

Rozdział IV

Raporty przedsiębiorstw jako źródła informacji o społecznej odpowiedzialności

GRZEGORZ ZASUWA

Wprowadzenie

We współczesnej gospodarce znaczną wagę przykładana się do poziomu społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw. Informacjami na ten temat zainteresowani mogą być między innymi konsumenci, inwestorzy, pracownicy, regulatorzy oraz media. Wspomniani interesariusze, aby ocenić, w jakim stopniu organizacja wywiązuje się ze swoich zobowiązań wobec społeczeństwa, potrzebują informacji. Celem niniejszego opracowania jest podjęcie próby określenia stopnia przydatności sprawozdawczości przedsiębiorstw w ocenie poziomu ich społecznej odpowiedzialności. Mając na uwadze tak postawiony cel, autor rozpoczyna analizę od pojęcia „społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstwa”. Wyjaśnienie przyjętej koncepcji społecznej odpowiedzialności stanowi podstawę w ocenie rozpatrywanych źródeł informacji, którymi są tradycyjna sprawozdawczość finansowa, raporty przygotowywane według wytycznych Global Reporting Initiative oraz raporty na temat postępu we wdrażaniu zasad Global Compact.

1. Pojęcie społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstwa

Pojęcie społecznej odpowiedzialności należy do terminów różnie rozumianych. W literaturze przedmiotu z łatwością można odszukać kilkanaście wyjaśnień na temat tego, co oznacza wspomniany termin. Występujące definicje można uporządkować, mając na uwadze zakres zobowiązań, które poszczególni autorzy przypisują firmom. Z jednej strony możemy przywołać pogląd słynnego noblisty Milтона Friedmana¹, który wyraźnie wskazywał, że jedynym zobowiązaniem firmy wobec społeczeństwa jest generowanie zysków. Z drugiej strony możemy powołać się na Petera Druckera, którego rozumienie pojęcia roli przedsiębiorstw w społeczeństwie znacznie wykracza poza dostarczanie dochodów właścicielom przedsiębiorstwa². Warto wspomnieć również koncepcje, które starają się pogodzić tak diametralnie różne punkty widzenia. Wrazem tego jest między innymi koncepcja *shared-value* autorstwa Michaela Portera i Marka Kramera, zgodnie z którą problemy społeczne w otoczeniu mogą stanowić inspirację dla tworzenia nowych produktów, generujących wartość dla całego społeczeństwa oraz właścicieli firm³.

Pomijając normatywny dyskurs na temat tego, co stanowi zobowiązania przedsiębiorstw, a co nie należy do zakresu ich odpowiedzialności, warto przedstawić jedną z pierwszych i najczęściej cytowanych koncepcji społecznej odpowiedzialności opracowaną przez Archiego Carrola (1979). Według niego społeczna odpowie-

¹ M. Friedman, *The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits*, „The New York Times Magazine”, 13 września 1970 r.

² P. Drucker, *Praktyka zarządzania*, Czytelnik – Nowoczesność, Akademia Ekonomiczna w Krakowie, Kraków 1998, s. 407–412.

³ M. Porter, M. Kramer, *Creating Shared Value*, „Harvard Business Review”, Jan/feb2011, Vol. 89, Issue 1/2, s. 62–77.

działność obejmuje cztery kategorie odpowiedzialności, to jest: ekonomiczną, prawną, etyczną oraz filantropijną⁴.

Odpowiedzialność ekonomiczna polega na prowadzeniu działalności gospodarczej z zyskiem. Nie chodzi o dążenie do maksymalizacji zysku w znaczeniu klasycznej teorii ekonomii, jak często w interpretacjach podaje rodzima literatura przedmiotu. W tekście oryginalnym Carroll wskazuje, że jednostka gospodarcza powinna dostarczać dobra i usługi oczekiwane przez rynek, osiągając zysk⁵, przy czym nie ma mowy o dążeniu do jak największego zysku. Gdyby firma miała na celu tylko generowanie maksymalnych zysków, trudno byłoby wypełnić inne zobowiązania i powinności wobec społeczeństwa, szczególnie te należące do sfery etycznej i filantropijnej. Dla pełniejszego zobrazowania kwestii odpowiedzialności ekonomicznej warto rozważyć tę kategorię z przeciwnej perspektywy, to znaczy spróbować wyjaśnić, kiedy firma nie wypełnia swoich zobowiązań wobec społeczeństwa. Według rozpatrywanej koncepcji dzieje się tak wtedy, gdy jednostka gospodarcza nie spełnia zadań, do których została powołana. Innymi słowy, gdy produkty lub usługi przez nią oferowane nie spełniają oczekiwań potencjalnych klientów i nie znajdują nabywców. W takiej sytuacji firma generuje straty, które nie tylko uszczuplają kapitał właścicieli, ale również zmniejszają dochody pracowników oraz wpływy państwa i jednostek samorządu terytorialnego z tytułu podatków. W takiej sytuacji, z punktu widzenia rynkowego, jednostka gospodarcza może zostać określona jako nieodpowiedzialna społecznie w sensie ekonomicznym, ponieważ „marnotrawi” zasoby powierzone jej przez społeczeństwo.

