

**PRAKTYKI SPOŁECZNE
ORGANIZACJI I UJAWNIANIE
INFORMACJI NA ICH TEMAT**

SPOTKANIE NAUKOWE KATEDRY 6.10.2021

***TOMASZ WNUK-PEL, HALINA WANIAK-MICHALAK, JAN
MICHALAK, EWELINA ZARZYCKA***



PLAN SPOTKANIA

- **Prof. dr hab. Tomasz Wnuk-Pel**

Od błota do zielonego snu – motywy i rola systemu pomiaru dokonań (współautor prof. dr hab. Jan Alpenberg)

- **Dr hab. Halina Waniak-Michalak & dr hab. Jan Michalak**

Ujawnienia i narracja korporacyjna firm uwikłanych w skandale

- **Ewelina Zarzycka**

Praktyki społeczne przedsiębiorstw i ujawnianie informacji na ich temat: rola zaangażowania interesariuszy

- **Dyskusja**

**PRAKTYKI SPOŁECZNE
PRZEDSIĘBIORSTW I
UJAWNIANIE INFORMACJI NA
ICH TEMAT: ROLA
ZAANGAŻOWANIA
INTERESARIUSZY**

OPUS 17, NR 2019/33/B/HS4/00998

*JOANNA KRASODOMSKA (KIEROWNIK), EWELINA ZARZYCKA,
DOROTA DOBIJA*



CEL PROJEKTU

Celem projektu jest ustalenie jak interesariusze są angażowani we wdrożenie praktyk społecznych przez przedsiębiorstwa i dokonywanie związanych z nimi niefinansowych ujawnień oraz jak to zaangażowanie zmienia się w czasie.

Społeczne praktyki przedsiębiorstw - społeczne inicjatywy zgodne z ideą zrównoważonego rozwoju, które mogą istotnie wpłynąć na społeczeństwo.

BADANE ZAGADNIENIA

Badane zagadnienia dotyczą:

1. zmian w zaangażowaniu interesariuszy (Czy różni interesariusze angażują się we wdrożenie praktyk społecznych przez przedsiębiorstwa? Jeżeli tak to jak i dlaczego? Jakie są kluczowe zagadnienia i wyzwania związane z angażowaniem interesariuszy oraz jakie narzędzia są stosowane w tym procesie? Jak zaangażowanie interesariuszy zmieniło się w czasie?)
2. niefinansowych miar efektywności stosowanych w przedsiębiorstwach dla celów wewnętrznych oraz zewnętrznych (Czy interesariusze wpływają na niefinansowe kluczowe wskaźniki dokonań (Key Performance Indicators - KPIs) stosowane w przedsiębiorstwach? Jeżeli tak to jak i dlaczego? Jak ich wpływ zmienił się w czasie?)
3. znaczenia kanałów komunikacji dla angażowania interesariuszy (Czy nowe internetowe kanały komunikacji (Facebook, LinkedIn, Twitter) mogą wpływać na interakcje pomiędzy przedsiębiorstwami i interesariuszami i jak mogą one kształtować dialog z interesariuszami w zakresie praktyk społecznych? Jak kanały i sposoby komunikacji zmieniły się w czasie?)

CO ZOSTAŁO ZROBIONE

1. zmiany zaangażowania interesariuszy:

przegląd literatury, badanie determinant dialogu z interesariuszami w JZP w Polsce, w realizacji: wywiady z interesariuszami wybranych firm

Zarzycka E., Krasodomska J., Dobija D. (2021), *Stakeholder Engagement in Corporate Social Practices and Non-Financial Disclosures: A Systematic Literature Review*. *Central European Management Journal*, 29(1), 112–135. <https://doi.org/10.7206/cemj.2658-0845.43>

Krasodomska J., Zarzycka E., Dobija D. (2021), *Determinanty dialogu z interesariuszami w dużych jednostkach zainteresowania publicznego działających w Polsce*, *Zeszyty Teoretyczne Rachunkowości*, Vol. 45, Nr 3, s. 171–187. <http://dx.doi.org/10.5604/01.3001.0015.2350>

