



RAPORTOWANIE CSR W OBSZARZE KAPITAŁU LUDZKIEGO

Jolanta Rubik

Politechnika Częstochowska
Wydział Zarządzania

Streszczenie: Pracownicy są istotną grupą interesariuszy przedsiębiorstwa, wymienianą przez każdą jednostkę, która tworzy raporty społeczne w kontekście działań podejmowanych w obszarze społecznej odpowiedzialności biznesu. Raporty CSR są jednocześnie nierozłączną częścią sprawozdania zintegrowanego, zawierającego dane finansowe i niefinansowe. W artykule dokonano analizy porównawczej wybranych firm w branży handlowej i finansowej, dotyczącej wspierania, współpracy i informowania o aktywności w obszarze CSR odnoszącym się do pracowników. Celem było wykazanie poziomu świadomości przedsiębiorstw co do istotności kapitału ludzkiego w tworzeniu wartości przedsiębiorstwa, poprzez wzmacnianie więzi, lojalności i zaangażowania pracowników. W artykule wykorzystano raporty społeczne analizowanych spółek oraz literaturę przedmiotu. Posłużono się metodą analizy źródeł, analizą opisową oraz metodą dedukcji.

Słowa kluczowe: raport CSR, sprawozdanie zintegrowane, kapitał ludzki, zarządzanie kosztami pracowniczymi

DOI: 10.17512/znpcz.2016.3.2.04

Raport społecznej odpowiedzialności – konieczność czy obowiązek?

Nie wynika ono, na chwilę obecną, z prawnego obowiązku, ale z przekonania przedsiębiorstw o jego konieczności, z punktu widzenia wizerunku firmy (Kowalska 2014, s. 211-221), pozostania konkurencyjnym na rynku, jak również w kontekście redukcji kosztów oraz nowych możliwości biznesowych (Kaputa 2013, s. 113-127). Raporty niefinansowe dotyczą głównie trzech obszarów: ochrony środowiska, spraw społecznych oraz ładu korporacyjnego i są, w połączeniu ze sprawozdaniami finansowymi, niezbędnym elementem sprawozdań zintegrowanych.

Dane niefinansowe są być może nawet ważniejsze od danych finansowych, które z definicji i z konieczności dotyczą historii. Można z nich wyczytać, jak wyglądała spółka kilka czy kilkanaście miesięcy wcześniej, ale na pewno nie można na tej podstawie prognozować przyszłości. Dane o charakterze niefinansowym dostarczają informacji na temat przyszłości przedsiębiorstwa.

Obszary nieprawidłowości wykazane w raporcie niefinansowym często wyprzedzają informacje o kłopotach finansowych. Spółka rzetelnie raportująca zdarzenia niefinansowe jest więc bardziej atrakcyjna dla inwestorów. Ryzyko związane z kupnem akcji takiej firmy jest dużo niższe niż w przypadku podmiotów skupiających się wyłącznie na raportowaniu danych finansowych. Z obserwacji rynku

polskiego nie można wysnuć tezy, że te spółki, które lepiej raportują dane niefinansowe, dają wyższą stopę zwrotu dla akcjonariuszy, ale można już udowodnić tezę, że przy tej samej stopie zwrotu oferują niższe ryzyko, a więc z punktu widzenia inwestora są dużo bardziej atrakcyjnym papierem¹.

Od roku obrotowego 2017, zgodnie z zatwierdzoną we wrześniu 2015 roku przez Radę Unii Europejskiej dyrektywą o rachunkowości, największe spółki, tzw. jednostki zainteresowania publicznego², zatrudniające powyżej 500 osób oraz o sumie bilansowej wyższej niż 20 mln EUR albo rocznych obrotach netto wyższych niż 40 mln EUR, mają obowiązek wykazania w sprawozdaniu z działalności istotnych informacji, dotyczących kwestii środowiskowych, społecznych i pracowniczych, poszanowania praw człowieka oraz przeciwdziałania korupcji i łapownictwu, wraz z opisem polityki prowadzonej w danym zakresie, jej rezultatów oraz ryzyk i zarządzania ryzykami w kwestiach niefinansowych. Komisja Europejska nie proponuje ujednolicenia tych raportów, wskazując, iż spółki będą mogły stosować standardy krajowe, europejskie lub międzynarodowe (takie jak UN Global Compact, ISO 26000, standardy GRI).

