



Adam Nosowski

Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu
Wydział Zarządzania, Informatyki i Finansów
Katedra Bankowości
adam.nosowski@ue.wroc.pl

Justyna Zabawa

Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu
Wydział Zarządzania, Informatyki i Finansów
Katedra Bankowości
justyna.zabawa@ue.wroc.pl

Ewa Łosiewicz-Dniestrzańska

Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu
Wydział Zarządzania, Informatyki i Finansów
Katedra Bankowości
ewa.losiewicz@ue.wroc.pl

UWARUNKOWANIA FORMALNE I APLIKACYJNE RAPORTOWANIA NIEFINANSOWEGO W BANKACH

Streszczenie: Rozszerzenie zakresu informacji ujawnianych i udostępnianych przez podmioty rynkowe o kwestie niefinansowe wynika ze zmiany postrzegania rodzaju i zakresu ich oddziaływań na zróżnicowane grupy interesariuszy oraz szeroko rozumiane otoczenie. W przypadku banków pojawia się też konieczność wynikająca z refleksji pokryzysowych oraz zaburzeń w zakresie zaufania i reputacji. Raportowanie niefinansowe stawia przed bankami określone wyzwania aplikacyjne wynikające nie tylko z uwarunkowań formalnych, ale także z konieczności podążania za zmieniającymi się oczekiwaniami zidentyfikowanych grup interesariuszy. W artykule starano się zwrócić uwagę na wybrane konteksty aplikacyjne, których natura zwykle wykracza poza raportowy charakter.

Słowa kluczowe: raportowanie niefinansowe, społeczna odpowiedzialność banków, raportowanie GRI, interesariusze banków.

JEL Classification: G21, M14, Q20.

Wprowadzenie

Współczesne banki – funkcjonujące w skomplikowanym otoczeniu biznesowym i społecznym, a także środowiskowym – wchodzą w interakcje z wieloma grupami interesariuszy. Bank chcący świadomie i w sposób kontrolowany kształtować zakres i skutki tych oddziaływań musi prowadzić skuteczną politykę

informacyjną. Postępujące rozszerzenie zakresu informacji ujawnianych i udostępnianych wynika więc ze zmiany postrzegania rodzaju i zakresu oddziaływań podmiotów rynkowych, w tym banków, na zróżnicowane grupy interesariuszy oraz szeroko rozumiane otoczenie. W przypadku banków pojawia się też konieczność wynikająca z refleksji pokryzysowych i zaburzeń w zakresie zaufania i reputacji. Uzupełnienie dotychczasowej sprawozdawczości o informacje niefinansowe daje szansę na pełniejsze zrozumienie, przez zainteresowane strony, uwarunkowań funkcjonowania określonego podmiotu i specyfiki działania oraz jego konsekwencji¹. O ile sprawozdawczość finansowa, której zarówno wymierna natura, jak i wypracowane standardy raportowania nie pozostawiają dużego marginesu interpretacji czy aplikacyjnej swobody, o tyle raportowanie niefinansowe dopiero stoi na początku drogi formalizowania i standaryzacji oraz wypracowywania rozwiązań metodycznych. W niniejszym artykule uwagę skupiono na identyfikacji formalnych, metodycznych i aplikacyjnych uwarunkowań raportowania niefinansowego w instytucjach bankowych². Za jego cele przyjęto:

- przedstawienie formalnych uwarunkowań raportowania niefinansowego wynikających z regulacji i uznania standardu GRI jako dopuszczalnej formy raportowania,
- identyfikację uwarunkowań aplikacyjnych i analizę sposobów ich uwzględnienia w niefinansowych raportach bankowych.

Przyjęto hipotezę, iż duże zróżnicowanie informacji niefinansowych, zarówno merytoryczne, jak i prezentacyjne, wymaga ramowej strukturyzacji i weryfikacji.

Na etapie prac identyfikacyjno-poznawczych przyjęto w artykule trzy konteksty analityczne: kontekst interesariuszy (do kogo są skierowane niefinansowe raporty bankowe), kontekst istotności (jakie aspekty funkcjonowania banków są brane pod uwagę oraz jak jest dokonywana ich priorytetyzacja), a także kontekst wskaźników/ujawnień (w jaki sposób określone aspekty są prezentowane). Bazą informacyjną były raporty niefinansowe – zgodne z jednym ze standardów GRI – wybranych banków uniwersalnych działających w polskim sektorze bankowym o potwierdzonym nastawieniu na społeczną odpowiedzialność biznesu.

¹ Więcej na temat znaczenia informacji niefinansowych dla interesariuszy w: Krasodomska [2009].

² W literaturze przedmiotu pojawiły się inne próby identyfikowania różnorodnych uwarunkowań raportowania niefinansowego w instytucjach finansowych, np.: Lament [2017]; Kundid Novokmet, Rogość [2016].

1. Uwarunkowania formalne raportowania niefinansowego

Formalizacja obowiązku ujawniania informacji niefinansowych przez największe podmioty rynkowe jest ważnym krokiem na drodze ku zwiększaniu transparentności, lepszemu odzwierciedlaniu rzeczywistej sytuacji przedsiębiorstw, zmniejszaniu asymetrii informacyjnej [Fijałkowska, 2016, s. 120]. W oczekiwaniach względem raportowania niefinansowego postulowano wprowadzenie rozwiązania ustawowego, które charakteryzowałoby się dużą elastycznością aplikacyjną, a jednocześnie pozwalało uwzględnić wielowymiarowy charakter społecznej odpowiedzialności instytucji oraz różnorodność realizowanych przez nie strategii w zakresie społecznej odpowiedzialności, przy jednoczesnym dbaniu o odpowiednią porównywalność w celu uwzględnienia potrzeb inwestorów i innych grup interesariuszy.

Formalna realizacja tych postulatów przyjęła postać Dyrektywy 2014/95/UE zmieniającej dyrektywę 2013/34/UE w odniesieniu do ujawniania informacji niefinansowych i informacji dotyczących różnorodności przez niektóre duże jednostki oraz grupy. W 2017 r. pojawiły się wydane przez Komisję Europejską Wytyczne dotyczące sprawozdawczości w zakresie informacji niefinansowych (metodyka sprawozdawczości niefinansowej) [Dziennik Urzędowy Unii Europejskiej 2017/C 215/01]. Implementacją tej dyrektywy w warunkach polskich jest modyfikacja ustawy o rachunkowości wprowadzona nowelizacją z dnia 15 grudnia 2016 r. Skrótowe zestawienie wybranych treści wspomnianych regulacji przedstawiono w tabeli 1.

