudes.	Merjenje zaznavanja družbene odgovornosti organizacij s pomočjo lestvice PCSR (Perceived Corporate Social Responsibility oz. zaznane družbene odgovornosti organizacije). Meri dve dimenziji družbene odgovornosti: (1) družbena dimenzija in (2) okoljska vprašanja.
Hopkins, M. (2005). Measurement of corporate social responsibility.	6 glavnih kazalnikov družbene odgovornosti organizacij je: (1) Business in the Community (BiTC), (2) FTSE4good, (3) Dow Jones Sustainability Index (DJSI), (4) Business Ethics 100, (5) AccountAbility (AA) Rating®, (6) Global Reporting Initiative (GRI).
Luo, X, Bhattacharya, C.B. (2006). Corporate Social Responsibility, Customer Satisfaction, and Market Value.	Kazalnik za merjenje družbene odgovornosti organizacij je FAMA (Fortune America's Most Admired Corporations), ki je opredeljen kot dejavnost organizacija in status, povezan z družbenimi ali deležniškimi obveznostmi.
Pérez, A., Rodríguez del Bosque, I. (2013). Measuring CSR Image: Three Studies to Develop and to Validate a Reliable Measurement Tool.	Lestvica za merjenje družbene odgovornosti organizacij se deli glede na deležnike, ki koristijo rezultate družbene odgovornosti. Podoba družbene odgovornosti je razdeljena na štiri dimenzije: (1) kupce, (2) delničarje in nadzorni odbori, (3) zaposleni in (4) družba.
Stovall, O. S., Neill, J. D., Reid, B. (2006). Institutional Impediments to Voluntary Ethics Measurement Systems.	Merjenje in upoštevanje etike in družbene odgovornosti organizacij se spodbuja na dva načina: (1) institucionalna ekonomska teorija kot ogrodje za analizo učinkovitosti, (2) pravna analiza.
Turker, D. (2009). Measuring corporate social responsibility: a scale development study.	Družbena odgovornost organizacij se meri z načinom, kako organizacija vpliva na svoje deležnike, to pa so: (1) družba nasploh, (2) zaposleni ter z njimi povezana etiko ter politika, (3) kupci, (4) vlada - plačevanje davkov in upoštevanje zakonov.

Vir: Avtor

Človeški kapital oz. zaposleni je ključni vir konkurenčne prednosti organizacije. Schuler in Cording (Du, Bhattacharya & Sen, 2014, str. 13) sta v konceptualnem okviru, ki obravnava povezavo med uspešnostjo družbene odgovornosti organizacije in finančno uspešnostjo organizacije z vidika kupcev, opredelila moralne vrednote (kot dejavnik, ki je specifičen za potrošnika) in intenzivnost informacij (kot dejavnik, ki je specifičen za organizacijo) kot kritične dejavnike, ki vplivajo na trdnost povezave med družbeno odgovornostjo organizacije in finančno uspešnostjo organizacije.

Du, Bhattacharya in Sen (2014, str. 7 - 8) v svoji raziskavi navajajo, da za oceno potrebe zaposlenih po organizacijski družbeni odgovornosti na delovnem mestu uporabljajo dva ločena kazalnika. Prvi kazalnik ocenjuje prepričanje zaposlenih, kako pomembno je, da se organizacija vključi v družbeno odgovornost organizacije. Drugi pa sprašuje zaposlene, koliko od svoje trenutne plače so se pripravljene odreči, da bi pripomogli, da bo njihova organizacija idealna z vidika družbene odgovornosti? Pomemben je tudi dopolnilni kazalnik

t.i. znanje o družbeni odgovornosti, ki se nanaša na raven ozaveščenosti zaposlenih in njihovega poznavanja programov družbene odgovornosti organizacije ter njihovo neposredno vključevanje zaposlenih v programih družbene odgovornosti organizacij. Podobno kot pri raziskavi Schulerja in Cordinga, je tudi študija avtorjev Du, Bhattacharya in Sen (2014, str. 13) pokazala, da bi morala organizacije na področju človeškega kapitala pri načrtovanju in izvajanju aktivnosti družbene odgovornosti ter pri ocenjevanju poslovnih rezultatov družbene odgovornosti pri organizaciji upoštevati tako specifične dejavnike zaposlenih kot specifične dejavnike organizacije same. Pri vsem pa je potrebno upoštevati dve omejitvi raziskave; prvi je omejitev vzorca zgolj na ženski spol in kot drugo metodo terenskega raziskovanja oz. vprašljivost nepristranskosti pri izpolnjevanju vprašalnikov.

