

**PRACE NAUKOWE**

Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu

**RESEARCH PAPERS**

of Wrocław University of Economics

**288**

# **Spółeczna odpowiedzialność organizacji**

## **W poszukiwaniu paradygmatów, metodologii i strategii**



Redaktorzy naukowi

**Zdzisław Pisz**

**Magdalena Rojek-Nowosielska**



Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu  
Wrocław 2013

Redaktor Wydawnictwa: Dorota Pitulec  
Redaktor techniczny: Barbara Łopusiewicz  
Korektor: Barbara Cibis  
Łamanie: Małgorzata Czupryńska  
Projekt okładki: Beata Dębska

Publikacja jest dostępna w Internecie na stronach:  
[www.ibuk.pl](http://www.ibuk.pl), [www.ebscohost.com](http://www.ebscohost.com),  
The Central and Eastern European Online Library [www.ceeol.com](http://www.ceeol.com),  
a także w adnotowanej bibliografii zagadnień ekonomicznych BazEkon  
[http://kangur.uek.krakow.pl/bazy\\_ae/bazekon/nowy/index.php](http://kangur.uek.krakow.pl/bazy_ae/bazekon/nowy/index.php)

Informacje o naborze artykułów i zasadach recenzowania znajdują się  
na stronie internetowej Wydawnictwa  
[www.wydawnictwo.ue.wroc.pl](http://www.wydawnictwo.ue.wroc.pl)

Kopiowanie i powielanie w jakiegokolwiek formie  
wymaga pisemnej zgody Wydawcy

© Copyright by Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu  
Wrocław 2013

**ISSN 1899-3192**  
**ISBN 978-83-7695-369-4**

Wersja pierwotna: publikacja drukowana

Druk: Drukarnia TOTEM

## Spis treści

<b>Wstęp</b> .....	9
<b>Tomasz Brzozowski</b> , Zrównoważony rozwój i społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstw jako fundamenty nowego modelu biznesowego .....	11
<b>Ewa Gluszek</b> , Wykorzystywanie inicjatyw społecznych w budowaniu atrybutów dobrej reputacji przedsiębiorstwa .....	22
<b>Ewa Jastrzębska</b> , Społeczna odpowiedzialność liderów CSR w Polsce – wyniki badań.....	37
<b>Stanisław Kamiński</b> , Zawodność rynku a odpowiedzialna realizacja zadań publicznych przez przedsiębiorstwa .....	49
<b>Katarzyna Klimkiewicz</b> , Wizerunek przedsiębiorstwa społecznie odpowiedzialnego – analiza treści komunikatów .....	57
<b>Janusz Kroik, Jan Skonieczny</b> , Oblicza odpowiedzialności społecznej w strategii przedsiębiorstwa .....	70
<b>Alicja Krzepicka, Jolanta Tarapata</b> , Strategia CSR, czyli tworzenie wspólnej wartości .....	84
<b>Paweł Kuźbik</b> , Strategiczna mapa interesariuszy klubu piłkarskiego .....	95
<b>Ewa Mazur-Wierzbicka</b> , Ekologiczna odpowiedzialność przedsiębiorstw w ramach CSR – korzyści dla przedsiębiorców .....	106
<b>Dominika Mirońska, Piotr Zaborek</b> , Analiza wrażliwości polskich nabywców indywidualnych na działania z zakresu marketingu społecznego podejmowane przez wytwórców dóbr i usług konsumpcyjnych .....	115
<b>Aleksandra Paszkiewicz</b> , Raportowanie zintegrowane jako przejaw ewolucji sprawozdawczości finansowej .....	126
<b>Adrian Pyszka</b> , Tworzenie społecznie odpowiedzialnych innowacji (SOI) z perspektywy kosztów transakcyjnych.....	138
<b>Marcin Ratajczak</b> , Ekorozwój jako podstawa odpowiedzialnego biznesu (CSR) w obszarze środowiska naturalnego .....	151
<b>Janusz Reichel</b> , <i>Homoresponsabilis</i> – edukacja globalna na rzecz społecznej odpowiedzialności w szkolnictwie zawodowym.....	160
<b>Piotr Rogala</b> , Raporty społeczne – doświadczenia i dylematy.....	173
<b>Agata Rudnicka</b> , Rynek FairTrade w wybranych krajach Unii Europejskiej .	182
<b>Ewa Stawicka</b> , Znaczenie kodeksów etycznych w małych i średnich przedsiębiorstwach .....	190
<b>Magdalena Stefańska</b> , Podstawy teoretyczne i ewolucja pojęcia społeczna odpowiedzialność biznesu (CSR) .....	198

<b>Dorota Teneta-Skwiercz</b> , Istota i zasady funkcjonowania funduszy odpowiedzialnego inwestowania.....	212
<b>Monika Wilewska</b> , CSR przedsiębiorstw dużych i z sektora MSP – podobieństwa i różnice .....	224
<b>Przemysław Wolczek</b> , Raportowanie społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw w Polsce.....	234
<b>Adam Zawadzki</b> , Outsourcing w koncepcji społecznej odpowiedzialności organizacji.....	249
<b>Halina Zboroń</b> , CSR – ku nowemu paradygmatowi.....	259

## Summaries

<b>Tomasz Brzozowski</b> , Sustainable development and corporate social responsibility as the basis for new business model .....	21
<b>Ewa Gluszek</b> , Social initiatives in building key ingredients of star-quality corporate reputation .....	36
<b>Ewa Jastrzębska</b> , Social responsibility of CSR leaders in Poland – results of research .....	48
<b>Stanisław Kamiński</b> , Market failure and responsible public tasks performance by enterprises .....	56
<b>Katarzyna Klimkiewicz</b> , Image of a socially responsible firm – results of a content analysis.....	69
<b>Janusz Kroik, Jan Skonieczny</b> , Faces of social responsibility in corporate strategy .....	83
<b>Alicja Krzepicka, Jolanta Tarapata</b> , CSR strategy as common value creation .....	94
<b>Paweł Kuźbik</b> , Strategic stakeholder’s map of sports organizations.....	105
<b>Ewa Mazur-Wierzbicka</b> , Environmental responsibility in CSR – benefits for the entrepreneurs.....	114
<b>Dominika Mirońska, Piotr Zaborek</b> , Analysis of Polish consumers’ sensitivity to the cause related marketing activities undertaken by producers of consumer goods and services .....	125
<b>Aleksandra Paszkiewicz</b> , Integrated reporting as an aspect of financial reporting evolution .....	137
<b>Adrian Pyszka</b> , Creating Socially Responsible Innovations considering transaction costs .....	150
<b>Marcin Ratajczak</b> , Sustainability as the basis of responsible business (CSR) in the environmental area.....	159
<b>Janusz Reichel</b> , <i>Homoresponsabilis</i> – global education for social responsibility in vocational education.....	172
<b>Piotr Rogala</b> , Social responsibility reports – experiences and dilemmas.....	181

---

<b>Agata Rudnicka</b> , FairTrade market in old and new EU countries .....	189
<b>Ewa Stawicka</b> , Meaning of ethical codes in small and medium enterprises ...	197
<b>Magdalena Stefańska</b> , Theoretical background and evolution of the definition of CSR .....	211
<b>Dorota Teneta-Skwiercz</b> , Essence and rules of SRI's performance .....	223
<b>Monika Wilewska</b> , CSR in SMEs and in large enterprises – similarities and differences.....	233
<b>Przemysław Wolczek</b> , Corporate Social Responsibility reporting in Poland	248
<b>Adam Zawadzki</b> , Outsourcing in the concept of corporate social responsibility .....	258
<b>Halina Zboroń</b> , CSR – towards the new paradigm .....	270

**Przemysław Wolczek**

Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu

---

## RAPORTOWANIE SPOŁECZNEJ ODPOWIEDZIALNOŚCI PRZEDSIĘBIORSTW W POLSCE

---

**Streszczenie:** Społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstw (SOP) jest jednym z tych obszarów działań przedsiębiorstw, który nie jest uregulowany prawnie. Należy jednak wspomnieć, że w ostatnich latach poczyniono wiele wysiłków, aby wprowadzić istotne standardy do zarządzania kwestiami SOP (np. ISO 26000; SA 8000, wytyczne GRI, Model LGB). Ze względu na to, iż SOP w teorii zarządzania jest współcześnie rozumiana jako *nowoczesny instrument budowania wartości firmy i jej przewagi konkurencyjnej*<sup>1</sup>, ważne jest, w jaki sposób podmioty podejmujące działania społecznie odpowiedzialne raportują o swoich dokonaniach. Niniejszy artykuł ma na celu przedstawienie informacji na temat raportowania SOP w Polsce.

