

Piotr Nieporowski*

ISTOTA RAPORTOWANIA SPOŁECZNEGO. BUDOWANIE WARTOŚCI CZY INSTYTUCJONALNY PRZYMUS?

Wprowadzenie

Raportowanie szeroko rozumianych ekonomicznych aspektów funkcjonowania przedsiębiorstwa na rynku, a w szczególności danych o charakterze finansowym, nie należy współcześnie ani do kwestii osobliwych, ani podlegających dyskusji. Sprawozdawczość firm w tym obszarze jest bowiem jednym z podstawowych obowiązków informacyjnych, uwarunkowanym legislacyjnie oraz podlegającym sankcjom finansowym w przypadku jego niespełnienia. Stwierdzenie to jest prawdziwe nie tylko w warunkach polskich, ale także w wielu innych liczących się gospodarkach świata. Obecnie jednak nietrudno natknąć się w naszym kraju na przejawy wciąż dynamicznej dyskusji wokół raportowania „pozafinansowego”. W kontekście międzynarodowym, uwzględniając stosunkowo wysoki poziom rozwoju koncepcji społecznej odpowiedzialności biznesu (*Corporate Social Responsibility - CSR*), zarówno pod kątem ilości literatury jej poświęconej oraz popularności w sferze biznesowej, raportowanie pozafinansowych obszarów działalności firmy nie jest praktyką nową. Mimo iż w wielu krajach o wysoko rozwiniętych gospodarkach idea CSR może być już z powodzeniem uznana za integralny element strategii korporacyjnej największych firm, to na polskim rynku jest ona wciąż na jednym z wcześniejszych etapów rozwoju. Jest to bowiem w dalszym ciągu koncepcja mylnie rozumiana jako pewna nadbudowa, na którą mogą sobie pozwolić tylko firmy radzące sobie na rynku najlepiej. Co więcej, w kontekście międzynarodowych firm, które otwierają swoje zakłady w naszym kraju, społeczna odpowiedzialność biznesu nie może być łatwo przeniesiona z kraju pochodzenia na nasze warunki. Wynikać to może między innymi z różnic w rozpowszechnionych modelach zarządzania, w modelach kultury organizacyjnej, w stopniach zainteresowania i znajomości zasad funkcjonowania biznesu wśród społeczeństwa, w kondycji trzeciego sektora, itp. Na wiele z tych czynników niewątpliwie wpływa stosunkowo krótka historia wolnego rynku w Polsce oraz poprzedzający ją okres gospodarki

*Piotr Nieporowski – magister socjologii, student studiów doktoranckich w zakresie socjologii, Uniwersytet Zielonogórski; zainteresowania naukowe: etyka w biznesie i socjologia organizacji; e-mail: nieporowski@gmail.com

centralnie planowanej. Obecnie, potrzeba uwzględniania interesów społeczeństwa w działalności podmiotów biznesowych, podobnie jak potrzeba informowania o pozafinansowej sferze funkcjonowania firm wciąż nie są na tyle wysokie, aby przyspieszyć rozwój koncepcji społecznej odpowiedzialności biznesu w naszym kraju. Mimo to, część polskich firm od pewnego czasu z powodzeniem podejmuje praktyki w tym obszarze. Tak zwane raporty społecznie odpowiedzialne, społeczne, zrównoważonego rozwoju itp. wydawane są przez wielu liderów światowego rynku od kilkudziesięciu lat. Obecnie, analizując zasoby stron internetowych dużych międzynarodowych korporacji, można także spotkać się z raportami zintegrowanymi, a więc łączącymi dane finansowe z niefinansowymi, określanymi fachowo mianem ESG (*Environmental* – środowiskowe, *Social* – społeczne oraz *Governance* – dotyczące ładu korporacyjnego). Polskie firmy, co zobrazują przywołane w kolejnych akapitach artykułu dane pochodzące z licznych badań, nie należą do najbardziej transparentnych w tym obszarze. Do zmiany tej sytuacji przyczynić się może jednakże nowelizacja prawna, zainicjowana obowiązującą w naszym kraju od stycznia 2017 roku dyrektywą unijną, nakładającą na duże jednostki interesu publicznego obowiązek raportowania pozafinansowego. Mimo, iż, na tak wczesnym etapie badanie efektu funkcjonowania tej regulacji ze względu na małą ilość tego typu danych mija się z celem, ożywienie dyskusji na ten temat jest już bardzo dobrze widoczne. Jaki zatem sens ma polemika w oparciu o pytanie postawione w tytule niniejszego artykułu? Aby to zrozumieć, należy po raz kolejny odwołać się do przywołanej już koncepcji społecznej odpowiedzialności biznesu. Chociaż raportowanie danych ESG nie jest czymś nowym, to obowiązek ich publikowania, zwłaszcza w naszym kraju, owszem. Do tej pory, w imię jednej z fundamentalnych właściwości koncepcji CSR – dobrowolności jej włączania do strategii – przedsiębiorstwa udostępniały dane z nią związane w odpowiedzi na głosy swoich interesariuszy, a więc pewnego rodzaju presję otoczenia. Dążąc bowiem do redukcji ryzyka, m.in. inwestycyjnego, podmioty te poszukują najpełniejszego obrazu działań firmy, także informacji o programach, politykach, przyjętych standardach, praktykach, a więc tych integralnych elementach strategii biznesowej, które mogłyby przyczynić się do minimalizacji zagrożeń dla szeroko rozumianej stabilności działania. Kolejnym celem publikowania tego typu danych mogła być chęć osiągnięcia korzyści wizerunkowej firmy jako rozumiejącej i odpowiadającej na potrzeby społeczeństwa, w obrębie którego funkcjonuje, odpowiedzialnej za wpływ, jaki na nie wywiera, czy też po prostu mającej „ludzką twarz”. Czy motywy te, w obliczu nowych regulacji prawnych, mają jeszcze możliwość ulec sprecyzowaniu?