Spółki mogą zrezygnować z podawania tych informacji w sprawozdaniu z działalności, jeśli sporządzają odrębny raport o społecznej odpowiedzialności biznesu, który będzie załączony do sprawozdania z działalności. Jeżeli dana jednostka nie prowadzi polityki w danym obszarze, będzie zobligowana podać tego przyczynę (podejście „stosuj lub wyjaśnij”, ang. comply or explain).

Dyrektywa 2014/95/UE zmieniająca dyrektywę 2013/34/UE w odniesieniu do ujawniania informacji niefinansowych i informacji dotyczących różnorodności przez niektóre duże spółki oraz grupy została opublikowana w Dzienniku Urzędowym UE w dniu 15 listopada 2014 r. Kraje członkowskie mają czas na jej implementację do 6 grudnia 2016 r., a pierwszym rokiem obowiązkowego raportowania będzie rok 2017, a więc wszelkie procedury muszą zostać przez jednostki przygotowane już w roku 2016.

Nowa dyrektywa wprowadza więc zmiany powodujące:

- I. rozszerzenie zakresu informacji niefinansowych, jak również
- II. wprowadzenie nowych ujawnień w zakresie polityki różnorodności.

Punkt II będzie obowiązywał duże spółki giełdowe, spełniające dwa z trzech poniższych kryteriów:

- liczba pracowników powyżej 250,
- suma bilansowa powyżej 20 mln EUR,
- obroty netto powyżej 40 mln EUR,

Obowiązek ujawnienia – w oświadczeniu o stosowaniu zasad ładu korporacyjnego (które jest elementem sprawozdania z działalności) – dotyczy informacji na temat stosowanej przez spółkę polityki różnorodności, składu jej organów admini-

¹ Z wypowiedzi prezesa zarządu Stowarzyszenia Emitentów Giełdowych – dra Mirosława Kachniewskiego (<http://nf.pl/manager/od-1-stycznia-2017-roku-obowiazek-raportowania-niefinansowego-dla-duzych-spolek-gieldowych,,53572,156>).

² Jednostki interesu publicznego to jednostki podlegające prawu państwa członkowskiego, których papiery wartościowe są dopuszczone do obrotu na regulowanym rynku któregośkolwiek z państw członkowskich w rozumieniu art. 1 ust. 13 dyrektywy Rady 93/92/EWG.

stracyjnych, zarządzających i nadzorczych (odnośnie aspektów takich jak na przykład: wiek, płeć, pochodzenie geograficzne, wykształcenie i doświadczenie zawodowe), celów tej polityki, sposobu jej realizacji oraz rezultatów w danym okresie sprawozdawczym (*Dyrektywa ws. ujawniania informacji niefinansowych* 2014).

Pracownicy – istotna grupa interesariuszy w raportach społecznych wybranych spółek

O wartości przedsiębiorstwa często decyduje wartość jego pracowników. Doświadczenie, wiedza, lojalność czy rzetelność pracowników nie są wielkościami mierzalnymi i porównywalnymi. Jedyną wymierną wielkością, związaną z zasobami ludzkimi, są koszty pracy, stanowiące często duży odsetek kosztów całkowitych przedsiębiorstwa. W ujęciu strategicznym jednak celem przedsiębiorstwa jest budowanie jego wartości dla wszystkich interesariuszy z posiadanych zasobów materialnych i niematerialnych. Pracownicy są z jednej strony interesariuszami przedsiębiorstwa, czerpiącymi korzyści z budowania wartości przedsiębiorstwa w postaci wynagrodzeń, premii, dodatków, świadczeń pozapłacowych itp., z drugiej stanowią zasób jednostki, niezbędny do wygenerowania tej wartości (Rubik 2015, s. 412).

