

BARBARA KRYK

Uniwersytet Szczeciński

## RAPORTOWANIE SPOŁECZNEJ ODPOWIEDZIALNOŚCI PRZEDSIĘBIORSTW ZA ŚRODOWISKO PRZYRODNICZE

### Wprowadzenie

Przedsiębiorstwom od dawna przypisywano funkcje społeczne. Jednakże były one ograniczone do różnych świadczeń na rzecz grup z otoczenia wewnętrznego. Rozszerzenie odpowiedzialności przedsiębiorstw na otoczenie zewnętrzne powoduje, że stają się one w coraz większym stopniu zależne od jego oceny. Równowaga społeczna wymaga pewnego minimum społecznej akceptacji sposobu i konsekwencji funkcjonowania organizacji zarówno przez społeczne otoczenie, jak i przez samych jej uczestników<sup>1</sup>. Społeczna akceptacja przedsiębiorstwa oraz przedmiotu jego działalności determinuje jego istnienie. Od przedsiębiorstwa wymaga się między innymi<sup>2</sup>:

- powstrzymania i zaprzestania działań uznanych za społecznie szkodliwe, w tym z punktu widzenia ekologicznego,
- dostarczania dóbr i usług w dziedzinach niezyskowych oraz dóbr i usług „środowiskowo przyjaznych”,
- przyjęcia odpowiedzialności za rozwój ekonomiczno-społeczny i jakość życia.

---

<sup>1</sup> A. Koźmiński, K. Oblój, *Strategie zarządzania*, w: *Współczesne koncepcje zarządzania*, red. A.K. Koźmiński, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1997, s. 379.

<sup>2</sup> H.I. Ansoff, *Zarządzanie strategiczne*, PWE, Warszawa 1985, s. 54.

Ponoszenie społecznej odpowiedzialności na płaszczyźnie ekonomicznej, socjologicznej, prawnej, filantropijnej czy też ekologicznej sprzyja między innymi realizacji długookresowych celów działalności przedsiębiorstwa, dlatego jest tak dla niego ważne. Poglądy na odpowiedzialność społeczną przedsiębiorstwa ciągle się zmieniają. Coraz częściej wyrażane są opinie o konieczności uświadomienia przedsiębiorstwom, że w ich własnym interesie jest prowadzenie działalności w sposób uznawany przez społeczeństwo za odpowiedzialny<sup>3</sup>.

Rządy, różne instytucje badawcze oraz działacze społeczni i media wyspecjalizowały się w rozliczaniu przedsiębiorstw ze społecznych konsekwencji ich działalności. Pojawiają się wciąż nowe rankingi przedsiębiorstw zawierające ocenę ich dokonań na polu odpowiedzialności społecznej biznesu (*Corporate Social Responsibility* – CSR). Pomimo iż metodologia tych klasyfikacji wzbudza czasami wiele kontrowersji, to są one przedmiotem dość dużego zainteresowania ze strony różnych podmiotów gospodarczych i interesariuszy przedsiębiorstw. Na skutek tego przedsiębiorstwa zaczęły zwracać coraz większą uwagę na zagadnienia społecznej odpowiedzialności. Przedsiębiorstwa podejmują różne działania, aby zmniejszyć negatywne konsekwencje swojej działalności dla społeczeństwa i środowiska naturalnego. Działania te nie przyniosły jednak spodziewanych efektów z dwóch powodów<sup>4</sup>. Po pierwsze, nadal wiele przedsiębiorstw traktuje biznes i społeczeństwo jako dwie przeciwstawne siły, a przecież są one współzależne. Po drugie, przedsiębiorstwa pojmowały społeczną odpowiedzialność biznesu dość ogólnikowo, bardzo często tylko w kategoriach filantropijnych, zamiast powiązać ją z celami i strategią działalności.

Jeżeli przedsiębiorstwa odrzucą takie podejście i będą analizować swoje szanse na polu odpowiedzialności społecznej, stosując te same metody analizy i oceny z zakresu rachunkowości zarządczej, które ułatwiają podejmowanie najważniejszych decyzji biznesowych, to może się okazać, że CSR to nie tylko dodatkowe koszty, obowiązek lub dobry uczynek, ale źródło szans, innowacji i przewagi konkurencyjnej. Ze zmianą podejścia pojawia się potrzeba i problem raportowania przez przedsiębiorstwa społecznej odpowiedzialności, w tym w zakresie ochrony środowiska przyrodniczego.

---

<sup>3</sup> J.A. Stoner, R.E. Freeman, D.R. Gilbert, *Kierowanie*, PWE, Warszawa 1997, s. 112–115.

<sup>4</sup> M.E. Porter, M.R. Kramer, *Strategia a społeczeństwo: społeczna odpowiedzialność biznesu – pożyteczna moda czy nowy element strategii konkurencyjnej?*, „Harvard Business Review Polska”, czerwiec 2007.

Celem niniejszego opracowania jest przedstawienie zagadnienia raportowania społecznego ze szczególnym uwzględnieniem zagadnień ekologicznych, a także standardów w tym zakresie. Z tego względu w artykule syntetycznie przedstawiono:

- istotę społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw za środowisko,
- istotę raportowania społecznego i korzyści z tym związane,
- najbardziej popularne standardy raportowania,
- wymagane elementy raportowania społecznego.