Przymus instytucjonalny

Od 1 stycznia 2017 roku, wszystkie państwa członkowskie Unii Europejskiej zostały objęte przepisami określonymi w Dyrektywie Parlamentu Europejskiego i Rady nr 2014/95/UE. Zgodnie z nimi, największe jednostki interesu publicznego, a więc „[...] spółki giełdowe, banki oraz fundusze inwestycyjne, które zatrudniają ponad 500 osób i mają sumę bilansową powyżej 20 mln EUR lub obroty netto powyżej 40 mln EUR” (Krukowska 2015) zobowiązane są do ujawniania danych pozafinansowych. Publikowane przez dany podmiot sprawozdanie, zgodnie z zapisem dyrektywy, powinno zawierać [...] informacje dotyczące przynajmniej kwestii środowiskowych, społecznych i pracowniczych, poszanowania praw człowieka, przeciwdziałania korupcji i łapownictwu [...] opis polityki, wyników oraz ryzyka związanych z tymi sprawami oraz powinno być włączane do sprawozdania z działalności danej jednostki. Oświadczenie na temat informacji niefinansowych powinno też zawierać informacje na temat procesów należytej staranności wdrażanych przez jednostkę, również – w stosownych przypadkach i na zasadzie proporcjonalności w odniesieniu do jej łańcuchów dostaw i podwykonawców, w celu identyfikacji obecnego lub potencjalnego negatywnego wpływu, zapobieżenia mu lub złagodzenia go” (Ministerstwo Rozwoju 2014, s. 2). Dyrektywa uszczegóławia także charakter ujawnianych danych, z podziałem na podstawowe kwestie podlegające raportowaniu. Dowiadujemy się, iż raporty mogą zawierać „[...] w odniesieniu do kwestii środowiskowych, szczegółowe informacje na temat obecnego i przewidywanego wpływu działalności jednostki na środowisko oraz, w stosownych przypadkach, na zdrowie i bezpieczeństwo, wykorzystywanie energii odnawialnej lub nieodnawialnej, emisję gazów cieplarnianych, zużycie wody i zanieczyszczenie powietrza. W odniesieniu do spraw społecznych i pracowniczych, informacje przedstawione w sprawozdaniu mogą dotyczyć działań podejmowanych w celu zapewnienia równouprawnienia płci, wdrożenia podstawowych konwencji Międzynarodowej Organizacji Pracy, warunków pracy, dialogu społecznego, poszanowania prawa pracowników do informacji i do wyrażania opinii, poszanowania praw związków zawodowych, bezpieczeństwa i higieny pracy oraz dialogu ze społecznościami lokalnymi lub działań podejmowanych w celu zapewnienia ochrony i rozwoju tych społeczności. W odniesieniu do praw człowieka oraz walki z korupcją i łapownictwem, oświadczenie na temat informacji niefinansowych może zawierać informacje na temat zapobiegania naruszaniu praw człowieka lub na temat stosowanych instrumentów walki z korupcją i łapownictwem” (Ministerstwo Rozwoju 2014, s. 2).

Do momentu wejścia w życie dyrektywy, publikowanie danych ESG było, zgodnie z pierwotnymi założeniami koncepcji CSR, praktyką dobrowolną. Takie kwestie, jak: zakres, szczegółowość, dostosowanie do wymagań ustanowionych przez międzynarodowe standardy, zapewnienie zewnętrznej weryfikacji czy też częstotliwość publikowania informacji były podporządkowane woli organów decyzyjnych w strukturze przedsiębiorstwa. Obecnie podmioty, które podlegają zapisom nowo obowiązującej dyrektywy muszą komunikować swoje działania w sferze ESG, a także „[...] opisać, na jakim etapie wdrażania są programy dotyczące poszczególnych tematów, ich dotychczasowe efekty oraz przewidzieć, jakie negatywne skutki może pociągać za sobą aktywność danej korporacji” (Piskalski 2015, s. 31). W wypadku, gdy jednostka nie udostępni danych w każdym z obszarów podlegających raportowaniu pozafinansowemu, będzie zobowiązana podać powód tej decyzji oraz go stosownie uzasadnić (tamże).