2. niefinansowe miary efektywności stosowane w przedsiębiorstwach dla celów wewnętrznych oraz zewnętrznych:

badania kluczowych wskaźników efektywności ujawnianych przez JZP w Polsce

Krasodomska J., Zarzycka E. (2020), *Niefinansowe kluczowe wskaźniki efektywności: regulacje i wytyczne a praktyka przedsiębiorstw*. *Zeszyty Teoretyczne Rachunkowości*, Nr 108 (164), 115–132. <http://dx.doi.org/10.5604/01.3001.0014.3598>

Krasodomska J., Zarzycka E. (2020), *Key performance indicators disclosure in the context of the EU directive: when does stakeholder pressure matter?*, *Meditari Accountancy Research*, Vol. 29 No. 7, 1-30. <https://doi.org/10.1108/MEDAR-05-2020-0876>

Zarzycka E., Krasodomska J. (2021), *Non-financial key performance indicators: what determines the differences in the quality and quantity of the disclosures?*, *Journal of Applied Accounting Research*, Vol. ahead-of-print No. ahead-of-print. <https://doi.org/10.1108/JAAR-02-2021-0036>

Zarzycka E., Krasodomska J. (2021), *Environmental key performance indicators: the role of regulations and stakeholder influence*. *Environment Systems and Decisions* (2021). <https://doi.org/10.1007/s10669-021-09825-z>

3. znaczenie kanałów komunikacji dla angażowania interesariuszy:

badania komunikacji firm z interesariuszami w zakresie CSR w mediach społecznościowych

Cho Ch. H., Dobija D., Zarzycka E., She Ch., Krasodomska J., Jemielniak D., *Involuntary disclosures and stakeholder-initiated communication on social media*, w opracowaniu.

Zarzycka E., Dobija D., Krasodomska J., Grabowski W., Jemielniak D., *Responsible business and social media: trust building CSR communication on Twitter*, w opracowaniu.

Zarzycka E., Cho Ch. H., Dobija D., Krasodomska J., She Ch., *Stakeholders voicing of organizational unethical conduct: Examining Twitter communication*, w opracowaniu.

KEY PERFORMANCE INDICATORS DISCLOSURE IN THE CONTEXT OF THE EU DIRECTIVE: WHEN DOES STAKEHOLDER PRESSURE MATTER?

Cel: badanie wpływu presji interesariuszy na ujawnianie kluczowych wskaźników (KPI) i wzorców tego ujawnienia w dużych jednostkach interesu publicznego (JZP).

Badania: analiza zawartości oświadczeń (sprawozdania) niefinansowych opublikowanych w 2019 r. w raportach rocznych, społecznych lub zintegrowanych przez 169 dużych JZP działających w Polsce, statystyka opisowa, regresja.

Wyniki: firmy działające w obszarach wrażliwych ekologicznie (presja ekologów) intensywnie raportują KPI środowiskowe, zaś firmy działające w branżach, w których pracownicy wywierają dużą presję, ujawniają KPI związane z działalnością społeczną. Intensywnemu raportowaniu KPI dotyczącemu spraw pracowniczych towarzyszą ujawnienia środowiskowe i społeczne KPI. Przedsiębiorstwa udostępniają szeroki zakres wskaźników niefinansowych, bez wyjaśnienia, dlaczego i jak są one wykorzystywane przez kierownictwo.

Wkład: Spojrzenie na korporacyjne ujawnienia niefinansowe przez pryzmat wpływu interesariuszy, w nowych i stosunkowo niezbadanych uwarunkowaniach narzuconych Dyrektywą 2014/95/UE.

Key performance indicators disclosure in the context of the EU directive: when does stakeholder pressure matter?

Joanna Krasodomska
Department of Financial Accounting, Cracow University of Economics,
Krakow, Poland, and

Ewelina Zarzycka
Department of Accounting, University of Lodz, Lodz, Poland

Key
performance
indicators

1

Received 4 May 2020
Revised 6 August 2020
22 September 2020
Accepted 11 November 2020

Abstract

Purpose – The paper aims to explore the effect of stakeholder pressure on the disclosure of key performance indicators (KPIs) and the patterns of this disclosure in large public interest entities (PIEs).

Design/methodology/approach – The study is based on the content analysis of the disclosures provided by 169 large (PIEs) operating in Poland in 2019. The data was hand-collected from the companies' non-financial statements. The research hypotheses were empirically tested with the use of linear regression.

