

PRACE NAUKOWE

Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu

RESEARCH PAPERS

of Wrocław University of Economics

311

Rola instytucji i rynku finansowego w świetle celów oraz zasad zrównoważonego rozwoju



Redaktorzy naukowi

Grażyna Borys

Alicja Janusz



Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu
Wrocław 2013

Redaktor Wydawnictwa: Aleksandra Śliwka
Redaktor techniczny: Barbara Łopusiewicz
Korektor: Barbara Cibis
Łamanie: Małgorzata Czupryńska
Projekt okładki: Beata Dębska

Publikacja jest dostępna w Internecie na stronach:
www.ibuk.pl, www.ebscohost.com,
The Central and Eastern European Online Library www.ceeol.com,
a także w adnotowanej bibliografii zagadnień ekonomicznych BazEkon
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

Kopiowanie i powielanie w jakiegokolwiek formie
wymaga pisemnej zgody Wydawcy

© Copyright by Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu
Wrocław 2013

ISSN 1899-3192
ISBN 978-83-7695-311-3

Wersja pierwotna: publikacja drukowana

Druk: Drukarnia TOTEM

Spis treści

Wstęp	9
Joanna Błach: Raportowanie CSR jako element relacji inwestorskich przedsiębiorstwa	11
Michał Buszko: Efektywność inwestowania na rynku kapitałowym w spółki odpowiedzialne społecznie	20
Marlena Ciechan-Kujawa: Użyteczność raportów CSR w ocenie stopnia zaangażowania przedsiębiorstw w odpowiedzialność społeczną.....	32
Iwona Dorota Czechowska: Ograniczenia w dostępie do usług bankowych klientów 60+ w perspektywie zrównoważonych finansów	45
Beata Domańska-Szaruga, Anna Maria Rak: <i>Shadow banking</i> na rynku usług finansowych	54
Danuta Dziawgo: Etyka a dystrybucja produktów finansowych.....	63
Leszek Dziawgo: Rynek ekologicznych funduszy inwestycyjnych w obszarze G-A-S-L.....	74
Justyna Fijałkowska: Zakres ujawnień w raportach społecznej odpowiedzialności i zrównoważonego rozwoju przedsiębiorstw	85
Joanna Fila: Mikrofinanse a wykluczenie finansowe i społeczne – polityka i instrumenty	95
Robert Huterski: Neutralność pieniądza a koncepcja zrównoważonego rozwoju	107
Adam Kosiuk: Rachunkowość odpowiedzialności społecznej spółek giełdowych indeksu RESPECT	116
Dorota Krupa: Fundusze SRI we Francji	125
Dorota Korenik: Zasady i formy społecznie odpowiedzialnej bankowości ...	134
Katarzyna Kozak: Miejsce <i>shadow banking</i> w sektorze bankowym	144
Gabriela Łukasik: Rola relacji inwestorskich w prawidłowym rozwoju współczesnych przedsiębiorstw.....	153
Magdalena Urbańska-Maluha: Rynkowe mechanizmy w ochronie klimatu w Unii Europejskiej i w Polsce.....	162
Tomasz Piotr Murawski: Społecznie odpowiedzialne indeksy giełdowe a światowy trend rynków finansowych w wymiarze ESG	171
Aleksandra Paszkiewicz: RESPECT Index GPW w Warszawie jako giełdowy indeks społecznej odpowiedzialności biznesu.....	182
Jarosław Pawłowski: Indeksy meteorologiczne a pogodowe instrumenty pochodne.....	192

Arleta Szadziewska: Raportowanie społecznej odpowiedzialności przez przedsiębiorstwa przemysłu spożywczego w Polsce.....	201
Piotr Zasępa: Analiza efektywności inwestycji w akcje spółek społecznie odpowiedzialnych na przykładzie indeksu RESPECT	212
Agnieszka Żołądkiewicz: Biogazownie rolnicze jako szansa dla polskiej wsi	221
Jan Żuralski: Społeczna odpowiedzialność EBC i FED w obliczu wyzwań XXI wieku	231