**Słowa kluczowe:** raportowanie społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw, standardy raportowania, GRI.

### 1. Wstęp

Z tematyką społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw (SOP) ściśle wiąże się kwestia informowania interesariuszy (*stakeholders*) o prowadzonej działalności i jej skutkach dla szeroko rozumianego otoczenia. Podmiot, który poważnie podchodzi do tej problematyki, nie może sobie pozwolić na zaniedbania w komunikowaniu o swoich osiągnięciach, ale także i porażkach w dziedzinie SOP. Przedsiębiorstwo, które zdecyduje się na opracowanie i wdrożenie strategii społecznej odpowiedzialności, musi zdać sobie sprawę z tego, że strategia ta będzie niekompletna, jeśli nie będzie ono potrafiło poinformować swoich interesariuszy o jej efektach. Sposobem na przekazanie informacji o tym, jak firma wywiązuje się z realizacji przyjętej strategii CSR (*Corporate Social Responsibility*), jest tworzenie i publikowanie raportów społecznych<sup>2</sup>. Problem polega jednak na tym, że przedsiębiorstwa mają pełną

---

<sup>1</sup> W. Pańków, B. Rok, M. Strumińska-Kutra, J. Woźniczko, *Oblicza społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw*, Wyd. Naukowe Scholar, Warszawa 2010, s. 21.

<sup>2</sup> Raporty społeczne są również nazywane raportami CSR, raportami zrównoważonego rozwoju czy też raportami społecznej odpowiedzialności.

dowolność w tworzeniu tego typu dokumentów, co powoduje, że *ocena i porównywanie poziomu odpowiedzialności poszczególnych firm jest utrudnione*<sup>3</sup>. Chcąc wyjść naprzeciw raportującym podmiotom, różne międzynarodowe organizacje (np. Global Reporting Initiative, AccountAbility czy International Organization for Standardization) starają się opracowywać ujednoczone zasady dotyczące raportowania w zakresie CSR. Obecnie za najczęściej wykorzystywane przez przedsiębiorstwa standardy dotyczące sprawozdawczości z zakresu społecznej odpowiedzialności uważa się wytyczne GRI<sup>4</sup>. Dzięki tworzeniu raportów społecznych przedsiębiorstwa mają możliwość monitorowania postępów w osiąganiu założonych celów, a publikowanie tych raportów jest znakomitym sposobem komunikowania przez firmę interesariuszom osiągnięć w dziedzinie CSR<sup>5</sup>. Ponieważ SOP w teorii zarządzania jest współcześnie rozumiana jako *nowoczesny instrument budowania wartości firmy i jej przewagi konkurencyjnej*<sup>6</sup>, ważne jest to, w jaki sposób podmioty podejmujące działania społecznie odpowiedzialne raportują o swoich dokonaniach. Niniejszy artykuł ma na celu analizę problematyki dotyczącej raportowania SOP w Polsce na tle tendencji światowych.

## 2. Wytyczne raportowania GRI

Jak już wspomniano, raportowanie z zakresu społecznej odpowiedzialności ma charakter fakultatywny. Firmy, które decydują się na stworzenie raportu CSR, mają pełną swobodę co do jego formy i informacji, jakie chcą w nim umieścić. Ta dowolność powoduje, że ocena i porównanie poziomu społecznej odpowiedzialności poszczególnych podmiotów jest zadaniem trudnym do wykonania. Dlatego też, w celu zachęcenia firm do korzystania z ujednoczonych zasad, niezależna międzynarodowa sieć interesariuszy Światowa Inicjatywa Sprawozdawcza (*Global Reporting Initiative – GRI*) opracowała ogólnodostępne wytyczne, mające zastosowanie do sprawozdawczości na temat gospodarczych, ekologicznych i społecznych aspektów działalności, produktów i usług dowolnego przedsiębiorstwa<sup>7</sup>.

Zagadnienia, które muszą być uwzględnione w raporcie opracowanym w oparciu o wytyczne GRI, to<sup>8</sup>:

---

<sup>3</sup> *Raportowanie CSR – wskaźniki GRI*, <http://www.forbes.pl/artykuly/sekcje/baza-wiedzy-csr/raportowanie-csr--wskazniki-gri,3884,1> (dostęp: 10.07.2012).

<sup>4</sup> *KPMG International Survey of Corporate Responsibility Reporting 2011*, s. 27. (<http://www.kpmg.com/PT/pt/IssuesAndInsights/Documents/corporate-responsibility2011.pdf>) (dostęp: 23.07.2012).

<sup>5</sup> L. Anam, *Raportowanie CSR jako narzędzie zarządzania*, <http://www.csrinfo.org/pl/rejestr-raportow/o-raportowaniu/3154-raport-spoeczny-jako-narzedzie-zarzadzania> (dostęp: 10.07.2012).

<sup>6</sup> W. Pańków, B. Rok, M. Strumińska-Kutra, J. Woźniczko, wyd. cyt., s. 21.

<sup>7</sup> L. Anam, *Raportowanie CSR...*

<sup>8</sup> J. Adamczyk, *Społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstw*, PWE, Warszawa 2009, s. 188; *Raportowanie CSR – wskaźniki GRI...*

1. Wizja i strategia – należy przedstawić strategię podmiotu składającego sprawozdanie odnośnie do kwestii zrównoważonego rozwoju, w tym oświadczenie kierownictwa.

2. Profil – dotyczy przeglądu struktury i działań przedsiębiorstwa składającego sprawozdanie oraz zakresu raportu.

3. Struktura i systemy zarządzania – stanowią opis struktury organizacyjnej, programów działania i systemów zarządzania, w tym dotyczących włączenia interesariuszy w działania firmy.

4. Tabelaryczne zestawienie raportu – jest to tabela wskazująca, gdzie znajdują się konkretne informacje w raporcie składanym przez przedsiębiorstwo.

5. Wskaźniki wyników – ocena wpływu firmy składającej sprawozdanie, obejmująca wskaźniki wyników zintegrowanych, ekonomicznych, środowiskowych i społecznych.

Z kolei wskaźniki w ramach GRI obejmują następujące kategorie<sup>9</sup>:

- wpływ ekonomiczny (wyniki ekonomiczne, obecność na rynku oraz pośrednie wpływy ekonomiczne),
- wpływ środowiskowy (zużycie materiałów, energii, wody, bioróżnorodność, emisje, ścieki i odpady, wyroby i usługi, transport, ogólne wydatki i inwestycje na ochronę środowiska),
- praktyki pracy i godne warunki pracy (zatrudnienie, stosunki między pracownikami, higiena pracy, szkolenia i edukacja, tolerancja i równość szans),
- prawa człowieka (praktyki w zakresie inwestycji i zaopatrzenia, dyskryminacja, wolność stowarzyszeń i negocjacji w sprawie zbiorowych układów pracy, praca dzieci, przymus pracy, bezpieczeństwo, prawa rdzennych mieszkańców),
- odpowiedzialność wobec społeczeństwa (prawa społeczeństwa, korupcja, polityka publiczna, zachowania konkurencyjne),
- odpowiedzialność za produkt i usługę (zdrowie i bezpieczeństwo konsumentów, znakowanie produktów i usług, komunikacja marketingowa, prywatność konsumenta, zgodność z wymogami).