## 1. Koncepcja społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw za środowisko

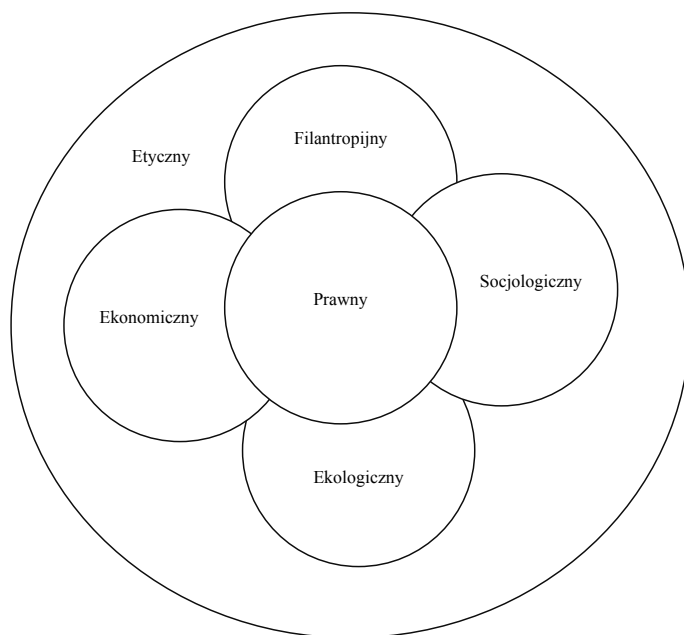
Termin „społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstwa” oznacza, że jest ono świadome konieczności przestrzegania zarówno zasad moralnych, jak i obowiązku rozliczania się ze swoich działań przed społeczeństwem. CSR stanowi dobrowolne zobowiązanie do uwzględniania w prowadzonej działalności gospodarczej i kontaktach z interesariuszami między innymi aspektów społecznych i ekologicznych (rysunek 1). Koncepcja ta oznacza nie tylko wypełnianie obowiązków wynikających z prawa, ale również działania wykraczające poza prawne wymagania odnoszące się do sprawozdawczości nałożone na podmioty gospodarcze, a mające na celu rozwój pracowników, dbałość o środowisko przyrodnicze i dobre relacje z interesariuszami. Koncepcja CSR wiąże się również z koncepcją zrównoważonego rozwoju, która obliuguje podmioty gospodarcze do ponoszenia pełnej odpowiedzialności za ochronę środowiska przyrodniczego, którego stan determinuje poziom i jakość życia ludzi, w warunkach ograniczoności zasobów naturalnych i przy uwzględnieniu dalekosiężnych skutków aktywności gospodarczej. Koncepcja zrównoważonego rozwoju podkreśla konieczność współodpowiedzialności i solidarności żyjących oraz przyszłych pokoleń za stan środowiska przyrodniczego i jego ochronę, co znajduje również odzwierciedlenie w etyce ekologicznej<sup>5</sup>.

Takie pojmowanie funkcji przedsiębiorstwa zdeterminowane między innymi pojawieniem się zagrożeń ekologicznych o charakterze globalnym, a także podjęcie formalnych kroków (w postaci konwencji międzynarodowych oraz ustawodawstwa krajowego określającego, co przedsiębiorstwo może robić i w jakich

---

<sup>5</sup> B. Kryk, *Etyka ekologiczna a społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstwa*, w: *Teorie i aplikacje etyki gospodarczej*, red. B. Pogonowska, AE w Poznaniu, Poznań 2000, s. 117–127.

granicach, wprowadzenie form pośrednich w postaci podatków, opłat lub kar ekologicznych) wymuszających ochronę środowiska przyrodniczego mają skłonić przedsiębiorstwa do respektowania przepisów w tym zakresie. Negatywne oddziaływanie przedsiębiorstw na środowisko zobowiązuje je do odpowiedzialności za jego stan. Jeżeli przedsiębiorstwa nie chcą dobrowolnie przyjąć na siebie odpowiedzialności za korzystanie ze środowiska, to wcześniej czy później naciski ze strony społeczeństwa, konieczność dostosowania się do wymogów rynkowych, prawo oraz narzędzia stosowane w ramach polityki ekologicznej zmuszą je do zmiany postępowania. Ponieważ funkcjonowanie przedsiębiorstw zależy od stopnia akceptacji ich produktów i działalności przez otoczenie, to będą one w stopniu większym niż dotychczas podejmowały odpowiedzialność zarówno w sensie społecznym, jak i ekonomicznym, co jest zgodne z założeniami zrównoważonego rozwoju<sup>6</sup>.



Rys. 1. Podstawowe obszary społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstwa

Źródło: J. Adamczyk, *Spoleczna odpowiedzialność przedsiębiorstw*, PWE, Warszawa 2009, s. 54.

<sup>6</sup> B. Kryk, *Jakość życia a społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstwa za korzystanie ze środowiska*, w: *Jakość życia w perspektywie nauk humanistycznych, ekonomicznych i ekologii*, red. J. Tomczyk-Tółkacz, AE we Wrocławiu, Jelenia Góra 2003, s. 264–266.