Summaries

Joanna Blach: CSR reporting as a component of enterprise investor relations	19
Michał Buszko: Effectiveness of investing on capital market into socially responsible corporations	31
Marlena Ciechan-Kujawa: Usefulness of the CSR reports to the assessment of the involvement of companies in corporate social responsibility	44
Iwona Dorota Czechowska: Limitations on the access to banking services of clients 60+ in the perspective of sustainable finance.....	53
Beata Domańska-Szaruga, Anna Maria Rak: Shadow banking on financial services market	62
Danuta Dziawgo: Ethics and financial products distribution	73
Leszek Dziawgo: Ecological investment funds market in G-A-S-L zone	84
Justyna Fijałkowska: Corporate Social Responsibility and sustainable development report – dilemmas of disclosure.....	94
Joanna Fila: Microfinance and social and financial exclusion – policy and instruments.....	106
Robert Huterski: Neutrality of money and the concept of sustainable development	115
Adam Kosiuk: Accounting of social responsibility of quoted companies of RESPECT Index	124
Dorota Krupa: SRI funds in France.....	133
Dorota Korenik: Rules and forms for socially responsible banking.....	143
Katarzyna Kozak: Shadow banking system in the bank sector.....	152
Gabriela Łukasik: The role of investor relations in the proper development of modern enterprises	161
Magdalena Urbańska-Malucha: Market mechanisms in climate protection in the European Union and Poland	170
Tomasz Piotr Murawski: Socially responsible stock indexes as a realization of world tendency of financial market in ESG dimension.....	181
Aleksandra Paszkiewicz: RESPECT Index as a CSR Index of the Warsaw Stock Exchange	191

Jarosław Pawłowski: Weather indexes and weather derivatives	200
Arleta Szadziwska: Corporate Social Responsibility reporting by food companies in Poland	211
Piotr Zasępa: Analysis of the effectiveness of investment in an index of socially responsible companies on the example of RESPECT Index	220
Agnieszka Żołądkiewicz: Farm biogas plants as a chance for Polish village.	230
Jan Żuralski: Social responsibility of ECB and FED in the face of challenges of the XXI century	240

Joanna Błach

Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach

RAPORTOWANIE CSR JAKO ELEMENT RELACJI INWESTORSKICH PRZEDSIĘBIORSTWA

Streszczenie: Wzrost znaczenia koncepcji odpowiedzialności społecznej wymaga dostosowania działań przedsiębiorstwa do założeń idei zrównoważonego rozwoju. Działania dostosowawcze dotyczą różnych obszarów strategii przedsiębiorstwa, także relacji inwestorskich odpowiedzialnych za redukcję asymetrii informacji i kształtowanie jego pozytywnego wizerunku. Głównym problemem relacji inwestorskich w tym kontekście staje się prawidłowe raportowanie CSR. Celem artykułu jest przedstawienie modelowych rozwiązań w zakresie raportowania CSR, które mogą być wykorzystane w komunikacji korporacyjnej. Modele te stanowią tło dla pilotażowych badań empirycznych ukierunkowanych na identyfikację i analizę praktyk raportowania CSR na podstawie analizy treści raportów rocznych i stron internetowych największych spółek publicznych.

Słowa kluczowe: odpowiedzialność społeczna, relacje inwestorskie, raportowanie CSR.

1. Wstęp

Podstawowym celem relacji inwestorskich (*Investor Relations*, IR), realizujących strategię komunikacji korporacyjnej, jest kształtowanie pozytywnego wizerunku przedsiębiorstwa, umożliwiającego dostęp do kapitału oraz warunkującego rzetelną wycenę jego wartości rynkowej. Wraz ze wzrostem znaczenia koncepcji odpowiedzialności społecznej (*Corporate Social Responsibility*, CSR) i zrównoważonego rozwoju relacje inwestorskie stanęły przed wyzwaniem dotyczącym efektywnego informowania społeczności finansowej na temat CSR. Wyzwania te wynikają przede wszystkim z różnorodności oraz złożoności obszarów działalności przedsiębiorstwa podlegających raportowaniu. Dodatkowo dobrowolność raportowania CSR prowadzi do stosowania różnorodnych rozwiązań, odnoszących się zarówno do formy, jak i treści przekazywanych informacji, co ogranicza możliwość ich porównywania.

Celem artykułu jest przedstawienie modelowych rozwiązań w zakresie raportowania CSR, które mogą być wykorzystywane w komunikacji korporacyjnej. Modele te stanowią tło dla prezentacji wstępnych wyników badań, dotyczących identyfikacji sposobów (formy i zakresu treści) informowania interesariuszy na temat CSR

na podstawie analizy treści raportów rocznych i stron internetowych największych spółek publicznych.