Katere države imajo največji delež organizacij, ki delujejo na področju družbene odgovornosti organizacij, in kako je mogoče dejavnost družbene odgovornosti izmeriti na nacionalni ravni? Gjølberg (2009) je v svoji raziskavi poskušala odgovoriti na ti dve vprašanji z razvojem indeksa praks družbene odgovornosti organizacij v 20 državah. Indeks je zasnovala tako, da se najprej ugotovi »državljanstvo« organizacij, ki so sprejela ali se kvalificirala za glavne globalne pobude za družbeno odgovornost organizacij ali bonitetne ocene za družbeno odgovornost organizacij. Rezultati za vsako državo so sestavljeni in tehtani, da se popravijo razlike, ki nastanejo zaradi velikosti gospodarstva teh držav.

Namen indeksa družbene odgovornosti organizacij je izmeriti izvajanje družbene odgovornosti v najširšem smislu in zajemajo poročanje o trajnosti, članstvo v organizacijah in mrežah družbene odgovornosti, prakse standardizacije in različne razvrstitve uspešnosti družbene odgovornosti organizacij po merilu trojnega dobička (Gjølberg, 2009, str. 12).

Na začetku so vse glavne, svetovne pobude in ocene družbene odgovornosti organizacij veljale za osnovo za določanje kazalnikov za indeks. Končni izbor je temeljil na štirih glavnih merilih. Prvič, kazalnik se mora nanašati na določen vidik družbene odgovornosti organizacij (po možnosti s pristopom trojnega dobička). Drugič, kazalnik mora biti globalno in splošno uporaben. Posledično so bile izključene vse regionalne in nacionalne pobude in ocene, pa tudi sektorske in panožne pobude ter ocene. Tretjič, kazalnik mora vključevati najmanj 100 organizacij. In nenazadnje, na ravni držav morajo biti na voljo zanesljivi in primerljivi podatki. Devet pobud in ocen družbene odgovornosti organizacij je ustrezalo tem kriterijem, dobljeni indeks pa obsega štiri kategorije kazalnikov: (1) ocene, ki temeljijo na družbeno odgovornih naložbenih merilih (Dow Jones indeks trajnosti, FTSE4Good in seznam »100 najbolj trajnostnih korporacij«), (2) članstvo v skupnostih družbene odgovornosti organizacij (Globalni dogovor Združenih narodov in Svetovni poslovni svet za trajnostni razvoj), (3) prakse poročanja o trajnosti (raziskava o poročanju o trajnostnem razvoju KPMG in Globalna pobuda za poročanje) in (4) sheme certificiranja (ISO14001) (Gjølberg, 2009, str. 12). V tabeli 3 so navedeni opisi posameznih kazalnikov družbene odgovornosti organizacij.