Przyjęcie przez przedsiębiorstwa społecznej odpowiedzialności za stan środowiska przyrodniczego oznacza ujmowanie wszelkich działań proekologicznych w ich hierarchii celów, a tym samym wprowadzenie kolejnego warunku ograniczającego wybory w funkcji celów przedsiębiorstw. Wskazuje to, iż odpowiedzialność przedsiębiorstw za negatywne efekty zewnętrzne powinna być analizowana nie tylko z punktu widzenia krótkookresowego celu działalności, co z perspektywy ich długoterminowego sukcesu rynkowego. Z tego względu przedsiębiorstwa społecznie odpowiedzialne powinny między innymi<sup>7</sup>:

- dokonywać oceny oddziaływania danego rodzaju działalności (lub produktu w całym cyklu jego życia) na środowisko w celu przewidzenia szkód, jakie mogą być ich wynikiem;
- określać, jakie warunki należy spełnić, aby szkody nie wystąpiły;
- dołożyć wszelkich starań, by unikać skutków działań szkodliwych dla osób trzecich;
- stosować formy zabezpieczenia i ubezpieczenia przed ryzykiem ekologicznym;
- zrekompensować lub usunąć negatywne efekty zewnętrzne,
- informować społeczeństwo o wpływie działalności przedsiębiorstwa na środowisko, co jest przykładem rozwijania prawa w zakresie CSR w obszarze ekologicznym.

Degradacja środowiska przyrodniczego zagraża zdrowiu i życiu ludzi, uniemożliwia realizację potrzeb oraz wartości kulturowych, społecznych i ekonomicznych, co w konsekwencji niekorzystnie oddziałuje na jakość życia. Wiele przedsiębiorstw nie doceniało przez długi czas znaczenia aspektów ekologicznych i związanej z tym przemiany systemu wartości. Wzrost zainteresowania przedsiębiorstw koncepcją CSR był częściowo wymuszony przez życie. W rzeczywistości wiele przedsiębiorstw skłoniło się ku niej dopiero po tym, jak zostały nieprzyjemnie zaskoczone ostrą reakcją społeczeństwa na kwestie, za które nie czuły się odpowiedzialne. Obecnie przedsiębiorstwa w obliczu rozwijającego się ruchu ochrony środowiska, nasilających się działań proekologicznych na wszystkich szczeblach gospodarowania i rosnącej świadomości ekologicznej społeczeństwa zaczęły dostrzegać, iż troska o środowisko leży w ich interesie. Przedsiębiorstwa wiedzą, że muszą przestrzegać prawa w zakresie ochrony środowiska i podej-

---

<sup>7</sup> Por. J. Adamczyk, *Koncepcja zrównoważonego rozwoju w zarządzaniu przedsiębiorstwem*, Wydawnictwo AE w Krakowie, Kraków 2001, s. 71 i n.

mować różne działania oraz inicjatywy ekologiczne, by nie stracić klientów, nie pogorszyć swojego wizerunku i pozycji konkurencyjnej.

Problematyka społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstwa za środowisko powoli staje się jednym z istotniejszych wyznaczników sposobów działania firm. Potwierdzeniem tego jest między innymi ujęcie w „Manifeście z Davos” (1973) zapisu<sup>8</sup>, że kierownictwo jest zobowiązane: wobec klientów – „zadawalać ich potrzeby w możliwie najlepszy sposób”, wobec współpracowników – „dbać o zapewnienie miejsc pracy i jej humanizację”, wobec kapitałodawców – „zapewnić dywidendy”, wobec społeczeństwa – „swoją wiedzę i środki wykorzystywać dla dobra obywateli i zadbać o wartość życia środowisko dla przyszłych pokoleń”.

Dwadzieścia lat później (1994) w Caux podczas Okrągłego Stołu sformułowano zasady dla biznesu oparte na etycznych podstawach, charakteryzujące się: odejściem od odpowiedzialności jedynie wobec akcjonariuszy na rzecz koncepcji *stakeholders*, poszanowaniem dla reguł obowiązujących w kraju działania firmy, ale także uznaniem zasad uczciwej konkurencji i praw międzynarodowych, wsparciem dla wszechstronnej wymiany światowej, szacunkiem dla środowiska i unikaniem działań nielegalnych<sup>9</sup>.

Zagadnienie odpowiedzialności przedsiębiorstw za przyszłe środowisko życia następnych pokoleń zostało również ujęte w Deklaracji ze Szczytu Ziemi w Rio de Janeiro (1992), Agendzie 21, Konwencji Klimatycznej, Deklaracji Milenijnej Narodów Zjednoczonych (2000), Deklaracji ze Światowego Szczytu Zrównoważonego Rozwoju w Johannesburgu (2002), Strategii UE z Goeteborga dotyczącej trwałego rozwoju (2001 – uzupełnienie do Strategii Lizbońskiej), odnowionej Strategii UE dotyczącej zrównoważonego rozwoju (2006) oraz w wielu innych dokumentach o randze międzynarodowej i krajowej.

Dyskusje na temat CSR pojawiły się też na posiedzeniach zarządów korporacji, które przyjęły ogromną liczbę uchwał o raportowaniu społecznym, ze szczególnym uwzględnieniem zagadnień ekologicznych.

---

<sup>8</sup> Por. H. Steinmann, G. Schreyogg, *Zarządzanie. Podstawy kierowania przedsiębiorstwem – koncepcje, funkcje, przykłady*, Oficyna Wydawnicza Politechniki Wrocławskiej, Wrocław 1992.

<sup>9</sup> *Principles for Business*, The Caux Round Table 1994.

## 2. Raportowanie społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstwa

Raportowanie społeczne stanowi rozszerzenie sprawozdawczości przedsiębiorstwa, a jego celem jest komunikowanie dokonań przedsiębiorstwa w interesie wyodrębnionych grup interesariuszy. Raportowanie jest związane z upublicznieniem danych z dziedzin tradycyjnie nieprezentowanych opinii publicznej, takich jak szczegółowe informacje o zatrudnieniu, produktach, działaniach na rzecz społeczności lokalnych, oddziaływaniu na środowisko i działaniach proekologicznych.