Wyodrębniono również specyficzne wskaźniki dla poszczególnych sektorów: finansowego, energetycznego, surowcowego i wydobywczego, turystycznego, telekomunikacyjnego, motoryzacyjnego, logistyki i transportu oraz jednostek administracji publicznej. Ponadto, dzięki wprowadzeniu trzech poziomów aplikacji: A (najszerszy), B i C (najwęższy), przedsiębiorstwo może samo zdecydować, w jakim stopniu stosować się do wytycznych.

Dążąc do ciągłego ulepszania wytycznych raportowania, GRI opracowało już kilka ich wersji. Obecnie trwają prace nad wersją G4, która ma zostać oficjalnie ogłoszona w maju 2013 r. Przy tworzeniu G4 Global Reporting Initiative skupia się na kilku celach<sup>10</sup>:

<sup>9</sup> J. Adamczyk, wyd. cyt., s. 188-189; L. Anam, *Raportowanie CSR...*

<sup>10</sup> *The next generation of GRI Guidelines: comment on the G4 Exposure Draft*, <https://www.global-reporting.org/information/news-and-press-center/Pages/The-next-generation-of-GRI-Guidelines-comment-on-the-G4-Exposure-Draft.aspx> (dostęp: 13.07.2012).



- wysokiej wartości użytkowej wytycznych, tak aby początkujący użytkownicy mogli je łatwo zrozumieć i użyć,
- ulepszeniu technicznej jakości wytycznych po to, aby lepiej wspierać organizacje przygotowujące raporty, jak i podmioty korzystające z informacji w nich zawartych,
- zintegrowaniu wytycznych z innymi międzynarodowymi standardami,
- poprawieniu istotności raportowania, szczególnie z perspektywy interesariuszy,
- udostępnieniu wskazówek dotyczących tego, jak włączyć proces raportowania zrównoważonego rozwoju do trendu zintegrowanego raportowania.

Wytyczne GRI są kompatybilne z innymi standardami, takimi jak norma społecznej odpowiedzialności ISO 26000 czy wytyczne raportowania *Communication on Progress* (ich stosowania wymaga się od firm przystępujących do inicjatywy Global Compact).

Dzięki temu, że wytyczne GRI obejmują zestaw uniwersalnych oraz branżowych wskaźników, dają interesariuszom możliwość dokonania porównania danej firmy z innymi podmiotami oraz obserwowania jej postępów w obszarze społecznej odpowiedzialności.

### 3. Raportowanie na świecie

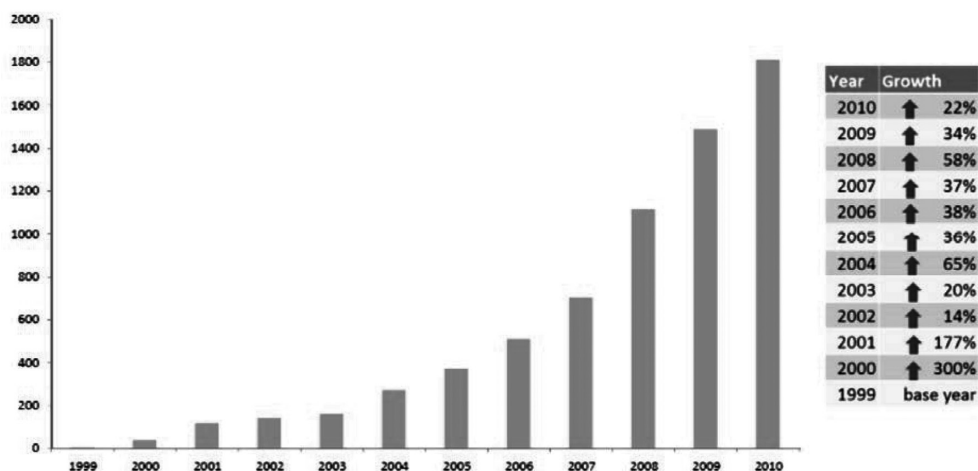
Z publikowanych przez różnego rodzaju organizacje (np. GRI, KPMG, CSRinfo, Economist Intelligence Unit, CorporateRegister.com) informacji dotyczących światowych trendów w raportowaniu społecznym można wyciągnąć kilka istotnych wniosków<sup>11</sup>.

Po pierwsze, od ponad dekady systematycznie wzrasta liczba organizacji publikujących raporty społeczne. Co więcej, rośnie również liczba podmiotów, które tworzą tego typu dokumenty w oparciu o jednolite standardy raportowania. Jak wynika z rys. 1, w 2010 r. liczba organizacji, które zarejestrowały swoje raporty w bazie GRI, przekroczyła 1800 – co oznacza wzrost o 22% w porównaniu z rokiem 2009.

Można więc stwierdzić, że coraz więcej firm podejmuje działania społecznie odpowiedzialne i komunikuje o tym interesariuszom poprzez publikowanie raportów.

---

<sup>11</sup> *A new phase: the growth of sustainability reporting*, GRI's Year in Review 2010/2011, <https://www.globalreporting.org/resourcelibrary/GRI-Year-In-Review-2010-2011.pdf> (dostęp: 23.07.2012); *Global trends in sustainability performance management*, Economist Intelligence Unit 2010, [http://fm.sap.com/data/UPLOAD/files/EIU\\_-\\_Sustainability\\_Performance\\_Management%5B1%5D.pdf](http://fm.sap.com/data/UPLOAD/files/EIU_-_Sustainability_Performance_Management%5B1%5D.pdf) – (dostęp: 23.07.2012); *KPMG International Survey of Corporate Responsibility Reporting 2011...*; *GRI Sustainability Reporting Statistics. Publication year 2010*, <https://www.globalreporting.org/resourcelibrary/GRI-Reporting-Stats-2010.pdf> (dostęp: 22.07.2012); *GRI Sustainability Reporting Statistics. Publication year 2011*, <https://www.globalreporting.org/resourcelibrary/GRI-Reporting-Trends-2011.pdf> (dostęp: 22.07.2012); *Corporate Sustainability. A Progress report*, KPMG 2011, <http://www.kpmg.com/Global/en/IssuesAndInsights/ArticlesPublications/Documents/corporate-sustainability-v2.pdf> (dostęp: 22.07.2012).



Rys. 1. Raporty opracowane zgodnie z wytycznymi GRI w latach 1999-2010

Źródło: *GRI Sustainability Reporting Statistics. Publication year 2010*, s. 2, <https://www.globalreporting.org/resourcelibrary/GRI-Reporting-Stats-2010.pdf> (dostęp: 22.07.2012).

Potwierdzeniem powyższej tezy są wyniki badań przeprowadzonych przez KPMG wśród 250 największych firm świata (wybranych z listy *Fortune 500*). W 2011 r. 95% z nich opublikowało raporty społeczne (dla porównania w 2008 r. było to ok. 80%, a w 2005 r. – blisko 50% firm)<sup>12</sup>. Z kolei według portalu CorporateRegister.com w 1998 r. raporty zrównoważonego rozwoju opublikowało ok. 500 firm. Natomiast w 2011 r. było to już prawie 6000 firm – mamy więc do czynienia ze wzrostem niemal dwunastokrotnym<sup>13</sup>. Również informacje dotyczące firm wchodzących w skład brytyjskiego indeksu giełdowego FTSE100 potwierdzają rosnące znaczenie raportowania społecznego. Otóż w 2011 r. 97% z nich informowało w raportach rocznych o swojej polityce społecznej odpowiedzialności<sup>14</sup>.

