

**Mgr Urszula Konarzewska**

Uniwersytet w Białymstoku

ORCID: 0000-0003-1257-3749

e-mail: u.konarzewska@uwb.edu.pl

# Raportowanie społecznej odpowiedzialności biznesu na polskim rynku kapitałowym

## Corporate social responsibility reporting on the Polish capital market

### Streszczenie

Celem badań podjętych w artykule jest przedstawienie trendów związanych z raportowaniem społecznej odpowiedzialności biznesu na polskim rynku kapitałowym w kontekście globalnych wyników w tym obszarze, a także ocena treści raportów sporządzonych przez wybrane spółki giełdowe wchodzące w skład indeksu WIG-ESG. W badaniach wykorzystano metodę desk research polegającą na analizie danych dostarczanych przez KPMG i Global Reporting Initiative oraz raportów zgłoszonych do konkursu Raporty Społeczne. Przeprowadzone badania pokazały, że raportowanie społecznej odpowiedzialności biznesu cieszy się coraz większą popularnością zarówno w skali globalnej, jak i wśród przedsiębiorstw funkcjonujących na polskim rynku. Analiza wybranych raportów wykazała jednak różnice w zakresie oraz strukturze prezentowanych danych, co może utrudniać porównywanie wyników poszczególnych przedsiębiorstw. Z tego względu konieczne jest podejmowanie działań na rzecz podnoszenia jakości raportowania społecznej odpowiedzialności biznesu. Powinny one dotyczyć zwłaszcza promowania wykorzystywania międzynarodowych standardów raportowania niefinansowego, a także wprowadzenia obowiązku weryfikacji takich raportów przez zewnętrznych audytorów.

### Słowa kluczowe

raportowanie społecznej odpowiedzialności biznesu, rynek kapitałowy, społeczna odpowiedzialność biznesu

### Abstract

The aim of the research is to present trends related to corporate social responsibility reporting on the Polish capital market in the context of global results within this area, as well as to evaluate the content of reports prepared by selected companies included in the WIG-ESG index. To achieve the article's purpose, the method of desk research consisted of analysing the data published by KPMG and Global Reporting Initiative, and of reports submitted to the "Social Reports" contest, was used. The conducted analysis indicated that corporate social responsibility reporting is becoming increasingly popular both on the global scale and among the companies on the Polish market. However, the analysis of selected reports showed differences in the scope, and structure of presented data, which may make it difficult to compare the performance of individual companies. For this reason, it is necessary to take further steps to improve the quality of corporate social responsibility reporting. They should be particularly connected with promoting the use of the international standards for non-financial reporting, as well as introducing the obligation to verify such reports by external auditors.

### Keywords

corporate social responsibility reporting, capital market, corporate social responsibility

JEL: G19, M14, M41

## Wprowadzenie

W erze społeczeństwa informacyjnego, dla którego najbardziej pożądanym dobrem jest informacja, na znaczeniu zyskują nie tylko określone postawy

przedsiębiorstwa, ale także raportowanie rzetelnych i przejrzystych danych z tym związanych. Dotyczy to również działań podejmowanych w obszarze społecznej odpowiedzialności biznesu (Corporate Social Responsibility — CSR). Pełne wdrożenie

tej koncepcji oraz skuteczna realizacja jej założeń wymaga mierzenia wyników osiąganych przez jednostki gospodarcze, a następnie ich raportowania w celu wykazania zasadności podjętych decyzji w kontekście obecnych oraz przyszłych potrzeb społeczeństwa (Biadacz, 2017, s. 31). Uzasadnia to konieczność uzupełniania tradycyjnej sprawozdawczości raportami z zakresu społecznej odpowiedzialności biznesu, pozwalającymi przedstawić ekonomiczne, społeczne i środowiskowe działania przedsiębiorstwa na rzecz wyodrębnionych grup interesariuszy, w ściśle zdefiniowanym przedziale czasowym (Wróbel, 2016, s. 85).

Celem podjętych w artykule badań jest przedstawienie trendów związanych z raportowaniem społecznej odpowiedzialności biznesu na polskim rynku kapitałowym w kontekście globalnych wyników w tym obszarze, a także ocena treści raportów sporządzonych przez wybrane spółki giełdowe wchodzące w skład indeksu WIG-ESG. W realizacji celu posłużono się danymi dotyczącymi CSR dostarczanymi przez KPMG (jedna z największych firm na świecie świadczących tzw. usługi profesjonalne, tj. audyt, doradztwo podatkowe i doradztwo gospodarcze) oraz Global Reporting Initiative (międzynarodowa organizacja niezależnych standardów, która pomaga interesariuszom, tj. firmom, rządowi i innym organizacjom, rozumieć i komunikować ich wpływ na kwestie takie jak zmiany klimatyczne, prawa człowieka i korupcja), a także raportami zgłoszonymi do konkursu Raporty Społeczne organizowanego przez Forum Odpowiedzialnego Biznesu i firmę Deloitte.

Pierwsza część artykułu przedstawia przegląd literatury odnoszącej się do problematyki raportowania społecznej odpowiedzialności biznesu. Druga część zawiera opis zastosowanej metodologii, a także źródeł informacji wykorzystywanych w trakcie badania. Trzecia część przedstawia wyniki badań dotyczących raportowania społecznej odpowiedzialności biznesu na świecie oraz w Polsce i zakresie danych prezentowanych w raportach wybranych podmiotów funkcjonujących na polskim rynku kapitałowym. Ostatnia część artykułu wskazuje na najważniejsze aspekty omawianego zagadnienia oraz przedstawia zarówno działania, jakie należy podejmować w celu dalszego rozwoju tej formy raportowania na polskim rynku kapitałowym, jak i kierunki przyszłych badań w tym obszarze.