Zjawisko raportowania społecznego ma relatywnie krótką historię. Debata na temat raportowania społecznej odpowiedzialności rozpoczęła się w latach sześćdziesiątych i siedemdziesiątych XX wieku. Pierwsze wymogi związane z raportowaniem społecznym wprowadzono w Holandii i Francji właśnie w latach sześćdziesiątych. Natomiast pierwsze raporty społeczne pojawiły się pod koniec lat osiemdziesiątych i w większości koncentrowały się na zagadnieniach dotyczących środowiska przyrodniczego<sup>10</sup>. Wpływ na rozwój tego raportowania miały etyczne fundusze inwestycyjne w USA i Wielkiej Brytanii, które zaczęły sprawdzać etyczność postępowania firm w różnych obszarach, w tym ekologicznym. Konsekwencją tego było zwiększenie zainteresowania rynków kapitałowych inwestycjami przedsiębiorstw postrzeganych jako społecznie odpowiedzialne. Coraz częściej były też podejmowane inicjatywy mające na celu promowanie nie tylko społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw, ale i raportowania aspektów etyczno-ekologicznych ich działalności. Istotne znaczenie w tym zakresie miało powołanie *Global Reporting Initiative* (GRI) w 1997 roku, instytucji, której powierzono zadanie stworzenia standardu sprawozdawczości podmiotów w zakresie ich społecznej odpowiedzialności. Duże znaczenie przypisywane jest również programowi „Global Compact” ogłoszonemu w 1999 roku, poruszającemu między innymi zagadnienia ochrony środowiska naturalnego, który został podpisany w 2000 roku przez około 50 korporacji światowych<sup>11</sup>. Równie ważnym dokumentem była „Zielona Księga” przedstawiona przez Komisję Europejską w 2001 roku.

Kolejny ważny krok w rozwoju raportowania społecznego uczyniła Światowa Inicjatywa Sprawozdawcza, mająca na celu opracowywanie i wspólne użytkowanie jednolitych wytycznych do sprawozdawczości na temat wyników gospodar-

---

<sup>10</sup> A. Kolk, *A Decade of sustainability reporting: Developments and significance*, „International Journal of Environment and Sustainable Development” 2004, no. 3 (1).

<sup>11</sup> *Więcej niż zysk, czyli odpowiedzialny biznes: programy, strategie, standardy*, red. B. Rok, Forum Odpowiedzialnego Biznesu, Warszawa 2001, s. 167.

czych, środowiskowych i społecznych na całym świecie w sposób pozwalający na dokonywanie porównań. W 1997 roku zaproponowała ona słynną koncepcję oceny wyników przedsiębiorstw w wymiarze „potrójnego ostatecznego wyniku” (*triple bottom line of economic, social and environmental performance*). Według tego podejścia pomiaru osiągnięć przedsiębiorstwa należy dokonywać w trzech zakresach: efektów ekonomiczno-finansowych (biorąc pod uwagę interesy właścicieli i wierzycieli), środowiskowych (poszanowanie i racjonalne wykorzystanie zasobów, ochrona środowiska, tworzenie infrastruktury proekologicznej służącej społeczeństwu) oraz postaw społecznych i etycznych (działania na rzecz społeczeństwa)<sup>12</sup>. W 2006 roku Światowa Inicjatywa Sprawozdawcza ogłosiła wersję G 3 swoich wytycznych, uzupełnionych między innymi o wskaźniki sektorowe dla turystyki, telekomunikacji, zakładów użyteczności publicznej oraz dla branży finansowej, wydobywczej i logistycznej. Opracowano dodatkowe wskaźniki nawiązujące do strategii i analizy, akcentujące wyzwania, szanse i zagrożenia. Niektóre wskaźniki zostały uproszczone w celu lepszej porównywalności danych, nastąpiła również harmonizacja z zasadami *Global Compact*<sup>13</sup>.

Obecnie nie ma jednego obligatoryjnego wzoru sporządzania raportu społecznego. Istnieje dowolność co do szczegółowości informacji przedstawianych w raportach. Z tego powodu rzadko można w nich znaleźć spójne, strategiczne schematy działania w zakresie CSR. Nie ma również obowiązku poddawania ich audytowi zewnętrznemu. Podkreśla się jedynie konieczność przestrzegania systemu potrójnej oceny ostatecznego wyniku, wiadomo bowiem, iż publikowanie tylko wyników ekonomicznych nie zapewnia pełnego obrazu działalności, podobnie jak publikowanie wybiórczych informacji czy to o działalności społecznej, czy ekologicznej. Upraszczając, wskaźniki ekonomiczne pokazują, czy przedsiębiorstwo ma zysk albo stratę, ale nie odzwierciedlają „jakim kosztem” to osiągnięto, na przykład czy nie pogorszyła się sytuacja pracowników lub stan środowiska przyrodniczego. Skupienie się tylko na jednym obszarze zawsze pozostawia pewną lukę informacyjną, tę lukę pozwala zapełnić raport społeczny obejmujący wszystkie wymiary działalności przedsiębiorstwa. Ujawnienie infor-

---

<sup>12</sup> J. Adamczyk: *Společna odpowiedzialność...*, s. 140.

<sup>13</sup> J. Adamiak, B. Kłosowska, *Odpowiedzialność społeczna w raportach przedsiębiorstw*, w: *Funkcjonowanie przedsiębiorstw w warunkach zrównoważonego rozwoju i gospodarki opartej na wiedzy*, red. E. Sidoreczuk-Pietraszko, Wydawnictwo Wyższej Szkoły Biznesu w Białymstoku, Białystok 2009, s. 105.



macji w raporcie determinuje transparentność przedsiębiorstwa i pozwala na pełną ocenę jego działalności.

