

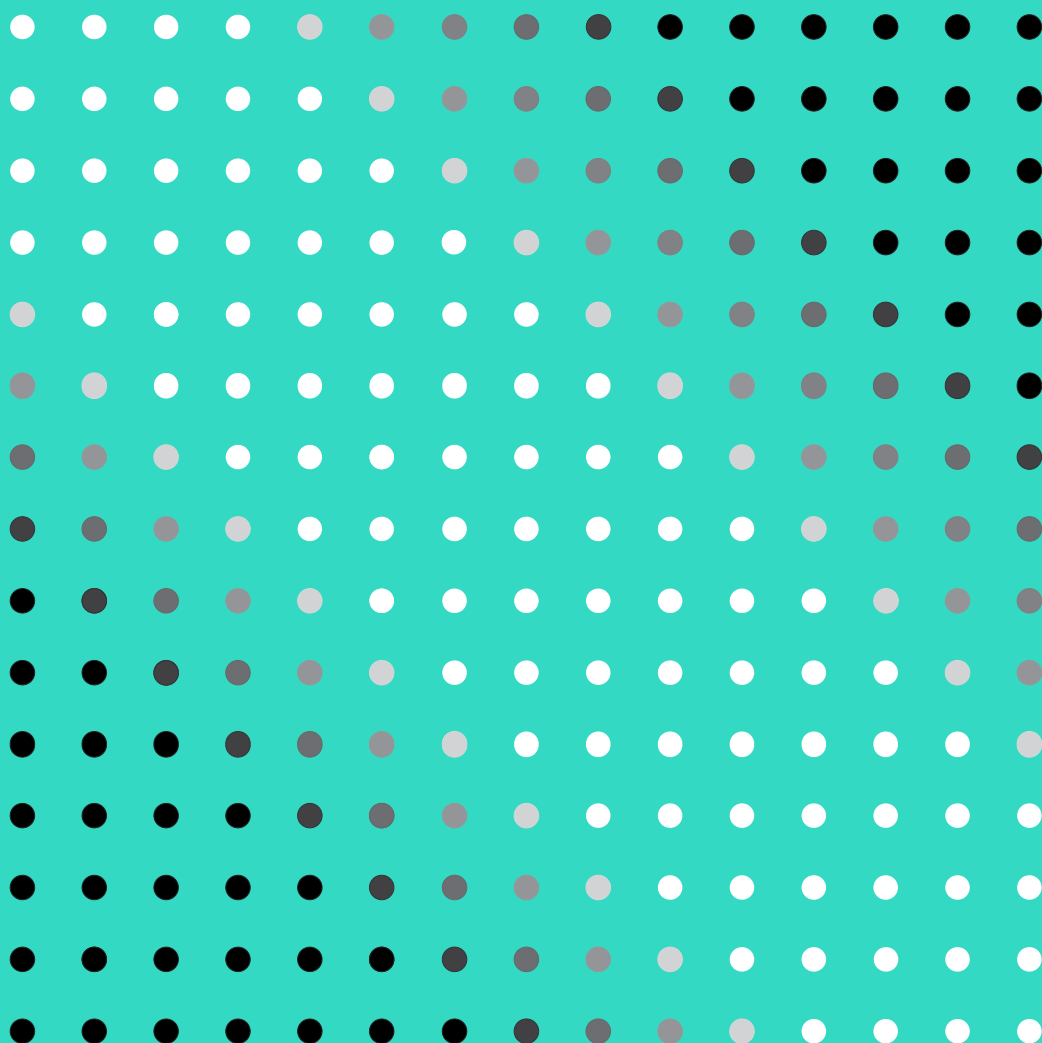
Standard Informacji Niefinansowych

2016

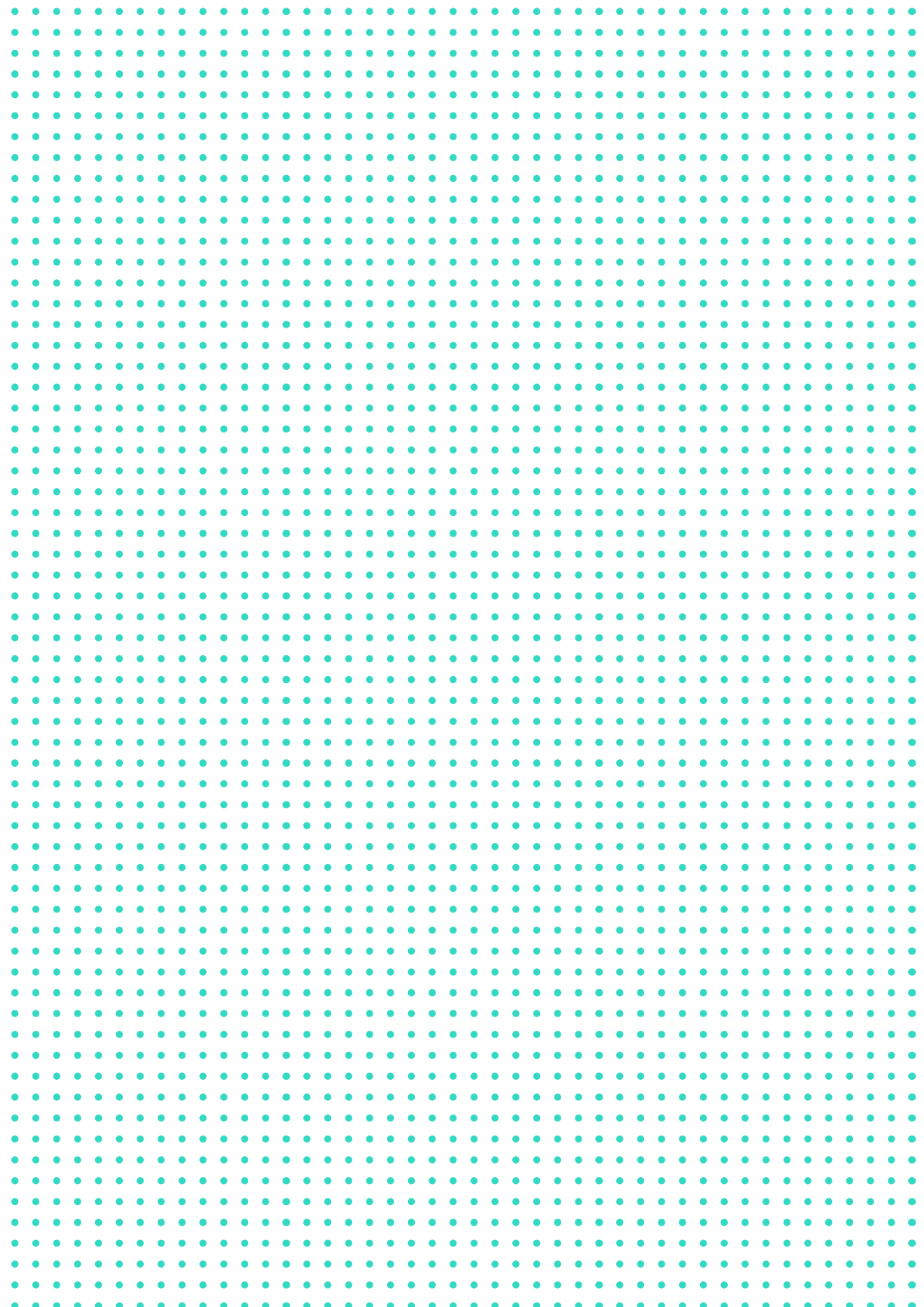
Interesariusze i kluczowe
obszary odpowiedzialności

SIN

aneks 3



Standard Informacji Niefinansowych jest regulacją środowiskową, której projekt został zaakceptowany i jest popierany przez szereg instytucji i organizacji związanych z rynkiem kapitałowym



Standard
Informacji
Niefinansowych

2016

Interesariusze i kluczowe
obszary odpowiedzialności

SIN

aneks 3

Standard Informacji Niefinansowych jest regulacją środowiskową, której opracowanie jest koordynowane przez Stowarzyszenie Emitentów Giełdowych oraz Fundację Standardów Raportowania i której projekt został zaakceptowany i jest popierany przez następujące instytucje i organizacje:

Patroni honorowi

Patroni instytucjonalni

Wydawca



© Fundacja Standardów Raportowania

www.standardy.org.pl

Warszawa, wrzesień 2016 r.

Redakcja i skład: IDEAcraft

Zespół redakcyjny: Liliana Anam, Urszula Baranowska, Justyna Biernacka, Natalia Ćwik-Obrębowska, dr Jacek Dymowski (redaktor naczelny), Piotr Glen, Aleksandra Janikowska, Jacqueline Kacprzak, Piotr Kaźmierkiewicz, Monika Kulik, Agnieszka Lechman-Filipiak, Katarzyna Rózicka, Marek Sawicki, dr Robert Sroka, Aleksandra Stanek-Kowalczyk

Interesariusze i kluczowe obszary odpowiedzialności

Termin „interesariusz” oznacza **jednostki i grupy, które mają wpływ na działalność organizacji i jej wyniki i/lub na które organizacja wpływa poprzez swoje decyzje, działania i ich skutki**. Przykładowi interesariusze organizacji to pracownicy, dostawcy, klienci, inwestorzy, mieszkańcy społeczności lokalnej, media, administracja publiczna, środowisko naturalne, uczelnie, instytucje badawcze i inne podmioty z szeroko rozumianego otoczenia organizacji.

