

Bożena Kołosowska

Katedra Zarządzania Finansami

Uniwersytet Mikołaja Kopernika w Toruniu

Źródła informacji wykorzystywane w ocenie przedsiębiorstwa społecznie odpowiedzialnego

Wstęp

Obserwując zmiany zachodzące w metodach i zakresie prezentowanych danych na temat przedsiębiorstw, można zauważyć, iż systematycznie wzrasta liczba przedstawianych informacji. Na pierwszym miejscu należy wskazać sprawozdania sporządzane zgodnie z obowiązującymi przepisami prawnymi. Nowością stają się raporty społeczne, opracowywane fakultatywnie, które mają docierać do zainteresowanych grup społeczeństwa obywatelskiego.

Artykuł ma na celu przedstawienie międzynarodowych standardów etycznych w biznesie oraz światowej specyfiki prowadzenia biznesu. Jest to szczególnie ważne w związku z integracją europejską i przystąpieniem Polski do Unii Europejskiej (UE). Pokazano również, z jakich źródeł informacji można korzystać w trakcie przeprowadzania zewnętrznej oceny przedsiębiorstw społecznie odpowiedzialnych. Wykorzystując normy i standardy w zakresie społecznej i etycznej odpowiedzialności, w pierwszej kolejności zostały przybliżone podstawowe definicje, odnoszące się do społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw (CSR). Na tle rozważań teoretycznych największą uwagę zwrócono na standardy prezentacji danych w sprawozdaniach spółek stosujących idee CSR. Wskazano przy tym, iż przy ocenie przedsiębiorstwa z punktu widzenia zrównoważonego rozwoju należy stosować pełną grupę wskaźników, które należy interpretować równocześnie. Następnie pokazano zastosowanie reguł CSR w Polsce oraz zaprezentowano przykłady spółek notowanych na Warszawskiej Giełdzie Papierów Wartościowych, należących do indeksu Respect czy też opracowujących raporty społeczne i określających się jako spółki społecznie odpowiedzialne.

Definicje społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstwa

Idea społecznej odpowiedzialności stała się istotną strategią zarządzania dla współczesnych przedsiębiorstw nie tylko z samej potrzeby czynienia dobra, ale także powodowana była przez sześć głównych czynników [Kožuch 2007, s. 268]:

- procesy globalizacji, wymagające kontroli pod względem społecznym,
- poszukiwanie moralnych źródeł kapitalizmu,
- naciski opinii publicznej na zagadnienia związane z odpowiedzialnością,
- pogarszający się wizerunek biznesu w oczach opinii społecznej,
- częste zmiany przepisów prawnych dotyczących prowadzenia działalności gospodarczej,
- naciski na etyczne prowadzenie działalności gospodarczej jako sposób na realizowanie idei wolności gospodarczej.

W literaturze przedmiotu można znaleźć wiele definicji koncepcji idei społecznej odpowiedzialności. Na samym początku spotykamy różne jej nazwy. Najczęściej pojawia się określenie: społeczna odpowiedzialność biznesu, społecznie zaangażowany biznes czy też zrównoważony rozwój. Zwraca się uwagę, iż odpowiedzialność społeczna jest efektywną strategią zarządzania w przedsiębiorstwie, która przez prowadzenie dialogu społecznego na poziomie lokalnym przyczynia się do wzrostu konkurencyjności danego przedsiębiorstwa, budowania reputacji i jednocześnie kształtowania warunków dla rozwoju społecznego i ekonomicznego [Gasparski (red.) 2003, s. 51].

Zbiegień-Maciąg społeczną odpowiedzialność definiuje jako moralną odpowiedzialność firmy i zobowiązanie do rozliczenia się przed społeczeństwem ze swojej działalności. Zwłaszcza przed grupami wewnętrznymi – właścicielami i pracownikami, grupami zewnętrznymi – akcjonariuszami i klientami, władzami lokalnymi, grupami nacisku, ruchami ekologicznymi i konsumentkami, dostawcami oraz kooperantami i administracją państwową [Zbiegień-Maciąg 1997, s. 48–49].

Społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstw (*corporate social responsibility* – CSR) stanowi dobrowolne zobowiązanie do uwzględniania w prowadzonej działalności gospodarczej i kontaktach z interesariuszami aspektów społecznych i środowiskowych [Pindelski 2009, s. 106]. Wiąże się ona także z uwzględnianiem idei rozwoju zrównoważonego, a więc takiego rozwoju, który pozwala zaspokajać potrzeby współczesnych i przyszłych pokoleń. Oczekuje się od podmiotów gospodarczych, że będą kierować się w swojej działalności pełną odpowiedzialnością za ochronę środowiska, losy swoich pracowników i społeczność lokalną. Według Komisji Brundtland: „Trwały rozwój jest rozwojem zaspokaja-

jącym potrzeby teraźniejszości bez ryzyka, że przyszłe pokolenia nie będą mogły zaspokoić swoich potrzeb” [Kaplun 2007, s. 112]. Według zaś nowej ekonomii środowiska: „Zrównoważony rozwój zmierza do zapewnienia wszystkim żyjącym dzisiaj ludziom i przyszłym pokoleniom dostatecznie wysokich standardów ekologicznych, ekonomicznych i społeczno-kulturowych w granicach naturalnej wytrzymałości Ziemi, stosując zasadę sprawiedliwości wewnątrzpokoleniowej i międzypokoleniowej” [Rogall 2010, s. 44].

Famielec wskazuje, że idea wzrostu zrównoważonego rozwoju jest często wzorcem opisywania oraz wdrażania wielu różnych procesów, procedur oraz struktur społeczno-gospodarczych. Jest nadużywaną kategorią, jako „moda” na pochwałę lub krytykę swoich i cudzych działań w biznesie, w życiu społecznym czy w polityce [Famielec 2009, s. 41].

Szukając nowych kierunków rozwoju należy pamiętać, iż koncentrowanie się na jednym obszarze działania, np. ekologii, pomijając inne nie prowadzi do rozwoju zrównoważonego. Musimy lepiej zrozumieć samą naturę biznesu oraz jego wpływu na teraźniejszość i przyszłość [Laszlo 2008, s. 48]. To konsumenci, pracownicy i inwestorzy dążą do tego, aby biznes brał pod uwagę swoje oddziaływanie na wszystkie zainteresowane grupy. Obserwuje się, iż coraz więcej menedżerów uważa, że wzrost zrównoważony to taki, w którym najważniejsza jest etyka i to ona w dłuższym czasie zapewni stałą wartość dla akcjonariuszy. W definicjach wywodzących się z zarządzania zwraca się uwagę, iż społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstwa ma charakter strategiczny i dynamiczny, opiera się na ciągłym doskonaleniu i stałej współpracy ze wszystkimi interesariuszami [Rok 2010, s. 19].

Wraz z upływem czasu okazało się, że pojawiające się deklaracje przedsiębiorstw dotyczące społecznej odpowiedzialności są niewystarczające. Społeczeństwo zaczęło się domagać weryfikacji stosowania przyjętych zasad CSR. W ten sposób zaczęły powstawać coraz bardziej szczegółowe wytyczne i standardy, na podstawie których możliwa stała się weryfikacja przyjmowanych zasad odpowiedzialności [Rok 2004, s. 22]. Firmy coraz częściej poddają się audytom społecznym oraz dostosowują się do przyjmowanych standardów.