Negocjacje jednej z pierwotnych wersji dyrektywy, które przebiegały pomiędzy Radą Europejską a Parlamentem Europejskim przyniosły zmniejszenie liczby podmiotów do 30% liczebności pierwotnie określonej kategorii tych, na które obecnie został nałożony obowiązek raportowania ESG. Z tego względu szacuje się, że wytyczne dyrektywy obejmują około 6 tysięcy firm w Europie i 300 w Polsce (tamże).

Rola państwa

Warto nadmienić, iż strona polska dążyła w negocjacjach do zawężenia zakresu obowiązywania dyrektywy, aby objęła ona możliwie najmniejszą liczbę podmiotów (tamże). Stoi to w zgodzie z dotychczasowo niskim poziomem wsparcia ze strony państwa w zakresie upowszechniania założeń strategii CSR i przekonywania o jej zasadności przedsiębiorców oraz współpracy w tym zakresie z trzecim sektorem. Dodatkową przesłankę stanowią niespełnione jak dotąd deklaracje prób podniesienia świadomości przedstawicieli polskiego biznesu na wciąż rosnący poziom rozpowszechnienia założeń idei CSR na świecie. W opublikowanej niedawno przez Ministerstwo Rozwoju tzw. Konstytucji Biznesu, która według zapowiedzi szefa tego resortu miała spowodować, iż przedsiębiorcy „skierują uwagę na kwestie związane ze społeczną odpowiedzialnością biznesu” (Polak 2016, s. 1-2) nie ma wzmianki o takich kwestiach, jak społeczna odpowiedzialność biznesu, raportowanie pozafinansowe czy o fakcie istnienia obowiązującej już Dyrektywy 2014/95/UE o raportowaniu ESG (Ministerstwo Rozwoju 2017, s. 1-70). Tworząc przeciwwagę dla przedstawionej sytuacji, warto powołać się na pozytywne skutki zaangażowania państwa w promocję koncepcji spo-

lecznej odpowiedzialności biznesu, zidentyfikowane dzięki badaniu „Baseline Study of Public Sector Roles in Strengthening Corporate Social Responsibility”, zrealizowanemu przez *International Institute for Environment and Development (IIED)* w 2002 roku. Wyniki tego międzynarodowego badania umożliwiły bowiem określenie pięciu funkcji, jakie może pełnić sektor władzy wspierając rozwój koncepcji CSR: „regulacyjne (mandating), udogadniające (facilitating), partnerskie (partnering), popierające (endorsing) oraz demonstrujące (demonstrating)” (Hąbek 2015, s. 42). Obecnie trudno odnaleźć przejawy obecności jakiegokolwiek z nich w polskich warunkach.

Wiarygodność

Podnosząc kwestię raportowania społecznego jako metody potencjalnego budowania wartości przedsiębiorstwa, nie sposób nie poddać w wątpliwość wiarygodności informacji zawartych w publikacjach niefinansowych, często opartych na danych o charakterze jakościowym. Należy więc wspomnieć tu o zjawisku określanym mianem *greenwashing*. Kryją się pod nim świadome próby przekazywania informacji z obszaru ESG, których głównym celem nie jest oddanie stanu rzeczywistego, lecz zbudowanie korzystnego w oczach odbiorców tych informacji wizerunku firmy. Jest to działanie pozorowane, które stanowi jeden z głównych argumentów wśród krytyków idei uspołeczniania biznesu oraz rozszerzania zakresu obowiązków przedsiębiorców na raportowanie działań społeczno-ekologicznych. Istnieje jednak szereg rozwiązań, które mogą wspomóc interesariuszy przedsiębiorstw w dostępie do wiarygodnych informacji na temat działań danej firmy w sferze ESG. Mimo iż praktykują to jednak w dużej mierze największe przedsiębiorstwa międzynarodowe, to do wzmocnienia rzetelności raportów pozafinansowych przyczynia się działalność podmiotów (niezależnych ekspertów lub interesariuszy reprezentujących trzeci sektor) zapewniających zewnętrzną weryfikację oraz obecność standardów poświadczania wiarygodności raportów takich, jak np. *International Standard on Assurance Engagements 3000 (ISAE 3000)*, czy *Account Ability Assurance Standard (AA1000AS)*. Dodatkowo firmy mogą zadbać o jakość publikowanych informacji, stosując się do wytycznych określonych w Ramowych Zasadach Raportowania *GRI (Global Reporting Initiative)*, a także wymagań inicjatywy *UN Global Compact* (Hąbek 2015, s. 34-35). Widać zatem, iż problem rzetelności został zauważony i nie pozostał bez odpowiedzi, a interesariusze firmy, dążący do poznania faktycznego stanu jej funkcjonowania jako podmiotu nie tylko biznesowego, ale integralnego elementu środowiska społeczno-ekologicznego, mają obecnie do dyspozycji szereg ustandaryzowanych rozwiązań stworzonych, aby

zapewnić im dostęp do tego typu informacji. Firmy natomiast otrzymały narzędzia mające na celu wspomóc je w procesie gromadzenia i udostępniania danych pozafinansowych. Kwestią sporną pozostaje zatem chęć obu stron do skorzystania z nich i nawiązania konstruktywnego dialogu wokół kwestii ESG.