Tabela 1. Zestawienie treści regulacyjnych w zakresie raportowania niefinansowego

Dyrektywa 2014/95/UE	Ustawa o rachunkowości (art. 49b)
1	2
<p>Duże jednostki, które są jednostkami interesu publicznego, przekraczające na dzień bilansowy kryterium średniej liczby 500 pracowników w ciągu roku obrotowego, ujmują w sprawozdaniu z działalności oświadczenie na temat informacji niefinansowych zawierające informacje – w stopniu niezbędnym do zrozumienia rozwoju, wyników i sytuacji jednostki oraz wpływu jej działalności – dotyczące co najmniej kwestii środowiskowych, społecznych i pracowniczych, poszanowania praw człowieka, przeciwdziałania korupcji i łapownictwu, w tym:</p> <p>a) krótki opis modelu biznesowego jednostki</p>	<p>1. Jednostka, o której mowa w art. 3 ust. 1e pkt 1–6, będąca spółką kapitałową, spółką komandytowo-akcyjną lub taką spółką jawną lub komandytową, której wszystkimi współnikami ponoszącymi nieograniczoną odpowiedzialność są spółki kapitałowe, spółki komandytowo-akcyjne lub spółki z innych państw o podobnej do tych spółek formie prawnej, pod warunkiem że w roku obrotowym, za który sporządza sprawozdanie finansowe, oraz w roku poprzedzającym ten rok przekracza następujące wielkości:</p> <p>1) 500 osób – w przypadku średniorocznego zatrudnienia w przeliczeniu na pełne etaty</p>

cd. tabeli 1

1	2
<p>b) opis polityk stosowanych przez jednostkę w odniesieniu do tych kwestii, w tym do wdrożonych procesów należytej staranności</p> <p>c) wynik tych polityk</p> <p>d) główne ryzyka związane z tymi kwestiami, powiązane z operacjami jednostki, w tym – w stosownych przypadkach i na zasadzie proporcjonalności – jej stosunkami gospodarczymi, produktami lub usługami, które mogą wywierać niekorzystny wpływ w tych dziedzinach, oraz sposób zarządzania tymi ryzykami przez jednostkę</p> <p>e) niefinansowe kluczowe wskaźniki wyników związane z daną działalnością</p> <p>Jeżeli jednostka nie stosuje żadnej polityki odnośnie do przynajmniej jednej z wymienionych kwestii, w oświadczeniu na temat informacji niefinansowych podaje się dokładne wyjaśnienie uzasadniające taką decyzję</p> <p>Wymagając ujawnienia informacji, o których mowa w akapicie pierwszym, państwa członkowskie przewidują, że jednostki mogą się opierać na krajowych, unijnych lub międzynarodowych zasadach ramowych, przy czym wówczas jednostki wskazują, z jakich zasad ramowych korzystały</p>	<p>2) 85 000 000 zł – w przypadku sumy aktywów bilansu na koniec roku obrotowego lub 170 000 000 zł – w przypadku przychodów netto ze sprzedaży towarów i produktów za rok obrotowy – zawiera dodatkowo w sprawozdaniu z działalności – jako wyodrębnioną część – oświadczenie na temat informacji niefinansowych.</p> <p>2. Oświadczenie na temat informacji niefinansowych obejmuje co najmniej:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) zwięzły opis modelu biznesowego jednostki 2) kluczowe niefinansowe wskaźniki efektywności związane z działalnością jednostki 3) opis polityk stosowanych przez jednostkę w odniesieniu do zagadnień społecznych, pracowniczych, środowiska naturalnego, poszanowania praw człowieka oraz przeciwdziałania korupcji, a także opis rezultatów stosowania tych polityk 4) opis procedur należytej staranności – jeżeli jednostka je stosuje w ramach polityk, o których mowa w pkt 3 5) opis istotnych ryzyk związanych z działalnością jednostki mogących wywierać niekorzystny wpływ na zagadnienia, o których mowa w pkt 3, w tym ryzyk związanych z produktami jednostki lub jej relacjami z otoczeniem zewnętrznym, w tym z kontrahentami, a także opis zarządzania tymi ryzykami. <p>3. Sporządzając oświadczenie na temat informacji niefinansowych, jednostka przedstawia informacje niefinansowe w zakresie, w jakim są one niezbędne dla oceny rozwoju, wyników i sytuacji jednostki oraz wpływu jej działalności na zagadnienia, o których mowa w ust. 2 pkt 3.</p> <p>4. Jeżeli jednostka nie stosuje polityki w odniesieniu do jednego lub kilku zagadnień, o których mowa w ust. 2 pkt 3, w oświadczeniu na temat informacji niefinansowych jednostka podaje powody jej niestosowania</p>

cd. tabeli 1

1	2
	5. Jednostka przy sporządzaniu oświadczenia na temat informacji niefinansowych może stosować dowolne zasady, w tym własne zasady, krajowe, unijne lub międzynarodowe standardy, normy lub wytyczne. W oświadczeniu jednostka zawiera informację o tym, jakie zasady, standardy, normy lub wytyczne zastosowała

Źródło: [Dyrektywa 2014/95/UE]; [Ustawa o rachunkowości, art. 49b].

Analiza treści obu regulacji pozwala zidentyfikować pewne różnice pomiędzy nimi. Oczywiście ustawa o rachunkowości jest implementacją dyrektywy i musi się odnosić do tych samych zagadnień, ale już sposób określenia zawartości merytorycznych został inaczej zredagowany (transpozycja dyrektywy). Zapisy w polskiej ustawie są czytelniejsze i pozwalają na bardziej jednoznaczną interpretację. Dzięki temu sekwencja sprawozdawcza wynikająca z tej ustawy jest bardziej spójna i obejmuje:

- 1) model biznesowy,
- 2) niefinansowe wskaźniki efektywności,
- 3) opis polityk,
- 4) opis procedur,
- 5) opis ryzyk³.

Taki układ pozwala na lepsze zrozumienie biznesowych uwarunkowań rozwoju, uzyskiwanych wyników i sytuacji określonego podmiotu, a także jest bazą identyfikacji wpływu jego działalności na aspekty środowiskowe czy społeczne oraz określenia ich zakresu i skali.

Zgodnie z regulacjami raportowanie niefinansowe może być realizowane według wybranych standardów czy norm. Jednym z powszechnie stosowanych i uznawanych w praktyce biznesowej rozwiązań w tym zakresie jest zestaw wytycznych raportowania zrównoważonego rozwoju GRI, przygotowywany przez organizację Global Reporting Initiative. Rozwiązanie to odwołuje się do międzynarodowych standardów w zakresie CSR i zrównoważonego rozwoju, w tym: Wytycznych OECD dla przedsiębiorstw wielonarodowych, 10 Zasad ONZ Global Compact, Wytycznych ONZ dotyczących biznesu i praw człowieka. Standard jest rozwijany ewolucyjnie i kolejne jego edycje są oznaczone symbolami: GRI G1, GRI G2, GRI G3 oraz GRI G4. Od 2017 roku wdrażany

³ Szerzej na temat uwarunkowań tej sekwencji sprawozdawczej w: Andrejczuk [2017].

jest nowy GRI Standards mający na celu uproszczenie metodyki sporządzania raportów i uczynienie je bardziej czytelnymi.

Wytyczne GRI zawierają ogólne zasady oznaczania wpływu działalności biznesowej oraz szczegółowe wskaźniki (informacje, ujawnienia), które znajdują się w kolejnych częściach raportu i odnoszą się do obszarów społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw. W raportowaniu według standardów GRI szczególny nacisk został położony na rolę, jaką odgrywają relacje z interesariuszami w obszarze CSR. Ich oczekiwania zostały włączone w proces analizy istotności raportowanych tematów (o czym więcej w dalszej części artykułu). Warto zaznaczyć, iż standard GRI posiada także wytyczne sektorowe (suplementy), które są dedykowane dla specjalnych rodzajów prowadzonej działalności. Wśród suplementów opracowano również ten, który został skierowany do sektora usług finansowych – GRI Financial Services Sector Supplement, wydany w 2008 r. i opracowany na podstawie wytycznych GRI G3 z 2006 r.