Drugą kategorią w modelu piramidy społecznej odpowiedzialności są zobowiązania prawne. Oznacza to, że aby wypełnić ten rodzaj odpowiedzialności, należy przestrzegać obowiązującego prawa. Zakres przepisów, którym podlegają współczesne firmy, jest sze-

⁴ A.B. Carroll, *A Three-Dimensional Conceptual Model of Corporate Performance*, "Academy of Management Review" 1979, Vol. 4, No. 4, s. 500.

⁵ *Ibidem*.

roki. Niemal każda sfera funkcjonowania jednostki gospodarczej podlega w większym albo mniejszym stopniu regulacji. I tak należy wspomnieć przepisy dotyczące pracowników, konsumentów, właścicieli, podatków, środowiska naturalnego. Na zakres regulacji działalności jednostki wpływa przedmiot jej działalności oraz wielkość. W o wiele większym stopniu regulacji będzie podlegała jednostka funkcjonująca w branży wydobywczej, której papiery wartościowe znajdują się w obrocie publicznym, niż mała firma zajmująca się handlem odzieżą. Pomijając szczegółowe kwestie zakresu regulacji prawnej różnych przedsiębiorstw, warto wspomnieć, że koncepcja piramidy odpowiedzialności nie wprowadza podziału na różne sfery odpowiedzialności prawnej. Odpowiedzialność prawna wydaje się być rozumiana w kategoriach dychotomicznych, to znaczy, że jeśli organizacja przestrzega wszystkich obowiązujących ją przepisów, to jest odpowiedzialna. Jeśli zaś któryś z obszarów jej działania łamie przepisy prawa, to trudno uznać ją za odpowiedzialną w tym wymiarze.

Kolejną kategorią odpowiedzialności w rozpatrywanej koncepcji jest sfera etyczna. W języku polskim słowo „etycznie” odnosi się do pozostawania w zgodzie z obowiązującymi zasadami w danej społeczności, wedle których pewne zachowania są dopuszczalne, a inne nie⁶. Odnosząc to do przedsiębiorstwa, odpowiedzialność wobec społeczeństwa polega nie tylko na wypełnianiu obowiązujących przepisów prawa, ale również na przekraczaniu ich – w tym znaczeniu, że jeśli dana kwestia nie jest uregulowana w normach prawnych lub firma im nie podlega z różnych względów, to podejmując decyzje, należy postępować zgodnie z zasadami obowiązującymi w danej społeczności. Warto również dodać, że samo wypełnianie przepisów prawa nie zawsze gwarantuje, że dane postępowanie będzie uczciwe (etyczne). Można bowiem postępować nieuczciwie, pozostając jednocześnie w zgodzie z prawem.

⁶ *Słownik poprawnej polszczyzny PWN*, Warszawa 2003.

Ostatnim zakresem społecznej odpowiedzialności jest zaangażowanie filantropijne. Jest ono rozumiane jako podejmowanie wszelkiej działalności na zasadach pełnej dobrowolności w celu wspierania procesu rozwiązywania różnych problemów społecznych. W ścisłym rozumieniu terminu „filantropia” chodzi o udzielanie pomocy potrzebującym⁷. W przypadku przedsiębiorstw pomoc taka polega na przekazywaniu zasobów organizacji na szczytne cele bez oczekiwania w zamian za to korzyści. Jednak promowane obecnie podejście do społecznej odpowiedzialności często cechuje się brakiem bezinteresowności⁸. Dążąc do zwiększenia poziomu konkurencyjności, menedżerowie starają się łączyć cele dobroczynne z ekonomicznymi. Pomijając kwestię motywów podejmowanych działań, wśród inicjatyw prospołecznych przedsiębiorstw można wyróżnić między innymi darowizny na szczytne cele, organizowanie wolontariatu pracowniczego, marketing społeczny przedsiębiorstw.

Kolejność wymienionych obszarów zobowiązań społecznych przedsiębiorstwa nie jest przypadkowa. W opisywanym modelu wychodzi się z założenia, że firma jest przede wszystkim jednostką gospodarczą, od której należy wymagać wywiązywania się z tego, do czego została powołana. Podobnie jak w przypadku spraw ekonomicznych przyjmuje się, że należy wymagać od przedsiębiorstw przestrzegania prawa. Zgodnie z rozpatrywaną koncepcją dopiero w dalszej kolejności, to znaczy po wypełnieniu zobowiązań ekonomicznych i prawnych, można oczekiwać od firmy postępowania etycznego. Ostatnią i co za tym idzie, najmniej wymaganą kategorią społecznej odpowiedzialności jest zaangażowanie filantropijne⁹.