Standardy społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw

Debata na temat raportowania z zakresu odpowiedzialności społecznej rozpoczęła się w USA i Europie już w latach sześćdziesiątych i siedemdziesiątych. Spowodowała ją rosnąca świadomość, że powinnością biznesu jest informowanie o swojej działalności mającej wpływ na społeczeństwo. Wymogi związane

z raportowaniem społecznym wprowadzono po raz pierwszy w Holandii i we Francji właśnie w latach sześćdziesiątych. W latach osiemdziesiątych etyczne fundusze inwestycyjne w USA i w Wielkiej Brytanii zaczęły sprawdzać firmy pod kątem ich społecznego i etycznego działania. W latach dziewięćdziesiątych koncepcje te rozwijały się dalej, w szczególności po „Szczycie Ziemi” w Rio de Janeiro w 1992 roku. Jednym z pierwszych raportów społecznych był raport firmy Body Shop International (*Values Report*, 1995), która w swoim opracowaniu przedstawiła aspekty środowiskowe dotyczące ochrony zwierząt i kwestie społeczne. Idea całościowego raportu społecznego narodziła się właśnie w latach dziewięćdziesiątych, kiedy po serii spektakularnych skandali i upadków spółek szczególnie ważna stała się przejrzystość raportowania na temat wszelkich działań firm [Thompson, Piccola 2007, s. 52].

Obecnie wiele jednostek stara się połączyć proces raportowania jako narzędzia zarządczego, które wspomagałoby działalność biznesową pod kątem CSR i zrównoważonego rozwoju, z prezentacją swoich dokonań finansowych. Trwa dyskusja, jak powinien wyglądać prawidłowy raport społeczny, aby mógł być wykorzystany do poprawy jakości odpowiedzialnego zarządzania. W wielu aktach pojawia się bardzo różne podejście, np. do odpowiedzialności w ogóle, kodeksu postępowania biznesowego, ładu korporacyjnego, zaangażowania społecznego, praw człowieka i odpowiedzialności ekologicznej. W ten sposób powstały międzynarodowe standardy sprawozdawczości – GRI (Global Reporting Initiative, powstały w 2000 r., poprawiony w 2002 r.), standardy oceny wyników – wytyczne odpowiedzialności biznesu OECD (2001 r.), i United Nations Global Compact (inicjatywa ONC Global Compact, 1999) oraz oceny społecznie odpowiedzialnych inwestycji w kontekście interesariuszy – INNOVEST, CoreRatings, SAM (Sustainable Asset Management) [Laszlo 2008, s. 50]. Wypracowano już wiele wytycznych dla raportowania z zakresu CSR, obowiązujących zarówno w skali międzynarodowej, jak i na poszczególnych rynkach. Niektóre z zaprezentowanych wytycznych mają charakter obligatoryjny, inne są dobrowolne.

Światowa Inicjatywa Sprawozdawcza (*Global Reporting Initiative – GRI*) ma na celu opracowywanie i wspólne użytkowanie jednolitych wytycznych, mających zastosowanie w sprawozdawczości wyników gospodarczych, środowiskowych i społecznych na całym świecie, w sposób pozwalający na porównanie uzyskanych w ten sposób informacji. Zapoczątkowana w 1997 roku inicjatywa Global Reporting Initiative miała za zadanie wypracować wskazówki dla raportowania aspektów ekonomicznych, środowiskowych i społecznych (*triple bottom line*). W październiku 2006 roku ogłoszono wytyczne w wersji G3. Uzupełniono je między innymi o wskaźniki sektorowe dla turystyki, telekomunikacji, zakładów użyteczności publicznej oraz dla branż finansowej, wydobywczej i logistycznej. Opracowano dodatkowo wskaźniki nawiązujące do strategii i analizy,

które podkreślają główne wyzwania, szanse, zagrożenia, czyli wskaźniki przestrzegania zasad odpowiedzialnego biznesu [Gabrusewicz 2010, s. 139]. Niektóre wskaźniki zostały uproszczone w celu uzyskania jeszcze lepszej porównywalności danych, nastąpiła ich harmonizacja z zasadami *Global Compact*.

Z punktu widzenia informacji, które można byłoby wykorzystać do oceny sytuacji danego przedsiębiorstwa zwraca uwagę fakt, iż powinno się standaryzować dane z raportu środowiskowego na wzór raportu finansowego. Dziawgo wskazuje, iż wyraźnie widoczna jest ewolucja GRI w kierunku upodabniania się do sprawozdania finansowego, chociaż ani raportowanie elementów CRS, ani wykorzystywanie w tym celu zaleceń zawartych w GRI nie jest obligatoryjne [Dziawgo 2011, s. 157]. Pewna grupa firm z własnej inicjatywy poddaje się różnym ograniczeniom, wytycznym czy też zaleceniom, aby prowadzić swój biznes w sposób etyczny. Działania takie wymuszają wysoki poziom transparentności, co wymaga, aby społeczne raportowanie środowiskowe stało się obowiązkowe, wykraczające poza prawne wymagania odnoszące się do sprawozdawczości, nałożone na podmioty gospodarcze.