2. Analiza wybranych uwarunkowań aplikacyjnych

2.1. Założenia analityczne

W artykule wybiórczo przeanalizowano wybrane raporty niefinansowe CSR za 2016 r. Pierwotną zbiorowością banków branych pod uwagę były te, które zgłosiły się do konkursu Raporty Społeczne (edycja 2017)⁴, co uznano za przejaw świadomego kreowania wizerunku i postaw w zakresie społecznej odpowiedzialności biznesu. Podstawowym kryterium doboru podmiotów do analizy było sporządzanie przez nie raportów według standardów GRI (dopuszczono zarówno te, które bazowały na GRI G4, jak i te odnoszące się do nowszego rozwiązania w postaci GRI Standards). W celu pokazania różnorodności stosowanych rozwiązań zdecydowano się na uwzględnienie w analizie zarówno raportów dedykowanych (niefinansowych/społecznych), jak i raportów zintegrowanych (całościowych, w których aspekty niefinansowe/społeczne stanowią element składowy). Istotne było również to, aby forma raportów pozwalała na ich względnie łatwe porównywanie (stosowanie indeksów treści, w tym indeksów odniesień GRI). W wyniku dokonanej selekcji z potencjalnych 6 kandydatów

⁴ Konkurs Raporty Społeczne to coroczna inicjatywa mająca na celu upowszechnianie idei odpowiedzialnego biznesu (CSR), zrównoważonego rozwoju, ochrony środowiska i zaangażowania społecznego, skierowana do firm i organizacji publikujących raporty ze swojej aktywności w tych obszarach. Pierwsza edycja konkursu miała miejsce w 2007 roku.

wybrano cztery banki: Bank Zachodni WBK, Bank Millennium, ING Bank Śląski oraz mBank. Wszystkie one mają zbliżony model biznesowy (banki uniwersalne z rozwiniętym pionem detalicznym i korporacyjnym), stabilną sytuację finansową i bazę klientowską⁵. Banki te stosowały odpowiednio: standard GRI G4: Bank Zachodni WBK, mBank, ING Bank Śląski oraz GRI Standards: Bank Millennium⁶.

W celu identyfikacji uwarunkowań aplikacyjnych wynikających z rozwiązań formalnych oraz specyfiki sektorowej zdecydowano się na przeanalizowanie bankowych praktyk raportowania niefinansowego, biorąc pod uwagę trzy konteksty: interesariuszy, istotności raportowanych aspektów (tematyki) oraz wskaźników/ujawnień. Jako bazy odniesienia użyto wytycznych dotyczących sprawozdawczości w zakresie informacji niefinansowych opracowanych i udostępnionych przez Komisję Europejską oraz wskazówek zawartych w standardach i wytycznych GRI. Celem analizy nie jest ocena banków ani raportów przez nie przygotowanych pod względem merytorycznym, a wskazanie uwarunkowań aplikacyjnych i sposobów radzenia sobie z nimi (np. sposób prezentowania informacji, różnorodność, porównywalność).

2.2. Kontekst interesariuszy

Raporty niefinansowe powinny stanowić źródło informacji dla określonej (zidentyfikowanej) grupy interesariuszy. To ich uzasadnione oczekiwania i potrzeby są podstawowym punktem odniesienia w procesie podejmowania decyzji o zawartości, profilu i szczegółowości raportu. Oczywiście sama identyfikacja interesariuszy powinna się wpisywać w szerszy zakres zarządzania relacjami z nimi, a w raporcie powinny być przedstawiane efekty działań w tym obszarze. Punktem wyjścia do zorientowania się w potrzebach i oczekiwaniach interesariuszy jest określenie wpływu, gdzie jego siła to istotna informacja o poziomie zaangażowania i potencjalnym zagrożeniu, jakie płynie ze strony identyfikowanych podmiotów [Rudnicka, 2012, s. 105].

Jednym z narzędzi kreowania relacji z interesariuszami (w tym określania potrzeb i oczekiwań), które może być prezentowane w raportach niefinansowych, jest kontrolowany proces angażowania interesariuszy pozwalający zrozu-

⁵ Potwierdzenie dobrej sytuacji wybranych do analizy banków można znaleźć m.in. w raporcie „Polska bankowość w liczbach – I kw. 2017 r.” przygotowanym przez portal Bankier.pl czy też w rankingu banków magazynu „Forbes” (edycja 2017).

⁶ W artykule jako odniesienie do treści standardu GRI przyjęto mapowanie GRI G4.

mieć ich uzasadnione oczekiwania i potrzeby, a także zapewnić odpowiedni sposób komunikacji z nimi. Proces ten powinien być oparty na systematycznych i ogólnie przyjętych zasadach lub metodykach (np. ankiety, grupy fokusowe, sesje dialogowe), a jego przeprowadzenie powinno być udokumentowane, tak aby można było poddać weryfikacji zarówno proces, jak i finalną strukturę i zawartość raportu. Dodatkowo systematyczne angażowanie interesariuszy w proces przygotowania raportu zwiększa ich otwartość oraz użyteczność udostępnianych informacji. Zidentyfikowane grupy interesariuszy (G4-24) oraz procesy ich angażowania (G4-26) w analizowanych bankach zostały przedstawione w tabeli 2.

Tabela 2. Kontekst interesariuszy w analizowanych bankach

Bank	Zidentyfikowani interesariusze	Elementy procesu angażowania (wybór)
1	2	3
Bank Zachodni WBK	Klienci indywidualni Klienci biznesowi Pracownicy Dostawcy i partnerzy biznesowi Partnerzy społeczni Udziałowcy i środowisko inwestorskie Regulatorzy Organizacje branżowe i zrzeszające biznes Media i opinia publiczna Grupa Santander Środowisko naturalne	Klienci indywidualni: placówki bankowe, badania satysfakcji klientów, strona www i inne kanały internetowe (blog banku, LinkedIn, Facebook, Twitter, Bank Pomysłów) Klienci biznesowi: Centra Bankowości Korporacyjnej, Centrum Obsługi Biznesu, konferencje, wirtualne misje handlowe, badania opinii i satysfakcji Pracownicy: badania opinii pracowników, wewnętrzne czasopismo banku, biuletyny, spotkania z najwyższą kadram zarządzającą, spotkania integracyjne, warsztaty i szkolenia Dostawcy i partnerzy biznesowi: bezpośredni kontakt, konferencje i wydarzenia branżowe Partnerzy społeczni: bezpośrednie spotkania i współpraca, sesje dialogowe z interesariuszami, udział w konferencjach i lokalnych wydarzeniach, wolontariat pracowniczy Udziałowcy i środowisko inwestorskie: kwartalne prezentacje wynikowe (spotkania, konferencje, komunikaty giełdowe i prasowe), Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy Środowisko naturalne: raporty CSR, raporty do instytucji, kontakty i współpraca z organizacjami działającymi na rzecz ochrony środowiska
Millennium	Klienci Pracownicy Inwestorzy Partnerzy biznesowi Otoczenie społeczne Regulatorzy i nadzór rynku Środowisko naturalne	Klienci: badania satysfakcji z produktów i usług oraz jakości obsługi (co miesiąc/kwartał/rok), grupy fokusowe Pracownicy: intranet, forum społecznościowe, czaty, spotkania firmowe z udziałem zarządu, ocena pracownika, badania satysfakcji i motywacji Inwestorzy i analitycy: Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy, Roadshows i konferencje (kilka razy w roku), komunikaty giełdowe i prasowe