Mimo że zaangażowanie filantropijne jest najmniej istotnym aspektem zobowiązań społecznych przedsiębiorstw, często pojęcie społecznej odpowiedzialności bywa redukowane do działań

⁷ *Słownik wyrazów obcych PWN*, Warszawa 1991, s. 266.

⁸ C. Smith, *The New Corporate Philanthropy*, „Harvard Business Review”, May/June 1994, Vol. 72, Issue 3, s. 105–116.

⁹ A.B. Carroll, *A Three-Dimensional Conceptual...*, s. 500.

dobroczynnych¹⁰. Trudno jednak zgodzić się z takim rozumieniem społecznej odpowiedzialności. Prawdą jest, że działania prospołeczne są najbardziej widocznym przejawem implementacji polityki społecznej odpowiedzialności w firmie. Jednak utożsamianie jej z działalnością dobroczynną otwiera drogę do hipokryzji, ponieważ w takiej sytuacji nawet firma łamiąca prawo mogłaby zostać uznana za społecznie odpowiedzialną!

Przedstawiony model, dzięki swojej kompleksowości, logice i zarazem prostocie, zyskał znaczną popularność. Jednak mimo jego licznych zalet można także wskazać na pewne mankamenty w opisie poziomu społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw. Wątpliwości wzbudza kwestia rozróżnienia między odpowiedzialnością etyczną i filantropijną. Na przykład: do jakiej kategorii zaliczyć przekazanie darowizny przez wysoce rentowną jednostkę na szczytny cel? W działaniu takim trudno pominąć aspekt etyczny, ponieważ oczekuje się powszechnie tego, że zyskowne firmy powinny także angażować się w pomoc potrzebującym. Wymieniony przykład jest zarazem działaniem z grupy inicjatyw należących do ostatniego poziomu społecznej odpowiedzialności. Mimo wymienionej trudności podział na cztery sfery odpowiedzialności zostaje zachowany dla potrzeb niniejszego opracowania.

2. Źródła informacji o społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstwa

W tej części opracowania przeprowadzona zostanie analiza źródeł informacji na temat poziomu społecznej odpowiedzialności

¹⁰ Na przykład w koncepcji przyjętej przez P. Kotlera i N. Lee społeczna odpowiedzialność jest utożsamiana z działalnością filantropijną w nowym rozumieniu tego pojęcia. Zob. P. Kotler, N. Lee, *Corporate Social Responsibility. Doing the Most Good for Your Company and Your Cause*, John Wiley & Sons, Inc., New York 2005, s. 3.

przedsiębiorstw. Rozpatrywano trzy rodzaje sprawozdań opracowywanych przez przedsiębiorstwa: tradycyjną sprawozdawczość finansową, raporty społeczne opracowywane według wytycznych GRI oraz raporty o wdrażaniu zasad Global Compact. Przy każdym ze źródeł danych dokonano analizy jego przydatności do oceny poziomu odpowiedzialności ekonomicznej, prawnej, etycznej oraz filantropijnej.

2.1. Sprawozdanie finansowe

Sprawozdanie finansowe jest tradycyjnym i podstawowym składnikiem sprawozdawczości przedsiębiorstw. Zgodnie z ustawą o rachunkowości w skład raportu finansowego wchodzi bilans, rachunek zysków i strat oraz informacja dodatkowa¹¹. Jednostki będące w obrocie publicznym dodatkowo sporządzają zestawienie zmian w kapitale własnym oraz sprawozdanie z przepływów pieniężnych. Wymienione składniki raportu pozwalają na kompleksowe poznanie kondycji finansowej jednostki, co stanowi podstawę w ocenie odpowiedzialności ekonomicznej firmy. Dzięki danym zawartym w raporcie finansowym można udzielić odpowiedzi między innymi na pytania, czy jednostka jest rentowna, czy płaci podatki, co dzieje się z jej przychodami ze sprzedaży, jak kształtuje się fundusz płac.

W tradycyjnie sporządzanych sprawozdaniach finansowych trudno doszukać się informacji na temat pozostałych aspektów społecznej odpowiedzialności, to jest przestrzegania prawa, zasad współżycia społecznego i aktywności dobroczynnej. Co prawda wartość zasobów przekazywanych w postaci darowizn znajduje odzwierciedlenie w rachunku zysków i strat jako składnik pozostałych kosztów operacyjnych, jednak przepisy prawa nie zobowiązują przedsiębiorstw do wyodrębniania tej pozycji. Z drugiej jednak

¹¹ Ustawa z dnia 29 września 1994 r. o rachunkowości, tekst jedn.: Dz.U. z 2009 r. Nr 152, poz. 1223 z późn. zm., art. 45, pkt 2.

strony nie zakazują tego typu praktyk. Przepisy ustawy o rachunkowości określają tylko minimalne wymagania w zakresie prezentacji rezultatów działalności. Jednostki gospodarcze mogą raportować rezultaty swojej działalności z większym stopniem dokładności, niż jest to wymagane przepisami prawa.