Jako narzędzia zewnętrznej oceny przedsiębiorstwa w zakresie społecznej i etycznej odpowiedzialności z powodzeniem można zastosować normy AA 1000, SA 8000 i ISO 26000. Standard AA 1000 to wytyczne przygotowane przez organizację AccountAbility, które stanowią uniwersalną normę przeznaczoną do stosowania w systemie niezależnej weryfikacji [Kaźmierczak 2010, s. 222]. Standard ten zawiera wskazówki ułatwiające określenie celów strategicznych, mierzenie postępów w ich osiągnięciu, przeprowadzanie audytu organizacji, opracowywanie sposobu przedstawiania wyników i ich wykorzystywania w procesie dokonywania bilansu strategicznego. Określa on zakres działań składających się z 12 podprocesów, które charakteryzują firmę. Wskazuje jej obecny stan, pokazując jednocześnie model, który firma chce osiągnąć [Hąbek, Szewczyk 2010, s. 30]. W ten sposób przedsiębiorstwa włączają do zarządzania strategicznego aspekty etyczne i społeczne. Takie podejście pozwala na uzyskanie korzyści, w postaci np. poprawy wyników finansowych, wzmocnienie współpracy z interesariuszami przynoszące wzrost zaufania do organizacji, przeciwdziałanie powstającym konfliktom. Można tę normę wykorzystać do opracowania analizy strategicznej nie tylko dla spółek, ale także dla innych organizacji, zarówno non profit, przedsiębiorstw komunalnych, jak i instytucji naukowych. Tym samym wyznacza ona zasady stosowania najlepszych praktyk w przeprowadzaniu audytu etycznego oraz ułatwia przygotowanie raportu społecznego i jego weryfikacji [Standardy AA 1000. Narzędzie społecznej odpowiedzialności organizacji. Przewodnik dla biznesu 2011, s. 9]. Podobnie Standard SA 8000 jako certyfikat wypracowany przez *Social Accountability International* (SAI) jest pierwszym globalnym systemem weryfikacji standardów pracy w łańcuchu dostaw. Był wypra-

cowywany przy bliskiej współpracy z *International Labour Organization* (ILO), jest zintegrowany z GRI i spójny z normami ONZ w tym zakresie [Dziawgo 2011, s. 157]. *Social Accountability 8000* jest zbiorem zasad i procedur, które mają chronić pracowników i ich podstawowe prawa. Celem tej uniwersalnej normy jest niezależna weryfikacja wymogów społecznej odpowiedzialności, jakie powinna spełniać firma.

ISO to seria standardów ISO 9000 (zarządzanie jakością) oraz ISO 14000 (zarządzanie środowiskowe) poruszająca wiele kwestii zarządczych. System zarządzania środowiskowego jest elementem systemu zarządzania organizacji zorientowanym na osiąganie celów jej polityki środowiskowej. Powszechnie uznany standard systemu zarządzania środowiskowego wyznacza norma ISO 14001. Posiadanie standardów powinno być poddane ocenie podczas całościowego spojrzenia na funkcjonowanie społecznie odpowiedzialnego przedsiębiorstwa, uwiarygodniając jego działanie w tym zakresie.