## Podstawy teoretyczne

Przedmiotem raportowania przedsiębiorstw jeszcze do niedawna były głównie dane finansowe. W dynamicznie zmieniających się warunkach społeczno-ekonomicznych stają się one jednak niewy-

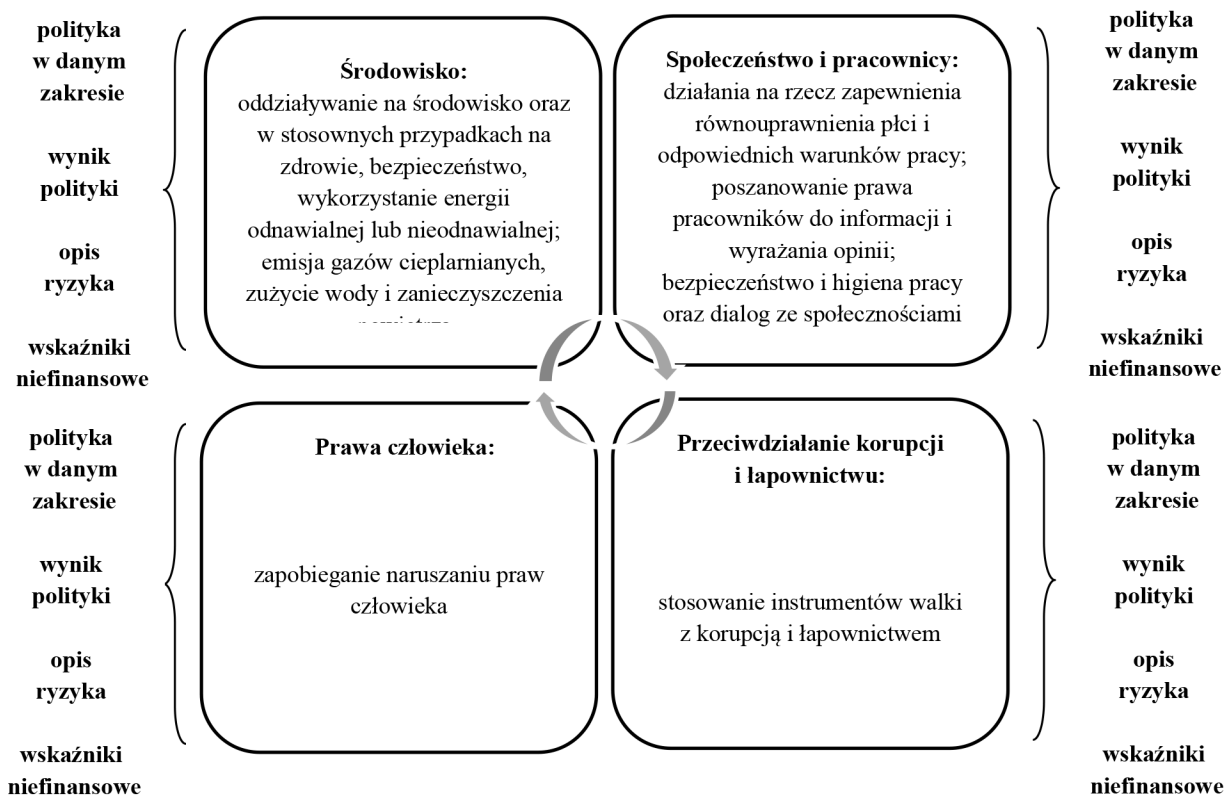
starczające do oceny rzeczywistego potencjału konkretnego przedsiębiorstwa. Obecnie odbiorcy informacji oczekują również użytecznych danych na temat niefinansowych generatorów wartości. Determinowane jest to tym, że to właśnie one w coraz większym stopniu wpływają na ocenę zdolności przedsiębiorstwa do dalszego funkcjonowania, decydują o jego pozycji konkurencyjnej, a także o możliwości odnoszenia sukcesów w rywalizacji rynkowej (Michalczuk, 2013, s. 167–168). Wśród innych postulatów dotyczących polityki informacyjnej przedsiębiorstwa można również wymienić (Marcinkowska, 2004, s. 9):

- ujawnianie informacji w zakresie wynikającym nie tylko z przepisów prawa, ale dokonywanie także ujawnień fakultatywnych, uregulowanych wymogami rynkowymi;
- uzupełnianie danych liczbowych opisowymi informacjami na temat osiągnięć przedsiębiorstwa;
- dostarczanie danych umożliwiających ocenę nie tylko historycznych wyników przedsiębiorstwa, ale również perspektyw jego dalszego rozwoju.

Tak sformułowane wymagania zmuszają do podejmowania działań na rzecz doskonalenia wewnętrznych systemów informacyjnych, przejawiających się przechodzeniem od statycznej sprawozdawczości finansowej, kierowanej do ograniczonego grona odbiorców, w kierunku raportowania biznesowego, opierającego się na ciągłym dialogu z interesariuszami, które dostarcza wiarygodnych i użytecznych informacji na temat aspektów ekonomicznych, społecznych oraz środowiskowych prowadzonej działalności gospodarczej (Marcinkowska, 2004, s. 61–75; Zuchewicz, 2013, s. 251).

Źródłem tego typu informacji jest najczęściej oświadczenie na temat informacji niefinansowych, stanowiące integralną część sprawozdania z działalności, co jest następstwem implementacji dyrektywy nr 2014/95/UE Parlamentu Europejskiego i Rady z 22 października 2014 r. zmieniającej dyrektywę 2013/34/UE w odniesieniu do ujawniania informacji niefinansowych i informacji dotyczących różnorodności przez niektóre duże jednostki oraz grupy (Dz. Urz. UE L 330 z 15.11.2014). Dyrektywa ta zobowiązuje duże jednostki zainteresowania publicznego do prezentacji informacji niefinansowych odnoszących się do kwestii środowiskowych, społecznych i pracowniczych, poszanowania praw człowieka, a także przeciwdziałania korupcji i łapownictwu. Informacje te oprócz krótkiej prezentacji modelu biznesowego przedsiębiorstwa powinny zawierać opis stosowanych polityk, ich rezultatów oraz ryzyka i sposobów zarządzania nim we wskazanych obszarach, a także kluczowe niefinansowe wskaźniki z tym związane. Zakres informacji zalecany do ujawnienia w ramach oświadczenia tego typu przedstawia rysunek 1.

**Rysunek 1. Zalecane minimum ujawnień w oświadczeniu na temat informacji niefinansowych zgodnie z dyrektywą 2014/95/UE**