cd. tabeli 2

1	2	3
		<p>Partnerzy biznesowi: okresowe spotkania, bieżące kontakty</p> <p>Otoczenie społeczne: spotkania ze studentami, wolontariat pracowniczy</p> <p>Środowisko naturalne: rankingi środowiskowe, sprawozdania środowiskowe do organów administracji państwowej</p>
ING Bank Śląski	<p>Klienci detaliczni i korporacyjni</p> <p>Pracownicy</p> <p>Inwestorzy, analitycy giełdowy, agencje ratingowe</p> <p>Akcjonariusze</p> <p>Administracja lokalna</p> <p>Dostawcy</p> <p>Środowisko akademickie</p> <p>Media</p> <p>Regulatorzy</p> <p>Organizacje pozarządowe i beneficjenci działań z zakresu zaangażowania społecznego</p>	<p>Klienci: opinie i potrzeby klientów zbierane na bieżąco (tzw. Głos klienta). Badania satysfakcji i inne badania, np. tajemniczy klient, NPS czy FCR prowadzone kwartalnie lub rocznie</p> <p>Pracownicy: w cyklach rocznych prowadzone naprzemiennie badanie zdrowia organizacji (OHI) i badanie satysfakcji (WPC)</p> <p>Inwestorzy i analitycy: utrzymywany stały kontakt oraz organizowane kwortalne spotkania z zarządem przy okazji publikacji wyników finansowych</p>
mBank	<p>Pracownicy (pracownicy etatowi, studenci i potencjalni pracownicy)</p> <p>Inwestorzy (Commerzbank – inwestor strategiczny, inwestorzy instytucjonalni, inwestorzy indywidualni, Giełda Papierów Wartościowych w Warszawie, agencje ratingowe i domy maklerskie)</p> <p>Klienci (klienci korporacyjni, instytucje rynku finansowego, przedsiębiorstwa, w tym mikro-przedsiębiorcy, klienci indywidualni, Rzecznik Finansowy, Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów (UOKiK))</p> <p>Partnerzy biznesowi (kluczowi dostawcy, spółki zależne, w których bank ma udziały mniejszościowe)</p> <p>Społeczeństwo (Komisja Nadzoru Finansowego, Związek Banków Polskich (ZBP), Narodowy Bank Polski, media)</p>	<p>Klienci: wiele kanałów komunikacji oraz zestaw badań rynkowych, jak również autorskie, innowacyjne rozwiązania bezpośredniego angażowania klientów</p> <p>Pracownicy: cykliczne badania zaangażowania pracowników, ocena pracownicza. W dialog w organizacji wpisuje się również wewnętrzny program „Dzielenia się wiedzą”</p> <p>Inni: formy i częstotliwość dialogu w relacjach z innymi grupami interesariuszy zależą zarówno od charakteru danej grupy, jak i samej relacji. Dialog ma obecnie charakter zdecentralizowany, tj. za relacje z poszczególnymi grupami interesariuszy odpowiadają odpowiednie jednostki organizacyjne i ich menedżerowie. W procesie definiowania zawartości raportu oparto się na wiedzy i doświadczeniu menadżerów odnośnie do oczekiwań interesariuszy</p>

Źródło: Opracowanie własne na podstawie raportów analizowanych banków (BZWBK S.A., Bank Millennium S.A., ING Bank Śląski S.A., mBank S.A.).

Grupy zainteresowanych zidentyfikowane w analizowanych bankach są w zasadzie zgodne z klasycznym ujęciem typologii interesariuszy (właściciele, pracownicy, społeczności lokalne, klienci, kontrahenci, organizacje społeczne, społeczność lokalna, instytucje regulacyjne i nadzorcze, media, środowisko naturalne). We wszystkich bankach jest to bardzo szeroka grupa interesariuszy, jedynie w niektórych przypadkach dodatkowo różnicowana stopniem wpływu (np. w Millennium Banku). Drobne odstępstwa dotyczą nazewnictwa poszczególnych kategorii interesariuszy oraz przypisania do nich określonych grup zainteresowanych (np. w przypadku mBanku dość dyskusyjne jest przypisanie do kategorii Społeczeństwo takich instytucji, jak KNF, ZBP czy NBP, potraktowanie Grupy Santander jako interesariusza osobnej kategorii w przypadku Banku Zachodniego WBK). Działania w zakresie procesu angażowania interesariuszy również są typowe w analizowanych bankach, ze zróżnicowaną szczegółowością ich prezentacji. Natura działań podejmowanych w ramach procesu angażowania jest zróżnicowana. Część z raportowanych inicjatyw wynika z rutynowej działalności biznesowej (np. bezpośrednie kontakty biznesowe czy obsługa klientów), część natomiast wpisuje się w akcje dedykowane szerszemu kształtowaniu relacji z interesariuszami (np. sesje dialogowe czy badania opinii).

2.3. Kontekst istotności aspektów

Oczekiwania i potrzeby interesariuszy ukierunkowują zakres tematyczny raportu niefinansowego, na który dodatkowo należy nałożyć wymóg istotności przedstawianych informacji, który pozwala skupić uwagę na kwestiach kluczowych. Istotność wprowadza pewien klucz i porządek w raportowanych obszarach, co daje szansę na zrozumienie uwarunkowań rozwoju, uzyskiwanych wyników i sytuacji raportującej instytucji oraz wpływu jej działalności. Istotność informacji niefinansowych powinna być oceniana w określonym kontekście, z uwzględnieniem specyficznych okoliczności funkcjonowania instytucji, biorąc pod uwagę konkretne uwarunkowania i względy sektorowe. Uwarunkowania takie jak: model biznesowy, branża, kontekst geograficzny, kulturowy i prawny działalności, struktura własności oraz rozmiar i natura oddziaływań wpływają na to, jak instytucja identyfikuje istotne aspekty oraz inne zagadnienia przedstawiane w raportach [Wytyczne dotyczące raportowania, 2016, s. 32]. Banki jako firmy działające w jednej branży mogą się zmagać z podobnymi wyzwaniem środowiskowymi, społecznymi oraz w zakresie zarządzania, właściwe może być zatem bezpośrednie porównanie odpowiednich ujawnień informacji niefinansowych przez nie dokonywanych.

Definiowanie zakresu tematycznego raportu niefinansowego (raportowanych aspektów tematycznych) również zakłada korzystanie z kryterium istotności. Co prawda dyrektywa sugeruje pewien zakres oczekiwanych ujawnień w zakresie m.in. kwestii środowiskowych, społecznych, pracowniczych czy poszanowania praw człowieka, ale nie określa zawartości ani ukierunkowania. Wytyczne GRI w tym zakresie zalecają proceduralne podejście przyjmujące postać procesu definiowania treści, składającego się z trzech etapów przygotowawczych: identyfikacji, priorytetyzacji, walidacji etapu weryfikacyjnego: ewaluacji [Wytyczne dotyczące raportowania, 2016, s. 33]. Na etapie identyfikacji instytucja powinna zidentyfikować aspekty oraz wszelkie inne adekwatne tematy na podstawie wpływu swoich działań, produktów, usług oraz relacji bez względu na to, czy oddziaływania występują wewnątrz, czy na zewnątrz organizacji. Efekty identyfikacji są oceniane na etapie priorytetyzacji w zakresie ich istotności i stopnia konieczności uwzględniania interesariuszy. Walidacja ma na celu sprawdzenie, czy sporządzana lista istotnych aspektów spełnia wymogi kompletności i formalne. Po opublikowaniu raportu instytucja powinna poddać go ewaluacji pozwalającej m.in. na określenie niedopasowań i wad, które powinny być skorygowane na etapie identyfikacji w następnym cyklu raportowania. W tabeli 3 przedstawiono listy priorytetowych aspektów raportowanych przez analizowane banki, gdzie dodatkowo dokonano wstępnej kategoryzacji aspektów z punktu widzenia grup interesariuszy.