Tabela 3. Spremenljivke v indeksu družbene odgovornosti organizacij

Kazalnik	Opis
Trajnostni indeks Dow Jonesa	Trajnostni indeks Dow Jones vključuje družbe z najboljšimi praksami družbene odgovornosti industrije. Ocena temelji na sodelovanju indeksov Dow Jones, STOXX Limited in SAM.
FTSE4Good	Serijski indeksi FTSE4Good merijo uspešnost organizacij, ki izpolnjujejo standarde globalno priznane družbene odgovornosti organizacije. Upravlja ga Odbor za politiko FTSE4Good, neodvisen organ strokovnjakov za družbeno odgovornost organizacij, akademije, upravljanja skladov in poslovanja.
Globalnih 100	Global 100 je objavljen seznam »100 najbolj trajnostnih korporacij na svetu« na letni ravni na Svetovnem gospodarskem forumu v Davosu. Seznam pripravi kanadska revija »Corporate Knights« v sodelovanju z Innovest Strategic Value Advisors, ki je vodilno raziskovalno podjetje, specializirano za analize t.i. trojnega dobička (triple-bottom-line) in družbeno odgovorne naložbe.
Globalni dogovor Združenih narodov	Globalni dogovor ZN je pobuda več interesnih skupin, ki si prizadevajo za napredovanje 10 temeljnih načel s področij človekovih pravic, dela, okolja in boja proti korupciji. Gre za neposredno pobudo generalnega sekretarja OZN; mreža je sestavljena iz večjega števila organizacij, pa tudi nevladnih organizacij, akademij, organov ZN in sindikatov. Pobuda je prostovoljna; za članstvo pa ni potrebno izpolnjevati veliko posebnih zahtev.
Svetovni poslovni svet za trajnostni razvoj (WBCSD)	WBCSD je združenje, ki ga vodi CEO 180 organizacij, ki si prizadevajo za trajnostni razvoj. WBCSD je dejavno pri razvoju politike, zagovarjanju in razvoju najboljših praks poslovnega vodenja na področju družbene odgovornosti. Članstvo je možno samo ob povabilu in zahteva obsežne naložbe v smislu časa in virov.
Globalna pobuda za poročanje (GRI)	GRI je standard poročanja za poročanje o trojnem dobičku. Razvit je skupaj z večjim številom interesnih skupin, pod vodstvom GRI sekretariata. Pomembno je upoštevati dejstvo, da njihova baza podatkov temelji na samoporočanju, kar pomeni, da organizacije ne poročajo nujno v skladu s standardom GRI poročanja.
KMPG mednarodna raziskava poročanja o družbeni odgovornosti	Raziskava KMPG je najboljše vrste te vrste, ki temelji na raziskavi praks poročanja o družbeni odgovornosti organizacij v 100 največjih podjetjih v vsaki od 16 držav, sodelujočih v raziskavi. Metodologija zajema vprašanja trojnega dobička, izvaja pa jih KPMG v vsaki od sodelujočih držav.
SustainAbility - seznam 100 najboljših poročil o trajnostnem razvoju	SustainAbility je vodilni center, ki vsako drugo leto izbere najboljše primere dobre poročil o trajnosti. Poročila so razvrščena po številnih kazalnikih izmed 100 najboljših poročil po vsem svetu. Ta poročila organizacije po lasni odločitvi predajo v oceno organizaciji SustainAbility.
ISO 26000*	ISO 26000 je standard družbene odgovornosti, ki daje smernice družbeno odgovornega ravnanja organizacijam, ki ga je pripravila in uveljavila mednarodna organizacija za standardizacijo ISO (International Standardisation Organisation). Je splošno orodje za

upravljanje, ki se uporablja za vse organizacije. Standard zajema politiko razvoja, načrtovanja, izvajanja, spremljanja in pregledovanja. Potrdilo izda tretja oseba – neodvisna organizacija za certificiranje ISO standardov.

Vir: Gjølberg, 2009, str. 14, razen *ISO 26000 (dopolnitev avtorja); Gjølberg je navajala ISO 14000.

Omejitev te raziskave se nanaša na vzorec 20 držav ter vprašljiv metodološki pristop. Avtor vseeno poudarja, da rezultati podajo dovolj zanesljive podatke, da se jih lahko povzame kot dokazane.

Hopkins (2005, str. 213) opredeljuje družbeno odgovornost organizacije kot etično ali družbeno odgovorno ravnanje z deležniki organizacije. Interesne skupine obstajajo tako znotraj organizacije kot zunaj nje. Namen družbene odgovornosti je ustvariti višje in boljše življenjske standarde ob hkratnem ohranjanju donosnosti organizacije za svoje deležnike znotraj in zunaj organizacije. Navaja, da se družbeno odgovornost meri na podlagi treh ravni v organizaciji Hopkins (2005, str. 215 - 216):

Raven 1: načela družbene odgovornosti

Raven uporabe teh načel je institucionalna in temelji na osnovnih obveznostih organizacije kot poslovne organizacije. Njegova vrednost je, da določa institucionalni odnos med organizacijo in družbo ter določa, kaj se pričakuje od vsake organizacije. Vključuje tri glavne elemente:

- Legitimnost, ki se nanaša na organizacijo kot družbeno institucijo in je okvir analitičnega pogleda na medsebojno povezanost poslovanja in družbe.
- Javna odgovornost, ki zadeva posamezno organizacijo ter njegove procese in rezultate v okviru njegovih načel glede na to, kaj dejansko počne.
- Vodstvena diskrecija, pri kateri so managerji in drugi pomembni zaposleni moralni akterji. Znotraj vseh področij družbene odgovornosti organizacij so dolžni ravnati po lastni presoji do družbeno odgovornih rezultatov.