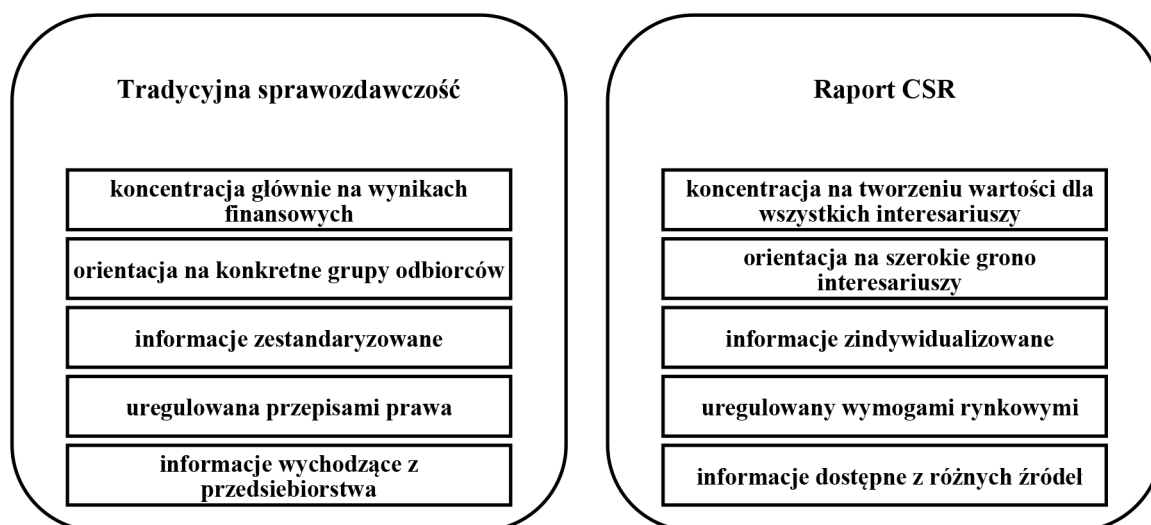
Źródło: opracowanie własne na podstawie dyrektywy 2014/95/UE.

Przedsiębiorstwa coraz częściej nie ograniczają się do ujawniania wyłącznie wymaganego minimum informacji, ale wychodzą poza zakres obligatoryjnej sprawozdawczości, sporządzając odrębne raporty niefinansowe. Kluczowym narzędziem tego typu stają się w ostatnich latach raporty CSR, nazywane również raportami społecznymi lub raportami zrównoważonego rozwoju. Ich szczególną cechą jest to, że nie ujmują one informacji finansowych charakterystycznych dla tradycyjnej sprawozdawczości przedsiębiorstw. Zawierają jedynie dane przedstawiające strategię danego przedsiębiorstwa, jego politykę społeczną czy wyniki w zakresie odpowiedzialności wobec kluczowych grup interesariuszy (Samelak, 2013, s. 172). Raporty CSR są publikowane jako całkowicie autonomiczne dokumenty w stosunku do sprawozdania finansowego oraz sprawozdania z działalności zarządu, co sprawia, że mają zazwyczaj niewiele wspólnego z tradycyjnym systemem sprawozdawczości przedsiębiorstw (rysunek 2). W przeciwieństwie do obligatoryjnej sprawozdawczości, która jest sporządzana zgodnie z wymogami określonymi przepisami prawa, raporty społecznej odpowiedzialności biznesu nie mają charakteru sformalizowanego. Daje to przedsiębiorstwu duże możliwości podejmowania swobodnych decyzji i dokonywania subiektywnych

wyborów w odniesieniu do zakresu prezentowanych informacji, jak również ich treści (Fijałkowska i Sobczyk, 2012, s. 420).

Coraz większym zainteresowaniem przedsiębiorstw cieszy się również sporządzanie raportów zintegrowanych, umożliwiających przedstawienie całościowego obrazu przedsiębiorstwa i realizowanych przez niego działań (Rowbottom i Locke, 2016). Jest to możliwe dzięki połączeniu danych generowanych przez sprawozdanie finansowe oraz sprawozdanie z działalności z informacjami niefinansowymi dotyczącymi społecznego i środowiskowego kontekstu funkcjonowania przedsiębiorstwa (Cheng i in., 2014, s. 91). Należy jednak podkreślić, że raporty zintegrowane nie stanowią zbioru wszelkich możliwych danych na temat przedsiębiorstwa. W sposób możliwie najbardziej przejrzysty i syntetyczny przedstawiają natomiast najważniejsze informacje na temat jego działalności w poszczególnych obszarach. Umożliwia to pełniejsze zaspokojenie potrzeb informacyjnych interesariuszy, co oddziałuje na wzrost ich zaufania, a w konsekwencji pozytywnie wpływa na reputację przedsiębiorstwa i jego pozycję rynkową (Krasodomska, 2012, s. 105; Gregorczyk, 2015, s. 63).

Warto dodać, że niezależnie od przyjętej postaci odrębnego raportu uwzględniającego dane z zakre-

**Rysunek 2. Podstawowe różnice pomiędzy raportem CSR a tradycyjnym systemem sprawozdawczości**

Źródło: opracowanie własne na podstawie: Du i Yu, 2020, s. 1–2; Kamela-Sowińska, 2009, s. 220.

su społecznej odpowiedzialności biznesu, to właśnie raportowanie tego typu w największym stopniu przyczynia się do poprawy polityki informacyjnej wobec interesariuszy, a w konsekwencji zmniejsza asymetrię informacji na rynku. Z punktu widzenia przedsiębiorstw stwarza również możliwość identyfikacji szans i zagrożeń płynących z otoczenia, a także doprecyzowania realizowanych strategii działania (Michalczyk i Konarzewska, 2018, s. 231).

## Materiał i metodyka badań

Badania podjęte w artykule dotyczą raportowania społecznej odpowiedzialności biznesu na polskim rynku kapitałowym. W procesie badawczym wykorzystano metodę analizy desk research, polegającą na gromadzeniu oraz analizowaniu już istniejących danych zawartych w różnych źródłach (Sarkar, 2020, s. 97). Jest to metoda powszechnie stosowana, co wynika głównie z niskich kosztów jej zastosowania. Umożliwia ona dostęp do dużych zasobów danych, które są trudne do uzyskania w sposób bezpośredni. Dodatkowo stwarza możliwość dokonywania analiz na większych próbach oraz pozwala na porównywanie wyników badań dotyczących tego samego lub podobnego obszaru badawczego, przyczyniając się do wzbogacania dotychczasowych mechanizmów wnioskowania w danym temacie (Smith, 2008, s. 331–332; Bednarowska, 2015, s. 19; Hofferth, 2005, s. 893).

Badania typu desk research podjęte w ramach niniejszego artykułu polegały na analizie danych dotyczących raportowania społecznej odpowiedzial-

ności biznesu publikowanych przez KPMG oraz Global Reporting Initiative w bazie GRI Sustainability Disclosure. Dodatkowo analizie poddano raporty zgłoszone do konkursu Raporty Społeczne, mającego na celu wybór najlepiej sporządzonych raportów z zakresu społecznej odpowiedzialności biznesu na polskim rynku. Szczególną uwagę poświęcono raportom zgłoszonym przez spółki giełdowe wchodzące w skład indeksu WIG-ESG. Wybór tych podmiotów podyktowany jest faktem, iż indeks ten tworzą wyłącznie spółki uznane za społecznie odpowiedzialne. Można więc założyć, że powinny one wyznaczać właściwe wzorce zachowania nie tylko w zakresie przestrzegania określonych zasad społecznych czy środowiskowych, ale również w zakresie raportowania danych z tym związanych.