Rosnąca popularność raportowania społecznego jest związana ze zjawiskami i zmianami zachodzącymi w otoczeniu przedsiębiorstwa, w tym między innymi<sup>14</sup>:

- wzrostem znaczenia CSR,
- zwiększonymi wymogami przejrzystości działania,
- nasiloną uwagą mediów na działalność przedsiębiorstw,
- rygorystycznymi regulacjami prawnymi,
- nasilającą się aktywnością i zaangażowaniem interesariuszy wewnętrznych i zewnętrznych, którzy coraz częściej korzystają z prawa dostępu społeczeństwa do informacji,
- rozwojem i upowszechnianiem się standardów dotyczących raportowania,
- rozwojem technologii informacyjnych.

Sporządzenie raportu społecznego wymaga poniesienia określonych nakładów pieniężnych i czasowych oraz ujawnienia wielu informacji na temat ich działalności, co może przysparzać dużo trudności, jeżeli informacje te nie są korzystne z punktu widzenia społeczeństwa i środowiska. Jednak pomimo to dobrze opracowany i przygotowany raport przynosi wiele korzyści, mianowicie<sup>15</sup>:

- ułatwia menadżerom skuteczniejsze przewidywanie niektórych trendów rynkowych i kierunków zmian związanych z wyzwaniem społecznymi i ekologicznymi, a tym samym ich ujmowanie w strategii,
- ułatwia identyfikowanie nowych szans i zagrożeń wynikających ze zmieniającego się otoczenia,
- polepsza wizerunek przedsiębiorstwa poprzez przedstawienie pozytywnych aspektów jego działalności,
- zwiększa wiarygodność poprzez ujawnienie w przejrzysty i przekonujący sposób informacji o poczynaniach przedsiębiorstwa,
- zwiększa atrakcyjność dla inwestorów szukających możliwości ulokowania kapitału w biznes społecznie odpowiedzialny,
- zapewnia zdobycie społecznego „przyzwolenia na działanie” w przypadku sektorów, które mogą być społecznie lub środowisko szkodliwe,

---

<sup>14</sup> P. Wachowiak, *Raportowanie społeczne przedsiębiorstwa jako przejaw jego odpowiedzialności*, „Przegląd Organizacji” 2008, nr 10.

<sup>15</sup> *Ibidem* oraz M. Reszta, *Raportowanie społeczne: niedoceniany element zarządzania CSR*, „Harvard Business Review”, dodatek „Odpowiedzialny Biznes” 2009, 8.04.2010.

- pozwala pozyskać i utrzymać wartościowych pracowników przywiązujących dużą wagę do zaangażowania społecznego i ekologicznego przedsiębiorstw, w których pracują,
- obniża koszty finansowe dzięki ulepszeniu komunikacji społecznej z interesariuszami i udoskonaleniu procesu podejmowania decyzji, co rzutuje na wymierne korzyści finansowe,
- sprzyja polepszeniu sposobu zarządzania i efektywności struktur organizacyjnych,
- pośrednio polepsza wyniki finansowe,
- usprawnia zarządzanie ryzykiem,
- przyczynia się do budowania przewagi konkurencyjnej, zdobycia nowych rynków i pozyskania nowych klientów.

Na podstawie wymienionych korzyści można powiedzieć, że raport społeczny pozwala na monitorowanie i analizę postępów przedsiębiorstwa w zakresie osiągnięcia celów długookresowych, stanowi narzędzie komunikacji z interesariuszami. Rzetelne i wyczerpujące informacje w nim zawarte oddziałują pozytywnie na wizerunek, reputację i wiarygodność przedsiębiorstwa. Raport ma również wartości edukacyjne, gdyż przyczynia się do upowszechnienia dobrych praktyk oraz zwiększenia świadomości nie tylko na temat CSR, ale i zagadnień ekologicznych. Wiele jednostek stara się traktować raportowanie jako narzędzie rachunkowości zarządczej, które wspomaga podejmowanie decyzji biznesowych pod kątem CSR i zrównoważonego rozwoju.

W celu zapewnienia prawidłowej i transparentnej realizacji społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw we wszystkich jej obszarach, w tym ekologicznym, podjęto starania dotyczące normalizacji i niezależnej oceny działań w tym w zakresie. Wypracowano już wiele wytycznych do raportowania CSR. Do najbardziej popularnych standardów zawierających kwestie ekologiczne należą: standard *Sustainability Reporting Guidelines*, AA 1000, ISO 14000, ISO 26000.

Standard *Sustainability Reporting Guidelines* został opracowany przez organizację GRI, której misją jest uczynienie raportowania społecznego czynnością tak rutynową, jak w przypadku sprawozdawczości finansowej. Wytyczne zawarte w tym standardzie są tak uniwersalne, że mogą być zastosowane w przedsiębiorstwach o różnym rodzaju działalności<sup>16</sup>. Celem raportu jest komunikowanie swoich osiągnięć szerszej grupie interesariuszy przedsiębiorstwa. Raport powinien

---

<sup>16</sup> Oprócz uniwersalnego standardu GRI opracowało wiele procedur odnoszących się do gałęzi gospodarki o specyficznych uwarunkowaniach.

zawierać podstawowe dane o przedsiębiorstwie, jego wizję, strategię, główne założenia polityki społecznej odpowiedzialności, poglądy etyczne, założenia polityki ekonomicznej, ekologicznej i społecznej oraz procedury, wskaźniki i prognozy z tym związane. Konieczne jest również wyjaśnienie sposobu implementacji poszczególnych elementów strategii, sporządzenie opisu relacji z grupami interesariuszy zawierającego między innymi objaśnienie metod ich identyfikacji oraz wzajemnej komunikacji<sup>17</sup>.