Raven 2: procesi družbene odzivnosti

Družbena odzivnost organizacij je sposobnost organizacije, da se odzove na družbene pritiske. To kaže na sposobnost poslovne organizacije, da preživi s prilagoditvijo na svoje poslovno okolje. Za to mora vedeti čim več o tem poslovnem okolju, biti sposoben analizirati svoje podatke in se odzvati na rezultate te analize. Toda poslovno okolje ni statično; gre za zapleten in vedno spreminjajoč se splet okoliščin. Za uspešno pregledovanje, razumevanje in odzivanje na spremembe v poslovnem okolju so potrebni enako zapleteni mehanizmi. Kot osnovne elemente te ravni modela družbene odgovornosti Hopkins navaja tri elemente:

- Skeniranje poslovnega okolja, ki kaže na sposobnost zbiranja informacij in prenos zbranih informacij po vsej organizaciji.
- Upravljanje deležnikov. Interesna skupina je opredeljena kot vsaka skupina ali posameznik, ki lahko vpliva ali nanj vpliva doseganje ciljev organizacije, na primer:

lastniki, dobavitelji, zaposleni, kupci, konkurenti, domače in tuje vlade, neprofitne organizacije, skupine za varstvo okolja in potrošnikov in drugi. Upravljanje z interesnimi skupinami se nanaša na preslikavo odnosov interesnih skupin do organizacije (in med seboj).

- Upravljanje z vprašanji. Ko so jasna motivacijska načela organizacije in so določena identiteta, odnosi in moč deležnikov, se je potrebno osredotočiti na glavna vprašanja, ki zadevajo deležnike.

Raven 3: rezultati družbene odgovornosti

Glavni poudarek merjenja je tretja raven modela družbene odgovornosti organizacije. Da bi ugotovili, ali »družbena odgovornost organizacij res naredi razliko«, morajo biti v katerokoli oceno uspešnosti vključene vse ustrezne interesne skupine. Učinki so razvrščeni v tri glavne kategorije:

- Notranji učinki deležnikov so tisti, ki vplivajo na deležnike v organizaciji. Njihova preučitev pokaže, kako korporativni etični kodeks preko vsakodnevnega odločanja organizacije vpliva na družbeno odgovornost organizacije.
- Učinki zunanjih deležnikov zadevajo vpliv dejavnosti organizacije na osebe ali skupine zunaj organizacije. To lahko vključuje negativne in pozitivne učinke.
- Zunanji institucionalni učinki se nanašajo na učinke na večjo poslovno institucijo in ne na katerokoli interesno skupino.

Hopkins (2005, str. 218) je v svoji raziskavi navedel 6 glavnih kazalnikov, ki merijo družbeno odgovornost organizacij; vsak od njih ima svoje prednosti in omejitve. Navedeni in opisani so v Tabeli 4.

Tabela 4. 6 glavnih kazalnikov za merjenje družbene odgovornosti organizacij

Kazalnik	Opis	Omejitve
Business in the Community (BiTC)	Je prostovoljno samoocenjevanje na letni ravni, ki omogoča letno primerjavo med organizacijami, kako upravljajo, merijo in poročajo o svoji družbeni odgovornosti. Indeks temelji na okviru štirih komponent: (1) Korporativna strategija (proučuje vpliv narave dejavnosti organizacije na vrednote organizacije), (2) Integracija družbene odgovornosti organizacij (kako organizacije organizirajo, upravljajo in vključujejo družbeno odgovornost v svojem poslovanju), (3) upravljanje družbene odgovornosti organizacij (kako organizacija upravlja odnose s svojimi interesnimi skupinami), (4) uspešnost in učinki (prikazuje uspešnost organizacij na različnih družbenih in okolijskih področjih).	Ni podanih konkretnih podatkov o izmerjenih vrednosti kazalnikov.
FTSE4good	Skupina FTSE (Financial Times Stock Exchange) je postavila mednarodno priznano skupino indeksov FTSE4Good, ki daje vlagateljem priložnost, da vlagajo v organizacije, ki izpolnjujejo globalno priznane standarde družbene	Zelo kompliciran model. Ni določenih kazalnikov, kako se jih izmeri; bolj koncept, kdo je "in" in

