

Spółeczna odpowiedzialność przedsiębiorstw a finansowe miary dokonań

Bogusława Bek-Gaik, Bartosz Rymkiewicz*

Streszczenie: Zagadnienie społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw jest w ostatnim czasie szeroko dyskutowane w literaturze i praktyce gospodarczej. W niniejszym artykule skoncentrowano się na wadach i zaletach społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw. Przedstawiono również wyniki wybranych badań na temat społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw prezentowane w zagranicznej i polskiej literaturze przedmiotu. Autorzy zaprezentowali również wyniki badań własnych dotyczących związku CSR z finansowymi miarami dokonań jednostki. Badanie przeprowadzono na próbie przedsiębiorstw wchodzących w skład indeksu giełdowego WIG30 w latach 2001–2012. Uzyskane wyniki badań wykazały słabą korelację pomiędzy zmiennymi finansowymi a społeczną odpowiedzialnością przedsiębiorstw. Uzyskano jedynie istotny statystycznie związek pomiędzy CSR a zmiennymi P/BV oraz rentownością operacyjną. Metody badawcze wykorzystane w artykule to analiza literatury przedmiotu oraz badania ilościowe – analiza korelacji i regresji.

Słowa kluczowe: CSR, społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstw, sytuacja finansowa przedsiębiorstwa, CFP, mierniki dokonań, sprawozdawczość finansowa

Wprowadzenie

Zagadnienie społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw (*corporate social responsibility*¹) cieszy się coraz większą popularnością w praktyce gospodarczej. Przedsiębiorstwa zaczynają dostrzegać korzyści marketingowe, jakie niesie bycie „społecznie odpowiedzialnym”. Większość spółek notowanych w WIG30 posiada na swoich stronach internetowych działy dotyczące CSR, wiele z nich wprowadza kodeksy etyczne i kodeksy dobrych praktyk, znacząca część prowadzi jasną i czytelną politykę informacyjną dotyczącą działalności prospołecznej i proekologicznej, omawiając ją w raportach rocznych, a także wyodrębnionych raportach społecznych i środowiskowych. Można dostrzec również olbrzymie zainteresowanie tą tematyką wśród teoretyków i praktyków².

* dr inż. Bogusława Bek-Gaik, Wydział Zarządzania, AGH Akademia Górniczo-Hutnicza, ul. Gramatyka 10, 30-067 Kraków, e-mail: bbek@zarz.agh.edu.pl; mgr Bartosz Rymkiewicz, doktorant, Wydział Zarządzania, AGH Akademia Górniczo-Hutnicza, ul. Gramatyka 10, 30-067 Kraków, e-mail: bartosz.rymkiewicz@wp.pl.

¹ Zwana również: społeczną odpowiedzialnością biznesu (SOB), SOP (społeczną odpowiedzialnością przedsiębiorstw) lub CSR (*corporate social responsibility*).

² Problematyka społecznej odpowiedzialności poruszona została m.in. w takich publikacjach jak: Adameczyk (2007); Asongu (2007); Aupperle, Carroll, Hatfield (1985): 446–463; Bartkowiak (2011); Bek-Gaik, Rymkiewicz (2012); Bevan, Isles, Emery, Hoskins (2004); Carroll; Hąbek, Szewczyk (2010); Lea (2002); Roszkowska (2011); Rybak (2004).

Jednakże mimo wielkiej popularności CSR w Polsce i na świecie, w dalszym ciągu zasadniczym pytaniem stawianym przez przedsiębiorców jest to, czy społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstw się opłaca? Czy ma ona rzeczywisty pozytywny wpływ na wyniki finansowe przedsiębiorstwa? W końcu, jak zmierzyć społeczną odpowiedzialność przedsiębiorstw? W niniejszym artykule autorzy skoncentrowali się na wadach i zaletach społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw, analizie wyników badań na temat społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw w polskiej i zagranicznej literaturze przedmiotu. Autorzy zaprezentowali również wyniki badań własnych na temat wpływu CSR na wybrane miary finansowe dokonań przedsiębiorstw w spółkach należących do indeksu WIG30 w latach 2001–2012.