Wynikiem analizy desk research było przedstawienie ogólnych trendów w zakresie raportowania społecznej odpowiedzialności biznesu na polskim rynku kapitałowym na tle globalnych wyników, a także ocena zakresu danych prezentowanych w wybranych raportach sporządzonych przez spółki z indeksu WIG-ESG. Przyjęta metodyka badań pozwoliła na realizację celu artykułu oraz na sformułowanie wniosków i rekomendacji dotyczących raportowania społecznej odpowiedzialności biznesu na polskim rynku kapitałowym oraz kierunków przyszłych badań w tym obszarze.

## Wyniki badań

Problematyka raportowania danych z zakresu społecznej odpowiedzialności biznesu, mimo iż w praktyce biznesowej jest obecna stosunkowo

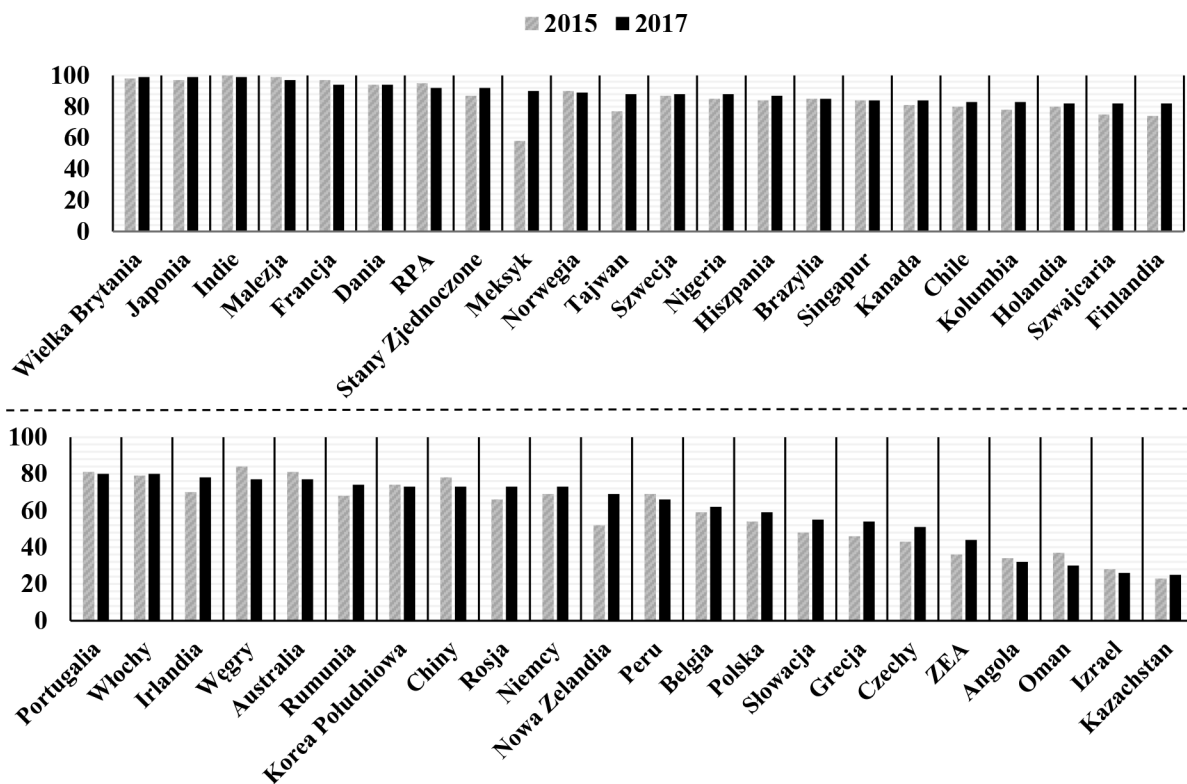
krótco, budzi coraz większe zainteresowanie przedsiębiorstw, szczególnie tych o najbardziej uznanej pozycji rynkowej. Zgodnie z danymi przygotowanymi przez firmę KPMG, w 2017 roku około 72% z 4900 podmiotów poddanych analizie (obejmujących 100 największych przedsiębiorstw pod względem przychodów w każdym z 49 krajów objętych analizą) raportowało dane z zakresu społecznej odpowiedzialności biznesu. Największy odsetek przedsiębiorstw tego typu był charakterystyczny dla Wielkiej Brytanii (99%), Japonii (99%), Indii (99%), Malezji (97%), Francji (94%), Danii (94%), Republiki Południowej Afryki (92%) oraz Stanów Zjednoczonych (92%). Zdecydowanie odmiennie kształtowała się sytuacja na polskim rynku. Zaledwie 59% podmiotów uwzględnionych w analizie włączało do procesu raportowania aspekty związane ze społeczną odpowiedzialnością biznesu. Niemniej jednak należy podkreślić, że był to i tak wyższy wynik niż uzyskany w badaniach przeprowadzonych w okresie wcześniejszym (rysunek 3).

Na rosnące znaczenie raportowania społecznej odpowiedzialności biznesu w praktyce przedsiębiorstw wskazują również dane zawarte w bazie GRI Sustainability Disclosure Database prowadzonej przez organizację Global Reporting Initiative. Baza ta stanowi ważne ogniwo w procesie upowszechniania raportowania tego typu oraz zwiększania wiedzy w tym zakresie. Gromadzi ona ra-