2. Znaczenie relacji inwestorskich

Wraz z rozwojem rynku finansowego i zwiększeniem zakresu finansowania przedsiębiorstw publicznymi emisjami papierów wartościowych rośnie znaczenie problematyki relacji inwestorskich. Jednocześnie trudno znaleźć jednolite podejście do istoty IR. W zależności od rodzaju dyscypliny, na płaszczyźnie której definiowane są relacje inwestorskie, podkreślane są ich różne aspekty i funkcje. Definicje IR formułowane są na gruncie *public relations* i marketingu, komunikacji, zarządzania, prawa, sprawozdawczości finansowej czy teorii finansów [Laskin 2009, s. 213; Ryan, Jacobs 2005, s. 5; Dziawgo 2011, s. 17-27]. Najnowsze podejście zakłada połączenie różnych aspektów, wskazując na interdyscyplinarność zintegrowanych relacji inwestorskich.

Zgodnie z podejściem zintegrowanym IR to element zarządzania strategicznego łączący *public relations*, marketing, finanse i regulacje prawne rynku kapitałowego, który umożliwia efektywną, dwustronną komunikację przedsiębiorstwa ze swoimi interesariuszami w celu uzyskania rzetelnej wyceny rynkowej akcji i budowy reputacji przedsiębiorstwa¹. Relacje inwestorskie stanowią więc element strategii przedsiębiorstwa, sprzyjając rzetelnej wycenie rynkowej i zwiększając szansę na pozyskanie kapitału w przyszłości. Ich głównym zadaniem jest redukcja asymetrii informacji pomiędzy przedsiębiorstwem a jego interesariuszami. Dwustronna komunikacja umożliwia zwiększenie zaufania do zarządu i poprawę reputacji finansowej, w rezultacie prowadząc do wzrostu zainteresowania inwestorów, zwiększając płynność instrumentów finansowych, prowadząc do obniżenia kosztu kapitału i wzrostu wartości przedsiębiorstwa².

Redukcja asymetrii informacji umożliwiająca budowę kapitału zaufania i kształtowanie pozytywnego wizerunku przedsiębiorstwa realizowana jest poprzez działania w obszarze komunikacji korporacyjnej, które powinny być dopasowane zarówno do oczekiwań interesariuszy, jak i strategii działania przedsiębiorstwa. Komunikacja ta obejmuje część odnoszącą się do obowiązków informacyjnych oraz obejmującą raportowanie dobrowolne, wykraczające poza regulacje prawne. Jednym z elementów komunikacji ponadobowiązkowej jest raportowanie społeczne.

3. Modele raportowania CSR

Podobnie jak w przypadku relacji inwestorskich brakuje uniwersalnej definicji społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstwa. CSR często opisywana jest jako kon-

¹ *National Investor Relations Institute*, www.niri.org, data dostępu 15.10.2012.

² Dobre relacje inwestorskie mogą zwiększyć wycenę rynkową akcji nawet o 20-30% w przypadku spółek o dobrych perspektywach rozwoju [Ryan, Jacobson 2005, s. 8-9].

cepcja zakładająca jednoczesną realizację celów społecznych, ekologicznych i ekonomicznych z uwzględnieniem relacji przedsiębiorstwa z jego interesariuszami na zasadzie dobrowolności [*Green Paper...* 2001]. Akceptując koncepcję CSR, przedsiębiorstwo odpowiada na oczekiwania różnych interesariuszy, podejmując działania ukierunkowane na poprawę środowiska naturalnego i sytuacji społeczeństwa, traktując to jednocześnie jako pewnego rodzaju inwestycję w przyszłość. Zakłada się, że włączenie koncepcji CSR do strategii przedsiębiorstwa powinno przyczynić się do poprawy jego pozycji konkurencyjnej, stać się źródłem innowacyjnych rozwiązań, a w rezultacie w długim okresie prowadzić do wzrostu jego wartości³.