Stąd obszar społeczny zawężony do kapitału ludzkiego, czyli pracowników, stał się podstawą niniejszego opracowania. Do porównania wybrane zostały po trzy raporty społecznej odpowiedzialności biznesu z branży: handel oraz finanse, uznane za najlepsze w edycji 2015 konkursu organizowanego przez Forum Odpowiedzialnego Biznesu, Deloitte oraz SGS (dawniej CSR Consulting)³. Z branży handlowej są to: Castorama Polska, Rossmann i Tesco Polska; z branży finanse: Bank Zachodni WBK, ING Bank Śląski SA, Bank Millennium. Banki wybrane do analizy wchodzą jednocześnie w skład Respect Index⁴. W Tabeli 1 zostały zaprezentowane grupy interesariuszy – w kolejności, w jakiej wymieniały je analizowane firmy – jak również priorytety firm, czasem zamiennie w raportach ujmowane jako: fundamenty odpowiedzialności, istotne tematy, strategia, aspiracje czy wartości. Grupy interesariuszy są zróżnicowane, w zależności od branży, jednak wszędzie na czołowym miejscu widać pracowników. Świadomość firm na temat znaczenia kapitału ludzkiego i korzyści wiążących się z zadowoleniem i lojalnością pracowników jest w raportach widoczna, zarówno w zakresie strategii i priorytetów firmy, jak i w przełożeniu na szereg konkretnych działań.

³ Głównym celem konkursu jest zwrócenie uwagi na znaczenie raportowania pozafinansowego i wskazanie dobrych praktyk w tym zakresie. Dzięki tej inicjatywie wyróżniane są przedsiębiorstwa, które nie tylko prowadzą działalność, biorąc pod uwagę interes społeczeństwa i środowiska, ale także potrafią w sposób jasny, przejrzysty i wiarygodny zaprezentować swoje dokonania w publikowanych raportach. Konkurs przyczynia się do transparentności działań organizacji i podejmowania dialogu z interesariuszami (<http://raportyspoleczne.pl/informacje-o-konkursie/>).

⁴ Według składu RI na grudzień 2015; RI (Respect Index) – indeks spółek odpowiedzialnych społecznie – 23 spółki giełdowe.

Tabela 1. Analiza raportów CSR pod kątem grup interesariuszy i priorytetów dla firm

Przedsiębiorstwo	Grupy interesariuszy	Priorytety dla firmy
CASTORAMA POLSKA	<ul style="list-style-type: none"> - współpracownicy, - klienci, - grupa kingfisher (dialog z akcjonariuszami), - dostawcy towarów, - władze lokalne, - konkurencja, - społeczności lokalne. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. pracownicy: warunki zatrudnienia, warunki rozwoju zawodowego, w tym zarządzanie różnorodnością, bezpieczeństwo w miejscu pracy, badanie poziomu zaangażowania i budowanie zaangażowania, 2. środowisko, 3. dostawcy, 4. drewno, 5. energia, 6. innowacje, 7. społeczności lokalne, 8. zarządzanie.
ROSSMANN	<ul style="list-style-type: none"> - pracownicy, - klienci, - dostawcy, - wynajmujący, - organizacje pozarządowe, - społeczności lokalne, - władze lokalne, - media. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. miejsce pracy: warunki zatrudnienia (przestrzeganie przepisów prawa pracy, przejrzyste warunki pracy, bezpieczeństwo, program benefitów, programy stażowe), 2. rynek, 3. społeczeństwo, 4. środowisko.
TESCO POLSKA	<ul style="list-style-type: none"> - pracownicy, - związki zawodowe, - lokalne społeczności, - środowisko naturalne, - dostawcy, - klienci, - organizacje konsumenckie, branżowe i pracodawców, - NGOs, - konkurencja, - najemcy, - Tesco PLC, - władze lokalne, - media. 	<p>Fundamenty odpowiedzialności:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Handlujemy odpowiedzialnie. 2. Minimalizujemy nasz wpływ na środowisko. 3. Jesteśmy atrakcyjnym pracodawcą. 4. Wspieramy lokalne społeczności.
BANK ZACHODNI WBK	<ul style="list-style-type: none"> - udziałowcy, - małe i średnie przedsiębiorstwa, - regulator, instytucje nadzorujące, - społeczności, władze lokalne, instytucje pozarządowe, - klienci indywidualni, - klienci korporacyjni, - pracownicy, studenci i absolwenci, uczelnie, - dostawcy i partnerzy biznesowi, - media, konkurencja, organizacje branżowe. 	<p>Istotne tematy:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. bezpośredni i pośredni wpływ banku na gospodarkę, 2. wyniki badań satysfakcji klienta, 3. odpowiedzialna sprzedaż, 4. zwiększanie dostępności produktów dla grup defaworyzowanych, 5. bankowość mobilna i internetowa, 6. bezpieczeństwo danych klienta, 7. zarządzanie etyką w organizacji, ład korporacyjny, 8. nadzór, przeciwdziałanie korupcji, 9. system zarządzania ryzykami środowiskowymi i społecznymi w odniesieniu do inwestycji, klientów, produktów, 10. rozwój kadry menedżerskiej, 11. edukacja i szkolenia pracowników / równość szans / działania na rzecz wspierania rozwoju zawodowego pracowników,