Po drugie, przedsiębiorstwa coraz częściej włączają kwestie zrównoważonego rozwoju do swoich strategii działania. Świadczy o tym fakt, iż 62% firm przebadanych przez KPMG w 2011 r. posiadało strategię zrównoważonego rozwoju<sup>15</sup>. Można zatem zauważyć proces polegający na odchodzeniu przez przedsiębiorstwa od zawierania w raportach rocznych jedynie ogólnikowych informacji dotyczących społecznej odpowiedzialności w kierunku tworzenia całościowych strategii zrów-

<sup>12</sup> *KPMG International Survey of Corporate Responsibility Reporting 2011...*, s. 6.

<sup>13</sup> *2012 Global Winners&Reporting Trends*, CorporateRegister.com, April 2012, s. 4, <http://www.corporateregister.com/a10723/45590-12th-11762220C1759774000T-GI.pdf> (dostęp: 30.07.2012).

<sup>14</sup> *Companies are embracing corporate responsibility in their annual reports*, <http://www.guardian.co.uk/sustainable-business/blog/companies-embrace-corporate-responsibility-annual-reporting> (dostęp: 30.07.2012).

<sup>15</sup> *Corporate Sustainability. A Progress report*, KPMG 2011..., s. 13.

noważonego rozwoju. Jest to o tyle ważne, że współcześnie firmy są coraz częściej poddawane presji ze strony interesariuszy, aby ukazać związek między działaniami społecznie odpowiedzialnymi a strategią biznesową. O rosnącym znaczeniu strategicznego podejścia przedsiębiorstw do CSR niech świadczy to, iż w 2010 r. 96% szefów firm, które przystąpiły do inicjatywy Global Compact, stwierdziło, że kwestie zrównoważonego biznesu powinny być w pełni zintegrowane ze strategią i działaniami firmy (dla porównania w 2007 r. odpowiedzi takiej udzieliło 72% badanych)<sup>16</sup>.

Po trzecie, odsetek firm, które przeprowadzają weryfikację swoich raportów CSR systematycznie wzrasta, choć w ostatnich trzech latach widać w tej dziedzinie stagnację. Według danych GRI w 2011 r. 45% raportów uzyskało weryfikację – w 2010 r. było to 47% wszystkich raportów, a w 2009 – 45%. Wśród firm podających swoje raporty ocenie przewodzą te z Europy (57% spośród wszystkich raportów poddanych weryfikacji w 2011 r.). Na drugim miejscu znajdują się firmy z Azji – 17%, a na trzecim z Ameryki Łacińskiej – 12%<sup>17</sup>. Należy więc przyjąć tezę, że przedsiębiorstwa tworzące raporty CSR w coraz większym stopniu zdają sobie sprawę z tego, że aby podnieść poziom wiarygodności raportów, należy poddać je ocenie (najlepiej przeprowadzonej przez zewnętrzną organizację).

Po czwarte, w światowym raportowaniu społecznym przewodzą firmy z sektora finansowego – to one zarejestrowały na stronach GRI największą liczbę raportów – 14% spośród wszystkich w 2011 r. Na kolejnych miejscach znalazły się następujące sektory: energetyczny, żywności i napojów, wydobywczy, telekomunikacyjny<sup>18</sup>. Świadczyć to może o tym, że o znaczeniu raportowania społecznego przekonali się głównie te firmy, dla których zaufanie interesariuszy jest kluczowe (sektor finansowy i spożywczy) oraz te, które w sposób istotny oddziałują na środowisko naturalne (sektor energetyczny i wydobywczy).

Po piąte, pojawia się coraz więcej regulacji i przepisów, które powodują, że raportowanie społeczne może w przyszłości przeistoczyć się z działań o charakterze fakultatywnym w działania obligatoryjne. Potwierdzeniem tego procesu jest rosnąca liczba państw, które decydują się na wprowadzanie zapisów obligujących przedsiębiorstwa do ujawniania w swoich sprawozdaniach finansowych informacji dotyczących społecznej odpowiedzialności<sup>19</sup>. W 2007 r. w Szwecji wprowadzono dla spółek publicznych obowiązek przedkładania raportów zgodnych z wytycznymi GRI. Z ko-

---

<sup>16</sup> *A New Era of Sustainability*, UN Global Compact-Accenture CEO Study 2010, s. 14, [http://www.unglobalcompact.org/docs/news\\_events/8.1/UNGC\\_Accenture\\_CEO\\_Study\\_2010.pdf](http://www.unglobalcompact.org/docs/news_events/8.1/UNGC_Accenture_CEO_Study_2010.pdf) (dostęp: 30.07.2012).

<sup>17</sup> *GRI Sustainability Reporting Statistics. Publication year 2011...*, s. 12; *GRI Sustainability Reporting Statistics. Publication year 2010...*, s. 13.

<sup>18</sup> *GRI Sustainability Reporting Statistics. Publication year 2011...*, s. 11.

<sup>19</sup> *Raporty społeczne: dobrowolne czy obowiązkowe?*, <http://www.csrinfo.org/pl/rejestr-raportow/o-raportowaniu/3156-raporty-spoeczne-dobrowolne-czy-obowiazkowe> (dostęp: 27.07.2012); *Global trends in sustainability performance management*, Economist Intelligence Unit 2010..., s. 9-10; [http://www.reportingcsr.org/national\\_guidance-p-19.html](http://www.reportingcsr.org/national_guidance-p-19.html) (dostęp: 23.07.2012).

lei w Chinach w 2008 r. wydano państwowym przedsiębiorstwom zalecenie (traktowane obecnie jako obowiązek) stosowania zasad społecznej odpowiedzialności. W 2009 r. w Danii wprowadzono przepisy wymagające od największych duńskich przedsiębiorstw państwowych oraz giełdowych (ok. 1100 jednostek) zamieszczania w raportach rocznych polityki w zakresie CSR. Jeżeli dany podmiot nie posiada takiej polityki, musi wyjaśnić, jakie są tego przyczyny. Natomiast norweskie władze zaproponowały w 2009 r. wprowadzenie poprawki do ustawy o rachunkowości, która obligowałaby przedsiębiorstwa do włączania do raportów rocznych wskaźników zrównoważonego rozwoju. Kolejne państwo, które wprowadza regulacje z zakresu CSR, to Hiszpania. W 2011 r. ustanowiła ona obowiązek raportowania społecznego dla firm zatrudniających powyżej 1000 pracowników.

Po szóste, raporty społeczne zawierają coraz więcej szczegółowych informacji oraz wskaźników i miar, co może świadczyć o tym, że wśród raportujących firmy rośnie znaczenie właściwego pomiaru i zarządzania wpływem prowadzonej działalności na szerokie grono interesariuszy<sup>20</sup>. W przyszłości można się spodziewać dalszych postępów we wdrażaniu przez przedsiębiorstwa coraz bardziej szczegółowych miar zrównoważonego rozwoju i odchodzenia od prezentowania jedynie ogólnych standardów postępowania.

#### 4. Raportowanie w Polsce

Jak na tle trendów światowych ma się raportowanie CSR w Polsce? Otóż według danych opublikowanych przez ESRA (The European Sustainability Reporting Association) w Polsce w latach 2004-2008 (dane za rok 2008 niepełne) opublikowano 21 raportów CSR<sup>21</sup>. Jak wynika z rys. 2, w omawianym okresie nasz kraj znalazł się na przedostatnim miejscu (za nami był tylko Luksemburg) wśród państw europejskich, jeśli chodzi o liczbę opublikowanych raportów CSR.

Ponadto w roku 2008 żaden z opublikowanych raportów nie powstał w oparciu o uznane standardy raportowania (GRI, AA1000AS) ani żaden nie został poddany zewnętrznej weryfikacji<sup>22</sup>. Tego typu informacje nie najlepiej świadczą o poziomie raportowania społecznego w naszym kraju.