Podjmując zagadnienie użyteczności tradycyjnej sprawozdawczości finansowej w ocenie poziomu społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw, warto wspomnieć, że pewne informacje dotyczące społecznej odpowiedzialności mogą być ujawniane w sprawozdaniu z działalności jednostki lub informacji dodatkowej¹².

Sprawozdanie z działalności obligatoryjnie sporządzane jest przez spółki kapitałowe, komandytowo-akcyjne, towarzystwa ubezpieczeń wzajemnych, towarzystwa reasekuracji wzajemnej, spółdzielnie i przedsiębiorstwa państwowe¹³. W jego treści powinny być zawarte istotne dane na temat stanu majątku jednostki oraz jej sytuacji finansowej. Sprawozdanie z działalności powinno zawierać także ocenę osiągniętych rezultatów i opis czynników ryzyka oraz zagrożeń. W grupie czynników oddziałujących na sytuację ekonomiczno-finansową jednostki należy podać, o ile jest to istotne dla oceny sytuacji przedsiębiorstwa, wskaźniki finansowe i niefinansowe, łącznie z informacjami na temat środowiska naturalnego oraz zatrudnienia¹⁴. W zakresie wyboru wspomnianych wskaźników przepisy pozostawiają decyzję przedsiębiorstwom.

Drugim składnikiem tradycyjnej sprawozdawczości finansowej, który może prezentować informacje na temat pozaekonomicznych aspektów odpowiedzialności, jest informacja dodatkowa. Zgodnie z ustawą o rachunkowości jednostki powinny poza bilansem oraz

¹² B. Gierusz, T. Martynik, *Rachunkowość w świetle teorii społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstwa*, [w:] *Problemy współczesnej rachunkowości*, pod red. Pracowników Katedry Rachunkowości SGH, Szkoła Główna Handlowa w Warszawie, Warszawa 2009, s. 132–133.

¹³ Ustawa z dnia 29 września 1994 r. o rachunkowości, tekst jedn.: Dz.U. z 2009 r. Nr 152, poz. 1223 z późn. zm., art. 49, pkt 1.

¹⁴ *Ibidem*, art. 49, pkt 3.

rachunkiem zysków i strat sporządzać informację dodatkową, która obejmuje wprowadzenie do sprawozdania finansowego oraz dodatkowe informacje i objaśnienia. Zakres informacji dodatkowej, sporządzanej przez jednostki inne niż banki, zakłady ubezpieczeń i zakłady reasekuracji, został wyjaśniony w załączniku nr 1 do ustawy o rachunkowości¹⁵. Analizując wymieniony załącznik, warto zwrócić uwagę na to, że pozwala on na zamieszczanie pozafinansowych informacji, które mogą również dotyczyć społecznej odpowiedzialności. Jednak można prezentować tylko takie informacje, które będą miały istotny wpływ na ocenę sytuacji ekonomiczno-finansowej jednostki¹⁶.

2.2. Raporty Global Reporting Initiative

Kolejnym źródłem informacji na temat społecznej odpowiedzialności firmy są raporty przygotowywane według wytycznych Global Reporting Initiatives. Raporty tego typu stają się obecnie standardem w komunikowaniu pozafinansowych rezultatów działalności przedsiębiorstw¹⁷. Celem wytycznych GRI jest pomoc firmom w mierzeniu oraz raportowaniu poziomu ich zrównoważonego rozwoju¹⁸. Podobnie jak w przypadku sprawozdawczości finansowej raporty GRI nie stawiają sobie za cel mierzenia społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw. Oczywiście społeczna odpowiedzialność firmy ma o wiele więcej wspólnego z raportowaniem zrównoważonego rozwoju niż ze sprawozdawczością finansową. Jednak przyjęte w ni-

¹⁵ Ustawa z dnia 29 września 1994 r. o rachunkowości, tekst jedn.: Dz.U. z 2009 r. Nr 152, poz. 1223 z późn. zm., art. 45, pkt 2.

¹⁶ *Ibidem*, Załącznik nr 1, pkt 9.

¹⁷ A. Alazzani, W.N. Wan-Hussin, *Global Reporting Initiative's environmental reporting: A study of oil and gas companies*, "Ecological Indicators" 2013, 32, s. 19-24.