Findings – The explanation for the disclosure of KPIs can be found in stakeholder theory, operationalized by stakeholder pressure linked to industry. In line with the expectations, business-related KPIs are disclosed by companies operating in industries with high pressure from investors, environment-related KPIs are presented by companies operating in environmentally sensitive industries and companies operating in industries with high pressure from employees disclose society-related KPIs. According to the results of the study, reporting on employee-related KPIs is accompanied by environmental and social KPI disclosures.

Originality/value – The study contributes to the literature on corporate non-financial disclosures as it provides new insights into non-financial KPI disclosures in a new and relatively unexplored institutional setting established by the Directive 2014/95/EU. While researchers recognize the stakeholders' environmental and social concerns, there is nevertheless a lack of understanding of their implications for KPIs in measuring social practice. The research fills that gap by addressing the specific impact of different stakeholder groups on the disclosure of KPIs.

Keywords Key performance indicators, Non-financial reporting, Directive 2014/95/EU

Paper type Research paper

© Joanna Krasodomska and Ewelina Zarzycka. Published by Emerald Publishing Limited. This article is published under the Creative Commons Attribution (CC BY 4.0) licence. Anyone may reproduce, distribute, translate and create derivative works of this article (for both commercial and non-commercial purposes), subject to full attribution to the original publication and authors. The full terms of this licence may be seen at <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/legalcode>

The authors wish to thank the participants of the 9th International Conference Financial Reporting and Auditing in Krakow, Poland for their helpful feedback, comments and suggestions. This work was supported by the National Science Centre, Poland under Grant number 2019/33/B/H54/00998.



Meditari Accountancy Research
Vol. 29 No. 7, 2021
pp. 1-30
Emerald Publishing Limited
2069-372X
DOI: 10.1108/MEDAR-05-2020-0866

TWEETY



Nestlé
@Nestle

By moving to 100% renewable energy at all of our sites around the world, we're contributing to our ambition of zero net emissions by 2050. Learn more: bit.ly/2Sn9fws #ClimateAction



5:00 PM · Feb 16, 2020 · Salesforce - Social Studio

8 Retweets 1 Quote Tweet 22 Likes



Nestlé
@Nestle

Our ambition is to make 100% of our packaging recyclable or re-usable by 2025. We want to make sure that none of our packaging, including plastics, ends up in landfill or as litter, including in oceans, lakes and rivers. Learn more: bddy.me/33YCx8R #CircularEconomy



8:00 PM · Mar 30, 2020 · Salesforce - Social Studio



H&M
@hm

Did you know that H&M group has one of the strictest Chemical Restrictions in the industry and we were the first fashion company to phase out PFCs? Our work on a responsible water and chemical management has been praised by @Greenpeace. #HM For more info: hm.info/1bhb2



H&M
@hm

H&M has donated 100,000 USD for relief aid to Haiti through UNICEF. Visit www.unicef.org to contribute.

4:44 PM · Jan 14, 2010 · Twitter Web Client

42 Retweets 1 Like

INVOLUNTARY DISCLOSURES AND STAKEHOLDER-INITIATED COMMUNICATION ON SOCIAL MEDIA

Cho Ch. H, Dobija D., Zarzycka E., She Ch., Krasodomska J., Jemielniak D.

Cel: Badanie języka i strategii retorycznych wykorzystywanych przez firmy w odpowiedzi na ujawnienia CSR dokonywane przez interesariuszy w mediach społecznościowych (tzw. *Involuntary disclosures*) i reakcji interesariuszy na te strategie.

Badania: Analiza zawartości ponad 206 tys. tweetów 7 firm, strategie retoryczne Ardiany (2019), kodowanie tweetów według strategii retorycznych (zaprzeczenie, uchylenie się od odpowiedzialności, działania korygujące, próba umniejszenia agresywności wydarzenia, umartwienie), statystyki opisowe, model probitowy.

Wyniki: Zidentyfikowano różnice w stosowanych strategiach, najczęściej stosowana jest strategia „umartwienia”. Interesariusze nadal angażują się w dialog z firmami, dzieląc się lub komentując odpowiedzi firm na ujawnienia.

Wkład: Nowa wiedza na temat komunikacji z interesariuszami w zakresie ujawnień CSR dokonywanych przez interesariuszy w mediach społecznościowych.