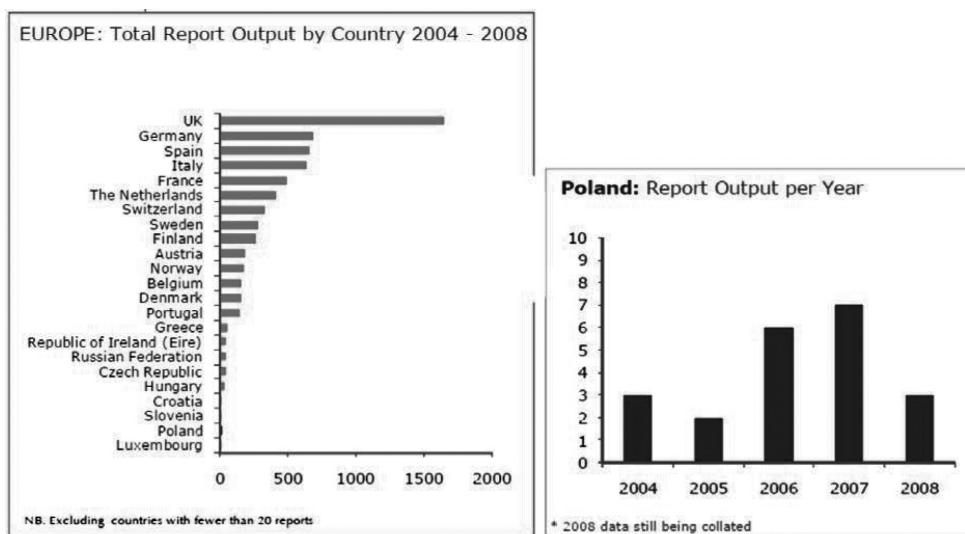
Nieco bardziej optymistyczny obraz wyłania się z badań przeprowadzonych przez organizację CSRinfo w latach 2007-2010<sup>23</sup>, z których wynika, że raportowanie

<sup>20</sup> *Global trends in sustainability performance management*, Economist Intelligence Unit 2010...

<sup>21</sup> [http://www.sustainablereporting.eu/poland/2008\\_poland\\_reporting\\_statistics](http://www.sustainablereporting.eu/poland/2008_poland_reporting_statistics) (dostęp: 3.08.2012).

<sup>22</sup> Tamże.

<sup>23</sup> W 2010 roku poddano analizie i ocenie, biorąc za punkt odniesienia wytyczne raportowania GRI, 39 raportów społecznych opublikowanych w latach 2007-2009. Z kolei w 2011 roku przedstawiono dane dotyczące analizy 29 raportów wydanych przez firmy w 2010 roku. Ponadto poddano analizie, pod kątem raportowania społecznego, sto pierwszych firm z opublikowanej w 2011 roku przez Rzeczpospolitą listy 500-set największych przedsiębiorstw działających w Polsce. Więcej na ten temat: L. Anam, *Praktyka raportowania społecznego w Polsce*, <http://www.csrinfo.org/pl/rejestr-raportow/o->



Rys. 2. Hierarchia państw europejskich ze względu na liczbę raportów CSR opublikowanych w latach 2004-2008

Źródło: [http://www.sustainablereporting.eu/poland/2008\\_poland\\_reporting\\_statistics](http://www.sustainablereporting.eu/poland/2008_poland_reporting_statistics) (dostęp: 3.08.2012).

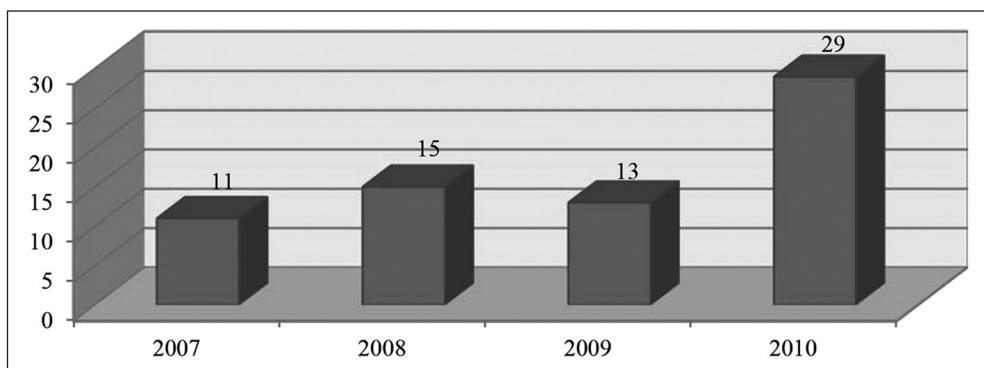
społeczne zyskuje w naszym kraju na znaczeniu. Jak widać na rys. 3, w latach 2007-2010 opublikowano w Polsce łącznie 68 raportów CSR. O ile w latach 2007-2009 liczba publikowanych raportów utrzymywała się na podobnym poziomie, o tyle w roku 2010 ukazało się ich ponad dwa razy więcej niż w latach poprzednich.

Z kolei na rys. 4 przedstawiono dane dotyczące standardów, w oparciu o które powstały raporty CSR. W latach 2007-2009 na 39 raportów jedynie 8 (20% wszystkich) powstało zgodnie z wytycznymi GRI. Natomiast w roku 2010 na 29 raportów 12 (41% wszystkich) powstało w zgodzie z wytycznymi GRI, a 5 (17%) w oparciu o zasady *Communication on Progress*. Można więc stwierdzić, że w 2010 r. prawie 60% opublikowanych raportów powstało zgodnie z międzynarodowymi standardami raportowania – jest to wzrost trzykrotny w porównaniu z latami 2007-2009<sup>24</sup>.

W latach 2007-2010 raportowanie CSR zdominowane było przez trzy branże: FMCG, finansową oraz paliwowo-gazową. Widać tu tendencje podobne do trendów światowych. Część firm raportuje już od kilku lat (np. PKN Orlen, Bank BPH

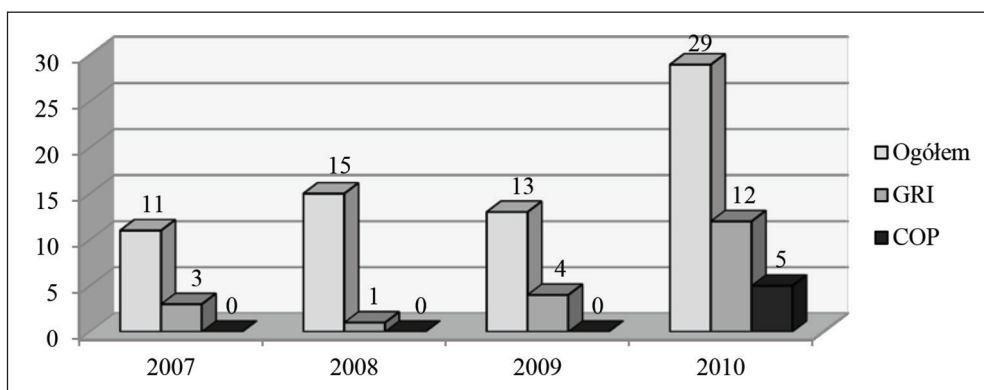
raportowaniu/3185-praktyka-raportowania-spoecznego-w-polsce-, dostęp 16.07.2012; *Raportowanie CSR w Polsce 2010*, [http://www.csrinfo.org/images/stories/Publikacje2011/Raportowanie\\_w\\_Polsce\\_2010\\_CSRinfo.pdf](http://www.csrinfo.org/images/stories/Publikacje2011/Raportowanie_w_Polsce_2010_CSRinfo.pdf), dostęp 16.07.2012.

<sup>24</sup> Różnice w danych dotyczących lat 2007-2008 podawanych przez ESRA i CSRinfo wynikają najprawdopodobniej z tego, że nie wszystkie firmy, które opublikowały raporty społeczne w owym okresie, dokonały ich rejestracji na portalu corporateregister.com, na którego danych bazowała ESRA.