¹⁸ D. Hess, *The Three Pillars of Corporate Social Reporting as New Governance Regulation: Disclosure, Dialogue, and Development*, "Business Ethics Quarterly" 2008, 18(4), s. 447-482.

niejszym opracowaniu „klasyczne” rozumienie pojęcia społecznej odpowiedzialności firmy nie jest tożsame z ideą zrównoważonego rozwoju. W koncepcji społecznej odpowiedzialności wyróżnione są cztery obszary: ekonomiczny, prawny, etyczny oraz filantropijny. Natomiast idea zrównoważonego rozwoju głosi, aby dążyć do rozwoju, który zaspokaja potrzeby bieżącego pokolenia w taki sposób, aby nie odbywało się to kosztem przyszłych pokoleń¹⁹. Zgodnie z wymienioną koncepcją taki rozwój można zapewnić wtedy, gdy występuje jednocześnie wzrost ekonomiczny, rozwój społeczny oraz chronione jest środowisko naturalne. Porównując przedstawione koncepcje, widzimy po pierwsze, że ich wspólnym mianownikiem jest aspekt ekonomiczny. Po drugie, chociaż w idei społecznej odpowiedzialności nie zostały wspomniane wprost ani kwestie rozwoju społecznego, ani ochrony środowiska, to warto zauważyć, że przestrzeganie prawa i poszanowanie zasad współżycia społecznego pozostaje w harmonii i z rozwojem społecznym, i z ochroną środowiska naturalnego. Nie jest więc dużym zaskoczeniem, że przedsiębiorstwa nazywają raporty przygotowywane z wykorzystaniem wytycznych GRI raportami społecznymi²⁰.

Zgodnie z obecnie obowiązującymi wytycznymi – czwartej już generacji – w raporcie zrównoważonego rozwoju wyodrębnić można dwie części: ogólne informacje dotyczące profilu jednostki (*general standard disclosures*) oraz dane szczegółowe na temat przyjętego podejścia do zarządzania i wskaźników wyników²¹.

Informacje w części o nazwie „profil jednostki” zawierają dane o przyjętej strategii zrównoważanego rozwoju. Dodatkowo znajdują się tutaj także ogólne informacje dotyczące przedmiotu działalności, skali działania czy obszaru, na którym prowadzona jest działal-

¹⁹ World Commission on Environment and Development, *Our Common Future* (The Brundtland Report), Oxford University Press, Oxford 1987.

²⁰ Na przykład *Raport odpowiedzialnego biznesu 2011. Odpowiedzialna przyszłość* opracowany przez PKN Orlen.

²¹ G4 Sustainability Reporting Guidelines, Global Reporting Initiatives, 2013, s. 20.

ność gospodarcza. Ta część raportu zawiera także opis inicjatyw dotyczących zrównoważonego rozwoju, w które angażuje się firma, oraz informacji na temat prowadzenia dialogu z interesariuszami. Druga część wytycznych GRI zawiera informacje na temat przyjętego podejścia do zarządzania. Jednostka opisuje tutaj przyjęte ogólne cele dotyczące wskaźników ekonomicznych, społecznych oraz środowiskowych. Poza wyznaczonymi celami należy również przedstawić planowany sposób ich osiągnięcia. W tej części znajdują się także wskaźniki wyników, które liczą łącznie 91 pozycji i dzielą się na trzy ogólne grupy, to jest dotyczące ekonomii, społeczeństwa i oddziaływania na środowisko naturalne.

Analiza i ocena odpowiedzialności ekonomicznej dokonywana na podstawie raportów GRI, podobnie jak ocena na podstawie sprawozdawczości finansowej, pozwala uzyskać informacje na temat tego, czy firma spełnia swoją ekonomiczną rolę w społeczeństwie, czy też nie. Istnieją jednak kilka różnic między wymienionymi rodzajami sprawozdawczości. Po pierwsze, informacje dostarczane przez wskaźniki ekonomiczne w raportach GRI, generalnie, dostarczają bardziej syntetycznych informacji niż sprawozdawczość finansowa. Na przykład raportując wskaźnik EC1, jednostki mają ujawnić wielkość przychodów, która rozumiana jest jako miara wartości ekonomicznej wytworzonej przez jednostkę gospodarczą. Z drugiej strony należy wyjaśnić, jak wymieniona wartość została rozdysponowana²², to znaczy jaką część stanowiły koszty operacyjne, fundusz płac, podatki, inwestycje dotyczące społeczności lokalnych. Nie ma konieczności ukazywania przychodów czy kosztów w podziale na poszczególne kategorie, jak ma to miejsce w tradycyjnej sprawozdawczości finansowej. Po drugie, sposób ukazywania wyników ekonomicznych jednostki w raportach GRI uwzględnia nie tylko wyniki jednostki ekonomicznej jako oddzielnego podmiotu w gospodarce – jak ma to miejsce w sprawozdawczości finansowej, ale również pokazuje jej oddziaływania pośrednie na otoczenie.

²² *Ibidem*, s. 48.