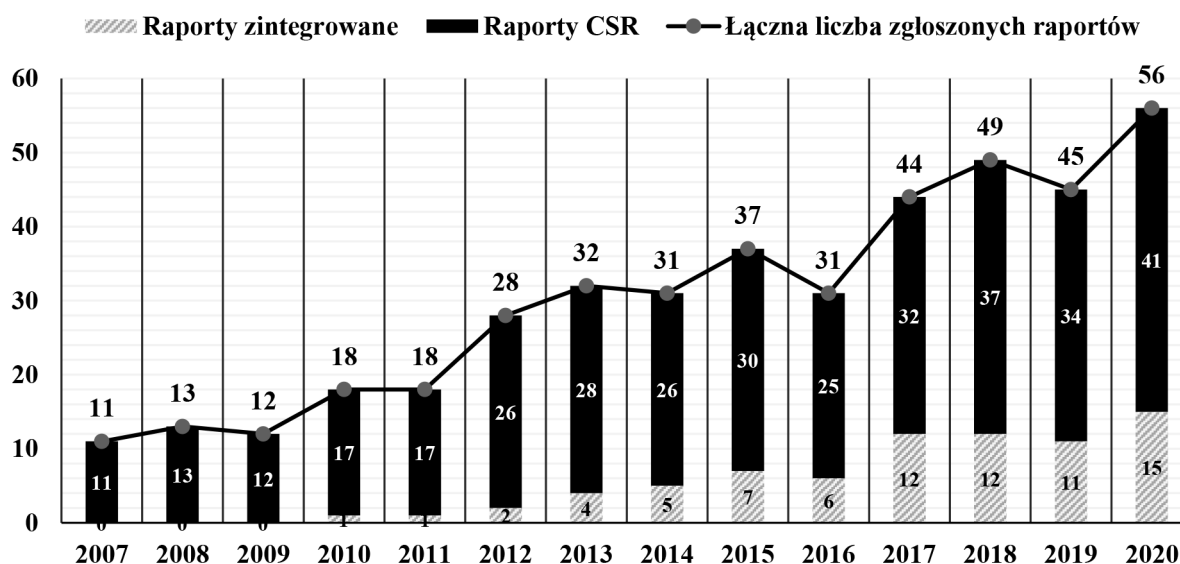
porty niefinansowe przygotowywane przez podmioty z całego świata. Od początku istnienia bazy, datowanego na 1999 rok, zarejestrowano w niej już ponad 63 tysiące raportów (stan na wrzesień 2020 r.). Należy podkreślić, że z roku na rok liczba ta stopniowo wzrasta. Przed 2007 r. publikowano niecały tysiąc raportów rocznie. Natomiast od 2016 r. zgłaszanych jest ponad siedem tysięcy raportów w skali roku. Wzrost zainteresowania publikowaniem raportów w bazie GRI Sustainability Disclosure można również zaobserwować wśród podmiotów funkcjonujących na polskim rynku. Dotychczas zarejestrowano w niej łącznie 439 raportów, z czego 182 sporządzono w latach 2017–2020 (GRI Sustainability Disclosure Database).

O rosnącym znaczeniu raportowania społecznej odpowiedzialności biznesu w praktyce przedsiębiorstw świadczy również liczba zgłoszeń do konkursu Raporty Społeczne, mającego na celu szerzenie idei raportowania niefinansowego na polskim rynku oraz prezentację dobrych praktyk w tym obszarze (rysunek 4). Procedura oceny zgłoszonych raportów odbywa się w dwóch etapach. W pierwszym członkowie komisji indywidualnie oceniają raporty według kryteriów kompletności, zaufania oraz komunikacji. Drugi etap polega na zestawieniu indywidualnych ocen i wyborze najlepiej sporządzonych raportów. Dzięki tej inicjatywie wyróżniane są przedsiębiorstwa, które nie tylko uwzględ-

Rysunek 3. Krajowe wskaźniki raportowania społecznej odpowiedzialności biznesu w 2015 i 2017 roku



Źródło: opracowanie własne na podstawie: KPMG, 2017.

**Rysunek 4. Liczba raportów zgłoszona do konkursu Raporty Społeczne w latach 2007–2020**

Źródło: opracowanie własne na podstawie: Konkurs Raporty Społeczne. Biblioteka raportów.

niąją aspekty społeczne i środowiskowe w prowadzonej działalności gospodarczej, ale także w najbardziej przejrzysty, jasny i wiarygodny sposób raportują dane z tym związane.

W ramach dotychczas zorganizowanych edycji konkursu zgłoszono 425 raportów, z czego rekordowa liczba zgłoszeń — 56 — przypadła na konkurs organizowany w 2020 roku. Należy zauważyć, że przedsiębiorstwa coraz częściej decydują się na sporządzanie raportów zintegrowanych. Świadczy o tym fakt, że co czwarty raport zgłoszony do konkursu odbywającego się w 2020 roku integrował dane finansowe z informacjami na temat aktywności i wyników w obszarze społecznej odpowiedzialności biznesu.

Dokonując bardziej szczegółowej analizy zgłoszonych raportów według kryterium podmiotowości, należy zauważyć, że 21 raportów z grupy wszystkich dokumentów zgłoszonych w 2020 roku (około 37%) stanowiły dokumenty przygotowane przez spółki społecznie odpowiedzialne wchodzące w skład giełdowego indeksu WIG-ESG (tablica 1). Świadczy to o tym, że duża część z nich jest świadoma nie tylko konieczności podejmowania aktywnych działań w obszarze społecznym i środowiskowym, lecz jednocześnie dostrzega też potrzebę ujawniania informacji z tym związanych jak najszerszej grupie odbiorców.

Z przeprowadzonej analizy wynika, że narzędziem najczęściej wykorzystywanym przez spółki indeksu WIG-ESG zgłaszające swoje raporty do konkursu Raporty Społeczne jest raport CSR. Na taki sposób raportowania zdecydowało się 11 spośród wszystkich analizowanych przedsiębiorstw. Niewiele mniej podmiotów (10 spółek) zdecydowa-

ło się natomiast na sporządzenie raportu łączącego w sobie informacje na temat finansowych oraz niefinansowych aspektów prowadzonej działalności gospodarczej. Należy także podkreślić, że wszystkie analizowane spółki zastosowały roczny cykl raportowania, obejmujący dane za 2019 rok. Jedynym wyjątkiem jest raport zintegrowany przygotowany przez Grupę Kapitałową LPP, w którym ujęto informacje za okres od 1 stycznia 2019 r. do 31 stycznia 2020 r.

Ważną kwestią, na którą wskazuje przeprowadzona analiza, jest pewna rozbieżność w zakresie formy jaką poszczególne spółki wykorzystują do raportowania danych dotyczących społecznej odpowiedzialności biznesu. Coraz częściej tradycyjną wersję raportu dostępnego do pobrania w formacie PDF zastępuje interaktywna wersja umieszczona na stronie internetowej. Taki sposób raportowania zwiększa funkcjonalność oraz użyteczność prezentowanych danych, zapewniając poszczególnym interesariuszom szybki dostęp nawet do najbardziej szczegółowych informacji na temat działalności danego podmiotu.