Tabela 3. Kontekst istotności aspektów w analizowanych bankach

Bank	Zidentyfikowane aspekty (priorytetowe) – wstępna kategoryzacja*	Uwagi
1	2	3
Bank Zachodni WBK	<p>Odpowiedzialna sprzedaż i przeciwdziałanie missellingowi [KL]</p> <p>Etyczna komunikacja marketingowa i rzetelne, zrozumiałe dla klientów informowanie o produktach i usługach [KL]</p> <p>Jakość obsługi klientów i poziom ich satysfakcji [KL]</p> <p>Bezpieczeństwo usług, transakcji i danych klientów [KL]</p> <p>Różnorodność i równość szans w miejscu pracy, w tym równe wynagradzanie kobiet i mężczyzn [PR]</p> <p>Rola wartości i etyki w kulturze organizacyjnej, w tym budowanie odpowiedzialnych postaw pracowników [PR]</p> <p>Zgodność z regulacjami [KL/PR/OT/ŚR]</p> <p>Bankowość mobilna i internetowa oraz podejście do bezpośredniego kontaktu z klientem (sieć placówek) [KL]</p> <p>Portfolio produktów, w tym nowe produkty i innowacje [KL/IW]</p> <p>Strategia banku i kierunki jego rozwoju [IW]</p>	<p>Lista priorytetowa z określeniem istnienia wpływu na bank i na otoczenie (ma/nie ma).</p> <p>Dodatkowo lista pozostałych mniej istotnych aspektów</p>

cd. tabeli 3

1	2	3
Millennium	<p>Wyniki finansowe [IW] Obecność na rynku [IW] Zapewnienie bezpieczeństwa powierzonych środków [KL/OT] Zgodność z regulacjami społecznymi i produktowymi [KL/PR/OT/ŚR] Zdrowie i bezpieczeństwo klienta [KL] Ochrona prywatności klienta [KL] Przeciwdziałanie korupcji [IW/PR/OT] Oznakowanie produktów i usług [KL] Komunikacja marketingowa [KL] Komunikacja z klientami [KL] Komunikacja z inwestorami [IW] Zatrudnienie [PR] Kompetencje doradcy [PR] Edukacja i szkolenia [PR] Naruszenie zasad wolnej konkurencji [PB/OT] Zwiększenie dostępności usług finansowych [KL]</p>	<p>Lista priorytetowa oparta na informacjach zwrotnych od interesariuszy dotyczących działalności banku, które zostały pozyskane z analizy badań satysfakcji klientów i pracowników, rozmów z interesariuszami, zewnętrznych audytorów i jednostek badawczych, ocen otrzymanych w rankingach CSR, trendów CSR w sektorze finansowym. Analiza zebranych tematów opierała się na trzech kryteriach: ciężar społeczno-środowiskowy tematu, jego waga dla interesariuszy oraz wpływ na powodzenie strategii biznesowej banku. Tematy podzielono ze względu na stopień oddziaływania (kluczowy, średni, niski) oraz przypisano im granice oddziaływania (wewnętrzne, zewnętrzne), a także rodzaj wpływu (bezpośredni, pośredni)</p>
ING Bank Śląski	<p>Innowacje na rzecz klienta, produktów i rozwoju firmy [KL/IW] Bezpieczeństwo klienta (prywatności i jego danych) [KL] Etyczne informowanie o produktach i usługach [KL] Zarządzanie relacjami z klientami, dialog z klientami, otwartość na ich opinie i potrzeby [KL] Edukacja klientów (finansowa, o zasadach i możliwościach współpracy z bankiem) [KL] Szkolenie i rozwój pracowników [PR] Jakość obsługi (customer experience) [KL] Wyniki ekonomiczne [IW] Finansowanie inwestorów i inwestycji przyjaznych środowisku [ŚR] Compliance (i rozwój regulacji) [IW/OT] Różnorodność, zapobieganie dyskryminacji, równość szans [PR] Stabilność systemów i platform IT [IN] Odpowiedzialne udzielanie pożyczek i zapobieganie zadłużeniu [KL] Wycena produktów i usług [KL/IW] Zarządzanie ryzykami [IW]</p>	<p>Lista priorytetowych aspektów raportowania z określeniem rodzaju istotności (zewnętrzna/wewnętrzna) oraz stopniem istotności (kluczowa, średnia). Lista przygotowana na podstawie cyklu badań wśród analityków, inwestorów oraz pracowników banku, zweryfikowana i doprecyzowana podczas warsztatów z kadłą zarządzającą</p>

cd. tabeli 3

1	2	3
	Przeciwdziałanie korupcji [PR/OT] Wynagrodzenie pracowników [PR] Dialog z interesariuszami [KL/PR/PB/IW/ŚR] ING Bank Śląski na tle konkurencji w Polsce [IW/PB] Ujawnianie strategii i jej realizacji [IW/PR/OT] Priorytety ING Banku Śląskiego odnośnie do polityki dywidendowej [IW] Kontekst rynkowy. Możliwości i plany rozwoju [IW/PR] Poprawa efektywności zarządzania [IW/PR]	
mBank	Platformy dialogu z klientami [KL] Rzetelne, jasne i przejrzyste komunikowanie produktów [KL] Reklamacje [KL] Ochrona danych klientów [KL] Dostępność usług finansowych [KL] Zaangażowanie w edukację [KL] Bycie odpowiedzialnym inwestorem w kontekście pośredniego oddziaływania ekonomicznego, środowiskowego i społecznego [IW/ŚR] Kultura organizacji i nastawienie na rozwój [IW/PR] Prewencja zachowań nieetycznych [PR] Własny ślad środowiskowy (energia elektryczna, paliwa, materiały biurowe, gospodarka odpadami) [ŚR] Zarządzanie odpowiedzialnością w łańcuchu dostaw [PB] Wyniki finansowe [IW] Notowania akcji [IW]	Identyfikacja aspektów nastąpiła w trakcie warsztatów dla menedżerów banku, podczas których odwoływano się zarówno do wytycznych normy PN-ISO 26000, jak i do wytycznych GRI. Lista aspektów uwzględnia fakt raportowania zintegrowanego i stąd po konsultacjach eksperckich została uzupełniona o aspekty istotne dla interesariuszy związanych z rynkami kapitałowymi

* Grupy interesariuszy: klienci [KL], inwestorzy/właściciele [IW], pracownicy [PR], partnerzy biznesowi [PB], otoczenie [OT], środowisko [ŚR], inne [IN].

Źródło: Opracowanie własne na podstawie raportów analizowanych banków (BZWBK S.A., Bank Millennium S.A., ING Bank Śląski S.A., mBank S.A.).

Przedstawione listy aspektów pokazują profil ukierunkowania analizowanych banków przede wszystkim w kontekście oczekiwań interesariuszy. W tabeli 4 przedstawiono priorytetyzację kategorii aspektów tematycznych według interesariuszy (dokonano prostej transformacji priorytetów aspektowych na ranking kategorii aspektów uwzględniający liczbę odniesień).

Tabela 4. Kategorie aspektów w analizowanych bankach

	Kategorie aspektów (kryterium interesariusza*)						
	KL	IW	PR	PB	OT	ŚR	IN
BZ WBK	1	3	2		4	4	
Millennium	1	3	2	4	3	4	
ING Bank Śląski	2	1	3	5	4	5	6
mBank	1	2	3	5		4	

* Grupy interesariuszy: klienci [KL], inwestorzy/właściciele [IW], pracownicy [PR], partnerzy biznesowi [PB], otoczenie [OT], środowisko [ŚR], inne [IN].