**Rys. 3.** Liczba opublikowanych raportów CSR w Polsce w latach 2007-2010

Źródło: [http://www.csrinfo.org/images/stories/Publikacje2011/Raportowanie\\_w\\_Polsce\\_2010\\_CSRinfo.pdf](http://www.csrinfo.org/images/stories/Publikacje2011/Raportowanie_w_Polsce_2010_CSRinfo.pdf), s. 5.



**Rys. 4.** Standardy raportowania w Polsce w latach 2007-2010

Źródło: [http://www.csrinfo.org/images/stories/Publikacje2011/Raportowanie\\_w\\_Polsce\\_2010\\_CSRinfo.pdf](http://www.csrinfo.org/images/stories/Publikacje2011/Raportowanie_w_Polsce_2010_CSRinfo.pdf), s. 6.

czy Bank Millennium). Jest to szczególnie ważna informacja, ponieważ regularność raportowania pozwala na porównywanie wyników firmy oraz jej wpływu na otoczenie.

Z kolei z analizy stu pierwszych firm, z rankingu 500 największych polskich przedsiębiorstw opublikowanego w 2011 r. przez „Rzeczpospolitą” wynika, że<sup>25</sup>:

- połowa z nich komunikuje na swoich stronach o CSR i zrównoważonym rozwoju poprzez zakładki lub informacje w strategii,
- jedynie 12 sporządza raporty społecznej odpowiedzialności biznesu,

<sup>25</sup> *Raportowanie CSR w Polsce 2010...*, s. 7-8.



- jedynie 4 sporządzają raporty zgodnie z międzynarodowym standardem raportowania GRI (te cztery firmy to: PKN Orlen, PGNiG, Grupa Lotos oraz Budimex) – dla porównania w 2011 r. 97% firm z brytyjskiego indeksu giełdowego FTSE100 informowało w raportach rocznych o swojej polityce społecznej odpowiedzialności<sup>26</sup>.

W tab. 1 przedstawiono kluczowe wnioski płynące z badań przeprowadzonych przez CSRinfo, odnosząc się głównie do słabych stron raportów społecznych, przyczyn, dla których firmy podejmują się raportowania, oraz trudności, jakie napotykają w procesie raportowania.

**Tabela 1.** Kluczowe wnioski płynące z badań dotyczących raportowania społecznego w Polsce w latach 2007-2010

Jakie są słabe strony raportów?	Dlaczego firmy raportują?	Co utrudnia raportowanie?
<b>Brak kluczowych informacji</b> – w raportach nie zawsze ujmowano wszystkie istotne kwestie, które powinny zostać poddane raportowaniu, a firmy nie wyjaśniają, dlaczego nie podają niektórych podstawowych informacji	Są częścią <b>międzynarodowej korporacji</b> i raportowanie jest ich standardem korporacyjnym	Niski <b>poziom świadomości</b> wśród interesariuszy na temat samej koncepcji CSR i związanego z nią raportowania
Ograniczona ilość informacji na temat <b>praktyki zaangażowania interesariuszy</b>	Chcą być pierwsze – <b>zostać liderem</b> w sektorze	Traktowanie raportów wyłącznie jako narzędzi <b>PR</b>
<b>Brak odwzorowania zależności między strategią</b> firmy a <b>zrównoważonym rozwojem</b>	Chcą <b>podzielić się</b> swoimi dobrymi praktykami	<b>Brak otwartości</b> w komunikacji trudnych kwestii
<b>Niepełny obraz działalności</b> raportujących firm – częstym problemem było ujmowanie w raporcie <b>jedynie korzystnych dla firm informacji</b> , a pomijanie lub przedstawianie w ograniczony sposób trudnych kwestii	Jest to dla nich <b>naturalny</b> krok w procesie dialogu z interesariuszami	Ograniczone <b>zasoby</b>
<b>Nieregularność raportowania</b> – część firm raportuje nieregularnie co utrudnia porównywanie danych	Jest to <b>rezultat nowo przyjętej strategii</b>	<b>Koszt</b> audytora
<b>Brak danych ilościowych</b> – w części raportów brakowało tego typu danych	Są spółkami <b>giełdowymi</b>	Dostęp do danych <b>ilościowych</b>
<b>Niedostateczne komunikowanie</b> – firmy słabo komunikują na temat wydawanych przez siebie raportów. W efekcie poziom czytelności raportów jest niski	Kierują się <b>nobilitacją</b> , „dobrym snobizmem”	<b>Brak</b> treści do zaraportowania

Źródło: opracowanie własne na podstawie: <http://www.csrinfo.org/pl/rejestr-raportow/o-raportowaniu/3185-praktyka-raportowania-spoecznego-w-polsce> (dostęp: 16.07.2012); <http://www.csrinfo.org/pl/rejestr-raportow/o-raportowaniu/3476-raportowanie-csr-w-polsce-2010> (dostęp: 16.07.2012).

<sup>26</sup> *Companies are embracing corporate responsibility in their annual reports...*

Analizując dane zawarte w tab. 1, można stwierdzić, że kluczowym problemem jest **niepełna transparentność**. Wskazuje na to nieumieszczanie przez firmy informacji, które w raporcie powinny się znaleźć, oraz brak wyjaśnień, dlaczego pewnych istotnych informacji nie podano. Na brak pełnej przejrzystości składa się również prezentowanie w raportach przede wszystkim informacji korzystnych dla firm oraz brak otwartości w komunikowaniu kwestii drażliwych. Ponadto nie wszystkie raporty zawierały dane ilościowe, co może wynikać z trudności z zebraniem i prezentacją tego typu danych.

Drugim istotnym mankamentem jest **brak podejścia strategicznego do CSR**. Choć firmy wskazują, że ważnym motywatorem do stworzenia raportu CSR było przyjęcie nowej strategii oraz chęć stania się liderem w sektorze pod kątem społecznej odpowiedzialności, to jednak wyraźny brak ukazania zależności między strategią a zrównoważonym rozwojem, niewielka ilość informacji na temat angażowania interesariuszy w działania firmy oraz nieregularna sprawozdawczość i niedostateczne komunikowanie powodują, że raporty CSR nie są elementem większej całości, którą powinna być strategia firmy integrująca ze sobą zagadnienia ekonomiczne, społeczne i środowiskowe. O braku strategicznego podejścia do kwestii SOP może świadczyć również to, iż w 2012 r. większość spółek giełdowych biorących udział w badaniu CSRinfo prezentowała działania z zakresu CSR, które najczęściej nie były ze sobą powiązane i nie tworzyły spójnej strategii<sup>27</sup>. Z kolei badania z 2010 r. mówią o tym, że jedynie 20% największych firm w Polsce ma strategię biznesu odpowiedzialnego społecznie i wdraża ją w życie<sup>28</sup>.

Gdy spojrzymy na motywy, które skłoniły badane firmy do stworzenia raportów społecznych, to na pierwszym miejscu znajdziemy motyw wynikający z **przynależności do większej całości**. W Polsce tempo rozwoju idei CSR, a tym samym raportowania społecznego, jest wyznaczane głównie przez filie międzynarodowych korporacji, które są instruowane przez swoje centrale co do tworzenia lokalnych raportów CSR. Z kolei badania z 2010 r. „Menedżerowie/Menedżerki...” ujawniają, że kluczowym motywem zaangażowania się w CSR dla 76% największych firm w Polsce jest dbałość o wizerunek<sup>29</sup>.