		<p>12. kultura organizacyjna i budowanie odpowiedzialnych postaw pracowników,</p> <p>13. zmiany w zakresie struktury organizacyjnej banku,</p> <p>14. wyniki finansowe,</p> <p>15. satysfakcja i badanie opinii pracowników, dialog z pracownikami,</p> <p>16. inicjatywy banku na rzecz studentów,</p> <p>17. zielone miejsce pracy (zmniejszanie wpływu infrastruktury banku na środowisko),</p> <p>18. wpływ banku na społeczeństwo, Santander Universidades, działalność fundacji BZ WBK, działalność sponsoringowa, udział w życiu publicznym, obecność banku w wydarzeniach kulturalnych, zarządzanie różnorodnością,</p> <p>19 edukacja finansowa,</p> <p>20. system motywacji, ocen oraz wynagrodzeń.</p>
ING BANK ŚLĄSKI SA	<ul style="list-style-type: none"> - klienci, - dostawcy, - pracownicy, - społeczności lokalne, - analitycy i inwestorzy. 	<p>Strategia:</p> <ul style="list-style-type: none"> - prosta i zrozumiała bankowość, - dostępność zawsze i wszędzie, - wspieranie i inspirowanie, - ciągłe doskonalenie; <p>aspiracje:</p> <p>1. <u>Rynek</u>: jesteśmy nowoczesnym bankiem obecnym we wszystkich segmentach rynku. klient jest zawsze w centrum uwagi.</p> <p>2. <u>Miejsce pracy</u>: tworzymy warunki, dzięki którym pracują u nas zmotywowani i zadowoleni ludzie.</p> <p>3. <u>Spółeczeństwo</u>: dbamy o społeczeństwo, w którym funkcjonujemy; angażujemy się w inicjatywy społeczne poprzez nasze fundacje i wolontariat.</p> <p>4. <u>Środowisko</u>: podnosimy wrażliwość ekologiczną naszych pracowników i zarządzamy naszym wpływem na środowisko.</p>
BANK MILLENNIUM	<ul style="list-style-type: none"> - klienci, - pracownicy, - inwestorzy, - partnerzy biznesowi, - otoczenie społeczne, - regulatorzy i nadzór rynku, - środowisko naturalne. 	<p>Wartości:</p> <p>1. zaufanie – przestrzeganie przez bank wysokich norm etycznych i odpowiedzialność za podejmowane działania,</p> <p>2. otwarcie na klienta – poznawanie i wychodzenie naprzeciw oczekiwaniom i potrzebom klientów,</p> <p>3. etyka i odpowiedzialność w działaniu;</p> <p>doskonałość – wysoka jakość świadczonych usług,</p> <p>4. innowacyjność – dążenie, poszukiwanie nowych rozwiązań w obsłudze klientów i na rynku finansowym,</p> <p>5. szacunek dla interesariuszy,</p> <p>6. stabilny i wiarygodny pracodawca:</p> <ul style="list-style-type: none"> - atrakcyjne warunki pracy, - samorealizacja, rozwój i zadowolenie z pracy, - promowanie kultury dialogu, - polityka antydyskryminacyjna.