Z punktu widzenia głównego zadania IR istotny staje się problem informowania interesariuszy na temat CSR. Publikacja raportów społecznych nie ma charakteru obowiązkowego, jednak podjęcie decyzji o ich przygotowaniu wymaga rozważenia szans i zagrożeń⁴. Raporty CSR powinny charakteryzować się przejrzystością i precyzją przekazywanych informacji. Ich głównym zadaniem jest informowanie o społecznie odpowiedzialnych inicjatywach przedsiębiorstwa oraz wyjaśnianie tych zdarzeń, które nie są zgodne z CSR. Do zalet raportowania społecznego, oprócz możliwości uzupełnienia i wzbogacenia komunikacji, należy zaliczyć pozytywny wpływ na wizerunek przedsiębiorstwa i wzrost kapitału zaufania oraz szansę zwrócenia uwagi na problemy społecznie istotne. Podawane są także przesłanki finansowe związane z dostępem do kapitału, wzrostem wartości dla akcjonariuszy, możliwością zwiększenia przychodów czy ograniczenia kosztów operacyjnych. Potencjalne zagrożenia raportowania CSR wynikają z faktu, iż zbyt rozbudowane raporty mogą być trudne do weryfikacji, co może osłabiać wiarygodność przedsiębiorstwa. Pojawia się bowiem ryzyko, że społeczność finansowa będzie oceniać tego typu aktywność przedsiębiorstwa wyłącznie jako formę akcji marketingowej [Hockerts, Moir 2004, s. 85-86; Unerman 2008, s. 362-364]. Pomimo tych zagrożeń, jak pokazują badania, znaczenie raportowania CSR systematycznie rośnie, a forma i zakres prezentowanych treści ciągle ewoluuje⁵.

Przejawem wzrastającego zainteresowania koncepcją zrównoważonego rozwoju i raportowaniem CSR są działania Unii Europejskiej. W 1995r. Komisja Europejska opracowała tzw. zieloną księgę [*Green Paper...* 2001], w której przedstawiono spójną koncepcję odpowiedzialności społecznej. W 2002 r. opublikowano tzw. białą księgę [*White Paper...* 2002], w której zwrócono uwagę na problem popularyzacji idei i komunikowania CSR. W 2011 r. w związku z przygotowaniem programu „Europa 2020” wydano kolejny dokument [*Odnowiona strategia...* 2011], w któ-

³ Koncepcja CSR stanowi podstawę rozwoju nurtu zrównoważonych finansów przedsiębiorstwa, w którym czynniki finansowe, społeczne i etyczne są wzajemnie powiązane, a nadrzędnym celem jest ustanowienie połączenia pomiędzy teraźniejszymi i przyszłymi pokoleniami [Soppe 2004, s. 213].

⁴ W niektórych krajach raportowanie CSR jest obowiązkowe, np. w Danii, Szwecji, Hiszpanii. W Polsce w 2009 r. rząd powołał Zespół ds. Społecznej Odpowiedzialności Przedsiębiorstw, który kreuje ramy dla rozwoju CSR w Polsce [*Jak zyskać...* 2012, s. 6].

⁵ Według KPMG w 1996 r. około 300 przedsiębiorstw opracowało raporty CSR, w 2010 r. – 3100 [*Corporate Sustainability...* 2011].

rym znalazła się nie tylko nowa definicja CSR, ale także informacja na temat zamiarów wprowadzenia obligatoryjnego raportowania CSR. Odnowiona strategia podkreśla konieczność integracji działań wszystkich środowisk i grup interesu na rzecz zrównoważonego rozwoju, definiując CSR jako odpowiedzialność przedsiębiorstwa za jego wpływ na społeczeństwo. Jednocześnie postuluje się łączenie problemów społecznych, środowiskowych, etycznych, praw człowieka i konsumentów z globalną strategią przedsiębiorstwa oraz jego działalnością. Celem tej integracji powinna być maksymalizacja wartości dla właścicieli, pozostałych interesariuszy oraz społeczeństwa jako całości. Dodatkowym celem ma być możliwość rozpoznawania negatywnych skutków działalności gospodarczej, zapobiegania im i łagodzenia ich [*Odnowiona strategia...* 2011]. Działania Komisji Europejskiej są spójne z inicjatywą ONZ Global Compact, uruchomioną w 2000 r. w celu popularyzacji idei CSR oraz zrównoważonego rozwoju. Główne założenia Global Compact zawarto w dziesięciu zasadach podzielonych na cztery kategorie: 1) prawa człowieka, 2) standardy pracy, 3) środowisko naturalne i 4) przeciwdziałanie korupcji⁶.