Źródło: Opracowanie własne.

Kluczowe aspekty w analizowanych bankach dotyczyły przede wszystkim kwestii związanych z klientami. Ich zakres był jednak mocno zróżnicowany, od kwestii jakości i obsługi, przez ochronę i bezpieczeństwo, po edukację czy komunikację. Na drugim miejscu banki lokowały aspekty związane z interesariuszami/właścicielami. Przejawiało się to przede wszystkim w kwestiach ujawnień ekonomicznych i finansowych, ale także tych związanych z rozwojem i skutecznością realizowanych strategii. Kwestie pracownicze stanowią trzecią dużą grupę aspektów i związanych z nimi ujawnień, które są uznawane przez banki za bardzo istotne i dotyczą zarówno przestrzegania praw pracowniczych, jak i kapitału intelektualnego (podnoszenie i rozwój kompetencji), a także aspektów finansowych (systemy wynagrodzeń/motywacyjne). Stosunkowo mniejszą uwagę analizowane banki poświęcają aspektom związanym ze środowiskiem, partnerami biznesowymi czy otoczeniem. Należy jednak pamiętać, że analizowane były aspekty wskazane przez banki jako istotne i dalsze miejsce na liście priorytetów należy traktować jako względnie mniejsze, a nie jako nieistotne (nawet w tych bankach, w których brak pewnych aspektów na liście priorytetowej nie oznacza, iż nie podejmują działań z nimi związanych).

2.4. Kontekst wskaźników/ujawnień

Podstawowym i szczegółowym mechanizmem informacyjnym w ramach raportowania niefinansowego są kluczowe niefinansowe wskaźniki efektywności (w tłumaczeniu Dyrektywy 2014/95/UE pojawia się tożsame określenie „niefinansowe wskaźniki wyników”). W polskiej wersji standardu GRI informacje opisujące zaangażowanie przedsiębiorstwa w danym obszarze społecznej odpowiedzialności również określono mianem „wskaźników”. Przy czym analiza ich natury i zakresu podaje w wątpliwość, czy takie określenie jest w pełni trafne i zasadne. W wersji angielskiej informacje te przyjmują brzmienie: „disclosures” oraz „indicators”. Niemniej z racji tego, że w Wytycznych dotyczących sprawozdawczości w zakresie informacji niefinansowych stosuje się również określenie „wskaźniki efektywności”, to nazewnictwo należy uznać na obowiązujące.

Uwarunkowania związane ze wskaźnikami zostaną przedstawione na wybranych przykładach ujawnień pochodzących z analizowanych raportów. Zdecydowano się na poglądowe przedstawienie wybranych pozycji z kategorii środowiskowej i społecznej oraz dla ogólnego aspektu, jakim jest profil organizacji.

W kategorii środowiskowej za przykładowy uznano wskaźnik szczegółowy dotyczący zużycia energii wewnątrz organizacji (G4-EN3) przypisany do aspektu: energia. Zgodnie z wytycznymi do Raportowania GRI dla tego wskaźnika/ujawnienia należy podać:

- całkowite zużycie energii pochodzącej ze źródeł nieodnawialnych/ odnawialnych w dżulach lub ich wielokrotnościach, w tym również stosowane rodzaje paliw,
- w dżulach, watogodzinach lub ich wielokrotnościach całość sprzedanej/ zużytej: energii elektrycznej, energii cieplnej, energii do chłodzenia oraz zużytej pary,
- całkowite zużycie energii w dżulach lub ich wielokrotnościach,
- standardy, metodologie oraz założenia przyjęte do wyliczeń,
- źródło użytych przeliczników.

W tabeli 5 przedstawiono prezentację wskaźnika w badanych instytucjach finansowych.

Tabela 5. Wskaźnik G4-EN3

Wskaźnik: G4-EN3 – Zużycie energii wewnątrz organizacji			R-GRI: I
Bank	Prezentacja wskaźnika	R-B	Uwagi analityczne
1	2	3	4
BZ WBK	Prezentacja danych liczbowych za lata 2015-2016 dotyczących całkowitego zużycia energii elektrycznej (MWh) oraz całkowitego zużycia energii z surowców nieodnawialnych (w MWh) z podziałem na: gaz ziemny, olej opałowy, olej napędowy. Przedstawiono również poziom zużycia energii przy podziale na: benzynę (m ³), gaz ziemny (m ³), olej napędowy (m ³) oraz olej opałowy (tony). W 2016 r. w banku zużyto 2.308,425 MWh mniej energii elektrycznej niż w 2015 r. 13,1% pracowników banku użytkuje samochody służbowe. Zużycie benzyny wzrosło w 2016 r. o 732 m ³	M	Syntetyczna prezentacja danych liczbowych za dwa lata 2015-2016. Przy corocznym wyborze dostawcy energii bank kieruje się m.in. kryterium udziału wartości zielonej energii, którą oferuje sprzedawca
Millennium	W raporcie CSR za 2016 umieszczono dane liczbowe przedstawiające zużycie oleju opałowego (l), gazu ziemnego (m ³), ilość energii cieplnej zakupionej (GJ) oraz ilość energii elektrycznej zakupionej (kWh) za lata 2012-2016 wraz ze zmianą 2016/2015. W ramach tego ujawnienia przedstawiono również zużycie paliw (l) przez flotę samochodową z podziałem na rodzaj paliwa: benzyna lub diesel. Podana została również dokładna liczba samochodów wchodzących w skład floty samochodowej banku	M	W mBanku wskaźnik został zaprezentowany zgodnie z GRI Standards jako GRI 302-1. Pełna i przejrzysta prezentacja danych dotyczących zużycia energii wewnątrz organizacji. Informacje uzupełnione o podróże służbowe pracowników banku

cd. tabeli 5

1	2	3	4
	Prezentacja danych dotyczących podróży służbowych (km) z podziałem na podróże lotnicze, kolejowe, taksówki oraz lotnicze w latach 2012-2016, zmiana 2016/2015 – istotny spadek podróży samolotami (31%)		
mBank	Prezentacja danych za lata 2015-2016 dotyczących zużycia paliw i energii z podziałem na energię elektryczną (GWh), gaz (m ³), benzynę (l) i olej napędowy (l). Pokazanie łącznej konsumpcji energii (GWh). Wszystkie dane zostały przeliczone na GJ	M	Zwięzła prezentacja danych w pliku Excel oraz formacie pdf
ING Bank Śląski	Zbiorcza informacja dotycząca całkowitego zużycia energii elektrycznej za dwa lata kalendarzowe: <ul style="list-style-type: none"> • 2015 – 35 352 381 kWh • 2016 – 33 769 174 kWh 		Jedynie informacje nt. całkowitego zużycia energii elektrycznej za lata 2015-2016 bez podziałów na źródło pochodzenia energii

Rodzaje wskaźników: [I] ilościowy, [O] pisowy/Jakościowy, [M] mieszany (ilościowo-opisowy), [N] nieokreślony.

Źródło: Opracowanie własne na podstawie raportów GRI analizowanych banków.