Źródło: Opracowanie własne na podstawie raportów CSR: Castorama (2013-2014), Rossmann (2013-2014), Tesco (2012/13-2013/14), BZ WBK (2014), ING BSK (2013-2014) oraz Millennium Bank (2014)

W zakresie priorytetów, które w większości wynikają ze strategii jednostek, widoczny jest aspekt bycia atrakcyjnym pracodawcą, który dba o swoich pracowników, nie tylko w zakresie przestrzegania *Kodeksu pracy* – godziwego wynagrodzenia, równości szans kobiet i mężczyzn, przeciwdziałania dyskryminacji (co również jest zaznaczane w raportach), ale oferuje atrakcyjne warunki pracy, stabilność zatrudnienia, systemy motywacyjne, programy benefitów, programy stażowe, szkolenia, wspieranie rozwoju zawodowego. Budowanie kultury dialogu polega m.in. na uzyskiwaniu zwrotnej informacji na temat satysfakcji i zadowolenia pracowników. A to wszystko ma sprzyjać budowaniu zaangażowania i odpowiedzialnych postaw pracowników. Realizacja powyższych priorytetów odbywa się poprzez szereg działań i aktywności podejmowanych przez firmy w obszarze kapitału ludzkiego (*Tabela 2*).

Tabela 2. Działania CSR w obszarze kapitału ludzkiego

Przedsiębiorstwo	Działania na rzecz pracowników
CASTORAMA POLSKA	<ul style="list-style-type: none"> - normy współpracy i kultura organizacyjna Castoramy: <i>prostota, jakość, odwaga, autonomia, zaufanie, zespół</i>; - wszechstronny rozwój; - stabilny zespół; - siła doświadczenia; - urlopy zgodnie z obrządkiem; - wspieranie rozwoju zawodowego kobiet; - wsparcie dla rodzin i rodzicielstwa; - wspieranie rozwoju zawodowego; - wspieranie młodych talentów („Grasz o staż”); - badanie satysfakcji i zaangażowania pracowników (Pracownik Roku, Kierownik Roku, premia Turbo Progresja); - dialog z pracownikami (Rada Pracowników); - wewnętrzny portal komunikacyjny „Cała Naprzód”, comiesięczne spotkania informacyjne; - działania edukacyjne i prewencyjne w zakresie bezpieczeństwa pracy.
ROSSMANN	<p>Formy dialogu:</p> <p>Intranet, „Co słychać?” (miesięcznik dla pracowników, dostępny również w wersji elektronicznej), „Pracuję w Rossmannie” (forum internetowe dla pracowników), „Pozytywnie Zakręci” (profil na Facebooku), spotkania integracyjne, narzędzia komunikacji wewnętrznej.</p>
TESCO POLSKA	<ul style="list-style-type: none"> - Badanie „Co jest dla Ciebie ważne?” - roadshows, - spotkanie Liderów Biznesu, - fora pracownicze, - projekt „Do poprawki”, - narzędzia komunikacji wewnętrznej, - Bezpieczna Linia Tesco, - Raport CSR, - Indywidualny Plan Rozwoju.
BANK ZACHODNI WBK	<ul style="list-style-type: none"> - badanie opinii pracowników, - intranet, - magazyn firmowy, - biuletyny, newslettery obszarów, - spotkania wewnętrzne,