---

<sup>27</sup> Badanie zostało przeprowadzone na początku 2012 roku przez organizację CSRinfo we współpracy z SEG. Odpowiedzi na zadane pytanie dotyczące zarządzania kwestiami CSR udzieliły 202 spółki notowane na warszawskiej GPW. Więcej w: *Jak zyskać na odpowiedzialności? CSR w strategiach spółek giełdowych*, s. 13, [http://www.seg.org.pl/\\_upload/File/Jak\\_zyskac\\_na\\_odpowiedzialnosci\\_CSRinfo.pdf](http://www.seg.org.pl/_upload/File/Jak_zyskac_na_odpowiedzialnosci_CSRinfo.pdf) (dostęp: 8.08.2012)

<sup>28</sup> Badanie zostało zrealizowane przez FOB i GoodBrand & Company na próbie menedżerów z obszaru zarządzania programami CSR, komunikacji, marketingu i PR. W sumie w części *Menedżerowie/Menedżerki 500* udział wzięło 173 przedstawicieli firm z rankingu 500 największych firm według magazynu „Polityka”. Więcej w: *CSR w Polsce. Menedżerowie/Menedżerki 500. Lider/Liderka CSR*, Warszawa 2010, s. 14, [http://odpowiedzialnybiznes.pl/public/files/Raport\\_Menedżerowie500\\_Lider\\_CSR\\_2010-1312903040.pdf](http://odpowiedzialnybiznes.pl/public/files/Raport_Menedżerowie500_Lider_CSR_2010-1312903040.pdf) (dostęp: 7.08.2012).

<sup>29</sup> *CSR w Polsce. Menedżerowie/Menedżerki...*, s. 21.



Z kolei przyglądając się głównym utrudnieniom stojącym na drodze procesu raportowania społecznego, można stwierdzić, że większość z nich związana jest z **brakiem odpowiedniej wiedzy** dotyczącej SOP. Poziom świadomości interesariuszy na temat koncepcji CSR jest w Polsce dość niski. Potwierdzeniem tych przypuszczeń są chociażby wyniki badań „Młodzi konsumenci o CSR”<sup>30</sup>, które wskazują, że jedynie 16% respondentów potwierdziło znajomość pojęcia społecznie odpowiedzialnego biznesu, a zdecydowana większość, bo aż 64%, nigdy się z nim nie zetknęła. Pocięszające jest jednak to, że pomimo tak dużego odsetka osób, które nigdy nie miały do czynienia z pojęciem CSR, większość młodych respondentów potrafi poprawnie zdefiniować to pojęcie i intuicyjnie wyczuwa jego złożoność. O ile niski poziom znajomości zagadnień CSR wśród młodych ludzi nie musi specjalnie dziwić, o tyle wyniki badań z 2010 r. mówiące o tym, że dla 20% menedżerów zarządzających największymi firmami w Polsce koncepcja SOP nie jest znana, mogą wprawić w zdumienie<sup>31</sup>.

Firmy **nie potrafią również kreować wizerunku** podmiotów społecznie odpowiedzialnych. Większość (82%) respondentów badania „Młodzi konsumenci o CSR” nie przypomina sobie i nie potrafi wymienić żadnej firmy lub organizacji, która kojarzyłaby im się z biznesem odpowiedzialnym społecznie. Do budowania takiego wizerunku powinny służyć m.in. raporty publikowane przez przedsiębiorstwa. Jest to o tyle istotne, że młodzi ludzie poszukują informacji na ten temat. Przeważająca grupa badanych, bo aż 70%, jest zdania, że firmy prowadzące biznes w sposób społecznie odpowiedzialny powinny częściej informować o swoich działaniach. Temu służy właśnie raport CSR, który uznawany jest za jedno z czterech podstawowych źródeł pozyskiwania przez interesariuszy informacji na temat społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw. Według badania Barometru Zaufania z 2007 r. do głównych źródeł informacji należą media (68,1%), strony korporacyjne (57,3%), organizacje społeczne (54,6%) oraz raporty CSR (52,3%)<sup>32</sup>.

## 5. Zakończenie

Światowe trendy w raportowaniu społecznym dobitnie pokazują, że rośnie skala tego zjawiska. Coraz więcej przedsiębiorstw dostrzega zalety tej formy sprawozdawczości. Jeżeli firma posiada strategię CSR, to raport, który powinien być jej niezbędnym

<sup>30</sup> Badanie zostało przeprowadzone w 2009 r. przez firmę badawczą Gemius SA we współpracy z FOB i dotyczyło postaw oraz świadomości młodych polskich konsumentów w odniesieniu do CSR. Celem badania było zweryfikowanie, czy młodzi konsumenci w Polsce znają pojęcie społecznej odpowiedzialności i jak się do niego odnoszą oraz na ile CSR wpływa na ich postawy konsumenckie i wybory na drodze zawodowej. W badaniu wzięło udział 1135 osób w wieku 18-25 lat. Więcej w: <http://odpowiedzialnybiznes.pl/pl/baza-wiedzy/publikacje/artykuly/mlodzi-konsumenci-o-csr-%E2%80%93-prezentacja-wynikow-badania-przeprowadzonego-przez-gemius-sa-i-forum-odpowiedzialnego-biznesu,2973.html> (dostęp: 20.07.2012).

<sup>31</sup> CSR w Polsce. Menedżerowie/Menedżerki..., s. 8.

<sup>32</sup> L. Anam, *Raport CSR jako narzędzie komunikacji*, <http://www.csrinfo.org/pl/rejestr-raportow/o-raportowaniu/3153-raport-csr-jako-narzedzie-komunikacji> (dostęp: 8.08.2012).

elementem, daje możliwość kontrolowania procesu dochodzenia do wyznaczonych celów. Ponadto raportujący podmiot, poprzez przekazywanie przejrzystych informacji dotyczących wpływu jego działalności na szeroko rozumiane otoczenie, może liczyć na wzrost zaufania i wiarygodności u interesariuszy, co współcześnie jest niezmiernie ważne. I wreszcie raport CSR jest dobrą odpowiedzią na rosnące oczekiwania inwestorów i analityków rynkowych, którzy mogą dzięki niemu lepiej ocenić ryzyka pozafinansowe. W tym miejscu należy się zgodzić z opinią L. Anam, że „raportowanie CSR będzie odgrywało coraz większą rolę jako narzędzie komunikacji i zarządzania”<sup>33</sup>.

W Polsce również mamy do czynienia ze wzrostem zainteresowania tematyką raportowania społecznego, jednak liczba raportujących firm w naszym kraju jest zatrważająco niska, choć napawa optymizmem fakt, iż z każdym rokiem ich przybywa. Cieszy również to, iż z roku na rok wzrasta liczba przedsiębiorstw, które tworzą swoje raporty w oparciu o uznane międzynarodowe wytyczne. Raportowanie działań z obszaru SOP w oparciu o przyjęte standardy jest postrzegane jako wartościowe narzędzie służące budowaniu strategicznego podejścia przedsiębiorstwa do społecznej odpowiedzialności.

Mimo tak małej skali raportowania można uznać, że powoli podnosi się jakość publikowanych raportów – w 2010 r. większość wydanych raportów zawierała kwestie dotyczące zarówno obszaru ekonomicznego, społecznego, jak i środowiskowego. Firmy zdają sobie również w coraz większym stopniu sprawę z tego, że raport CSR nie jest broszurą marketingową, ale istotną formą sprawozdawczości<sup>34</sup>.

Podsumowując, należałoby zastanowić się nad tym, jakie działania powinny podejmować przedsiębiorstwa w Polsce, aby mogły podążać za światowymi trendami w dziedzinie raportowania społecznego. Do kluczowych z nich można zaliczyć:

- intensywniejsze rozwijanie strategicznego podejścia nie tylko do raportowania, ale do koncepcji CSR w ogóle,
- zwiększanie zaangażowania interesariuszy w działania firm,
- rozwiązywanie problemów związanych z miernikami i wskaźnikami obrazującymi poziom realizacji działań społecznie odpowiedzialnych,
- zwiększanie skali wykorzystywania uznanych w świecie standardów raportowania (w tym głównie wytycznych GRI),
- zapewnienie zewnętrznej weryfikacji raportów celem zwiększenia ich wiarygodności,
- przejście do tworzenia raportów zintegrowanych, które w jednym dokumencie ujmują wymogi zarówno z zakresu raportowania finansowego, jak i społecznego.