Interesariusze wpływają na całokształt działalności przedsiębiorstwa, w tym na realizację jego strategii, dostarczane przez nie produkty i usługi. Co istotne, charakter relacji pomiędzy spółką a interesariuszem nie musi być formalny, jak również przedsiębiorstwo lub interesariusz nie muszą być świadomi tej relacji.

Zarządzanie relacjami z interesariuszami stanowi fundamentalną praktykę zarządzania przedsiębiorstw dbających o jakość oraz działających zgodnie z zasadami odpowiedzialnego biznesu i zrównoważonego rozwoju (corporate social responsibility – CSR). Do podstawowej praktyki przedsiębiorstw należy identyfikacja interesariuszy i ich oczekiwań, budowa relacji z nimi oraz zarządzanie ich oczekiwaniami i podnoszonymi przez nich kwestiami. Do podstawowych działań w zakresie zarządzania relacjami z interesariuszami należą:

- identyfikacja interesariuszy oraz ocena wagi poszczególnych grup interesariuszy,

- identyfikacja istotnych kwestii podnoszonych przez interesariuszy, w szczególności tych kluczowych dla działalności organizacji,

- analizowanie kwestii podnoszonych przez interesariuszy pod kątem ich wpływu na działalność przedsiębiorstwa, w tym szans i ryzyk, jakie generują. Kwestią może być każde zagadnienie istotne dla interesariusza w relacji z organizacją, np. bezpieczeństwo pracowników dla pracownika, terminowa regulacja płatności dla dostawcy,

- ujmowanie w swojej sprawozdawczości odpowiedzi na ważne dla interesariuszy kwestie.

Warto zaznaczyć, że organizacja powinna odpowiedzieć na wszystkie najważniejsze kwestie sygnalizowane przez interesariuszy, co nie jest równoznaczne z realizacją wszystkich ich oczekiwań. Interesariusze są zróżnicowaną grupą, a ich oczekiwania mogą być sprzeczne. Istotne jest, by spółka znała oczekiwania i reagowała na nie. Oznacza to, że spółka może odmówić realizacji pewnych oczekiwań, przy czym powinna wyjaśnić swoje stanowisko.

Dobłą praktyką byłoby, gdyby spółka w sprawozdaniu niefinansowym:

- prezentowała listę interesariuszy, ze wskazaniem, którzy z nich są kluczowi dla organizacji,

- wskazała najważniejsze kwestie i oczekiwania interesariuszy oraz związane

z nimi działania, które podjęła w rapor-
towanym okresie, jak również te, które
planuje podjąć,

- zapewniła, by ujawniane informa-
cje odpowiadały na potrzeby informa-
cyjne interesariuszy.

Przy opracowywaniu sprawozdania
niefinansowego pomocne mogą oka-
zać się następujące wskazówki:

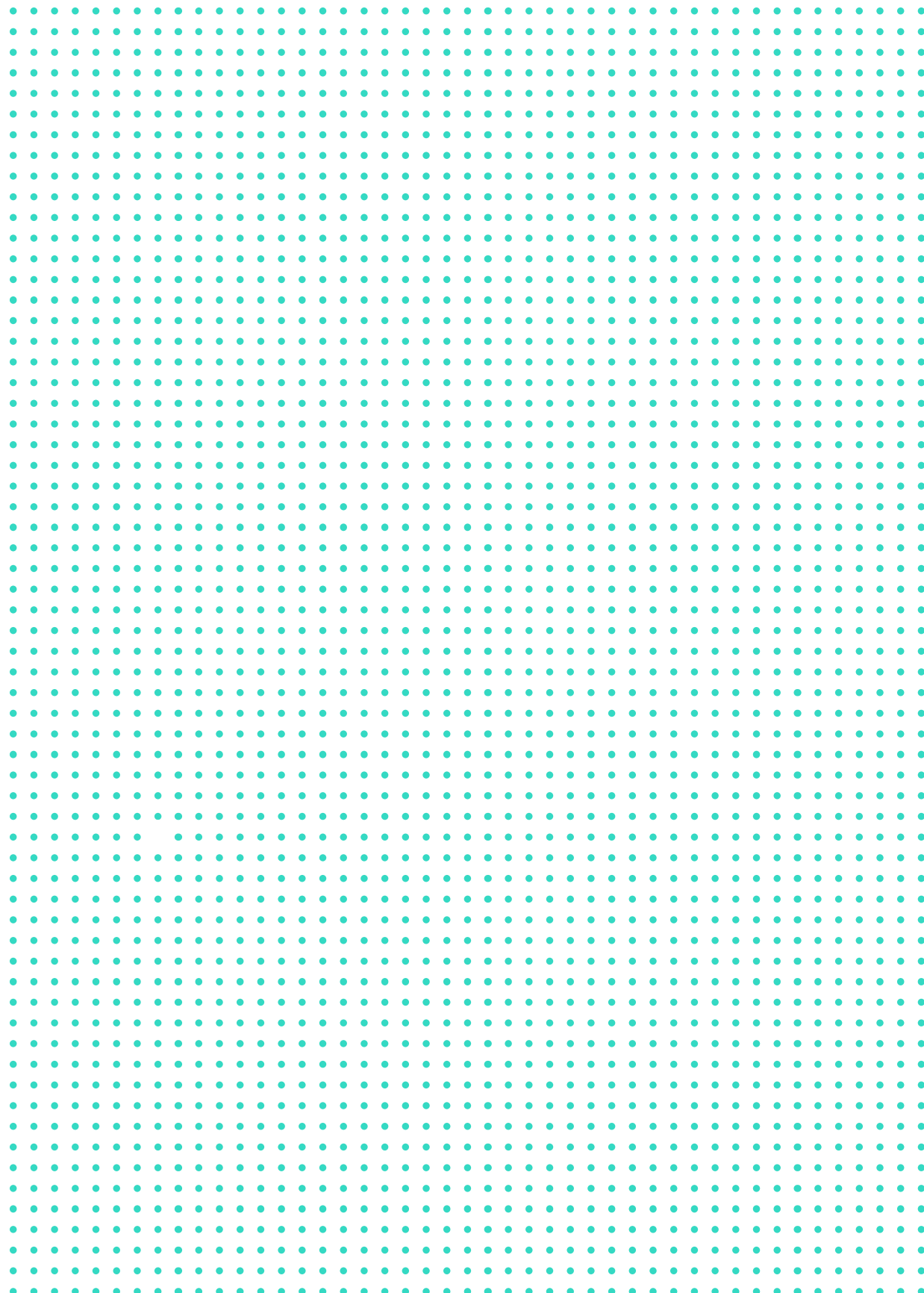
- informacje dotyczące listy in-
teresariuszy organizacji można po-
zyskać od menedżera CSR lub przy
wspierciu menedżera ds. komunika-
cji, public affairs, komunikacji we-
wnętrznej czy stworzyć taką listę np.
poprzez warsztaty z przedstawiciela-
mi różnych jednostek spółki. Ważne,
aby lista była kompletna i zawierała
przedstawicieli wszystkich istotnych
grup mających relację z przedsięw-
stwem,

- lista interesariuszy powinna
wskazywać, którzy z nich są kluczowi
dla organizacji. Najprostszą metodą
jest zwrócenie uwagi na to, którzy in-
teresariusze mają największy wpływ
na organizację i są nią w najwyższym
stopniu zainteresowani/na których
interesariuszy spółka ma największy
wpływ i jest nimi w najwyższym stop-
niu zainteresowana,

- najważniejsze kwestie i oczekiwa-
nia interesariuszy spółka może pozy-
skać z wielu źródeł, tj. z: badania np.
satisfakcji klienta czy zaangażowania
pracowników, analiz rynkowych i wo-
bec konkurencji, monitoringu pra-
sy, wniosków z infolinii czy poprzez
specjalne ankiety, wywiady, spotkania,
panele czy dialog z interesariuszami,
w tym również na potrzeby proce-
su raportowania,

- organizacja powinna zadbać, by
informacje ujawniane w raporcie obej-
mowały istotne kwestie podnoszone
przez interesariuszy.

Uwaga: W przypadku przedsię-
wiorstw posiadających wdrożone
znormalizowane systemy zarządzania,
np. jakością, środowiskiem, BHP lub
inne (ISO 9001, ISO 14001, itp.), na-
leży sprawdzić i w miarę możliwości
skorzystać z identyfikacji interesariu-
szy, ich oczekiwań oraz oceny wpły-
wu na przedsiębiorstwo, wykonanych
w ramach tych systemów (nowe wy-
dania norm od 2015 r. zawierają ta-
kie wymaganie).



Patroni honorowi

Patroni instytucjonalni

Wydawca



Fundacja Standardów Raportowania

www.standardy.org.pl
tel. +48.22.826.26.89
ul. Nowy Świat 35/5A
00-029 Warszawa