Zagadnienia, które muszą być uwzględnione w sprawozdaniu, są następujące:

- a) wizja i strategia – opis strategii przedsiębiorstwa w odniesieniu do zrównoważonego rozwoju wraz z oświadczeniem kierownictwa;
- b) profil – opis profilu działalności oraz zakres raportu;
- c) struktura i system zarządzania – opis struktury organizacyjnej, programów i systemów zarządzania, w tym włączenia interesariuszy w działania przedsiębiorstwa;
- d) wskaźniki zgodności treści z wytycznymi GRI w postaci tabelarycznej;
- e) wskaźniki wyników – ocena skutków działalności przedsiębiorstwa na płaszczyźnie ekonomicznej, ekologicznej i społecznej. Wskaźniki wyników zintegrowanych powinny obejmować następujące kategorie:
  - wymiar ekonomiczny: wyniki ekonomiczne, obecność na rynku oraz pośrednie wpływy ekonomiczne,
  - wymiar środowiskowy: zużycie zasobów naturalnych, energii, emisję zanieczyszczeń, ścieków, odpadów, transport, wydatki inwestycyjne na ochronę środowiska na tle ogólnych nakładów inwestycyjnych itp.,
  - wymiar społeczny: praktyki i warunki pracy, prawa człowieka, odpowiedzialności wobec społeczeństwa, odpowiedzialności za produkty.

Raport powinien być sporządzany z uwzględnieniem następujących zasad, między innymi: przejrzystości, kontroli, zrozumiałości, stosowności, zrównoważonego rozwoju, dokładności, neutralności, porównywalności, klarowności i aktualności.

Standard *AccountAbility* (AA 1000) został opracowany przez londyński *Institute of Social and Ethical AccountAbility*. Zawiera on wskazówki ułatwiające określenie celów strategicznych, pomiar postępów w ich osiąganiu, przeprowadzenie audytu organizacji, opracowywanie sposobu przedstawiania bilansu strategicznego. Z założenia ma wspierać działalność przedsiębiorstwa na trzech

---

<sup>17</sup> P. Wachowiak, *op.cit.*

plaszczynach, ekonomicznej, ekologicznej i społecznej, czyli wspomagać „rozliczanie się” z realizacji zrównoważonego rozwoju. Standard ten jest oparty na podejściu procesowym i ciągłym doskonaleniu. Nie podając poziomu wyników, wskazuje procesy, które należy doskonalić, aby osiągnąć zamierzone cele strategiczne. Wykorzystując model składający się z 12 procesów, można postawić diagnozę stanu przedsiębiorstwa i na tej podstawie opracować bilans strategiczny lub stworzyć własny układ odniesienia. Z tego względu standard ten jest wykorzystywany dwojako: po pierwsze, jako narzędzie oceny działalności przedsiębiorstwa pod kątem jej zgodności z deklarowanymi wartościami i zasadami etycznymi; po drugie, jako zbiór wytycznych określających metody komunikacji i zarządzania w sferze odpowiedzialności społecznej.

Standard AA 1000 składa się z następujących części<sup>18</sup>:

- a) założeń ramowych, określających podstawowe zasady, w tym reagowania, transparentności i zgodności, według których powinno funkcjonować przedsiębiorstwo pretendujące do miana społecznie odpowiedzialnego;
- b) normy zapewnienia, wykorzystywanej w procesie oceny i zapewnienia jakości oraz wiarygodności prowadzonych działań, systemów i kompetencji;
- c) normy zaangażowania interesariuszy, określającej prawo interesariuszy do przedstawiania swojego stanowiska w związku z funkcjonowaniem przedsiębiorstwa i ustanawiającej zasady komunikacji z nimi w celu zapewnienia im udziału w procesie zarządzania oraz reagowania na zgłaszane przez nich problemy.

Omawiany standard może być wykorzystywany jako wstęp do analizy strategicznej nie tylko przedsiębiorstw prowadzących działalność gospodarczą, ale również instytucji naukowych, organizacji pozarządowych, non-profit i innych.

Normy z serii **ISO 14 000** są narzędziem zarządzania środowiskowego, wykorzystywanym do opracowania i wdrożenia polityki środowiskowej przedsiębiorstwa i zarządzania jej aspektami środowiskowymi. Standardy ISO serii 14 000 są znane dzięki systemom zarządzania środowiskowego wdrażanym w organizacjach według normy ISO 14 001 i 14 004.

Norma ISO 14 001 jest dokumentem normatywnym, stosowanym na zasadzie dobrowolności, powszechnie dostępnym i zaakceptowanym przez akredytowaną w Międzynarodowej Organizacji Standaryzacji jednostkę normalizacyjną.

---

<sup>18</sup> *AA1000 Stakeholder Engagement Standard*, Exposure Draft, AccountAbility, September 2005.

Norma ustala zasady, wytyczne lub charakterystyki dotyczące różnej działalności i jej wyników oraz jest przeznaczona do powszechnego i wielokrotnego stosowania. Wprowadza kodeks dobrej praktyki i zasady racjonalnego postępowania przy aktualnym poziomie techniki. Norma kładzie nacisk na dwa elementy: zobowiązanie do ciągłej poprawy i zobowiązanie do zgodności z obowiązującymi przepisami prawa. Sformalizowany system zarządzania środowiskowego – zgodny z normą ISO 14 001 – składa się z pięciu elementów: polityki środowiskowej, planowania, wdrażania i funkcjonowania, sprawdzania oraz przeglądu zarządzania<sup>19</sup>. Norma określa, co w każdym z tych elementów należy określić i raportować.