W 2010 roku przyjęto treść międzynarodowego standardu społecznej odpowiedzialności ISO 26000¹, który ma zachęcać organizacje do realizacji zasad społecznej odpowiedzialności w szerszym zakresie niż obowiązujące obecnie nakazy prawne. Jest praktycznym przewodnikiem, który definiuje ramy, przybliża wartości i idee CSR [<http://www.odpowiedzialnafirma.pl>]. Jest normą zawierającą wytyczne dotyczące odpowiedzialności społecznej. Nie zawiera wymagań i nie jest przeznaczona ani właściwa do stosowania do celów certyfikacji. ISO 26000 obejmuje następujące obszary [<http://www.mg.gov.pl/node/11771>]: ład korporacyjny, prawa człowieka, stosunki pracy, środowisko, sprawiedliwe praktyki rynkowe, relacje z konsumentami, zaangażowanie społeczne.

Celem opracowania normy ISO 26000 było uzyskanie ogólnosięwiatowego porozumienia wszystkich zainteresowanych środowisk w zakresie²:

- definicji i zasad dotyczących odpowiedzialności społecznej,
- kluczowych obszarów i zagadnień dotyczących odpowiedzialności społecznej,
- wytycznych dotyczących włączania odpowiedzialności społecznej w działania całej organizacji.

Stosowanie normy ISO 26000 przyczyni się zapewne do zwiększenia świadomości z zakresu odpowiedzialności społecznej, zwiększenia zaufania klientów i innych interesariuszy organizacji oraz ich zadowolenia, a tym samym do poprawy wizerunku firmy. Są to jedynie wybrane standardy postępowania o zasięgu międzynarodowym, które mogą być zastosowane w przedsiębiorstwie, których istotnymi zaletami są porównywalność prezentacji i uwzględnienie elementów

¹Norma nie jest normą techniczną, lecz ma charakter wytycznych odnoszących się do wielu działań.

²<http://www.pkn.pl/news/2010/11/1-listopada-2010-publicacja-normy-iso-26000> (18.05.2011).

istotnych z punktu widzenia danego podmiotu i interesariuszy. Będą one stanowić pomoc dla organizacji w ich wkładzie w zrównoważony rozwój, uzupełniając inne instrumenty i inicjatywy w zakresie odpowiedzialności społecznej. Stosowanie normy przyczynia się do zwiększenia świadomości z zakresu odpowiedzialności społecznej, zaufania klientów i innych interesariuszy organizacji oraz ich zadowolenia. Posiadanie powyższych certyfikatów wzmacnia wizerunek firmy, prezentuje się ona jako wiarygodna i etyczna. Tym samym umacnia się jej pozycja na tle konkurencji.

Zastosowanie reguł CSR w Polsce

W 2009 roku Giełda Papierów Wartościowych w Warszawie wprowadziła indeks społecznej odpowiedzialności biznesu (RESPECT Index), który wyłania spółki zarządzane w sposób odpowiedzialny i zrównoważony. W swoich wytycznych zwraca szczególną uwagę na atrakcyjność inwestycyjną spółek, którą określają między innymi jakość raportowania, poziom relacji inwestorskich czy też ład informacyjny [http://www.odpowiedzialni.gpw.pl/kryteria_oceny_spolek]. Kryteria oceny są ujęte w trzech etapach. W pierwszym z nich wybiera się spółki o najwyższej płynności. Spółki ocenia się co pół roku (etap I). Na podstawie przyjętych kryteriów obejmujących ocenę praktyk spółek w zakresie ładu korporacyjnego (Corporate Governance), ładu informacyjnego i relacji z inwestorami dokonywany jest dalszy wybór spółek. Wykorzystuje się przy tym ogólnodostępne raporty publikowane przez spółki oraz ich strony internetowe (etap II). W etapie III wykorzystywane są kryteria oceny w następujących kategoriach: strategia i zarządzanie organizacją, czynniki środowiskowe, polityka pracownicza i relacje z pracownikami, rynek i klienci. Aktualnie RESPECT Index tworzą spółki: Azoty Tarnów, Barlinek, Bogdanka, BRE Bank, Budimex, Elbudowa, Bank Handlowy w Warszawie, ING Bank Śląski SA, KGHM Polska Miedź SA, PGNiG SA, Bank Millennium SA, Grupa Lotos SA, PKN Orlen SA, Telekomunikacja Polska SA, Świecie. Z doświadczeń zagranicznych wynika, iż firmy notowane na giełdzie należące do podobnych indeksów charakteryzują się ponadprzeciętnymi wynikami giełdowymi. Kreują i utrzymują wizerunek lidera ekorozwoju, stanowią wzorzec dla innych przedsiębiorstw [Ocieczek, Gajdzik 2010, s. 118]. Dla podmiotów oceniających spółki należące do tego indeksu mogą one stanowić podstawę stabilnych i długoterminowych inwestycji pewnego pracodawcy.