Wskaźnik G4-EN3 w Wytycznych GRI posiada charakter ilościowy, jednak w analizowanych raportach nadano mu charakter mieszany, tj. ilościowo-opisowy. Najbardziej szczegółowe informacje zostały przedstawione w raporcie Millennium oraz BZ WBK, natomiast najbardziej ograniczone są w opracowaniu przygotowanym przez ING Bank Śląski. Syntetyczna informacja, w najbardziej użyteczny sposób, została przedstawiona w mBanku. W Banku Millennium celem racjonalizacji liczby podróży służbowych stosuje się limity związane z użyciem poszczególnych rodzajów transportu. Pracownicy korzystają najczęściej z transportu kolejowego i autobusowego. W przypadku podróży samolotem wymagana jest zgoda prezesa zarządu, a w przypadku korzystania z samochodu prywatnego – zgoda członka zarządu.

Przykładem wskaźnika z kategorii społecznej jest wskaźnik G4-SO4, który jest przedstawiony w podręczniku stosowania wytycznych GRI G4 jako komunikacja i szkolenia poświęcone politykom oraz procedurom antykorupcyjnym. Opisane zalecenia do jego prezentacji dotyczą podania wartości liczbowych i procentowych dotyczących pracowników poinformowanych o polityce i procedurach antykorupcyjnych organizacji oraz przeszkolonych w zakresie przeciwdziałania korupcji. Sposób przedstawienia wskaźnika G4-SO4 w analizowanych bankach przedstawiono w tabeli 6.

Tabela 6. Wskaźnik G4-SO4

Wskaźnik: G4-SO4 – Komunikacja i szkolenia poświęcone politykom oraz procedurom antykorupcyjnym			R-GRI:M
Bank	Prezentacja wskaźnika	R-B	Uwagi analityczne
BZ WBK	Nazwa wskaźnika: Szkolenia w zakresie polityki i procedur antykorupcyjnych organizacji. Opisano zakres wskaźnika ze szczegółowym podaniem liczby i procentu pracowników, których przeszkolono w zakresie polityki i procedur antykorupcyjnych	M	Obszerny ogólny opis działań prewencyjnych, zwrócenie uwagi na rygorystycznie przestrzeganą praktykę „zero tolerancji dla missellingu”
mBank	Nazwa wskaźnika: Procent pracowników przeszkolonych w zakresie polityki i procedur antykorupcyjnych organizacji. Opisano zakres działań prewencyjnych w odniesieniu do zachowań nieetycznych, informacja o prowadzeniu rejestru postępowań w sprawach o korupcję i stosowaniu kar dla wszystkich ujawnionych przypadków korupcji lub usiłowania korupcji: nie stwierdzono incydentów noszących znamion korupcji	O	Wspólny ogólny opis dla 3 wskaźników
ING BŚ	Nazwa wskaźnika: Komunikacja i szkolenia dotyczące polityki i procedur antykorupcyjnych. Informacje o wskaźniku włączone do opisu podstaw z zakresu: Etyka, wartości i compliance. Brak wprost informacji o liczbie przeprowadzonych szkoleń, jedynie podana informacja o liczbie przeprowadzonych spotkań i warsztatów. Informacja o elektronicznym rejestrze korzyści (od 200 zł) oraz braku stwierdzonych przypadków podejrzanych o przekupstwo lub korupcję	M	Opis wskaźnika obszerny, o charakterze polityki
Millennium	Nazwa wskaźnika: Komunikacja i szkolenia z procedur i polityk antykorupcyjnych. Podana liczba i procent pracowników przeszkolonych z Kodeksu Etycznego, opis wspólny dla kilku innych wskaźników powiązanych z etyką		Wskaźnik zaprezentowany zgodnie z GRI Standards jako GRI 205 – 2

Rodzaje wskaźników: [I] ilościowy, [O] pisowy/Jakościowy, [M] mieszany (ilościowo-opisowy), [N] nieokreślony.

Źródło: Opracowanie własne na podstawie raportów GRI analizowanych banków.

Najbardziej precyzyjnie odniesiono się do analizowanego wskaźnika w raporcie BZ WBK. Pozostałe raporty są mniej dokładne, poruszają zagadnienia z zakresu przypisanego do wskaźnika SO4 w sposób opisowy, informując raczej o zauważeniu problemu konieczności walki z korupcją, jak również o podjęciu działań propagujących uświadamianie pracowników o konsekwencjach nieetycznego zachowania. W raportach brakuje przejrzystości prezentowanych informacji, są one ogólne i nie mają silnego związku z okresem sprawozdawczym.

Ostatnim analizowanym wskaźnikiem jest G4-12 – Łańcuch dostaw organizacji jako element kluczowych działań, ale przede wszystkim odniesień do kluczowych partnerów biznesowych. Wskaźnik G4-12 w podręczniku stosowania wytycznych GRI G4 jest określony jako opis łańcucha dostaw instytucji. Wytyczne zalecają opisać główne elementy łańcucha dostaw w odniesieniu do podstawowej działalności instytucji, jej produktów i usług. Sposób prezentowania wskaźnika G4-12 w analizowanych bankach przedstawiono w tabeli 7.

Tabela 7. Wskaźnik G4-12

Wskaźnik: G4-12 – Opis łańcucha dostaw			R-GRI: M
Bank	Prezentacja wskaźnika	R-B	Uwagi analityczne
BZ WBK	Informacja o objęciu dostawców jednolitymi zasadami wyboru podczas procesu zakupowego i procesu kwalifikacji dostawców oraz o zmodyfikowaniu/ uproszczeniu regulacji: – polityka współpracy z dostawcami w banku – procedura zarządzania dostawcami w banku	M	Powołanie się na liczne regulacje (polityki, procedury, instrukcje), które odnoszą się do zarządzania łańcuchem dostaw
mBank	Opis łańcucha dostaw ze wskazaniem zakupu usług specjalistycznych – specyficznych dla modelu biznesowego banku w postaci usług informatycznych, a również sieć firm zewnętrznych wspierających sprzedaż i obsługę klientów (operatorzy bankomatów, kart kredytowych i płatniczych). Informacja o obowiązywaniu regulaminu „Zasady udziału w procesie zakupowym”	O	Informacje bardzo ogólne, opisowe
ING BŚ	Krótki opis ze wskazaniem przybliżonej liczby dostawców i umów, w zakresie najważniejszych aspektów relacji z dostawcami odwołanie do Polityki Zakupowej	M	Informacje bardzo ogólne, brak danych odnoszących się do okresu raportu
Millennium	Bardzo krótka informacja nt. partnerów biznesowych, podana jest też informacja o istniejącej polityce zakupowej	M	Wskaźnik zaprezentowany według wytycznych GRI Standards jako GRI 102-9 Łańcuch dostaw, w raporcie opis ogólny

Rodzaje wskaźników: [I] ilościowy, [O] pisowy/Jakościowy, [M] mieszany (ilościowo-opisowy), [N] nieokreślony.

Źródło: Opracowanie własne na podstawie raportów GRI analizowanych banków.

W raportach wszystkie analizowane banki podeszły do prezentacji wskaźnika podobnie, przedstawiając ogólne zasady lub jedynie powołania na stosowanie procedur zarządzania łańcuchem dostaw. Z racji naturalnego ukierunkowania CSR-owego większy nacisk jest kładziony na zapewnienie odpowiednich relacji z dostawcami niż na wnoszonej przez nich wartości. W niewielkim stopniu jest uwzględniana specyfika sektorowa (bankowa) oraz wskazywanie konkretnych inicjatyw i działań, które są podejmowane w raportowanym obszarze. Prezentowane informacje mają w raportach różny poziom szczegółowości, a ich strukturyzacja jest dowolna.