Podobny charakter ma norma narzędziowa ISO 14 004 zawierająca wytyczne i zasady niezbędne do rozwoju i wdrażania systemów zarządzania środowiskowego oraz zintegrowania ich z innymi systemami zarządzania. Tu również podkreślone jest dobrowolne stosowanie, konieczność ciągłego doskonalenia, prowadzenia wewnętrznej kontroli celów i efektów, sformułowania polityki środowiskowej i programu działań oraz zapewnienie zgodności z przepisami ochrony środowiska.

Wdrażanie systemu zarządzania środowiskowego w przedsiębiorstwie, niezależnie od typu normy, umożliwia nie tylko raportowanie działalności ekologicznej, ale również osiągnięcie z działań środowiskowych wymiernych i niewymiernych korzyści.

Standard **ISO 26 000** ma charakter przewodnika w zakresie społecznej odpowiedzialności, zawierającego wytyczne i rekomendacje, ale nie podlega on certyfikacji. Jest to dokument ułatwiający podejmowanie działań, wskazujący istotne znaczenie CSR, jej wielowymiarowy charakter, związek z międzynarodowymi standardami w zakresie: praw człowieka, społecznej odpowiedzialności, ochrony środowiska, przeciwdziałania korupcji<sup>20</sup>. Celem nadrzędnym rekomendacji (raportowania) społecznej odpowiedzialności jest działanie na rzecz zrównoważonego rozwoju i dobrobytu społeczeństwa.

ISO 26 000 zawiera charakterystykę wyżej wymienionych zagadnień w formie przewodnika o rozwiniętej strukturze, ułatwiającego wprowadzenie społecznej odpowiedzialności w przedsiębiorstwie, doskonalenie działań i opracowanie

---

<sup>19</sup> *Zarządzanie środowiskiem*, red. B. Poskrobko, PWE, Warszawa 2007, s. 264.

<sup>20</sup> ISO/WD 26000 Guidance on Social Responsibility, October 2007.

kryteriów oceny. Zgodnie z tą normą w obszarze środowiskowym powinny być uwzględnione następujące kwestie:

- odpowiedzialność ekologiczna,
- podejście ostrożnościowe,
- stosowanie technologii i praktyk przyjaznych środowisku,
- zarządzanie ryzykiem środowiskowym,
- analizowanie działań z perspektywy cyklu życia,
- zapobieganie zanieczyszczeniom,
- zrównoważona konsumpcja,
- złagodzenie i przystosowanie do zmian klimatu,
- ochrona i rewitalizacja środowiska.

Generalnie ISO 26 000 zachęca organizacje różnego typu, nie tylko przedsiębiorstwa, do realizacji społecznej odpowiedzialności w szerszym zakresie niż obowiązujące przepisy prawne, formułując zasady, które powinny być konsekwentnie stosowane w polityce, podejmowaniu decyzji i działalności. Standard wskazuje na konieczność uwzględniania następujących zasad: przestrzegania praw, poszanowania dyrektyw, deklaracji, rezolucji, konwencji i porozumień międzynarodowych, identyfikacji zainteresowań akcjonariuszy, odpowiedzialności, transparentności, przestrzegania podstawowych praw człowieka, poszanowania odmienności. Przestrzeganie i upowszechnianie tych zasad powinno się odbywać z poszanowaniem aspektów religijnych i kulturowych otoczenia, w którym działa przedsiębiorstwo.

Podjęcie zadania opracowania standardu społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw w postaci norm z serii ISO stwarza dużą szansę na szybkie upowszechnienie raportowania w tym zakresie. Jest to związane z jednej strony ze światowym zasięgiem oddziaływania instytucji opracowującej normy ISO, z drugiej strony z chęcią polepszania własnego wizerunku jako przedsiębiorstwa odpowiedzialnego i wzmacniania pozycji konkurencyjnej.

## **Uwagi końcowe**

Trwające od pewnego czasu dyskusje nad tym, jak sporządzić prawidłowy raport społeczny, by stał się częścią rachunkowości zarządczej i podstawą podejmowania decyzji w przedsiębiorstwie, wskazują, iż nie jest to łatwe zadanie. Podejmowane w skali międzynarodowej działania, mające na celu opracowanie

jednolitych zasad, zaleceń i metodologii oceny społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw, wychodzą naprzeciw potrzebom przedsiębiorstw starających się włączyć raportowanie CSR do procesu zarządczego. Prace te jednocześnie wskazują, jak wiele jest jeszcze do zrobienia w zakresie uwzględniania elementów istotnych z punktu widzenia specyfiki danego przedsiębiorstwa oraz zapewnienia porównywalności prezentowanych raportów.

W sposób pośredni potwierdzeniem zapotrzebowania na raportowanie społeczne w zakresie ochrony środowiska są wyniki badania ankietowego przeprowadzonego przez Fundację Partnerstwo dla Środowiska na temat czynników decydujących o podejmowaniu działań proekologicznych (tabela 1).