Jak już wspomniano, raportowanie na temat CSR nie ma obowiązkowego charakteru. Brakuje też jednolitych rozwiązań w tym zakresie – przedsiębiorstwa często podają informacje na temat CSR w różnych raportach i publikacjach, zarówno obowiązkowych, jak i dobrowolnych. Wzrasta także wykorzystanie nowoczesnych narzędzi informatycznych, takich jak: strona korporacyjna, fora dyskusyjne czy media społecznościowe. W celu ujednoczenia praktyk przedsiębiorstw w obszarze raportowania CSR różne instytucje i agencje międzynarodowe podejmują działania regulacyjne, m.in. ISO 14001 i 26000 (*International Organization for Standardization*), WRI (*World Resources Institute*), AA1000 (*Account Ability*) czy GRI 2000 (*Global Reporting Initiative*).

Wynikiem takich działań jest opracowanie przez CERES⁷ i Program Środowiskowy ONZ globalnych standardów raportowania na temat zrównoważonej działalności przedsiębiorstw – *Global Reporting Initiative* (GRI), uważanych za najbardziej kompleksowe podejście do problemu raportowania CSR [*Jak zyskać...* 2012, s. 53]. Jego celem jest podniesienie rangi raportów CSR oraz ujednoczenie ich formy i treści na wzór MSR/MSSF. Zgodnie z GRI raporty powinny zawierać informacje dotyczące sposobów integracji aspektów społecznych, etycznych, ekologicznych i ekonomicznych oraz dane ilościowe i jakościowe pozwalające na ocenę podjętych działań. Dla aspektów społecznych wyróżniono cztery obszary raportowania: 1) warunki pracy i godziwa płaca, 2) prawa człowieka, 3) społeczeństwo, 4) odpowiedzialność za produkty. W 5 obszarze uwzględniono aspekty ekologiczne, a w 6 – ekonomiczne. Dla każdego z obszarów opracowano wskaźniki efektów działania oraz wytyczne dotyczące ujawnianych informacji⁸. Przygotowanie raportów

⁶ Szerzej w: www.unglobalcompact.org, data dostępu 28.03.2013.

⁷ Narodowa sieć współpracy inwestorów, organizacji ekologicznych oraz innych organizacji publicznych z przedsiębiorstwami w zakresie problematyki zrównoważonego rozwoju (USA). Więcej w: www.ceres.org, data dostępu 20.11.2011.

⁸ Szerzej w: *Global Reporting Guidelines*, www.globalreporting.org, data dostępu 3.11.2012.

zgodnie z GRI umożliwia porównywalność publikowanych informacji oraz podnosi jakość komunikacji przedsiębiorstwa z otoczeniem, sprzyjając budowie kapitału zaufania.

Kolejną inicjatywą jest norma ISO 26000 [Norma ISO...], w której zdefiniowano 7 obszarów odpowiedzialności społecznej odzwierciedlających całokształt działań przedsiębiorstwa w ujęciu strategicznym⁹. Obszary te obejmują: 1) relacje z pracownikami, 2) prawa człowieka, 3) zaangażowanie i inwestycje społeczne, 4) uczciwe praktyki rynkowe, 5) prawa konsumenta, 6) środowisko naturalne, 7) ład organizacyjny. Norma ISO wyposaża przedsiębiorstwo w zestaw działań pozwalających na skuteczne wprowadzenie koncepcji CSR, jednocześnie wyznaczając zakres i charakter informacji ujawnianej w raportach.

Kolejnym rozwiązaniem jest propozycja integracji informacji na temat różnych aspektów funkcjonowania przedsiębiorstwa w jednym raporcie. W 2010 r. powstał Międzynarodowy Komitet Raportowania Zintegrowanego (IIRC), którego zadaniem jest opracowanie zasad sprawozdawczości zintegrowanej, łączącej w jedną całość informacje na temat strategii, systemów zarządzania, efektów oraz perspektyw rozwojowych przedsiębiorstwa, aby uwzględniać ekonomiczny, społeczny, etyczny i środowiskowy kontekst jego działalności [*Towards Integrated...*]. Zintegrowany raport powinien informować o tym, jak przedsiębiorstwo kreuje wartość obecnie i jak zamierza ją tworzyć w przyszłości. Propozycja ta łączy najbardziej istotne elementy dotychczasowych raportów – sprawozdań finansowych, raportu środowiskowego czy raportu CSR – w jedną spójną całość, pokazując związki między nimi oraz wyjaśniając, w jaki sposób elementy te oddziałują na proces tworzenia i utrzymania wartości¹⁰. IIRC utrzymuje, iż dynamiczne zmiany zachodzące w otoczeniu biznesowym, jak również istotny wzrost czynników niematerialnych w kreowaniu wartości, wymuszą na przedsiębiorstwach opracowywanie raportów zintegrowanych [*Towards Integrated...*].