1. Wady i zalety społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw

Współcześnie toczy się bardzo wiele dyskusji na temat społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw, budzących niejednokrotnie skrajne emocje. Występuje wiele sporów między propagatorami koncepcji a ich zagorzałymi przeciwnikami. Przeciwnicy, tacy jak laureat nagrody Nobla Milton Friedman, podnoszą, iż biznes nie może być odpowiedzialny, ponieważ przymiot odpowiedzialności można przypisać wyłącznie osobom zarządzającym, tj. właścicielom czy menadżerom, zaś odpowiedzialność ta powinna być wyrażona wobec właścicieli i akcjonariuszy (Friedman 1970). Ważne są również jego słowa: „jest jedna i tylko jedna społeczna odpowiedzialność biznesu – wykorzystywać swoje zasoby i angażować się w działania mające na celu zwiększanie swoich dochodów tak długo, jak pozostają one w ramach reguł gry, to znaczy, angażować się w otwartą i wolną konkurencję, bez podstępów lub oszustwa” (Friedman 1962: 112), wskazujące na kluczowe znaczenie podstawowej funkcji przedsiębiorstwa, jaką jest generowanie zysków dla właścicieli. W opozycji zaś zwolennicy wskazują na olbrzymie znaczenie społecznej odpowiedzialności w budowaniu przewagi konkurencyjnej. Potwierdzeniem tego mogą być słowa podsekretarza stanu w Ministerstwie Skarbu Państwa Rafała Bieniaka – „W dobie rosnącej konkurencji i wymagań klientów profesjonalne kształtowanie relacji firmy z otoczeniem biznesowym i społecznym oraz budowanie jej wiarygodności i reputacji staje się, obok kwestii efektywności finansowej i jakości oferowanych wyrobów lub usług, istotnym elementem kształtowania przewagi konkurencyjnej przedsiębiorstw” (Baniak: 2).

Społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstw posiada zarówno zalety, jak i wady. Wśród wad społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw wymienia się między innymi obniżanie efektywności działań przedsiębiorstwa poprzez zmianę kierunku przepływów kapitałów z najważniejszych potrzeb organizacji na potrzeby społeczne i środowiskowe. W efekcie działania takie mogą doprowadzić do pogorszenia pozycji przedsiębiorstwa względem konkurentów skupiających się wyłącznie na sprawach jednostki gospodarczej. Kolejnym problemem związanym ze społeczną odpowiedzialnością przedsiębiorstw jest wysoki koszt działań prospołecznych i proekologicznych. Wprowadzanie najnowocześniejszych technologii

środowiskowych czy też dodatkowych świadczeń socjalnych wiąże się z olbrzymimi nakładami, do których trudno przypisać wymierne korzyści finansowe. Przedsiębiorstwa w celu ochrony przed rażącym pogorszeniem wyników przenoszą poniesione na te cele koszty na klientów, podnosząc poziom cen, co może doprowadzić do drastycznego spadku popytu na dobra. Problematyczne jest również odwracanie uwagi przedsiębiorstw „społecznie odpowiedzialnych” od innych dużo poważniejszych problemów (Roszkowska 2011: 39).

Generalnie przeciwnicy społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw uważają, że jest ona sprzeczna z kanonami gospodarki rynkowej (por. Sudoł: 23).

Spoleczna odpowiedzialność przedsiębiorstw oprócz wad posiada również obszerny katalog zalet³. Zwolennicy koncepcji uważają, że SOP jest nieuniknioną częścią systemu gospodarczego i społecznego. Należy pamiętać, że korporacja jest nie tylko instytucją ekonomiczną, ale także instytucją społeczną (Jeżak 2013: 38). Ponadto działalność społecznie odpowiedzialna umożliwia poprawę wizerunku przedsiębiorstwa, będącego obecnie jednym z najważniejszych zasobów przedsiębiorstwa. Bardziej korzystne postrzeganie przedsiębiorstwa oraz poprawa reputacji pozwala na wzrost sprzedaży oraz otwarcie na nowe rynki zbytu (Griffin 1998: 150). Dobrze zorganizowane współdziałanie ze społecznościami lokalnymi oraz przestrzeganie panujących w nich zasad etycznych, moralnych i obyczajowych może zaowocować większą ich akceptacją, a co za tym idzie mniejszym prawdopodobieństwem zaistnienia konfliktów destabilizujących prawidłowe funkcjonowanie przedsiębiorstwa (Hoinkis 2008: 211). Niewątpliwie jedną z najważniejszych zalet społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw jest pozytywny wpływ na pracowników. Poprawa wynagrodzeń i warunków pracy, wprowadzanie szkoleń, ścieżek kariery, odpowiednie zabezpieczenie socjalne pozwala na zwiększenie motywacji pracowników, a jednocześnie wzrostu ich wydajności. Również bezpośrednie angażowanie pracowników w działalność społeczną przedsiębiorstwa prowadzi do lepszego utożsamiania się z misją, wizją i celami jednostki gospodarczej (Rybak 2004: 25). Prowadzenie działalności gospodarczej w sposób społecznie odpowiedzialny umożliwia również większą przejrzystość i transparentność. Odpowiednia polityka informacyjna, a także wprowadzanie rozbudowanej sprawozdawczości nie tylko finansowej, ale również społecznej, umożliwia budowanie mocniejszych i trwalszych relacji z interesariuszami. Reasumując, wszystkie wskazane powyżej zalety społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw w dłuższym okresie czasu mogą doprowadzić do poprawy wyników finansowych przedsiębiorstwa.