Raportowanie pozafinansowe – stan aktualny

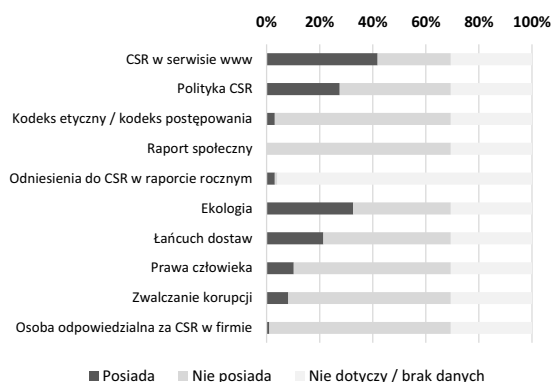
Fundacja CentrumCSR.PL w 2015 roku opublikowała raport z monitoringu społecznej odpowiedzialności 227 największych polskich firm. Projekt miał na celu zbadanie deklaracji podmiotów gospodarczych w zakresie ich społecznego zaangażowania za pomocą 12 opracowanych wskaźników: „obecność CSR w serwisie www, obecność osoby odpowiedzialnej za CSR w firmie, opublikowanie polityki CSR, publikacja kodeksu etycznego, opublikowanie raportu społecznego, wykorzystywanie standardu GRI (*Global Reporting Initiative*), obecność odpowiedzialności społecznej w raportach rocznych spółek z GPW, podejmowanie kwestii ekologicznych, objęcie odpowiedzialnością dostawców i podwykonawców, obecność tematyki praw człowieka w serwisie, działania antykorupcyjne, potwierdzenie rezultatów badania” (Piskalski 2015, s. 10). Podstawą badania były więc analizy zawartości merytorycznej materiałów udostępnianych za pośrednictwem stron internetowych. Prostota tej metodologii z pozoru może wydawać się nieadekwatna w odniesieniu do chęci zbadania rzeczywistego stanu rzeczy, jednakże analiza typu *desk research* jest obecnie najskuteczniejszym i najczęściej stosowanym sposobem badania transparentności firmy w obszarze działań z zakresu ESG. Z założenia, dostęp do danych na temat społecznego i ekologicznego zaangażowania i odpowiedzialności przedsiębiorstwa względem tych sfer powinien być w możliwie największym stopniu ułatwiony. Strona internetowa stanowi obecnie podstawowe narzędzie komunikacji firmy z najszerszym gronem jej interesariuszy i z tego względu dane tego typu powinny być integralną częścią jej zasobów. Tym założeniem kierują się m.in. specjalistyczne organizacje zajmujące się analizą funkcjonowania firm w obszarze ich społecznej odpowiedzialności.

Badanie fundacji CentrumCSR.PL pokazało, że 65,6% przedsiębiorców posiadało na swojej witrynie internetowej odniesienia do koncepcji CSR oraz pochodnych jej określeń, natomiast 45,3% umieściło informację na temat realizowanej polityki CSR. Drugi wskaźnik bardziej precyzyjnie określa społeczne zaangażowanie, gdyż pozwala dokonać rozróżnienia pomiędzy strategią mającą znamiona społecznie odpowiedzialnej a filantropią czy sponsoringiem, a więc działaniami często jednorazowymi. W dwuletnim okresie

badania raport społeczny wydało 15,4% firm. Warty odnotowania jest fakt, iż w odróżnieniu od światowych liderów rynku, polskie firmy, które weszły do próby badawczej nie raportują kwestii ESG w sposób systematyczny. Mimo iż istnieją polskie przedsiębiorstwa, których raporty mogą być określone mianem „CSR-owych” wydawane są cyklicznie od pewnego czasu, to jednak są to przypadki pojedyncze. Najczęściej publikacje traktujące o społecznym zaangażowaniu firmy ukazują się, jak to określili badacze z fundacji odpowiedzialnej za realizację projektu, „[...] głównie wtedy kiedy można się czymś »pochwalić«” (Piskalski 2015, s. 30). Autorzy słusznie podkreślają fakt braku publikacji tego typu zwłaszcza w zasobach firm z branży modowej w kontekście niedawno nagłośnionych skandali, związanych z warunkami panującymi w fabrykach odzieży. Trudno jednoznacznie określić powód takiego stanu rzeczy. Można jedynie domniemywać, iż zapotrzebowanie na tego typu informacje ze strony otoczenia przedsiębiorstwa było znikome lub też zostało przez przedstawicieli firmy z różnych względów zignorowane. Warto zaznaczyć, iż w gronie tych badanych firm, które wydały raport społecznej odpowiedzialności, zdecydowana większość z nich (94,2%) opierała się na przytoczonych już wcześniej wytycznych GRI. Co więcej, większość z tych firm poddała swoje raporty zewnętrznej analizie, aby wzmocnić ich wiarygodność (Piskalski 2015, s. 30). Pokazuje to profesjonalne podejście do tematu raportowania wśród tych firm, które podjęły tę praktykę i jest optymistyczną prognozą na nadchodzące lata obowiązywania dyrektywy unijnej.