4. Raportowanie CSR w świetle wyników badań

Badania nad stanem raportowania CSR prowadzone są na świecie i w Polsce¹¹. W ten nurt badawczy wpisują się prezentowane wyniki badań pilotażowych. Wstępne ba-

⁹ CSR to odpowiedzialność przedsiębiorstwa za skutki i wpływ jego decyzji i działań na społeczeństwo i środowisko poprzez etyczne i transparentne zachowanie, które powinno: uwzględniać oczekiwania interesariuszy, przyczyniać się do zrównoważonego rozwoju, być zgodne z regulacjami, być wprowadzone w całym przedsiębiorstwie i praktykowane we wszystkich jego działaniach i relacjach z interesariuszami [Norma ISO...].

¹⁰ Elementy raportu zintegrowanego to: 1) opis organizacji i modelu działania, 2) tło działania, 3) opis strategii i jej cele, 4) zarządzanie i wynagradzanie, 5) wyniki działania, 6) prognoza przyszłych działań i sytuacji przedsiębiorstwa [*Towards Integrated...*].

¹¹ W skali globalnej badania nad raportowaniem CSR od ponad 20 lat prowadzi KPMG [*Corporate Sustainability...* 2011]. W Polsce wstępną analizę raportowania CSR przeprowadzono w 2010 r. Badaniem objęto 39 raportów 25 przedsiębiorstw za lata 2007-2009. W raportach tych odnoszono się do

danie na temat raportowania CSR przeprowadzono na podstawie analizy informacji prezentowanych na stronach internetowych oraz w raportach rocznych spółek¹². Strony internetowe zbadano w celu identyfikacji stron i zakładki poświęconych CSR w kontekście łatwości dostępu i przejrzystości informacji. Analizę treści raportów ukierunkowano na identyfikację formy oraz zakresu publikowanych informacji na temat CSR i zrównoważonego rozwoju. Badaniu poddano wszystkie spółki indeksu WIG20 ze względu na ich znaczenie ekonomiczne, skalę działania, a także zróżnicowanie sektorowe i stosunek do problematyki CSR (m.in. przynależność do indeksu RESPECT Index). Syntetyczne wyniki badań przedstawiono w tab. 1.

Tabela 1. Raportowanie CSR w spółkach indeksu WIG20 (według stanu na dzień 31 marca 2013 r.)

Lp.	Spółka	Sektor	Informacje o CSR na stronie internetowej	Raportowanie CSR	Dodatkowe informacje
1	2	3	4	5	6
1	PGE	energetyka	SCSR	RR	RI Global Compact
2	Tauron PE		SCSR	RR	Koordynator ds. zrównoważonego rozwoju
3	TPSA	telekomunikacja	ZCSR (relacje inwestorskie)	RCSR od 2007/ GRI	RI Global Compact ISAE3000
4	Eurocash	handel detaliczny	ZCSR (informacje o grupie)	RR	–
5	Assecopol	informatyka	B	B	–
6	Bogdanka	surowce	SCSR	RR	RI Strategia CSR 2012-2015 Koordynator ds. CSR
7	KGHM		ZCSR (informacje o działalności)	RCSR 2010-2011/GRI	RI ISO26000 Departament CSR i Zrównoważonego Rozwoju
8	JSW		SCSR	RR	RI Strategia CSR 2013-2015

wszystkich obszarów CSR, jednak tylko 8 z nich przygotowano zgodnie z GRI. Inne badanie (2011 r.) przeprowadzono na grupie 100 największych firm listy 500 „Rzeczypospolitej”. Połowa badanych informowała na swoich stronach internetowych o działaniach CSR poprzez osobne zakładki lub odniesienia do zrównoważonego rozwoju. Tylko 12 przedsiębiorstw przygotowało osobne raporty CSR, a spośród nich tylko 4 opracowano wg GRI. Szerzej w: [Anam 2011, s. 60-62] oraz [Jak zyskać..., s. 55].

¹² Badanie przeprowadzono na przełomie marca i kwietnia 2013 r.