Przykładem jest wymóg ujawnienia wartości zasobów pozyskanych od lokalnych odbiorców czy wykazania wartości oraz parametrów fizycznych infrastruktury powstałej na terenach, gdzie firma prowadzi swoją działalność. Po trzecie, raporty GRI pozwalają na dokładniejszą ocenę wysokości wynagrodzeń. Jednostki mają obowiązek przedstawić informacje dotyczące poziomu przyjętych wynagrodzeń minimalnych i ich relacji do przepisów prawa. Raportowana jest także stopień partycypacji firmy w zapewnieniu świadczeń emerytalnych pracownikom.

Kolejny aspekt społecznej odpowiedzialności jednostki dotyczy przestrzegania prawa. Co prawda wytyczne GRI nie poświęcają temu zagadnieniu żadnej odrębnej grupy ani podgrupy wskaźników, to jednak pewne informacje na ten temat możemy uzyskać ze wskaźników znajdujących się w obszarach środowisko naturalne oraz społeczeństwo. Zgodnie z opisywaną metodologią jednostka jest zobowiązana do zamieszczenia w raporcie informacji na temat wielkości zapłaconych kar finansowych za nieprzestrzeganie prawa w zakresie oddziaływania na środowisko naturalne oraz ujawnienia innych sankcji o charakterze niefinansowym nałożonych na nią przez właściwe organy (EN29)²³. Dodatkowo z raportu GRI można uzyskać informacje na temat liczby zgłoszonych formalnie skarg na firmę w związku z jej oddziaływaniem na środowisko naturalne (EN34). Konstrukcja wskaźnika w tym zakresie jest taka, że jednostka podaje liczbę wszystkich skarg, które wpłynęły podczas okresu sprawozdawczego, następnie wskazuje, które z nich zostały rozwiązane, które są w trakcie wyjaśniania, a które dotyczyły sytuacji zgłoszonych przed okresem sprawozdawczym²⁴.

Taką samą konstrukcją mają wskaźniki dotyczące spraw prawnych w zakresie oddziaływania na społeczeństwo. Organizacje stosujące wytyczne GRI mają za zadanie ujawnić informacje na temat liczby formalnych skarg dotyczących: prawa pracy (LA 16); praw

²³ *Ibidem*, s. 62.

²⁴ *Ibidem*, s. 63.

człowieka (HR 12); korupcji (SO5); praktyk ograniczających konkurencję (SO7); bezpieczeństwa produktów oraz ich oddziaływania na zdrowie konsumentów (PR2) oraz zamieszczania informacji na ten temat (PR4), komunikacji marketingowej, w tym reklamy, promocji i sponsoringu (PR7); prywatności i danych konsumentów (PR8) oraz wartość oraz liczbę kar finansowych i innych sankcji nałożonych na jednostkę raportującą (SO8)²⁵.

Trzeci aspekt społecznej odpowiedzialności, który stanowi odpowiedzialność etyczna, jest w znacznie mniejszym stopniu podejmowany w stosunku do spraw prawnych oraz ekonomicznych. Bezpośrednie odniesienia znajdujemy w części wytycznych zatytułowanej „Etyka i integralność”. Zawarto w niej wskazówki, zgodnie z którymi jednostka powinna przedstawić zasady oraz wartości, którymi kieruje się w swojej działalności. Zasady takie mogą być przedstawione w postaci na przykład wprowadzonego kodeksu etycznego. Dodatkowo jednostka powinna przedstawić informacje na temat wykorzystywanych rozwiązań mających na celu uzyskanie porady w sprawach dotyczących etyki oraz zgodności z prawem zdarzeń w firmie, jak również przyjętych mechanizmów zgłaszania oraz rozwiązywania „trudnych spraw” w organizacji²⁶. O kwestiach etycznych pewne informacje uzyskujemy także na podstawie wskaźników wyników. Jednostki raportujące zgodnie z wytycznymi GRI mają za zadanie podawać różne informacje pozwalające ocenić, chociaż częściowo, w jakim stopniu postępowanie firmy jest zgodne bądź niezgodne z powszechnie akceptowanymi zasadami współżycia społecznego. Wydaje się, że do takiego typu danych można zaliczyć informacje dotyczące: prowadzonych szkoleń w zakresie poszanowania i przestrzegania praw człowieka, szkoleń dotyczących przeciwdziałaniu korupcji (SO4), wykorzystywania pracy dzieci

²⁵ *Ibidem*, s. 69–82.

²⁶ *Ibidem*, s. 41–42.

(HR5), wykorzystywania pracy przymusowej (HR6), dyskryminacji w miejscu pracy (HR3)²⁷.