	odgovornosti. Merjenje družbene odgovornosti organizacij s tremi kazalniki: (1) prizadevanja za okoljsko trajnost, (2) razvijanje pozitivnih odnosov z zainteresiranimi stranmi, (3) podpiranje splošnih človekovih pravic.	kdo je "out".
Dow Jones Sustainability Index (DJSI)	Indekse DJSI upravlja podjetje SAM (Sustainable Asset Management) s sedežem v Zürichu. Ocenjujejo družbeno odgovornost vodilnih trajnostnih organizacij DJSI STOXX za organizacije iz različnih panog. Družbeno odgovornost organizacij merijo z naslednjimi kazalniki: trajnostna poročila, okoljska poročila, poročila o varnosti in zdravju, socialna poročila, letna finančna poročila, posebna poročila, kot so upravljanje intelektualnega kapitala, korporativno upravljanje, raziskave in razvoj, odnosi z zaposlenimi, vsi ostali viri informacij o organizaciji (kot so notranja dokumentacija, brošure in spletna mesta).	Preobsežni vprašalniki in pojasnila. Ni oprijemljivih podatkov, meritev ali kazalnikov.
Business Ethics 100	S pomočjo socialnih ocen, ki jih je sestavil KLD Research & Analytics iz Bostona - skupaj s skupnim donosom delničarjev - razvršča organizacije po storitvah v sedem skupin deležnikov: delničarji, skupnost, manjšine in ženske, zaposleni, okolje, interesne skupine izven ZDA, in kupci. Kazalniki za merjenje družbene odgovornosti organizacij s petih področij: okolje, odnosi v skupnosti, odnosi z zaposlenimi, raznolikost, odnosi s strankami.	Nima konceptualnega okvirja.
AccountAbility (AA) Rating®	Ocena učenja in inovacij je uporabljena z merjenjem treh notranjih področij strateških namenov, upravljanja in poslovanja ter treh "zunanjih" področij interesnih skupin oz. njihovo vključevanje, zagotavljanje in javno razkritje.	Metoda in kazalniki niso na voljo brezplačno. Ni konkretnih podatkov o izmerjenih kazalnikih.
Global Reporting Initiative (GRI)	Uporablja obsežen nabor kazalcev za merjenje družbene odgovornosti organizacij in jih razvrsti glede na tri dimenzije trajnosti: gospodarsko, okoljsko in socialno.	Nima konceptualnega okvirja. Ni konkretnih podatkov o izmerjenih kazalnikih.

Vir: Hopkins, 2005, str. 218 – 226.

Luo in Bhattacharya (2006, str. 5) kot kazalnik za merjenje družbene odgovornosti uporabljata FAMA (Fortune America's Most Admired Corporations), ki je opredeljen kot dejavnosti organizacije in status, povezan z družbenimi ali deležniškimi obveznostmi. Gre razvrščanje najbolj spoštovanih korporacij v Združenih državah Amerike, na podlagi vsakoletnega anketiranja več kot 10.000 finančnih analitikov, višjih direktorjev in vlagateljev na Wall Streetu iz več kot 580 velikih podjetij. FAMA vsako leto v posamezni organizaciji izbere ocene (rating) družbene odgovornosti organizacije in so narejene v intervalnem merilu od 0 do 10. Najvišja ocena je 10; ocene predstavljajo primerjavo med glavnimi konkurenčnimi organizacijami v dani panogi. Avtorja navajata, da so že drugi avtorji potrdili zadostno zanesljivost in veljavnost tega kazalnika, v ZDA pa velja FAMA za eno najbolj

obsežnih in široko razširjenih raziskav, ki so na voljo. Kakovost in število anketirancev sta vsaj primerljivi, če ne celo boljši v primerjavi z ostalimi strokovnimi paneli, ki se ustanovijo z namenom merjenja družbene odgovornosti organizacij (Luo & Bhattacharya, 2006, str. 5). Takšen način merjenja je sprejemljiv za organizacije v ZDA, ki kotirajo na newyorški borzi; za ostale ni uporaben.

Perez in Rodríguez del Bosque (2013, str. 269) sta v svoji raziskavi izhajala iz tradicionalnih dimenzij družbene odgovornosti organizacij v različnih teorijah.

Tabela 5. Konceptualizacija družbene odgovornosti organizacije: vidiki in dimenzije

Metodološki vidik	Izbran teoretski pristop	Dimenzije družbene odgovornosti organizacij
Enodimenzionalni pristop	Globalna definicija družbene odgovornosti organizacij	Družbena, okoljska ali filantropska
Večdimenzionalen pristop	Piramidni sistem družbene odgovornosti organizacij	Ekonomska, pravna, etična in filantropska
	Teorija trajnostnega razvoja	Ekonomska, okoljska, družbena
	Teorija upravljanja z deležniki	Deležniki, kupi, zaposleni, družba, ostali

Vir: Perez, Rodríguez del Bosque, 2013, str. 269.