Stosując tę samą metodologię przeprowadziłem w lipcu 2017 roku własną analizę, poddając jej firmy należące do jednej z większych pod względem powierzchni, specjalnych stref ekonomicznych w Polsce – Kostrzyńsko-Słubickiej Specjalnej Strefy Ekonomicznej. Moim celem było przede wszystkim uzyskanie potwierdzenia dla przytaczanych wyżej danych lub zidentyfikowanie zmiany sytuacji na podstawie analizy innych podmiotów gospodarczych i w kilkuletnim odstępie czasowym. Interesowało mnie również, czy zbadanie firm funkcjonujących w obrębie specjalnej strefy ekonomicznej (podmiocie oferującym udogodnienia w prowadzeniu działalności gospodarczej i tym samym potencjalnie sprzyjającym rozwojowi koncepcji CSR) przyniesie podobne rezultaty. Badania były prowadzone na próbie wyczerpującej. Wśród 98 firm należących do KSSSE oraz prowadzących wówczas w jej obrębie działalność gospodarczą, własną stronę internetową posiadało 68, czyli około 2/3 z nich. Jednakże, jako że obiektem badania były firmy, a nie ich strony internetowe, pozostałe podmioty najczęściej były uznawane za niepublikujące żadnych z poszukiwanych informacji. Przedstawione na wykresie nr 1 dane procentowe sumują się zatem do liczby wszystkich 98

firm, prowadzących w momencie badania działalność gospodarczą w obrębie strefy.



Wykres 1. Transparentność w obszarze CSR firm należących do Kostrzyńsko-Słubickiej Specjalnej Strefy Ekonomicznej.

Źródło: opracowanie własne.

Analiza pokazała, iż 42% badanych firm (60% z grona posiadających własną stronę internetową) odnosiło się do elementów wchodzących w zakres koncepcji CSR. Jest to wskaźnik najmniej precyzyjny, gdyż wartość dodatnią uzyskiwała firma, która na swojej stronie internetowej zamieściła jakąkolwiek wzmiankę o poparciu dla zagadnień społecznych bądź ekologicznych, czyli pozafinansowych. Kolejny wskaźnik był już bardziej miarodajny w odniesieniu do koncepcji społecznej odpowiedzialności biznesu, gdyż uwzględniał firmy, które w swoich działaniach wykroczyły poza filantropię i uznały CSR za integralny element swojej strategii. Obecność tego typu firm w próbie to 27% (40% wśród posiadających stronę internetową). Znaczący odsetek zamieściło także informacje wskazujące na świadomość proekologiczną. 1/3 (czyli połowa z firm posiadających swoją stronę www) zadeklarowała odpowiedzialność za swój wpływ na środowisko lub kierowanie się stosownymi standardami w tym obszarze. Nieco mniej, bowiem 21% (ok. 1/3 posiadających stronę www) odniosło się do łańcucha dostaw, czyli swoich relacji z dostawcami i podwykonawcami. Jeszcze mniej, bo 10% (15% posiadających stronę www) powołało się na prawa człowieka, deklarując ich respektowanie; 8% (12% posiadających stronę www) poruszyło problem korupcji i zadeklarowało przeciwdziałanie jej przejawom. Jedyne jedna firma spośród wszystkich badanych umieściła na swojej stronie dane kontaktowe do osoby odpowiedzialnej za kwestie CSR i zrównoważonego rozwoju.

Może to wskazywać albo na to, iż pozostałe firmy nie posiadały w swojej strukturze osoby pełniącej taką funkcję lub obowiązki z tą funkcją związane pełniła osoba, której oddelegowany został szerszy zakres zadań. Warto także wspomnieć, iż jedynie 3% badanych firm umieściło na swojej stronie internetowej kodeks etyczny, czyli zbiór norm postępowania akceptowanych przez daną firmę. Jeżeli chodzi o kwestie najbardziej istotne z punktu widzenia raportowania ESG, żadna z badanych firm nie miała w swoich ogólnodostępnych zasobach raportu społecznego (z tego powodu zastosowanie w badaniu wskaźnika *raport społeczny oparty na standardach GRI* miało się z celem). W przypadku odniesień do CSR w raporcie rocznym sytuacja okazała się nieco bardziej skomplikowana, gdyż nawet ogólna transparentność firm pozostawiała wiele do życzenia. Jedynie 4 z badanych przedsiębiorstw udostępniło publicznie swój raport roczny (z czego w 3 z nich znalazły się kwestie związane ze społeczną odpowiedzialnością biznesu).

Wyniki te obrazują obecność koncepcji CSR w świadomości badanych firm oraz znajomość jej podstawowych założeń wśród niespełna połowy z nich. Jeżeli natomiast wziąć pod uwagę transparentność przedsiębiorstw w tym obszarze, to jest ona na niskim poziomie. Firmy nie prowadzą raportowania społecznego, a co więcej, większość z nich nie jest do tego przygotowana. Naturalnie, nowo wdrożona dyrektywa w swoim obecnym kształcie nie ma zastosowania do zdecydowanej większości badanych firm, jednakże warto mieć na uwadze możliwość zwiększenia zakresu obowiązywania nowych wytycznych dotyczących raportowania pozafinansowego w przyszłości. Jeżeli chodzi o założony cel badania, to na podstawie dotychczas dokonanych obserwacji nie można stwierdzić, aby przynależność do strefy ekonomicznej wspomagała rozwój koncepcji CSR. Naturalnie, aby wystrzec się błędów wnioskowania należy poddać analizie większą liczbę stref ekonomicznych oraz uwzględnić ewentualne czynniki zewnętrzne. Niemniej jednak, analiza firm w obrębie jednej z większych stref dodatkowo potwierdziła zidentyfikowane w badaniu CentrumCSR.PL braki w transparentności działalności w sferze ESG firm w Polsce.