Ostatni obszar odpowiedzialności dotyczy aktywności filantropijnej organizacji. Zgodnie z klasyczną koncepcją społecznej odpowiedzialności jest to kwestia najmniej istotna w ocenie stopnia wywiązywania się jednostki gospodarczej ze jej zobowiązań przed społeczeństwem. Nie jest więc dużym zaskoczeniem, że wytyczne GRI nie poświęcają temu zagadnieniu znacznej uwagi. Z drugiej jednak strony, jeśli przyjmiemy, że działalność filantropijna jest tym obszarem, który jest najbardziej „widoczny” i służy do budowania reputacji jednostki, pewnym zaskoczeniem jest fakt marginalizowania aktywności filantropijnej przez wytyczne GRI.

W zapisach wytycznych GRI nie odnajdujemy nawet bezpośredniego odwołania do pojęcia „filantropia”. Najbliższym pod względem znaczenia terminem jest pojęcie inwestycji w społeczności, gdzie prowadzona jest przez jednostkę działalność (*community investments*). Przez inwestycje społeczne rozumie się darowizny oraz inwestycje dotyczące społeczeństwa, które są nakierowane na beneficjentów zewnętrznych wobec organizacji. Obejmują one udzielane wsparcie dla organizacji dobroczynnych, organizacji nienastawionych na zysk i instytucji badawczych (niezwiązanych z raportującą jednostką), fundusze na rozwój infrastruktury oraz bezpośrednie koszty programów społecznych przedsiębiorstw²⁸. Jak wynika z powyższej definicji, mimo że pojęcie „filantropia” nie pojawia się ani razu, jej istota, czyli przekazywanie zasobów przez jednostkę w celu niesienia pomocy bez uzyskiwania w zamian żadnych korzyści, jest tutaj zachowana.

Analizując informacje zawarte we wskaźnikach wyników, odnajdujemy tylko trzy pozycje, które mogą być wykorzystane do raportowania informacji o zaangażowaniu filantropijnym firmy. Pierwszy ze wskaźników to EC1; wykorzystując tę miarę, jednostka wskazuje,

²⁷ *Ibidem*, s. 72–77.

²⁸ Implementation Manual, Global..., s. 70.

jaką wartość przekazano na inwestycje społeczne. Dodatkowe informacje na temat inwestycji o charakterze społecznym uzyskujemy dzięki wskaźnikowi EC7. Wymieniony wskaźnik dostarcza dokładniejszych informacji na temat wsparcia, które dotyczyło rozwoju infrastruktury, oraz usług, jakie firma świadczyła na rzecz dobra wspólnego. Trzeci ze wskaźników – SO1 – dotyczy generalnie programów rozwoju lokalnego, ale w jego ramach dozwolone jest także raportowanie informacji na temat zaangażowania filantropijnego, z czego korzystają przedsiębiorstwa²⁹.

2.3. Raporty Global Compact

Trzecim źródłem informacji na temat społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstwa są raporty z postępu we wdrażaniu zasad Global Compact, inicjatywy powołanej do istnienia przez Organizację Narodów Zjednoczonych w 2000 r. Jej głównym celem jest zachęcenie przedsiębiorstw do poszanowania praw człowieka, praw pracowniczych, ochrony środowiska oraz przeciwdziałania korupcji. Zasady Global Compact są następujące³⁰:

1. Popieranie i przestrzeganie praw człowieka przyjętych przez społeczność międzynarodową.
2. Eliminacja wszelkich przypadków łamania praw człowieka.
3. Poszanowanie wolności stowarzyszania się.
4. Eliminacja wszelkich form pracy przymusowej.
5. Zniesienie pracy dzieci.
6. Przeciwdziałanie dyskryminacji w zatrudnieniu.
7. Prewencyjne podejście do środowiska naturalnego.

²⁹ A. Toppinen, K. Korhonen-Kurki, *Global Reporting Initiative and social impact in managing corporate responsibility: a case study of three multinationals in the forest industry*, "Business Ethics: A European Review" 2013, 22(2), s. 202–217.

³⁰ Odczyt ze strony www.globalcompact.org.pl [dostęp: 10.09. 2013 r.].

8. Podejmowanie inicjatyw mających na celu promowanie postaw odpowiedzialności ekologicznej.
9. Stosowanie i upowszechnianie przyjaznych środowisku technologii.
10. Przeciwdziałanie korupcji we wszystkich formach, w tym wymuszeniom i łapówkarstwu.

Organizacje przystępujące do inicjatywy Global Compact są zobowiązane do tego, aby każdego roku opracowywać oraz publikować raport na temat postępów we wdrażaniu zasad GC (COP – Communication on Progress). Dokument taki powinien zawierać oświadczenie zarządu o popieraniu zasad GC, opis działań podjętych w celu ich wdrażania oraz osiągnięte w tym wymiarze rezultaty³¹.