Razvila in potrdila pa sta svoj kazalnik merjenja družbene odgovornosti organizacij, ki je skladen s prejšnjimi študijami, ki so temeljile na različnih teoretičnih okvirih. Ti klasični modeli družbeno odgovornost organizacije obravnavajo kot skupek gospodarskih, pravnih, etičnih in filantropičnih odgovornosti ali kot vsoto gospodarskih, socialnih in okoljskih vprašanj organizacij. Lestvica, potrjena v raziskavi Pereza in Rodríguez del Bosque, deli podobo družbene odgovornosti glede na deležnike, ki koristijo rezultate družbene odgovornosti. Podoba družbene odgovornosti je nato razdeljena na štiri dimenzije: kupce, delničarje in nadzorni odbori, zaposleni in družba. Avtorja sta z oblikovanjem te lestvice prispevala tudi k znanju o podobi družbene odgovornosti organizacij v smislu, da je večina predlogov za merjenje družbene odgovornosti organizacij razvita na teoretični ravni, medtem ko je le malo raziskav empirično analiziralo dožemanje družbene odgovornosti organizacij s strani deležnikov (Perez, Rodríguez del Bosque, 2013, str. 281). Upoštevati je potrebno še omejitve njune raziskave, in sicer to, da v analizo niso bili vključeni vsi možni deležniki organizacij, temveč samo najpogosteje navedeni (za prihodnje tudi sama avtorja predlagata vključitev tudi dobaviteljev in vlade), ter da je bila izvedena v času mednarodne finančne krize, kar je zagotovo vplivalo na rezultate, tega vpliva pa ni bilo možno izključiti.

Turker (2009, str. 411 – 427) v svoji raziskavi navaja, da se družbeno odgovornost organizacij meri z načinom, kako organizacija vpliva na svoje deležnike. Prvi deležnik je družba nasploh, na primer okolje, prihodnost naslednjih generacij. Drugi deležnik vključuje zaposlene ter z njimi povezano etiko ter politiko, ki jih organizacija izvaja v zvezi z njimi. Tretji deležnik so

kupci, za katere se oceni družbeno odgovornost organizacij na podlagi njihovega dostojanstva glede spoštovanja cen, kakovosti izdelkov in ustreznih informacij. Zadnja skupina deležnikov je vlada, kjer je pomembna etična komponenta glede plačevanja davkov in upoštevanja zakonov. Omejitev njegove raziskave je v tem, da v njo niso zajeti vsi deležniki, ampak samo glavni štirje in med njimi samo izbrani.

Glavas in Kelley (2014, str. 191) sta v svoji raziskavi vpliva družbene odgovornosti organizacij na zaposlene izmerila zaznavanje udeležencev družbene odgovornosti organizacij s pomočjo lestvice PCSR (Perceived Corporate Social Responsibility oz. zaznane družbene odgovornosti organizacije). Slednja meri dve dimenziji družbene odgovornosti organizacije. Prva je družbena dimenzija, ki jo merijo s prednostno nalogo dobrega počutja deležnikov (zaposlenih, kupcev, dobaviteljev in družba), druga dimenzija pa so okolijska vprašanja kot del strategije in vsakodnevnega delovanja organizacije, izogibanje škodovanju okolju ter doseganje svojih kratkoročnih ciljev ob osredotočenosti na svoj vpliv na okolje.

Družbeno odgovornost in etiko pri vodstvenih odločitvah so raziskovali Stovall, Neill in Reid (2006, str. 174), ki poudarjajo, da se merjenje in upoštevanje etike in družbene odgovornosti organizacij spodbuja na dva načina. Kot prvo so poudarili koristnost uporabe institucionalne ekonomske teorije za analizo učinkovitosti etike in kazalnikov družbene odgovornosti organizacij. Institucionalna ekonomija namreč ponuja teoretični okvir za oceno možnih ovir za široko sprejetje in izvajanje takšnih sistemov. Kot drugo pa pravna analiza, kakršna je bila opravljena v njihovem delu, nudi zagovornikom etičnih in kazalnikov družbene odgovornosti dragocene informacije o praktičnosti njihovih predlogov. Kot glavno omejitev svoje raziskave omenjajo konflikt interesov pri etičnih zadevah – v primerih, ko merjenje družbene odgovornosti organizacij pokaže za organizacijo manj ugodne rezultate ali celo v nasprotju z etičnimi načeli ali zakoni.