Autorka publikacji *Sprawozdawczość przedsiębiorstw w zakresie ich społecznej odpowiedzialności. Ocena jakości raportów CSR w 2012 roku* podała natomiast analizie 25 raportów, udostępnionych przez duże polskie przedsiębiorstwa. Liczebność próby została określona na podstawie danych uzyskanych ze statystyk Eurostat. Przeprowadzenie analizy *desk research* pozwoliło badaczce na postawienie kilku istotnych wniosków. Ustaliła ona między innymi, iż zewnętrzna weryfikacja treści raportów nie była w momencie prowadzenia analizy praktyką szczególnie popularną, bowiem jedynie 4 z badanych publikacji uzyskały poświadczenie ze strony niezależnej

jednostki (Hąbek 2015, s. 102-105). Jeżeli chodzi o kwestię jakości polskich raportów, to wyniki wydają się potwierdzać te uzyskane przez zespół fundacji CentrumCSR.PL. Dowiadujemy się bowiem, iż polskie przedsiębiorstwa, które wypuszczają raporty pozafinansowe, w istocie przykładają wagę do ich jakości, dążąc z powodzeniem do spełnienia podstawowych zasad raportowania. Słabą stroną jest natomiast brak cykliczności w raportowaniu, a więc niemożność porównania danych w związku z brakiem ciągłości w sprawozdawczości ESG firmy (Hąbek 2015, s. 110-111). Raporty społeczne polskich przedsiębiorstw są formą podsumowania wszystkich dotychczasowych dokonań przedsiębiorstwa w obszarze jego społecznej i ekologicznej odpowiedzialności. Tym samym, nie mają na celu zbudowania strategii opartej o filary koncepcji CSR, lecz są w większym stopniu zabiegiem jednorazowego wzmocnienia wizerunku firmy dbającej o otoczenie, w obrębie którego funkcjonuje. Potwierdza to, co słusznie zaznaczyła autorka, nieobecność w badanych raportach podstawowych narzędzi umożliwiających proces sprzężenia zwrotnego z otoczeniem firmy (Hąbek 2015, s. 111). Nie są to zatem narzędzia mające na celu zainicjowanie dialogu z interesariuszami przedsiębiorstwa, zbudowanie relacji w oparciu o zaprezentowane dane ESG, lecz raczej rozbudowane broszury informacyjne, opisujące dotychczasowe „dokonania” firmy.

Do kolejnego etapu tego samego badania, jego autorka zaprosiła ekspertów zewnętrznych oraz menedżerów odpowiedzialnych w strukturze firmy za sporządzanie raportów CSR. Zapytani o motywy ich publikowania, specjaliści spoza otoczenia firmy najwyżej oceniali aspekty etyczne takie, jak np. „chęć ujawnienia prawdziwego i rzetelnego obrazu działalności organizacji”, natomiast menedżerowie najczęściej wskazywali na motywy marketingowe (np. poprawę wizerunku przedsiębiorstwa) (Hąbek 2015, s. 131). Co więcej, „menedżerowie generalnie niżej oceniali motywy wynikające z chęci zaspokojenia potrzeb interesariuszy niż grupa zewnętrznych ekspertów, specjalistów. Oznaczać to może, że interesariusze albo rzadko wysuwają żądania co do ujawniania tego rodzaju danych, albo menedżerowie po prostu nie przywiązują wagi lub lekceważą napływające tego rodzaju sygnały, informacje” (Hąbek 2015, s. 131). Warto także zaznaczyć, iż większość ankietowanych z obu grup zgodnie oczekiwała większego wsparcia ze strony państwa w rozwoju praktyk sprawozdawczości CSR (Hąbek 2015, s. 133). Analizując zatem motywy publikowania danych ESG, widzimy pewnego rodzaju brak wspólnego języka pomiędzy osobami odpowiedzialnymi za ich gromadzenie i udostępnianie a ekspertami zewnętrznymi. Pierwsza grupa stawiała na aspekt marketingowy, podczas gdy druga, zgodnie z założeniami koncepcji społecznej odpowiedzialności biznesu, podkreślała znaczenie

transparentności firmy.