	<ul style="list-style-type: none"> - roadshows kadry zarządzającej, - czaty z przedstawicielami kadry zarządzającej banku, - proces Zarządzania Efektywnością Pracy, - imprezy integracyjne (w tym Rajd Bankowca).
ING BANK ŚLĄSKI SA	<ul style="list-style-type: none"> - roczne badanie satysfakcji (WPC) i inne dotyczące bieżących projektów, - rozmowy roczne, ocena 360°; - spotkania w ramach poszczególnych jednostek (pionów, departamentów); - ankiety wypełniane przez uczestników staży wewnętrznych i Praktyki z Lwem; - konsultacje ze związkami zawodowymi i Radą Pracowników; - aplikacje społecznościowe w intranecie; - czaty w intranecie (z członkami Zarządu, z pracownikami HR); - skrzynka pomysłów w intranecie; - wewnętrzne infolinie obszarów wsparcia, np. IT, HR; - gwizdek i inne ścieżki alarmowania o nieprawidłowościach.
BANK MILLENNIUM	<p>działania:</p> <ul style="list-style-type: none"> - strategia zarządzania zasobami ludzkimi i ciągłe monitorowanie wszystkich elementów wpływających na poziom jej realizacji, w szczególności: koszty personalne i zmiany w poziomie zatrudnienia, fluktuacja kadr i jej przyczyny, zakres i jakość realizowanych szkoleń i programów rozwojowych oraz działania wspierające budowanie wizerunku pracodawcy; - przejrzystość i wysoka jakość procesów rekrutacyjnych, rekrutacja wewnętrzna (wewnętrzna giełda pracy); - regulacje antydyskryminacyjne i zgłaszanie przypadków dyskryminacji; - udogodnienia dla pracujących rodziców; - ocena wyników pracy połączona z systemem premiowania; - świadczenia socjalne: opieka i profilaktyka medyczna, zajęcia sportowe i rekreacyjne, Mileklub; - zapomogi i pożyczki na cele mieszkaniowe; - ubezpieczenia na życie; - cykliczne audyty w zakresie BHP; - szkolenia; - programy rozwojowe dla studentów i absolwentów; - dialog z pracownikami: komunikacja wewnętrzna, badanie satysfakcji pracowników.

Źródło: Opracowanie własne na podstawie raportów CSR: Castorama (2013-2014), Rossmann (2013-2014), Tesco (2012/13-2013/14), BZ WBK (2014), ING BSK (2013-2014) oraz Millennium Bank (2014)

Ilość i różnorodność tych działań, zwanych często „dobrymi praktykami”, pokazuje, że spółki rozumieją potencjał ludzki jako rzeczywiste dobro i podstawowy kapitał, o który warto zabiegać. Pracownik w kontekście CSR nabiera znaczenia podmiotowego, nie przedmiotowego. Ważne jest, aby to, co wykazane w raporcie, nie było jedynie deklaracją czy pojedynczym działaniem na pograniczu filantropii w celu poprawy wizerunku, ale działaniem ciągłym, nierozzerwalnie związanym ze strategią firmy. Zgodnie z normą ISO 26000 społeczna odpowiedzialność to zobowiązanie organizacji do włączania aspektów społecznych i środowiskowych w proces podejmowania decyzji oraz wzięcie odpowiedzialności za wpływ podejmowanych decyzji i aktywności na społeczeństwo i środowisko.

Raportowane wskaźniki pomiaru w obszarze kapitału ludzkiego

Wszystkie analizowane przedsiębiorstwa (poza Rossmannem) sporządzały raporty zgodnie z wytycznymi GRI G4, obowiązującymi od 2013 roku. Jednym z niezbędnych elementów raportowania, które należało zgodnie z wytycznymi zastosować, są zestawy wskaźników wyników. Struktura wskaźników wyników dla potrzeb raportowania według GRI obejmuje trzy kategorie:

- ekonomiczne – symbol EC;
- środowiskowe – symbol EN;
- społeczne – symbol LA, z podziałem na cztery podkategorie:
 - praktyki pracy i godziwa praca,
 - prawa człowieka,
 - społeczeństwo,
 - odpowiedzialność za produkt.