Wszystkie spółki w sporządzanych raportach nie ograniczają się wyłącznie do ujawniania informacji narzucanych wymogami dyrektywy 2014/95/UE, ale w znacznie szerszym zakresie odnoszą się do głównych obszarów społecznej odpowiedzialności biznesu. Informacje te związane są między innymi z takimi aspektami, jak etyka, poszanowanie praw człowieka, przeciwdziałanie korupcji i konfliktowi interesów, odpowiedzialność wobec społeczeństwa, wpływ na środowisko naturalne, relacje z pracownikami, a także dialog z pozostałymi grupami interesariuszy. Należy w tym miejscu podkreślić, że ra-

**Tablica 1. Raporty z zakresu społecznej odpowiedzialności biznesu zgłoszone do konkursu Raporty Społeczne 2020 przez spółki indeksu WIG-ESG**

Nazwa spółki	Rodzaj raportu	Raport za okres	Format raportu	Nazwa spółki	Rodzaj raportu	Raport za okres	Format raportu
Bank Millennium	Raport zintegrowany	2019	online	Jastrzębska Spółka Węglowa	Raport CSR	2019	PDF 147 str.
Benefit Systems	Raport CSR	2019	PDF 140 str.	LPP	Raport zintegrowany	2019/2020	PDF 166 str.
Budimex	Raport zintegrowany	2019	online	Lubelski Węgiel Bogdanka	Raport CSR	2019	PDF 102 str.
CCC	Raport CSR	2019	PDF 163 str.				
Comarch	Raport CSR	2019	PDF 110 str.	mBank	Raport zintegrowany	2019	online
Cyfrowy Polsat	Raport CSR	2019	PDF 116 str.	Orange Polska	Raport zintegrowany	2019	online
ENEA	Raport CSR	2019	online	PKN ORLEN	Raport zintegrowany	2019	online
Energa	Raport CSR	2019	PDF 282 str.	PKO Bank Polski	Raport zintegrowany	2019	online
Eurocash	Raport CSR	2019	online	PZU	Raport zintegrowany	2019	online
ING Bank Śląski	Raport zintegrowany	2019	online	Santander Bank Polska	Raport CSR	2019	online
Inter Cars	Raport CSR	2019	PDF 84 str.	TAURON	Raport zintegrowany	2019	online

Źródło: opracowanie własne na podstawie: Konkurs Raporty Społeczne. Biblioteka raportów.

porty te nie są regulowane przepisami prawa. W związku z tym charakteryzują się dużą dowolnością zarówno pod względem zakresu, jak i struktury prezentowanych informacji. W celu ukazania tych prawidłowości dokładnej analizie poddano raporty spółek z sektora bankowego, który jest najliczniej reprezentowany w konkursie Raporty Społeczne 2020 z grona spółek indeksu WIG-ESG (tablica 2).

Badanie zawartości informacyjnej poszczególnych raportów pozwala zauważyć, że stanowią one bez wątpienia cenne źródło wiedzy na temat dokonania konkretnego podmiotu w obszarze społecznej odpowiedzialności biznesu. Szczególną wartość mają raporty zintegrowane, które scalając w jednym dokumencie informacje finansowe i niefinansowe, stanowią podstawę całościowej oceny prowadzonej działalności gospodarczej. Pewnym problemem jest natomiast fakt, że mimo iż raporty te odnoszą się

do podobnych zagadnień tematycznych, to jednak charakteryzują się innym zakresem, a także kolejnością prezentowanych treści. Wszystko to może utrudniać interesariuszom zrozumienie i porównanie rezultatów osiąganych przez poszczególne podmioty, nawet jeśli reprezentują one ten sam sektor gospodarki.

## Podsumowanie

Chociaż omawiane w artykule badania koncentrują się tylko na wybranych zagadnieniach dotyczących raportowania społecznej odpowiedzialności biznesu, to jednak mają aspekt poznawczy. Pokazują, że raportowanie tego typu odgrywa coraz większą rolę w działalności podmiotów funkcjonujących na rynku, szczególnie tych o najbardziej

**Tablica 2. Zawartość tematyczna raportów zgłoszonych w 2020 roku do konkursu Raporty Społeczne przez wybrane spółki indeksu WIG-ESG**

Nazwa spółki	Nazwa raportu	Struktura raportu
Bank Millennium	Raport finansowy i społeczny 2019	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sprawozdanie Zarządu: list Prezesa Zarządu, informacje dla inwestorów, opis działalności biznesowej, zasady ładu korporacyjnego w Banku Millennium, oświadczenie Zarządu Banku, krótka charakterystyka Grupy Banku Millennium, warunki rynkowe oraz perspektywy działalności, zarządzanie ryzykiem, odpowiedzialność społeczna i środowiskowa Banku, najważniejsze wyniki i osiągnięcia w 2019 r., sytuacja finansowa, zarządzanie zasobami ludzkimi, dodatkowe informacje.</li> <li>• Raport niefinansowy: list Prezesa Zarządu Banku, pracownicy, o raporcie, Bank Millennium i Grupa Banku Millennium, społeczeństwo, biznes, środowisko naturalne.</li> <li>• Skonsolidowane sprawozdanie finansowe.</li> <li>• Adekwatność kapitałowa: zakres stosowania CRR i fundusze własne, ryzyko operacyjne, dźwignia finansowa, oświadczenie Zarządu, indeks ujawnień, wymogi kapitałowe i kapitał wewnętrzny, ryzyko rynkowe i inne rodzaje ryzyka, metoda IRB, cele i strategia w zakresie zarządzania ryzykiem, ryzyko kredytowe, ryzyko płynności, polityka w zakresie wynagrodzeń i rekrutacji.</li> <li>• Interaktywne KPI: główne wskaźniki finansowe i niefinansowe.</li> </ul>
ING Bank Śląski	Zintegrowany raport roczny ING Banku Śląskiego 2019	<ul style="list-style-type: none"> <li>• O Banku: list Prezesa Zarządu, obecność na rynku kapitałowym, model tworzenia wartości.</li> <li>• Otoczenie: relacje z otoczeniem, łańcuch dostaw, rynek finansowy i jego regulacje, otoczenie gospodarcze.</li> <li>• Wyniki finansowe</li> <li>• Doświadczenie klienta: głos klienta, klienci w liczbach, segment bankowości detalicznej, segment bankowości korporacyjnej.</li> <li>• Zrównoważony rozwój i CSR: środowisko, zielone inwestycje, zmniejszanie wpływu środowiskowego, odpowiedzialność społeczna i edukacja finansowa.</li> <li>• Bezpieczeństwo: system zarządzania ryzykiem oraz kapitałem, ryzyko kredytowe, ryzyko rynkowe, ryzyko płynności i finansowania, ryzyko niefinansowe, ryzyko modeli, ryzyko biznesowe.</li> <li>• Sposób pracy: pracownicy, silny pracodawca, różnorodność i równość szans, komunikacja, innowacyjne miejsce pracy i kompetentni pracownicy.</li> <li>• Ład korporacyjny: etyka, wartości i compliance, polityki dotyczące przeciwdziałania korupcji, zasady i zakres stosowania ładu korporacyjnego, system kontroli i zarządzania ryzykiem w procesie sporządzania sprawozdań finansowych, akcje i akcjonariusze, statut i zasady jego zmiany, Walne Zgromadzenie, Rada Nadzorcza, Zarząd, wynagrodzenia członków Zarządu i Rady Nadzorczej, polityka różnorodności.</li> </ul>
mBank	Raport zintegrowany Grupy mBanku za 2019 rok	<ul style="list-style-type: none"> <li>• O Grupie: list Prezesa, o mBanku, strategia, odpowiedzialny bank, tworzenie wartości.</li> <li>• Grupa mBanku w 2019 roku: podsumowanie roku, bank na tle rynku, akcjonariusze, innowacje, kapitał i finansowanie, wyniki, linie biznesowe, inwestycje, skonsolidowane sprawozdanie finansowe.</li> <li>• Środowisko: zarządzanie obszarem środowiska, emisje CO<sub>2</sub>, ograniczenie finansowania węgla, wsparcie dla OZE.</li> <li>• Otoczenie społeczne i pracownicy: klienci, zaangażowani pracownicy, wsparcie społeczeństwa.</li> <li>• Zarządzanie: ład korporacyjny, zarządzanie ryzykiem.</li> <li>• Polityki i procedury.</li> <li>• Outlook: strategia na lata 2020–2023, filary strategii i główne kierunki rozwoju, cele finansowe Grupy mBanku, perspektywy otoczenia Grupy mBanku.</li> <li>• O raporcie: indeks treści GRI, tabela ze wskaźnikami liczbowymi GRI.</li> </ul>