Jednostki przygotowujące raport z postępu we wdrażaniu zasad GC mogą dokonać tego według własnego uznania albo wykorzystać wytyczne GRI. Stosowanie wytycznych GRI jest rekomendowane przez biuro Global Compact. W tym zakresie dostępne są także publikacje zawierające między innymi wykazy wskaźników GRI, za pomocą których można opisać postępy w implementacji poszczególnych zasad Global Compact³². Polecane tam wskaźniki obejmują między innymi wymienione już miary, takie jak: LA16 – prawo pracy, HR12 – prawa człowieka, SO5 i SO4 – korupcja, HR 5 – praca dzieci, HR6 – praca przymusowa, HR3 – dyskryminacja w miejscu pracy.

Rozpatrując możliwość wykorzystania informacji z raportów Global Compact do analizy oraz oceny poziomu społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw, warto zauważyć, że na podstawie tego typu sprawozdań uzyskujemy wiadomości dotyczące sfery prawnej i etycznej w obszarach zdefiniowanych przez 10 szczegółowych zasad Global Compact. Rozpatrywany rodzaj sprawozdawczości nie

³¹ *Ibidem.*

³² Na przykład dokument: *Making the Connection: Using the GRI G3.1 Guidelines to Communicate Progress on The UN Global Compact Principles, Global Reporting Initiative and UN Global Compact*, www.globalcompact.org.pl [dostęp: 10.09.2013 r.].

dostarcza interesariuszom informacji ani na temat odpowiedzialności ekonomicznej, ani na temat zaangażowania filantropijnego organizacji.

Dokonując charakterystyki sprawozdań Global Compact, warto podkreślić, że w tego typu sprawozdaniu jednostka gospodarcza jest zobowiązana zarówno do przedstawienia wdrożonych rozwiązań o charakterze instytucjonalnym w celu implementacji poszczególnych zasad Global Compact, jak i ujawnienia efektów wymienionych rozwiązań. Taki podział pozwala dokładniej poznać nie tylko stopień przestrzegania reguł inicjatywy Global Compact, ale również dostarcza informacji na temat aktywności kierownictwa w zakresie wdrażania tej inicjatywy.

Podsumowanie

W niniejszym opracowaniu podjęto temat sprawozdawczości przedsiębiorstw jako źródła informacji o społecznej odpowiedzialności, rozumianej zgodnie z klasyczną definicją według Archiego B. Carrolla (1979). Wśród poddanych analizie rodzajów raportów znalazły się tradycyjne raporty finansowe, raporty GRI oraz raporty Global Compact. Przeprowadzone rozważania pozwalają na wyciągnięcie następujących wniosków.

Po pierwsze, żadne z wymienionych źródeł nie pozwala na kompleksową ocenę poziomu społecznej odpowiedzialności firmy w klasycznym rozumieniu tego pojęcia. Najpełniejsze ujęcie tej sfery funkcjonowania organizacji możemy poznać dzięki raportom GRI. Raporty tego typu, pomimo że poświęcone są problemowi zrównoważonego rozwoju, pozwalają uzyskać informacje na temat poziomu społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstwa w czterech jej wymiarach, to jest w wymiarze ekonomicznym, prawnym, etycznym oraz filantropijnym.

Po drugie, obszarem znajdującym najpełniejsze odzwierciedlenie w rozpatrywanej sprawozdawczości jest sfera ekonomiczna. Szczegółowe informacje na ten temat dostarczane są przez tradycyjną sprawozdawczość finansową. Warto zauważyć, że interesującym ich dopełnieniem mogą być dane z raportów GRI, które poza bezpośrednimi rezultatami aktywności ekonomicznej dostarczają także informacji na temat pośrednich oddziaływań ekonomicznych.

Po trzecie, najmniej wytycznych znajdujemy na temat sposobu przedstawiania aktywności filantropijnej przedsiębiorstw, mimo że tego typu działania stanowią środek wyrazu przyjętej polityki przez jednostkę wobec społeczeństwa. Kilka wskazówek na ten temat odnajdujemy jedynie w zapisach wytycznych GRI. Równowartość przekazywanych zasobów w postaci darowizn znajduje również odzwierciedlenie w sprawozdawczości finansowej jako składnik pozostałych kosztów operacyjnych, jednak przepisy prawa nie zobowiązują przedsiębiorstw do wyodrębniania tej pozycji w sprawozdaniu finansowym.

Na koniec warto zauważyć, że poza zakresem dostarczanych informacji analizowane rodzaje raportów różnią się znacznie pod względem stopnia ich wykorzystania. Sprawozdawczość finansowa ma charakter obligatoryjny dla znacznej części przedsiębiorstw. Jeśli chodzi o raporty GRI i sprawozdania GC, przepisy krajowe nie nakładają obowiązku przygotowywania tego typu dokumentów na organizacje i są one obecnie sporządzane przez relatywnie niewielką grupę przedsiębiorstw. Oznacza to, że na podstawie sprawozdawczości sporządzanej przez większość przedsiębiorstw w Polsce możemy uzyskać jedynie informacje dotyczące odpowiedzialności ekonomicznej.