Tabela 3. Wskaźniki zaraportowania w obszarze społecznym wykazane w analizowanych raportach

Przedsiębiorstwo	Wskaźnik zaraportowania w obszarze społecznym
CASTORAMA POLSKA	GR4-LA1; G4-LA6; G4-LA9; G4-LA12
ROSSMANN	LA1; LA2; LA7; LA10; LA15
TESCO POLSKA	G4-LA2; G4-LA14
BANK ZACHODNI WBK	G4-LA1 G4-LA9; G4-LA10; G4-LA11; G4-LA12; G4-LA13; G4-LA16
ING BANK ŚLĄSKI SA	Wskaźnik własny ING Banku Śląskiego G4-LA9; G4-LA10; G4-LA3; G4-LA2; G4-LA11; G4-LA12; G4-LA13
BANK MILLENNIUM	G4-LA1; G4-LA2; G4-LA3; G4-LA6; G4-LA9; G4-LA11; G4-LA12; G4-LA13

Źródło: Opracowanie własne na podstawie raportów CSR: Castorama (2013-2014), Rossmann (2013-2014), Tesco (2012/13-2013/14), BZ WBK (2014), ING BSK (2013-2014) oraz Millennium Bank (2014)

Wskaźniki dotyczące kapitału ludzkiego to dwie pierwsze podkategorie społeczne. Najczęściej raportowanymi wskaźnikami w analizowanych raportach były (Tabela 3):

- LA1 – łączna liczba i wskaźnik nowo zatrudnionych pracowników oraz liczba odejść i wskaźnik fluktuacji pracowników według grup wiekowych, płci i regionu;
- LA9 – średnia liczba godzin szkoleniowych w roku przypadająca na pracownika w podziale na płeć i kategorię zatrudnienia;
- LA11 – odsetek pracowników podlegających regularnym ocenom jakości pracy i przeglądom rozwoju kariery zawodowej, według płci i kategorii zatrudniania;
- LA12 – skład ciał nadzorczych i kadry pracowniczej według kategorii zatrudnienia, płci, wieku, przynależności do mniejszości oraz innych wskaźników różnorodności;

- LA13 – stosunek podstawowego wynagrodzenia mężczyzn do wynagrodzenia kobiet według zajmowanego stanowiska.

Prezentowane w raportach wskaźniki mają wskazać, jakie obszary spółka uwzględniła w raporcie i na jakie szczególnie zwraca uwagę w swojej działalności. Wskaźniki nieuwzględnione to pewna luka w obszarze zarządzania kapitałem ludzkim.ast.

Podsumowanie

W obszarze kapitału ludzkiego łatwo zmierzyć nakłady, natomiast trudniej jego efektywność. W swojej istocie, oprócz niewątpliwego aspektu ekonomicznego, koszty pracy posiadają często skomplikowane wymogi prawne i szeroki wymiar psychologiczno-społeczny (Rubik 2014).

Współczesne tendencje zarządzania wskazują, że to człowiek jest najważniejszym elementem przewagi rynkowej przedsiębiorstwa. Można bowiem skopiować model biznesowy, strategię, procesy, produkty czy kanały sprzedaży, ale nie da się skopiować ludzkiego umysłu (Zakrzewska 2013, s. 6).

Analiza raportów wykazała, że przedsiębiorstwa mają świadomość znaczenia kapitału ludzkiego, bowiem wykazują dużą inicjatywę w „wychowaniu” lojalnych, zaangażowanych, ale i zadowolonych pracowników. Wskazuje na to uwzględnienie kapitału ludzkiego w strategii przedsiębiorstw, jak również wielość i różnorodność inicjatyw w obszarze pracowniczym.