---

<sup>33</sup> L. Anam, *Raport społeczny (CSR) – podstawowe informacje*, <http://www.csrinfo.org/pl/rejestr-raportow/o-raportowaniu/3151-raport-csr-podstawowe-informacje> (dostęp: 8.08.2012).

<sup>34</sup> [http://www.csrinfo.org/images/stories/Publikacje2011/Raportowanie\\_w\\_Polsce\\_2010\\_CSRinfo.pdf](http://www.csrinfo.org/images/stories/Publikacje2011/Raportowanie_w_Polsce_2010_CSRinfo.pdf).

## Literatura

Adamczyk J., *Spoleczna odpowiedzialność przedsiębiorstw*, PWE, Warszawa 2009.

Pańków W., Rok B., Strumińska-Kutra M., Woźniczko J., *Oblicza społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw*, Wyd. Naukowe Scholar, Warszawa 2010.

## Źródła internetowe

*A New Era of Sustainability*, UN Global Compact-Accenture CEO Study 2010, [http://www.un-globalcompact.org/docs/news\\_events/8.1/UNGC\\_Accenture\\_CEO\\_Study\\_2010.pdf](http://www.un-globalcompact.org/docs/news_events/8.1/UNGC_Accenture_CEO_Study_2010.pdf) (dostęp: 30.07.2012).

*A new phase: the growth of sustainability reporting*, GRI's Year in Review 2010/2011, <https://www.globalreporting.org/resourcelibrary/GRI-Year-In-Review-2010-2011.pdf> (dostęp: 23.07.2012).

Anam L., *Praktyka raportowania społecznego w Polsce*, <http://www.csinfo.org/pl/rejestr-raportow/o-raportowaniu/3185-praktyka-raportowania-spoecznego-w-polsce-> (dostęp: 16.07.2012).

Anam L., *Raport CSR jako narzędzie komunikacji*, <http://www.csinfo.org/pl/rejestr-raportow/o-raportowaniu/3153-raport-csr-jako-narzedzie-komunikacji-> (dostęp: 08.08.2012).

Anam L., *Raportowanie CSR jako narzędzie zarządzania*, <http://www.csinfo.org/pl/rejestr-raportow/o-raportowaniu/3154-raport-spoeczny-jako-narzedzie-zarzadzania-> (dostęp: 10.07.2012).

Anam L., *Raport społeczny (CSR) – podstawowe informacje*, <http://www.csinfo.org/pl/rejestr-raportow/o-raportowaniu/3151-raport-csr-podstawowe-informacje-> (dostęp: 08.08.2012).

*Companies are embracing corporate responsibility in their annual reports*, <http://www.guardian.co.uk/sustainable-business/blog/companies-embrace-corporate-responsibility-annual-reporting> (dostęp: 30.07.2012).

*Corporate Sustainability. A Progress report*, KPMG 2011, <http://www.kpmg.com/Global/en/IssuesAndInsights/ArticlesPublications/Documents/corporate-sustainability-v2.pdf> (dostęp: 22.07.2012).

*CSR w Polsce. Menedżerowie/Menedżerki 500. Lider/Liderka CSR*, Warszawa 2010, [http://odpowiedzialnybiznes.pl/public/files/Raport\\_Menedzerowie500\\_LiderCSR\\_2010-1312903040.pdf](http://odpowiedzialnybiznes.pl/public/files/Raport_Menedzerowie500_LiderCSR_2010-1312903040.pdf) (dostęp: 7.08.2012).

*Global trends in sustainability performance management*, Economist Intelligence Unit 2010, [http://fm.sap.com/data/UPLOAD/files/EIU\\_-\\_Sustainability\\_Performance\\_Management%5B1%5D.pdf](http://fm.sap.com/data/UPLOAD/files/EIU_-_Sustainability_Performance_Management%5B1%5D.pdf) (dostęp: 23.07.2012).

*GRI Sustainability Reporting Statistics. Publication year 2010*, <https://www.globalreporting.org/resourcelibrary/GRI-Reporting-Stats-2010.pdf> (dostęp: 22.07.2012).

*GRI Sustainability Reporting Statistics. Publication year 2011*, <https://www.globalreporting.org/resourcelibrary/GRI-Reporting-Trends-2011.pdf> (dostęp: 22.07.2012).

<http://odpowiedzialnybiznes.pl/pl/baza-wiedzy/publikacje/artykuly/mlodzi-konsumenci-o-csr-%E2%80%93-prezentacja-wynikow-badania-przeprowadzonego-przez-gemius-sa-i-forum-odpowiedzialnego-biznesu,2973.html> (dostęp: 20.07.2012).

[http://www.reportingcsr.org/national\\_guidance-p-19.html](http://www.reportingcsr.org/national_guidance-p-19.html) (dostęp: 23.07.2012).

[http://www.sustainablereporting.eu/poland/2008\\_poland\\_reporting\\_statistics](http://www.sustainablereporting.eu/poland/2008_poland_reporting_statistics) (dostęp: 3.08.2012).

*Jak zyskać na odpowiedzialności? CSR w strategiach spółek giełdowych*, [http://www.seg.org.pl/\\_upload/File/Jak\\_zyskac\\_na\\_odpowiedzialnosc\\_CSRinfo.pdf](http://www.seg.org.pl/_upload/File/Jak_zyskac_na_odpowiedzialnosc_CSRinfo.pdf) (dostęp: 08.08.2012).

*KPMG International Survey of Corporate Responsibility Reporting 2011*, <http://www.kpmg.com/PT/pt/IssuesAndInsights/Documents/corporate-responsibility2011.pdf> (dostęp: 23.07.2012).

*Raportowanie CSR – wskaźniki GRI* (<http://www.forbes.pl/artykuly/sekcje/baza-wiedzy-csr/raportowanie-csr-wskazniki-gri,3884,1>) (dostęp: 10.07.2012).

*Raportowanie CSR w Polsce 2010*, [http://www.csinfo.org/images/stories/Publikacje2011/Raportowanie\\_w\\_Polsce\\_2010\\_CSRinfo.pdf](http://www.csinfo.org/images/stories/Publikacje2011/Raportowanie_w_Polsce_2010_CSRinfo.pdf) (dostęp: 16.07.2012).

*Raporty społeczne: dobrowolne czy obowiązkowe?* <http://www.csrinfo.org/pl/rejestr-raportow/o-raportowaniu/3156-raporty-spoeczne-dobrowolne-czy-obowiazkowe> (dostęp: 27.07.2012).

*The next generation of GRI Guidelines: comment on the G4 Exposure Draft*, <https://www.globalreporting.org/information/news-and-press-center/Pages/The-next-generation-of-GRI-Guidelines-comment-on-the-G4-Exposure-Draft.aspx> (dostęp: 13.07.2012).

2012 *Global Winners&Reporting Trends*, CorporateRegister.com, April 2012, <http://www.corporateregister.com/a10723/45590-12th-11762220C1759774000T-GI.pdf> (dostęp: 30.07.2012).

## CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY REPORTING IN POLAND

**Summary:** Corporate Social Responsibility (CSR) is one of these areas of enterprises activities which is not regulated legally. However it is worth mentioning that many efforts were made in past years to introduce important standards to the CSR management (for example ISO 26000, SA 8000, GRI, LGB Model). Taking into consideration that in theory of management CSR is understood as *modern instrument which builds company value and its competitive advantage*<sup>35</sup>, it is important how organizations, undertaking socially responsible activities, report their achievements in this field. The main aim of this article is to present information about CRS reporting in Poland.

**Keywords:** corporate social responsibility reporting, reporting standards, GRI.

---

<sup>35</sup> W. Pańków, B. Rok, M. Strumińska-Kutra, J. Woźniczko, *Oblicza społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw*, Wyd. Naukowe Scholar, Warszawa 2010, s. 21.