Wyniki badania zrealizowanego przez Stowarzyszenie Emitentów Giełdowych, firmę analityczną GES oraz firmę doradczą Crido Business Consulting wśród spółek notowanych na Giełdzie Papierów Wartościowych w ramach projektu „Analiza ESG spółek w Polsce” trafnie uzupełniają przedstawiony do obraz. Badacze analizowali w tym przypadku jakość prezentowanych danych, stosując metodologię opartą na siedmiostopniowej skali, gdzie najniższa ocena oznaczała *Brak informacji lub całkowite niepowodzenie*, natomiast najwyższa *Mechanizm zewnętrznej weryfikacji* (Kostrzewa 2014, s. 9). Rezultaty analizy pokazały, iż „[...] spółki na podobnym, dosyć niskim poziomie ujawniają informacje związane z ochroną środowiska (81,2% firm otrzymało ocenę najniższą) i społeczną odpowiedzialnością (88,3% firm ocenionych najniżej)”. W przypadku danych na temat ładu korporacyjnego (a więc tych, którym obowiązująca już dyrektywa unijna poświęca najmniej uwagi), ponad połowa badanych firm (53,4%) otrzymała ocenę znajdującą się pośrodku skali (Kostrzewa 2014, s. 10). Uzyskujemy zatem kolejny powód, aby stwierdzić, iż jakość udostępnianych danych ESG przez polskie przedsiębiorstwa wciąż pozostawia wiele do życzenia. Co prawda, nowe regulacje prawne na chwilę obecną większości z nich nie obejmują, ale nie można wykluczyć, że w przyszłości sytuacja ta ulegnie zmianie, a wówczas będą one wyzwaniem dla znaczącej części polskiego biznesu. Znaczącą rolę może tu odegrać otoczenie firmy.

Zapotrzebowanie na dane pozafinansowe

Inną kwestią, która także jest istotna w kontekście podjętych rozważań jest perspektywa potencjalnych adresatów danych ESG w naszym kraju. Czy w istocie poszukują oni tego typu informacji oraz czy uwzględniają je w procesie podejmowania decyzji związanych z działalnością firmy będącej w obszarze ich zainteresowania?

Obecnie trudno jest skonstruować realny obraz zapotrzebowania na dane pozafinansowe, gdyż grono interesariuszy firm jest niezwykle szerokie i zróżnicowane. Problemem jest także jednoznaczne określenie postawy polskich inwestorów, gdyż nie pozwala na to liczba zrealizowanych wśród nich badań. W 2016 roku Giełda Papierów Wartościowych oraz firma doradcza Deloitte przeprowadziły badanie wpływu czynników ESG na decyzje inwestycyjne. „Do wypełnienia ankiety on-line, składającej się z 16 pytań, zaproszono grupę składającą się z ponad 300 profesjonalnych uczestników rynku kapitałowego (tj. przedstawiciele domów maklerskich, funduszy inwestycyjnych i emerytalnych, firm doradczych, banków powierniczych i innych)”

(Deloitte 2016, s. 3). Wyniki wykazały, iż 62% badanych dostrzegło korelację pomiędzy tak zwanym *odpowiedzialnym* podejściem w stosunku do prowadzenia biznesu a wynikami finansowymi przedsiębiorstwa (Deloitte 2016, s. 7). Nie należy tego jednak w żadnym razie rozumieć jako deklaracje, że respondenci, których można określić mianem inwestorów, rzeczywiście brali pod uwagę czynniki ESG w momencie podejmowania decyzji inwestycyjnych. Tutaj zdania były bardziej podzielone. Jedynie 15% uwzględniało wszystkie czynniki ESG, 31% uwzględniało wybrane, 8% nie uwzględniało, ale planowało zacząć to robić w okresie najbliższych 2-3 lat, natomiast 46% w ogóle nie brało zagadnień z obszaru ESG pod uwagę (Deloitte 2016, s. 17).

Podsumowanie

Na podstawie dotychczasowego stanu raportowania pozafinansowego przedsiębiorstw oraz wciąż niskiego poziomu współpracy międzysektorowej w naszym kraju można domniemywać, iż nowe rozporządzenie prawne z perspektywy przedsiębiorców może być jednak postrzegane jako zło konieczne. Trudno więc mówić o szansach na budowanie wartości firm odpowiedzialnych za ich wpływ na środowisko społeczno-ekologiczne, w obrębie którego funkcjonują. Być może pojawienie się obowiązku raportowania pozafinansowego jest pierwszym krokiem w tym kierunku, jednakże obecnie mamy do czynienia raczej z instytucjonalnym przymusem *sensu stricto*. Rzeczywistą jakością opublikowanych, w przypadku wielu organizacji po raz pierwszy, danych ESG można będzie poddać krytycznej ocenie dopiero w nadchodzących latach. Na chwilę obecną można natomiast stwierdzić, iż raportowanie danych pozafinansowych jest w Polsce na stosunkowo niskim poziomie, podobnie jak wiedza na temat założeń koncepcji CSR, a polskie firmy nie budują swojej wartości w oparciu o prowadzenie i transparentność działań z zakresu ESG. Stosunkowo niskie zapotrzebowanie na tego typu informacje również nie zwiastuje rychłej zmiany tej sytuacji. Ponadto, nawiązując do opisanego wcześniej niskiego zaangażowania rządu w rozwój koncepcji społecznej odpowiedzialności biznesu można ostatecznie uznać, wtórując licznym artykułom w zasobach internetowych traktującym o nowo obowiązującej dyrektywie unijnej, iż sektor biznesu w Polsce nie jest jeszcze gotowy na raportowanie pozafinansowe na poziomie ogólnoeuropejskim.