Wyrywkowa analiza zidentyfikowała duży stopień nieporównywalności danych prezentowanych przez banki w raportach, co wynika z dużej swobody doboru przez banki wskaźników istotnych, zróżnicowanego poziomu szczegółowości, jak też sposobu ich prezentacji. Trudno traktować to jako zarzut, bo stan ten w znacznej mierze wynika z konstrukcji rozwiązań formalnych, a także ich zakładanej uniwersalności aplikacyjnej (te same zasady i standardy stosowane do różnych podmiotów). W kategoriach analitycznych jest to pewne wyzwanie, ale o instytucjach nie mówią tylko same wskaźniki/ujawnienia, ale także ich dobór oraz priorytetyzacja prezentowanych aspektów (profil istotności tematyki raportowanej przez określony bank).

Podsumowanie

Raportowanie niefinansowe stawia przed bankami określone wyzwania aplikacyjne wynikające nie tylko z uwarunkowań formalnych, ale także z konieczności podążania za zmieniającymi się oczekiwaniami. W artykule starano się zwrócić uwagę na wybrane konteksty aplikacyjne, których natura zwykle wykracza poza stricte raportowy charakter. Część z działań związanych z przygotowaniem raportu jest de facto, a przynajmniej powinno być, cyklicznym podsumowaniem działań wpisujących się w systemowe podejście banku do raportowanych obszarów (tak jest np. z kwestią zarządzania interesariuszami – angażowania ich, śledzenia ich oczekiwań i potrzeb). Niemniej w fazie wdrożeniowej raportowania niefinansowego może ono pełnić nie tylko funkcję sprawozdawczą, ale również katalizującą wprowadzanie zmian czy nowych idei do funkcjonowania instytucji.

W dotychczasowych praktykach w raportowaniu niefinansowym istniała pokusa traktowania go jako swoistego narzędzia marketingowego/ wizerunkowego, prezentującego przede wszystkim osiągnięcia, a nie zagrożenia w obszarze środowiskowym i społecznym [Lament, 2017, s. 64]. Na podstawie dokonanej w opracowaniu analizy można stwierdzić, iż wdrożone w ostatnich latach rozwiązania formalne posiadają potencjał do ograniczenia tego typu zjawisk. Treść raportów stała się pełniejsza i bardziej spójna, zawierają one zarówno informacje pozytywne dotyczące funkcjonowania banku, jak i te, które sygnalizują nieprawidłowości w analizowanej organizacji. W tym kontekście warto również zwrócić uwagę na formę publikacji raportów CSR przez współczesne banki. W porównaniu do wcześniejszych lat są one bardziej dostępne, przejrzyste i czytelne dla odbiorców. Ponadto istotną cechą jest ich interaktywność (odchodzenie od statycznych raportów w formacie PDF). Wydaje się, że w obliczu obowiązkowych uwarunkowań regulacyjnych oraz standaryzacyjnych (wynikających z przyjętego standardu raportowania), a co za tym idzie, konieczności ponoszenia kosztów przygotowania raportów, banki starają się dodatkowo maksymalizować efekty wizerunkowe. Stąd popularność wśród banków konkursów związanych z tematyką CSR, w tym dotyczących przygotowywanych raportów niefinansowych/społecznych. Ma to także wymiar edukacyjny, gdyż zwraca uwagę potencjalnych interesariuszy (np. klientów) na określone zachowania i inicjatywy banków (przede wszystkim w zakresie odpowiedzialnego biznesu, zrównoważonego rozwoju, ochrony środowiska oraz zaangażowania społecznego).

Dość symptomatyczną tendencją w raportowaniu banków jest rosnąca popularność rozwiązań zintegrowanych. Biorąc pod uwagę identyfikowany w bankach szeroki zakres różnych grup interesariuszy oraz ich zróżnicowane potrzeby i oczekiwania, także informacyjne, decyzja niektórych banków o wprowadzeniu raportowania zintegrowanego (z dołączonym indeksowaniem GRI) wydaje się zasadna. Łatwiej w formule zintegrowanej ująć wszystkie niezbędne aspekty i odnosić się do nich kompleksowo i z różnych perspektyw, pokazując jednocześnie całościowy obraz funkcjonowania instytucji⁷. Taki raport integruje informacje dotyczące działalności operacyjnej i zrównoważonego rozwoju, a także w pełniejszy sposób prezentuje model biznesowy, strategię i kierunki rozwoju. Przeprowadzona analiza i zebrane wnioski pozwalają potwierdzić postawioną we wstępie hipotezę, iż duże zróżnicowanie informacji niefinansowych, zarówno merytoryczne, jak i prezentacyjne, wymaga ramowej strukturyzacji oraz weryfikacji.

⁷ Szerzej na temat korzyści z raportowania zintegrowanego w: Remlein [2016].

Literatura

- Andrejczuk M. (2017), *Nowe obowiązki prawne związane z ujawnianiem informacji niefinansowych i polityki dotyczącej różnorodności*, Analiza tematyczna nr 1, Forum Odpowiedzialnego Biznesu.
- 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. Dziennik Urzędowy Unii Europejskiej, s. L330/4.
- Fijałkowska J. (2016), *Raportowanie informacji niefinansowych zgodnie z nową dyrektywą UE 2014/95/EU*, „Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu”, nr 436, s. 115-122.
- GRI G4-Wytyczne dotyczące raportowania. Zasady raportowania i wskaźniki. http://odpowiedzialnybiznes.pl/wp-content/uploads/2016/06/G4-RSPD_PL_27-06-16.pdf (dostęp: 14.03.2019).
- Krasodomska J. (2009), *Znaczenie informacji niefinansowych w rocznych raportach spółek* [w:] I. Sobańska, T., Wnuk-Pel (red.), *Rachunkowość w procesie tworzenia wartości przedsiębiorstwa*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź.
- Kundid Novokmet A., Rogoś A. (2016), *Bank Sustainability Reporting within the GRI-G4 Framework*, „Zeszyty Teoretyczne Rachunkowości”, t. 88(144), s. 109-123.
- Lament M. (2017), *Raportowanie informacji niefinansowych w zakładach ubezpieczeń w Polsce*, „Zeszyty Teoretyczne Rachunkowości”, t. 91(147), s. 63-86.
- Raportowanie niefinansowe. Poradnik dla raportujących*, Zespół ds. Społecznej Odpowiedzialności Przedsiębiorstw, <http://crnavigator.com/materialy/bazadok/460.pdf> (dostęp: 14.03.2019).
- Remlein M. (2016), *Koszty i korzyści prezentowania dokonań przedsiębiorstwa społecznie odpowiedzialnego w zintegrowanym sprawozdaniu*, „Zeszyty Naukowe Politechniki Częstochowskiej Zarządzanie”, nr 23, t. 2, s. 51-59.
- Rudnicka A. (2012), *CSR – doskonalenie relacji społecznych w firmie*, Wolters Kluwer, Warszawa.
- Ustawa o rachunkowości z dnia 29 września 1994 r. Dz.U. 1994, nr 121 poz. 591 z późn. zm.

FORMAL AND APPLICATION CONDITIONS OF NON-FINANCIAL REPORTING IN BANKS

Summary: The extension of the scope of information disclosed and made available by market participants to non-financial information results from a change in the perception of the type and scope of their impact on diverse groups of stakeholders and the broadly understood environment. In the case of banks, there is also a necessity resulting from post-crisis reflections and disturbances in the area of trust and reputation. The article

attempted to draw attention to selected application contexts, whose nature usually goes beyond the reporting nature.

Keywords: non-financial reporting, social responsibility of banks, GRI reporting, bank stakeholders.