Z roku na rok rośnie zapotrzebowanie na informacje ze strony szeroko pojętych interesariuszy. Obserwujemy więc rosnące zainteresowanie spółek w tworzeniu jak najszerzego obrazu podmiotów działających społecznie odpo-

wiedzialnie. Oceniając strony internetowe wymienionych spółek, dostrzegamy, iż niektóre z nich bezpośrednio odnoszą się do działań społecznie odpowiedzialnych. Na wysokim poziomie prezentowane są dane o spółkach: Barlinek SA, PKN Orlen SA, KGHM Polska Miedź S.A., Grupa Lotos, Bank Millennium SA, Grupa TP SA.

Można także pozytywnie ocenić działania przedsiębiorstw biorących udział w konkursach dotyczących raportów społecznych. Zadaniem raportów jest dostarczanie informacji na temat dokonań i zamierzeń firmy w obszarze społecznej odpowiedzialności [Nakonieczna 2008, s. 117]. Wśród laureatów powtarzają się spółki należące do RESPECT Indexu. Od czterech lat trwa konkurs na najlepszy raport społeczny przedsiębiorstw działających w Polsce. W tabeli 1 zaprezentowano listę laureatów.

Tabela 1

Najlepsze raporty społeczne przedsiębiorstw działających w Polsce (w latach 2007–2010)

Rok	Najlepszy raport	Wyróżnione raporty	Wyróżnione internetowo raporty
2007	Danone Sp. z o.o.	BAT Polska SA, Grupa Żywiec SA, Telekomunikacja Polska SA	
2008	Lotos SA	Bank Millennium SA	Kompania Piwowarska SA i PKN Orlen SA
2009	BRE Bank SA	GK PGNiG, Grupa Lotos SA i PKN Orlen SA	PKN Orlen SA
2010	Danone Sp. z o.o.	PKN Orlen, Grupa Lotos, PGNiG, Totalizator Sportowy	Totalizator Sportowy SA

Źródło: Opracowanie własne na podstawie: www.raportyspoleczne.pl (10.06.2011).

O coraz większym zainteresowaniu ideą CSR może świadczyć rosnąca systematycznie liczba przedsiębiorstw prezentujących dobre praktyki w raporcie „Odpowiedzialny biznes w Polsce” wydawanym przez Forum Odpowiedzialnego Biznesu. Do edycji za 2010 rok wpłynęła rekordowa liczba zgłoszeń, spośród których wybrano 117 dobrych praktyk z obszarów: miejsce pracy, środowisko, rynek, społeczeństwo oraz zarządzanie i raportowanie [<http://odpowiedzialnybiznes.pl/>].

Podsumowanie

Podsumowując można stwierdzić, iż wypracowane standardy wskazują, jak zaplanować i przeprowadzić dialog z interesariuszami. Pomagają przeprowadzić weryfikację, zapewniającą wiarygodność prowadzonych działań. Służą jako na-

rzędzie do spełnienia wymagań związanych z ideą CSR. Stosowanie standardów pozwala zapewnić wiarygodność i rzetelność raportowanych wskaźników społecznych, środowiskowych i ekonomicznych. To odpowiedź na obawy inwestorów co do braku transparentności firm. Prowadzenie niezależnej weryfikacji pokazuje, iż wiarygodność informacji zawartych w raportach poddawana jest ocenie, co umożliwia wykazanie braków i niejasności w prezentowanych danych. Zwiększa się w ten sposób rzetelność ujawnionych danych, a tym samym wzrasta zaufanie do przedsiębiorstw społecznie odpowiedzialnych.