1	2	3	4	5	6
9	PGNiG	paliwa	SCSR	RCSR od 2009/ GRI	RI Strategia zrównoważonego rozwoju
10	PKN Orlen		SCSR	RCSR od 2009/ GRI	RI
11	Lotos		SCSR	ZRR 2011/ GRI	RI Global Compact ISAE 3000
12	Synthos	chemiczny	ZCSR (informacje o firmie)	B	–
13	Kernel	spożywczy	B	RR	Global Compact
14	Boryszew	metalowy	B	B	–
15	Pekao	banki	SCSR	RR	Wspieranie kultury i ważnych społecznie przedsięwzięć
16	PKOBP		SCSR	RR	Działalność charytatywna
17	Handlowy		SCSR („Fundacja Bankowa Kronenberga”)	RR	RI
18	BRE Bank		ZCSR (informacje o banku)	RCSR od 2007/ GRI	Global Compact
19	PZU	ubezpieczenia	SCSR	RCSR od 2010 /GRI	RI Strategia CSR
20	GTC	deweloperzy	SCSR	B	–

Legenda: B – brak informacji na temat CSR; RI – przynależność do indeksu *Respekt Indeks*; SCSR – osobna strona poświęcona CSR dostępna ze strony głównej spółki; ZCSR – zakładka CSR w innych sekcjach; RR – informacje o CSR w raporcie rocznym; RCSR – osobny raport CSR; ZRR – zintegrowany raport roczny.

Źródło: opracowanie własne na podstawie stron internetowych i raportów rocznych spółek.

Na podstawie analizy treści raportów spółek zidentyfikowano cztery warianty: (1) raporty zintegrowane, (2) odrębne raporty CSR i raporty roczne, (3) informowanie o CSR w raportach rocznych, (4) całkowite pomijanie kwestii CSR w raportach (brak informacji). Tylko Lotos przygotowuje raporty zintegrowane (od 2010 r.) zgodnie z wytycznymi GRI i Global Compact, obejmujące wszystkie aspekty działalności – finansowe, etyczne, ekologiczne i społeczne. Dodatkowo raporty oceniane są przez niezależnych audytorów zgodnie z wytycznymi ISAE 3000 w zakresie badania raportów społecznych. Ponadto 6 spółek z różnych sektorów przygotowuje odrębne raporty CSR wg GRI, na różnych poziomach zaawansowania (od najniższego C, np. KGHM, do najwyższego A+, np. Lotos). W kilku przypadkach raporty

te odnoszą się do całych grup kapitałowych, np. KGHM czy Orange Polska (w tym TP SA). W raportach rocznych 9 spółek znaleziono odniesienia do CSR, z różnym poziomem szczegółowości, czasem z wyodrębnieniem różnych obszarów, np. takich jak ochrona środowiska, warunki pracy, działalność charytatywna. W raportach 4 spółek nie znaleziono żadnych informacji na temat CSR. Wśród nich w przypadku Synthos i GTC odniesienie do koncepcji CSR można znaleźć na stronie internetowej, co pozwala w niewielkim stopniu pokryć lukę informacyjną.

Analiza stron internetowych spółek również pozwoliła na wyodrębnienie kilku wariantów rozwiązań: (1) odrębne strony CSR; (2) informacje o CSR na stronach innych sekcji; (3) brak informacji na temat CSR. Na stronach internetowych 10 spółek przygotowano osobne strony CSR łatwo dostępne ze strony głównej spółki i zwykle w przejrzysty sposób prezentujące szczegółowe informacje na temat działań i strategii CSR. W przypadku braku sporządzania odrębnych raportów CSR strony te stanowią istotne źródło informacji na temat działalności podmiotu (np. Tauron PE, PGE, JSW). Na stronach 6 spółek informacje na temat CSR znajdują się w zakładkach powiązanych z innymi sekcjami, dotyczącymi np. opisu działalności czy relacji inwestorskich (np. Eurocash, Synthos). Ten sposób prezentowania danych wydaje się mniej przyjazny dla odbiorcy informacji i może wydłużać czas dostępu do nich. Na stronach 3 spółek trudno znaleźć jakiegokolwiek odniesienia do CSR. Brak informacji na temat CSR tylko w przypadku spółki Kernel można uzupełnić danymi pochodzącymi z raportu rocznego, w którym przedstawiono charakterystykę działań spółki w kontekście strategii zrównoważonego rozwoju. Oznacza to, że w grupie spółek indeksu WIG20 trudno znaleźć informacje na temat CSR na stronach internetowych i w raportach dwóch z nich: Assecopol i Boryszew.