Standard ISO 26000 (ISO 26000:2010, str. 26) definira družbeno odgovornost tako: »Družbena odgovornost je odgovornost organizacije za vplive svojih odločitev in dejavnosti na družbo in okolje, da s preglednim in etičnim ravnanjem prispeva k trajnostnemu razvoju, vključno z zdravjem in blaginjo družbe, upošteva pričakovanja deležnikov, je v skladu z veljavno zakonodajo in mednarodnimi normami delovanja ter je integrirana v celotno organizacijo in jo izvaja v svojih odnosih.«. Vendar pa je merjenje družbene odgovornosti organizacij izjemno kompleksno področje, ki zahteva veliko časa in denarja zaposlenih v organizaciji, ki so zadolženi za to področje, hkrati pa je nabor možnih kazalnikov zelo širok in v mnogih primerih manj primeren za določene države in organizacije. Večina kazalnikov za merjenje družbene odgovornosti organizacij v analizirani literaturi je primernih in ustreznih za velike multinacionalke na finančno zelo razvitih in stabilnih trgih. Manjša gospodarstva in države bi morale uporabljati merila, kot so ISO 26000, EFQM itd., ki so standardizirana in omogočajo primerljivost med organizacijami.

5 Zaključek

Družbena odgovornost organizacij je eden najvidnejših konceptov v literaturi in kaže pozitivne vplive organizacij na njihove deležnike. Kljub vse večjemu številu literature o tem konceptu je merjenje še vedno problematično. Čeprav literatura ponuja več metod za merjenje družbenih dejavnosti organizacij, imajo skoraj vse nekatere omejitve.

Družbeno odgovornost organizacij je težko izmeriti, saj pri njem ne gre samo za finančne kazalnike in številčni prikaz uspešnosti. Kljub temu ga mnogi deležniki želijo izmeriti. Razlogi so različni, vsi pa vodijo v povečevanje finančne uspešnosti organizacije.

Pregled literature v tem članku je pokazal, da enotnega kazalnika za merjenje družbene odgovornosti ni. Obstaja mnogo kazalnikov, ki so lahko med seboj neskladni, neprimerljivi, pri nekaterih je celo vprašljiva njihova zanesljivost in veljavnost. Nekateri so mednarodno priznani, drugi so certificirani s strani neodvisnih organizacij, tretji se uporabljajo samo na nacionalnih ravneh itd. Deležniki pa po lastni presoji izbirajo, katerim metodam merjenja in kazalnikom zaupajo in se na podlagi njih odločajo.

Originalnost članka je v predstavitvi pregleda različnih metod merjenja družbene odgovornosti organizacij. Omejitev postavlja omejen in nekoliko zastarel pregled obstoječe literature s področja družbene odgovornosti organizacije in njenega merjenja, saj je pojem trajnostne naravnosti s časom prevladal nad družbeno odgovornostjo organizacij v evropskem in svetovnem merilu.

Reference

1. Argandoña, A., von Weltzien Hoivik, H. (2009). Corporate Social Responsibility: One Size Does Not Fit All. Collecting Evidence from Europe. *Journal of Business Ethics*, 89, 221–234. doi:10.1007/s10551-010-0394-4.
2. Carroll, A. B. (1991). The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders. *Business Horizons*, 34(4), 39-48. doi: 10.1016/0007-6813(91)90005-G
3. Chatterji, A., Levine, D. (2006). Breaking down the Wall of Codes: Evaluating Non-Financial Performance Measurement. *California Management Review*, 48(2), 29–51. doi:10.2307/41166337
4. Du, S., Bhattacharya, C. B., Sen, S. (2014). Corporate Social Responsibility, Multi-faceted Job-Products, and Employee Outcomes. *Journal of Business Ethics*, 131(2), 319–335. doi:10.1007/s10551-014-2286-5
5. Gjørberg, M. (2009). Measuring the immeasurable? Constructing an index of CSR practices and CSR performance in 20 countries. *Scandinavian Journal of Management*, 25(1), 10–22. doi:10.1016/j.scaman.2008.10.003
6. Glavas, A., Kelley, K. (2014). The effects of perceived corporate social responsibility on employee attitudes. *Business Ethics Quarterly*, 24(2), 165–202. doi: 10.5840/beq20143206.