Literatura

- DZIAWGO D.: *Relacje inwestorskie*. PWN, Warszawa 2011.
- FAMIELEC J.: *Wpływ idei zrównoważonego rozwoju na politykę państwa i funkcjonowanie przedsiębiorstw*. [w:] *Wpływ idei zrównoważonego rozwoju na politykę państwa i regionów. Tom 1. Problemy ogólnopaństwowe i sektorowe*. Wydawnictwo Wyższej Szkoły Ekonomicznej w Białymstoku, Białystok 2009.
- GABRUSEWICZ T.: *Rachunkowość odpowiedzialności społecznej w kształtowaniu zasad nadzoru korporacyjnego*. Wydawnictwo C.H. Beck, Warszawa 2010.
- GASPARSKI W., (red.): *Europejskie standardy etyki i społecznej odpowiedzialności biznesu*. WSPiZ, Warszawa 2003.
- KAPLON A.: *Pojęcie zrównoważonego rozwoju, w perspektywie teorii Jurgena Habermasa*, [w:] *Teoria i praktyka zrównoważonego rozwoju*, pod red. A. Graczyka. Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej we Wrocławiu, Białystok-Wrocław 2007.
- KAŹMIERCZAK M.: *Rola audytu w kształtowaniu społecznie odpowiedzialnych organizacji*. *Ekonomia i Środowisko* 2010, nr 2(38).
- KOŹUCH B.: *Nauka o organizacji*. CeDeWu, Warszawa 2007.
- NAKONIECZNA J.: *Społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstw międzynarodowych*. Difin, Warszawa 2008.
- OCIECZEK W., GAJDZIK B.: *Społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstw produkcyjnych*. Wydawnictwo Politechniki Śląskiej, Gliwice 2010.
- PINDELSKI M.: *Tworzenie przewag konkurencyjnych z wykorzystaniem społeczności sieciowych*. Oficyna Wydawnicza SGH, Warszawa 2009.
- ROGALL H.: *Ekonomia zrównoważonego rozwoju. Teoria i praktyka*. Zysk i S-ka, Poznań 2010.
- ROK B.: *Odpowiedzialny biznes w nieodpowiedzialnym świecie*. Akademia Rozwoju Filantropii w Polsce, Forum Odpowiedzialnego Biznesu, Warszawa 2004.
- ROK B.: *Instytucjonalizacja społecznej odpowiedzialności społecznej przedsiębiorstw. Perspektywa teoretyczna i strategia badawcza*. [w:] *Oblicza społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw*. Wydawnictwo Naukowe SCHOLAR, Warszawa 2010.
- Standardy AA 1000. Narzędzie społecznej odpowiedzialności organizacji. Przewodnik dla biznesu*. CRSinfo, Warszawa 2011.
- THOMPSON M., PICCOLA I.: *Raport społeczny – reklama czy pożyteczne narzędzie*. *Harvard Business Review Polska* 2007, nr 52.

ZBIEGIEN-MACIĄG L., *Etyka w zarządzaniu*. Wydawnictwo Centrum Informacji Menedżera, Warszawa 1997.

http://www.odpowiedzialni.gpw.pl/kryteria_oceny_spolek

<http://www.pkn.pl/news/2010/11/1-listopada-2010-publicacja-normy-iso-26000>

<http://www.odpowiedzialnafirma.pl>

<http://www.mg.gov.pl/node/11771>

Sources of information used in the evaluation of a socially responsible enterprise

Abstract

The paper describes how important it becomes to create appropriate standards that are applicable to the operations of socially responsible companies and their stakeholders. Introduction of those standards becomes necessary for adequate presentation and verification of reported data. Portions of interesting information can be acquired from separate social reports and it is often proposed by investors that elements of sustainable development should appear in financial reports. Not all procedures however are formalized and unified while range of presented data is vastly increasing making forms of corporate social responsibility more and more differentiated depending on assumed research paradigm. It is important however to take actions in order to unify presentation and interpretation methods of published data.