Literatura

1. Dyrektywa ws. ujawniania informacji niefinansowych (2014), Departament Rachunkowości i Rewizji Finansowej, BIP, http://www.mf.gov.pl/ministerstwo-finansow/dzialalnosc/rachunkowosc/aktualnosci/-/asset_publisher/M1vU/content/dyrektywa-ws-ujawniania-informacji-niefinansowych?redirect=http%3A%2F%2Fwww.mf.gov.pl%2Fministerstwo-finansow%2Fdzialalnosc%2Frachunkowosc%2Faktualnosci%3Fp_id%3D101_INSTANCE_M1vU%26p_p_lifecycle%3D0%26p_p_state%3Dnormal%26p_p_mode%3Dview%26p_p_col_id%3Dcolumn- (dostęp: 10.02.2016).
2. <http://nf.pl/manager/od-1-stycznia-2017-roku-obowiazek-raportowania-niefinansowego-dla-duzych-spolek-gieldowych,,53572,156> (dostęp: 10.02.2016).
3. <http://raportyspoleczne.pl/informacje-o-konkursie/> (dostęp: 10.02.2016).
4. Kaputa J. (2013), *Raportowanie zrównoważonego rozwoju jako wyzwanie dla przedsiębiorstw XXI wieku*, „Zarządzanie i Finanse”, R. 11, nr 1, cz. 2, http://jmf.wzr.pl/pim/2013_1_2_8.pdf (dostęp: 10.02.2016).
5. Kowalska S. (2014), *Argumenty za i przeciw społecznej odpowiedzialności biznesu*, „Zeszyty Naukowe Wyższej Szkoły Humanitas. Zarządzanie”, nr 1.
6. *Raport CSR ING Banku Śląskiego SA 2013-2014*, <http://www.raportcsr.ingbank.pl/pl/> (dostęp: 15.01.2016).
7. *Raport odpowiedzialności społecznej Castorama Polska 2013-2014*, <http://raportyspoleczne.pl/wp-content/uploads/raports/e8a8cb9867d9ee8872755c3a9a5978c6.pdf> (dostęp: 15.01.2016).
8. *Raport Odpowiedzialny Biznes Millennium Bank 2014*, <http://raportcsr.bankmillennium.pl/2014/pl> (dostęp: 15.01.2016).
9. *Raport społecznej odpowiedzialności biznesu BZ WBK 2014*, <http://raportyspoleczne.pl/wp-content/uploads/raports/08ea184765a9a62b411a099f856c7ea7.pdf> (dostęp: 15.01.2016).

10. *Raport społecznej odpowiedzialności Tesco Polska 2012/13-2013/14*, <http://raportyspoleczne.pl/wp-content/uploads/raports/0179e19b36151125fc2ed39a6eb8dea3.pdf> (dostęp: 15.01.2016).
11. *Rossmann. Raport odpowiedzialności społecznej 2013-2014*, <http://raportyspoleczne.pl/wp-content/uploads/raports/312e39f2d99cd13203493eed5856a11f.pdf> (dostęp: 15.01.2016).
12. Rubik J. (2014), *Wpływ tradycyjnych i alternatywnych form zatrudnienia na koszty pracy*, [w:] Chluska J., Rubik J. (red.), *Zarządzanie kosztami przedsiębiorstwa w warunkach ryzyka. Aspekty teoretyczne*, Sekcja Wydawnictw Wydziału Zarządzania Politechniki Częstochowskiej, Częstochowa.
13. Rubik J. (2015), *Zarządzanie kosztami pracy a wymogi CSR*, „Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu”, nr 398.
14. www.mf.gov.pl (dostęp: 08.02.2016).
15. www.nf.pl/manager (dostęp: 08.02.2016).
16. Zakrzewska L. (2013), *Globalne i lokalne megatrendy w świecie kadr*, [w:] *HR 2014. Strategiczna rola działu kadr*, Harvard Business Review Polska, ICAN Institute, Warszawa.

CSR REPORTING IN THE HUMAN CAPITAL AREA

Abstract: An significant stakeholders group of the company are inter alia: employees, mentioned by any entity that creates social reports in the context of actions in the area of corporate social responsibility. CSR reports are an integral part of an integrated report containing financial and non-financial data. In the article the comparative analysis of selected Polish companies, in supporting, co-operation and information about activities in the area of CSR on employees, was performed. The aim was to show the level of enterprises awareness about the human capital significance in the company value creation, by strenghtening relationship, loyalty and commitment of staff. The article uses social reports from Polish companies and literature. Analysis of the sources method, a descriptive analysis and a method of deduction were used

Keywords: CSR report, integrated report, human capital, labour cost management