Biorąc pod uwagę międzynarodowe inicjatywy z zakresu CSR, można zauważyć, że 5 spółek wskazuje na kierowanie się zasadami inicjatywy Global Compact w swoim działaniu, 7 zaś przygotowuje raporty CSR według GRI (wśród nich 3 spółki jednocześnie stosują zasady Global Compact i standardy GRI – są to: TP SA, Lotos oraz BRE Bank). Dodatkowo 3 spółki wyraźnie informują nas swoich stronach o strategii CSR, a jedna – o strategii zrównoważonego rozwoju.

5. Podsumowanie

Spółki indeksu WIG20 w większości przypadków odnoszą się w swoich raportach i na stronach internetowych do problematyki CSR, często podkreślając istotność zrównoważonego rozwoju w swoim działaniu. Wydaje się, że raportowanie CSR stanie się wkrótce powszechnym standardem ze względu na planowane regulacje prawne, jak również w związku z coraz większą świadomością społeczną i rosnącymi wymaganiami społeczeństwa wobec przedsiębiorstw. Problem raportowania CSR i związane z tym ryzyko akceptacji społecznej wskazywany jest jako jedno z 10 najważniejszych wyzwań i zagrożeń dla współczesnych przedsiębiorstw [*Turning risks...* 2011, s. 24-25]. Zagrożenie to może być zniwelowane poprzez wprowadzenie koncepcji CSR do strategii rozwoju przedsiębiorstwa oraz efektywne relacje inwestorskie.

Literatura

- Anam L., *Praktyka raportowania społecznej odpowiedzialności biznesu w Polsce*, [w:] *Odpowiedzialne inwestycje kapitałowe*, Ministerstwo Gospodarki, Warszawa 2011.
- CERES, www.ceres.org.
- Corporate Sustainability. A Progress report*, KPMG, International 2011.
- Dziawgo D., *Relacje inwestorskie. Ewolucja- Funkcjonowanie- Wyzwania*. PWN, Warszawa 2011.
- Global Compact Network Poland, www.globalcompact.org.pl.
- Global Reporting Guidelines, www.globalreporting.org.
- Green Paper for Promoting a European Framework for Corporate Social Responsibility*, CEC, Brussels 2001.
- Hockerts K., Moir L., *Communicating Corporate Responsibility to Investors: The Changing Role of the Investor Relations Function*, "Journal of Business Ethics", 52/2004.
- Jak zyskać na odpowiedzialności? CSR w strategiach spółek giełdowych*, CSRinfo, Warszawa 2012.
- Laskin A.V., *A Descriptive Account of The Investor Relations Profession. A National Study*. "Journal of Business Communication", vol. 46, no. 2, April 2009.
- National Investor Relations Institute, www.niri.org.
- Norma ISO 26000:2010 *Guidance on social responsibility*, ISO, www.iso.org.
- Odnowiona strategia UE na lata 2011-2014 dotycząca społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw*, COM (2011), 681 final, Brussels 2011.
- Ryan T.M., Jacobs Ch.A., *Using Investor Relations to Maximize Equity Valuation*, Wiley Finance, Hoboken 2005.
- Soppe A., *Sustainable Corporate Finance*, "Journal of Business Ethics", 53/2004.
- Towards Integrated Reporting. Communicating Value in the 21st century*, International Integrated Reporting Committee, www.theiirc.org.
- Turn risks and opportunities into results. Exploring the top 10 risks and opportunities for global organizations. Global report*, Ernst & Young 2011.
- Unerman J., *Strategic reputation risk management and corporate social responsibility reporting*, „Accounting, Auditing & Accountability Journal”, vol. 21, no. 3/2008.
- United Nations Global Compact, www.unglobalcompact.org.
- White Paper: Communication from the Commission concerning Corporate Social Responsibility: A business contribution to Sustainable Development*, COM (2002), 347 final, Brussels 2002.

CSR REPORTING AS A COMPONENT OF ENTERPRISE INVESTOR RELATIONS

Summary: The increasing importance of CSR concept requires adjusting enterprise strategy to the idea of sustainable development. Investor relations responsible for reducing the asymmetric information and shaping the positive image of the company should be also adjusted. Investor relations are now facing new challenges connected with the problem of effective CSR reporting. The main objective of this paper is to identify the CSR reporting models that can be applied in the corporate communication strategy. These models are followed by the analysis of the CSR reporting practices based on the content analysis of corporate websites and annual reports of the largest public companies.

Keywords: social responsibility, investor relations, CSR reporting.