## od. tablicy 2.

Nazwa spółki	Nazwa raportu	Struktura raportu
PKO Bank Polski	Raport roczny 2019	<ul style="list-style-type: none"> <li>• O Banku: list Prezesa Zarządu, charakterystyka działalności, struktura Grupy, segmenty działalności, pozycja rynkowa, rys historyczny.</li> <li>• Otoczenie Banku: otoczenie makroekonomiczne, rynek finansowy, sektor bankowy, sektor pozabankowy, czynniki ryzyka, otoczenie regulacyjnoprawne.</li> <li>• Grupa w 2019: najważniejsze wydarzenia, sytuacja finansowa Grupy i banku, noty finansowe, Grupa na GPW, adekwatność kapitałowa, dywidenda.</li> <li>• ESG: obszar zarządczy, zarządzanie ryzykiem, ład korporacyjny, środowisko, obszar społeczny, obszar pracowniczy, indeks GRI.</li> <li>• Strategia 2020–2022: kierunki rozwoju, cele i ich realizacja, PKO Bank przyszłości.</li> </ul>
Santander Bank Polska	Raport odpowiedzialnego biznesu 2019	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Zarządzanie: o Banku, odpowiedzialna bankowość, etyka.</li> <li>• Rynek: odpowiedzialny łańcuch dostaw, partnerstwa, nagrody i wyróżnienia.</li> <li>• Klienci: klienci i usługi, klientocentryczność, inkluzyjna bankowość, wsparcie w trudnych sytuacjach.</li> <li>• Klimat i środowisko: podejście, polityki, ryzyka, cele, zielona oferta — produkty i usługi, zielone inicjatywy i projekty, wpływ na klimat.</li> <li>• Pracownicy: kultura korporacyjna, różnorodność i prawa człowieka, warunki zatrudnienia, zaangażowanie i rozwój.</li> <li>• Społeczności: edukacja, wspieranie przedsiębiorczości, wolontariat pracowniczy, Fundacja Santander Bank Polska, mecenat kultury, sponsoring sportu.</li> <li>• Przewodnik po raporcie: o raporcie, kontakt, potwierdzenie audytu, certyfikat Strona Internetowa Bez Barrier, indeks GRI Standards, słownik.</li> </ul>

Źródło: opracowanie własne na podstawie: Bank Millenium S.A., 2020; ING Bank Śląski S.A., 2020; mBank S.A., 2020; PKO Bank Polski S.A., 2020; Santander Bank Polska S.A., 2020.

uznanej pozycji rynkowej. Jest to widoczne zwłaszcza w takich krajach jak Wielka Brytania, Japonia, Indie, Malezja, Francja, Dania, Republika Południowej Afryki oraz Stany Zjednoczone.

Również podmioty gospodarcze funkcjonujące na polskim rynku, mimo że w dużo mniejszym stopniu, to jednak dostrzegają konieczność uzupełniania tradycyjnego systemu sprawozdawczości odrębnymi raportami z zakresu społecznej odpowiedzialności biznesu. Potwierdzeniem tego jest rosnąca liczba raportów zgłaszanych zarówno do bazy raportów GRI Sustainability Disclosure Database, jak i do konkursu Raporty Społeczne. Przykładem dobrych praktyk w tym zakresie jest podejście spółek społecznie odpowiedzialnych wchodzących w skład indeksu WIG-ESG. Jest to o tyle ważne, że to właśnie podmioty tego typu powinny wyznaczać wysokie standardy zachowania w obszarze społecznej odpowiedzialności biznesu dla całego rynku kapitałowego w Polsce. Analiza wybranych raportów CSR oraz raportów zintegrowanych sporządzonych przez spółki giełdowe z indeksu WIG-ESG pozwala stwierdzić, że dokumenty te stanowią cenne źródło danych będących podstawą oceny nie tylko bieżących osiągnięć w zakresie

społecznej odpowiedzialności biznesu, lecz także planów i perspektyw dalszego funkcjonowania na rynku.

Różnorodność w zakresie struktury i treści zawartych w raportach powoduje jednak pewne problemy w ich dogłębnej analizie oraz porównaniu osiągnięć poszczególnych podmiotów. Wszystko to sprawia, że mimo iż już teraz raportowanie to charakteryzuje się dużą przydatnością informacyjną, to jednak konieczne jest podejmowanie dalszych działań, aby uczynić je jeszcze bardziej kompletnym i użytecznym. Działania te powinny dotyczyć zwłaszcza promowania wykorzystywania międzynarodowych standardów raportowania niefinansowego, a także wprowadzenia obowiązku poddawania raportów tego typu niezależnej zewnętrznej weryfikacji. Analiza przeprowadzona w ramach artykułu pozwala ponadto wskazać kierunki dalszych badań w tym obszarze. Powinny one odnosić się między innymi do stopnia raportowania liczbowych wskaźników charakteryzujących efektywność przedsiębiorstwa w odniesieniu do poszczególnych obszarów społecznej odpowiedzialności biznesu oraz koncentrować się na poszukiwaniu przyczyn różnego tempa rozwoju tej formy raportowania w poszczególnych krajach.