7. Hemphill, T. (2013). The ISO 26000 guidance on social responsibility international standard: what are the business governance implications? *Corporate Governance: The International Journal of Business in Society*, 13(3), 305–317. doi:10.1108/cg-08-2011-0062
8. Hopkins, M. (2005). Measurement of corporate social responsibility. *International Journal of Management and Decision Making*, 6(3/4). doi: 10.1504/IJMDM.2005.006549.
9. IRDO (2020). Pridobljeno na: <http://www.irdo.si/o-druzbeni-odgovornosti/#definicija>.
10. Luo, X, Bhattacharya, C.B. (2006). Corporate Social Responsibility, Customer Satisfaction, and Market Value. *Journal of Marketing*, 70 (4). doi: 10.1509/jmkg.70.4.001.
11. Márquez, A., Fombrun, C. J. (2005). Measuring Corporate Social Responsibility. *Corporate Reputation Review*, 7(4), 304–308. doi:10.1057/palgrave.crr.1540228
12. Matten, D., Moon, J. (2005). A conceptual framework for understanding CSR in Europe. *Corporate Social Responsibility Across Europe*. Spinger. 275 – 286. doi: 10.1007/b138371.
13. Pérez, A., & Rodríguez del Bosque, I. (2013). Measuring CSR Image: Three Studies to Develop and to Validate a Reliable Measurement Tool. *Journal of Business Ethics*, 118(2), 265–286. doi:10.1007/s10551-012-1588-8
14. Pinkston, T. S., Carroll, A. B.. (1996). A retrospective examination of CSR orientations: Have they changed? *Journal of Business Ethics* 15 (2): 199–206. doi: 10.1007/BF00705587
15. Slovenska kakovost, (2020). EFQM. Pridobljeno na <http://slovenska-kakovost.si/storitve/efqm/>
16. Stovall, O. S., Neill, J. D., Reid, B. (2006). Institutional Impediments to Voluntary Ethics Measurement Systems. *Journal of Business Ethics*, 66(2-3), 169–175. doi:10.1007/s10551-005-5574-2
17. Turker, D. (2009). Measuring corporate social responsibility: a scale development study. *Journal of Business Ethics*, 85, 411–427. doi: 10.1007/s10551-008-9780-6.
18. Guidance on social responsibility ISO 26000:2010, 1st edition. (2010). Geneve: International Organization for Standardization.
19. Mulej, M. (2018, 1. februar). *Družbena odgovornost – pogoj za obstoj sedanje civilizacije*. Posvet v Državnem svetu RS. Pridobljeno na : http://www.ds-rs.si/sites/default/files/dokumenti/mulej_matjaz.pdf
20. Bohinc, R., Mulej, M. (2018, 27. september). *Deset temeljnih zahtev za družbeno odgovornost*. Maribor: 13th International Scientific Conference Social responsibility and current challenges 2018: Social responsibility and sustainable development in Science, Education and Business. Pridobljeno na <http://www.irdo.si/irido2018/referati/a-05-bohinc-mulej.pdf>

Alen Lazič je leta 2006 diplomiral na Fakulteti za kemijo in kemijsko tehnologijo in pridobil naziv Diplomirani varnostni inženir. Od leta 2014 je zaposlen v podjetju Hidroelektrarne na Spodnji Savi, d.o.o., kjer opravlja delo samostojnega inženirja za varnost in zdravje pri delu ter je imenovan koordinatorski inženir izgradnje HE Brežice. Od leta 2018 nadaljuje podiplomski študij Menedžmenta kakovosti na Fakulteti za organizacijske študije v Novem mestu.

Abstract: **Measurement of Corporate Social Responsibility**

Research Question (RQ): How should corporate social responsible organizations measure Corporate Social Responsibility (CSR)?

Purpose: The purpose of this article is to discuss what Corporate Social Responsibility is and to determine CSR indicators and how they are measured.

Method: Thematic analysis of the scientific literature review by the method of integrative thematic analysis of qualitative data.

Results: Measuring CSR implies a set of different indicators from different areas of business. There is no single indicator for measuring social responsibility. There are many indicators that may even be inconsistent and incomparable. It depends on the stakeholders which measurement methods and indicators they will trust.

Organization: The methods of measuring CSR presented in the article enable management of organizations to properly communicate their social responsibility to satisfy requirements, needs, and wishes of various stakeholders, which in turn also leads to successful financial performance of an organization.

Society: Indicators that measure social responsibility indicate the organization's impact on the environment, society and the economy.

Originality: Presentation of an overview of ways to measure CSR.

Limitations / Further Research: Search criteria limitation for original and reviewed scientific articles were: 2005 to 2018, accessibility of the full text of the articles and language of the text Slovenian or English. No research was done. In the continuation of the research, it is proposed to investigate the actual use and prevalence of different methods of measuring CSR in different countries or market economies.

Keywords: corporate social responsibility (CSR), measurement, indicators.

Copyright (c) 2020 Alen LAZIČ



Creative Commons License

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.