Tabela 1

## Czynniki decydujące o podejmowaniu działań proekologicznych [%]

Czynniki decydujące o podejmowaniu działań	Czynniki utrudniające podejmowanie działań
<ul style="list-style-type: none"> <li>- chęć obniżenia kosztów 76</li> <li>- poprawa wizerunku firmy 55</li> <li>- chęć poprawy stanu środowiska w okolicy 55</li> <li>- konieczność modernizacji technologii 43</li> <li>- możliwość poprawienia pozycji rynkowej 39</li> <li>- wzgląd na pracowników (poprawa bhp) 29</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- brak środków finansowych 68</li> <li>- zbyt wysokie koszty wdrożenia 61</li> <li>- trudności w znalezieniu partnerów 21</li> <li>- niechęć do ryzyka związanego z prowadzeniem nowej technologii 15</li> <li>- problemy z nawiązywaniem kontaktów z ośrodkami naukowo-badawczymi 10</li> <li>- brak dostępu do informacji o nowych ekoinnowacyjnych technologiach 8</li> </ul>

Źródło: <http://forsal.pl//artykuly>, 19.04.2010.

Analizując odpowiedzi udzielone przez przedsiębiorstwa, można powiedzieć, że są one świadome rangi zagadnień ekologicznych, ale mniej świadome tego, że raportowanie społeczne bardzo ułatwiłoby im realizację celów powiązanych z oddziaływaniem wymienionych czynników. Z dużym prawdopodobieństwem prawidłowo opracowany raport społeczny ułatwiłby pokonywanie trudności i chociażby z tego względu warto upowszechniać raportowanie społeczne i dążyć do jego doskonalenia.

## Literatura

- AA1000 Stakeholder Engagement Standard*, Exposure Draft, AccountAbility, September 2005.
- Adamczyk J., *Koncepcja zrównoważonego rozwoju w zarządzaniu przedsiębiorstwem*, Wyd. AE w Krakowie, Kraków 2001.
- Adamczyk J., *Spoleczna odpowiedzialność przedsiębiorstw*, PWE. Warszawa 2009.
- Adamiak J., Kłosowska B., *Odpowiedzialność społeczna w raportach przedsiębiorstw, w: Funkcjonowanie przedsiębiorstw w warunkach zrównoważonego rozwoju i gospodarki opartej na wiedzy*, red. E. Sidorczyk-Pietraszko, Wyd. Wyższej Szkoły Biznesu w Białymstoku, Białystok 2009.
- Ansoff H.I., *Zarządzanie strategiczne* PWE, Warszawa 1985.
- Kolk A., *A decade of sustainability reporting: Developments and significance*, „International Journal of Environment and Sustainable Development” 2004, no. 3 (1).
- Koźmiński A., Oblój K., *Strategie zarządzania*, w: *Współczesne koncepcje zarządzania*, red. A.K. Koźmiński, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1997.
- Kryk B., *Etyka ekologiczna a społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstwa*, w: *Teorie i aplikacje etyki gospodarczej*, red. B. Pogonowska, AE w Poznaniu, Poznań 2000.
- Kryk B., *Jakość życia a społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstwa za korzystanie ze środowiska*, w: *Jakość życia w perspektywie nauk humanistycznych, ekonomicznych i ekologii*, red. J. Tomczyk-Tołkacz. AE we Wrocławiu, Jelenia Góra 2003.
- Porter M.E., Kramer M.R., *Strategia a społeczeństwo: społeczna odpowiedzialność biznesu – pożyteczna moda czy nowy element strategii konkurencyjnej?*, „Harvard Business Review Polska”, czerwiec 2007.
- Principles for business*, The Caux Round Table 1994.
- Reszta M., *Raportowanie społeczne: niedoceniany element zarządzania CSR*, „Harvard Business Review”, dodatek „Odpowiedzialny Biznes” 2009 (plik pdf, 8.04.2010).
- Steinmann H., Schreyogg G., *Zarządzanie. Podstawy kierowania przedsiębiorstwem – koncepcje, funkcje, przykłady*, Oficyna Wydawnicza Politechniki Wrocławskiej, Wrocław 1992.
- Stoner J.A., Freeman R.E., Gilbert D.R., *Kierowanie*, PWE, Warszawa 1997.
- Wachowiak P., *Raportowanie społeczne przedsiębiorstwa jako przejaw jego odpowiedzialności*, „Przegląd Organizacji” 2008, nr 10.



*Więcej niż zysk, czyli odpowiedzialny biznes: programy, strategie, standardy*, red. B. Rok,  
Forum Odpowiedzialnego Biznesu, Warszawa 2001.

*Zarządzanie środowiskiem*, red. B. Poskrobko, PWE, Warszawa 2007.

*dr hab. prof. US Barbara Kryk*  
*Uniwersytet Szczeciński*  
*Wydział Nauk Ekonomicznych i Zarządzania*  
*Katedra Mikroekonomii*  
*ul. Mickiewicza 64, 71-101 Szczecin*

## **REPORTING SOCIAL CORPORATE RESPONSIBILITY FOR NATURAL ENVIRONMENT**

### **Summary**

Social corporate responsibility for natural environment stems from the fact that modern corporate management requires one to take environmental aspects into account. Enterprises' declarations are not enough any more. Law and society make one perform proper action to protect the environment. Social reporting is one of instruments relating to management accounting and aimed at putting social corporate responsibility into practice in a proper and transparent way, also as far as environmental matters are concerned.

The paper addresses issues relating to social reporting with special reference to environmental issues as well as standards applied in this scope. Therefore, the article is a synthetic presentation of:

- essence of social corporate responsibility for the environment,
- essence of social reporting and benefits accruing from it,
- most conventional reporting standards,
- essential elements of social reporting.

*Translated by Barbara Kryk*