**Bibliografia/References**

- Bank Millennium S.A. (2020). *Raport finansowy i społeczny 2019*. <https://raportroczny.bankmillennium.pl/2019/pl/?mv=1c> (09.09.2020).
- Bednarowska, Z. (2015). Desk research — wykorzystanie potencjału danych zastanych w prowadzeniu badań marketingowych i społecznych. *Marketing i Rynek*, (7), 18–26.
- Biadacz, R. (2017). Rachunkowość społeczna w świetle badań polskich autorów. *Zeszyty Teoretyczne Rachunkowości*, 94(150), 23–42. <https://doi.org/10.5604/01.3001.0010.4993>
- Cheng, M., Green, W., Conradie, P., Konishi, N. i Romi, A. (2014). The international integrated reporting framework: key issues and future research opportunities. *Journal of International Financial Management & Accounting*, 25(1), 90–119. <https://doi.org/10.1111/jifm.12015>
- Du, S. i Yu, K. (2020). Do Corporate Social Responsibility Reports Convey Value Relevant Information? Evidence from Report Readability and Tone. *Journal of Business Ethics*. <https://link.springer.com/article/10.1007/s10551-020-04496-3> (09.09.2020). <https://doi.org/10.1007/s10551-020-04496-3>
- Fijałkowska, J. i Sobczyk, M. (2012). Wiarygodność sprawozdawczości społecznej odpowiedzialności biznesu (CSR) wyzwaniem dla rachunkowości. W: H. Żukowska i W. Janik (red.), *Audyt zewnętrzny sprawozdania finansowego a wiarygodność przedsiębiorstwa*. Lublin: Wydawnictwo KUL.
- Gregorczyk, D. (2015). Raportowanie zintegrowane w tworzeniu wspólnej wartości (CSV). *Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu*, 396, 59–66. <https://doi.org/10.15611/pn.2015.396.06>
- GRI Sustainability Disclosure Database. <http://database.globalreporting.org/search/> (07.09.2020).
- Hofferth, S. L. (2005). Secondary Data Analysis in Family Research. *Journal of Marriage and Family*, 67(4), 891–907. <https://doi.org/10.1111/j.1741-3737.2005.00182.x>
- ING Bank Śląski S.A. (2020). *Zintegrowany Raport Roczny ING Banku Śląskiego 2019*. <https://raportroczny.ing.pl/> (09.09.2020).
- Kamela-Sowińska, A. (2009). Sprawozdawczość społeczna. Czy to jeszcze rachunkowość? W: *Problemy współczesnej rachunkowości*. Warszawa: Szkoła Główna Handlowa.
- Konkurs Raporty Społeczne. Biblioteka raportów. <http://raporty Społeczne.pl/biblioteka-raportow/> (08.09.2020)
- KPMG. (2017). *The road ahead. The KPMG Survey of Corporate Social Responsibility Reporting 2017*. <https://home.kpmg/xx/en/home/campaigns/2017/10/survey-of-corporate-responsibility-reporting-2017.html> (06.09.2020).
- Krasodomka, J. (2012). Zintegrowana sprawozdawczość spółek w 2020 roku. *Zeszyty Teoretyczne Rachunkowości*, 66(122), 101–110.
- Marcinkowska, M. (2004). *Roczny raport z działań i wyników przedsiębiorstwa*. Kraków: Oficyna Ekonomiczna.
- mBank S.A. (2020). *Raport zintegrowany 2020*. <https://www.mbank.pl/raport-roczny/2019/> (09.09.2020).
- Michalczyk, G. (2013). *Zasoby niematerialne jako czynnik wartości przedsiębiorstwa. Luka informacyjna sprawozdawczości finansowej*. Białystok: Wydawnictwo Uniwersytetu w Białymstoku.
- Michalczyk, G. i Konarzewska, U. (2018). GRI Reporting Framework as a tool of social accounting. W: *Proceedings of the 33rd International Scientific Conference on Economic and Social Development — „Managerial Issues in Modern Business”*. Warsaw, 230–240.
- PKO Bank Polski S.A. (2020). *Raport roczny 2019*. <http://www.raportroczny2019.pkobp.pl/> (09.09.2020).
- Rowbottom, N. i Locke J. (2016). The Emergence of Integrated Reporting. *Accounting and Business Research*, 46(1), 83–115. <https://doi.org/10.1080/00014788.2015.1029867>
- Samelak, J. (2013). *Zintegrowane sprawozdanie przedsiębiorstwa społecznie odpowiedzialnego*. Poznań: Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu.
- Santander Bank Polska S.A. (2020). *Raport odpowiedzialnego biznesu 2019*. <https://raport.santander.pl/> (09.09.2020).
- Sarkar, M. A. (2020). *Entrepreneurship in independent market research & strategic digital marketing*. Evincepub Publishing: Bilaspur.
- Smith, E. (2008). The use of secondary data analysis in educational research. *Journal of Educational Studies*, 56(3), 323–339. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8527.2008.00405.x>
- Wróbel, M. (2016). Raportowanie społecznej odpowiedzialności w Polsce w świetle unormowań Dyrektywy Parlamentu Europejskiego i Rady 2014/95/UE. *Zeszyty Naukowe Wyższej Szkoły Humanitas. Zarządzanie*, (2), 83–94. <https://doi.org/10.5604/18998658.1209978>
- Zuchewicz, J. (2013). Zintegrowane sprawozdanie finansowe jako instrument prezentacji gospodarczych i społecznych dokonań jednostki. *Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu*, 314, 247–256.

**Mgr Urszula Konarzewska**

Asystent w Zakładzie Finansów i Rachunkowości funkcjonującym w ramach Katedry Finansów na Wydziale Ekonomii i Finansów Uniwersytetu w Białymstoku. Autorka publikacji naukowych z zakresu rachunkowości społecznej, raportowania niefinansowego i zintegrowanego, a także inwestowania społecznie odpowiedzialnego.

**Mgr Urszula Konarzewska**

M.A., an employee of the Division of Finance and Accounting, functioning within the Department of Finance at the Faculty of Economics and Finance, University of Białystok (Poland). Author of publications in the field of social accounting, non-financial and integrated reporting, as well as socially responsible investing.

Księgarnia internetowa Polskiego Wydawnictwa Ekonomicznego  
zaprasza na zakupy **z rabatem 15%**

**www.pwe.com.pl**