Literatura

- DELOITTE Sustainability Consulting Central Europe (2016), Wpływ czynników ESG na decyzje inwestycyjne–Raport z badania, Deloitte Advisory Sp. z o.o., Warszawa.
- HĄBEK P. (2015), Sprawozdawczość przedsiębiorstw w zakresie ich społecznej odpowiedzialności. Ocena jakości raportów CSR, Wydawnictwo CeDeWu, Warszawa.
- KOSTRZEWA M. (2014), Stan raportowania danych ESG na podstawie wyników III edycji projektu, [w:] Raportowanie danych niefinansowych ESG a odpowiedzialne inwestowanie. Przewodnik dla spółek i inwestorów, red. R. Sroka, Stowarzyszenie Emitentów Giełdowych, Warszawa.
- KRUKOWSKA M. (2015), Kilkaset firm czeka rewolucja w raportowaniu, Forbes, źródło internetowe: <http://csr.forbes.pl/raportowanie-danych-pozafinansowych-obowiazkowe-od-2017-r-,artykuly,194915,1,1.html> [data dostępu: 12.07.2017].
- MINISTERSTWO ROZWOJU (2014), Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady 2014/95/UE z dnia 22 października 2014 r. zmieniająca dyrektywę 2013/34/UE w odniesieniu do ujawniania informacji niefinansowych i informacji dotyczących różnorodności przez niektóre duże jednostki oraz grupy, adres internetowy: https://www.mr.gov.pl/media/15924/20141201_CELEX_32014L0095_PL_TXT.pdf [data dostępu: 12.07.2017].
- MINISTERSTWO ROZWOJU (2017), Konstytucja Biznesu, adres internetowy: <https://www.mr.gov.pl/media/29158/KONSTYTUCJABIZNESU.pdf> [data dostępu: 10.07.2017].
- PISKALSKI G. (2015), Społeczna odpowiedzialność biznesu w polskich realiach. Teoria a praktyka, Fundacja Centrum CSR.PL, Warszawa.
- POLAK K. (2016), DNA polskiej aktywności biznesowej, [w:] Gazeta Polska Codziennie - Dodatek Specjalny „Polski biznes odpowiedzialny”, adres internetowy: <http://niezalezna.pl/uploads/dodatek.pdf> [data dostępu: 10.07.2017].

Piotr Nieporowski

**THE ESSENCE OF SOCIAL REPORTING. VALUE BUILDING
OR INSTITUTIONAL COERCION?**

Keywords: extra-financial reporting, ESG, Corporate Social Responsibility, CSR.

This article attempts to objectively discuss the sense and values stemming from the examination and reporting by companies about their socio-ecological engagement under the Corporate Social Responsibility (CSR) concept. The author refers to the publications and research reports describing extra-financial reporting prepared by companies in Poland, and to his own analysis of periodical social reports published by companies and of the content of their websites. The aim of the article is to answer the question whether, in Poland, social reporting in business is or (in the face of new laws) still has a chance of becoming a method for shaping the values of companies as transparent entities, responsible for the influence they have on their environment. The author was inspired and motivated by the contents of the EU Parliament and EU Council Directive forcing, since January 2017, public-interest entities in Member States to reveal non-financial information (ESG factors, i.e., environment, social responsibility, corporate order).

Piotr Nieporowski

**ISTOTA RAPORTOWANIA SPOŁECZNEGO. BUDOWANIE WARTOŚCI
CZY INSTYTUCJONALNY PRZYMUS?**

Słowa kluczowe: raportowanie pozafinansowe, ESG, społeczna odpowiedzialność biznesu, CSR.

Niniejszy artykuł jest próbą obiektywnego ujęcia sensu i wartości płynących z badania oraz raportowania przez przedsiębiorstwa ich społeczno-ekologicznego zaangażowania w ramach założeń koncepcji społecznej odpowiedzialności biznesu (ang. *Corporate Social Responsibility – CSR*). W swoich rozważaniach autor odwołuje się do publikacji oraz raportów badawczych, opisujących stan sprawozdawczości pozafinansowej dokonywanej przez firmy w Polsce oraz wyników własnej analizy okresowych raportów społecznych, publikowanych przez firmy i zawartości merytorycznej ich stron internetowych. Celem artykułu jest uzyskanie odpowiedzi na pytanie, czy w naszym kraju raportowanie społeczne biznesu jest lub (w obliczu nowych uregulowań prawnych) ma jeszcze szansę stać się sposobem na budowanie wartości firm jako podmiotów transparentnych i odpowiedzialnych za wpływ, jaki wywierają na otoczenie, w obrębie którego funkcjonują. Inspiracją i motywem do stworzenia artykułu była treść Dyrektywy Parlamentu Europejskiego i Rady Unii Europejskiej, nakładającej od stycznia 2017 roku na duże jednostki interesu publicznego krajów członkowskich obowiązek ujawniania informacji niefinansowych (czynniki ESG – środowisko, społeczna odpowiedzialność i ład korporacyjny).