Należy jednak podkreślić, że wprowadzenie zasad związanych ze społeczną odpowiedzialnością przedsiębiorstw niesie bardzo wiele różnorodnych skutków dla spółki. W szczególności wiąże się to:

- z rozbudową sprawozdawczości finansowej – firmy społecznie odpowiedzialne powinny poszerzać tradycyjne raporty finansowe o informację pozafinansową, mogą to

³ Należy zaznaczyć, iż koncepcje CSR uznały renomowane organizacje międzynarodowe, tj. Organizacja Narodów Zjednoczonych, OECD, Międzynarodowa Organizacja Normalizacyjna (ISO), Komisja Europejska, Bank Światowy i wiele innych (por. Sudoł: 22).

czynić na dwa sposoby – albo poszerzać raporty roczne o rozdziały dotyczące działalności społecznej i środowiskowej, albo tworzyć osobne raporty społeczne i środowiskowe,

- ze zwiększeniem ujawnień – przedsiębiorstwa społecznie odpowiedzialne powinny charakteryzować się wysokim poziomem ujawnianych informacji, informowanie interesariuszy w sposób jasny i rzetelny o wszelkich aspektach działalności społecznej staje się kluczowe,
- z wyborem mierników pozafinansowych – pomiar efektywności działalności społecznie odpowiedzialnej jest niezwykle trudny, bardzo trudno przyporządkować uzyskiwane korzyści do ponoszonych kosztów, przedsiębiorstwa społecznie odpowiedzialne muszą szukać odpowiednich mierników dotyczących pomiaru efektywności działalności CSR⁴.

Reasumując, społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstw niewątpliwie ma pozytywny wpływ nie tylko na sytuację ekonomiczną przedsiębiorstwa, ale również na rozwój ludzkości oraz ochronę środowiska naturalnego. Nie można jednak zapomnieć, iż podstawową funkcją przedsiębiorstwa jest generowanie zysków, a w okresie długofalowym przyrost wartości dla akcjonariuszy. Dlatego każda działalność społecznie odpowiedzialna powinna być rzetelnie przemyślana, z uwzględnieniem korzyści i negatywnych skutków nie tylko dla danego obszaru, ale dla wszystkich aspektów działalności jednostki gospodarczej.

2. Badania naukowe dotyczące społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw

W ostatnich latach nastąpił bardzo wysoki wzrost zainteresowania tematyką społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw wśród naukowców. W większości są to prace o charakterze opisowym, nie zawierające badań ilościowych. W szczególności dotyczą one studiów przypadków, analizy publikacji korporacyjnych itp. Związane może być to ze specyficznym charakterem koncepcji CSR, utrudniającej ilościową identyfikację kosztów i korzyści jej stosowania. Problematyczny jest też sposób oceny efektywności działań społecznie odpowiedzialnych. Powstało bardzo wiele miar tego typu, tj. benchmarking, rankingi, wskaźniki BSC (Balanced Scorecard), indeksy, analizy treści itp., jednakże nie są one ujednolicone i nie dostarczają wystarczającego zasobu danych ilościowych⁵. Autorzy badań na temat społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw poszukiwali m.in. odpowiedzi na pytanie: czy społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstw wpływa na finansowe miary dokonń jednostki.

Badania ilościowe dotyczące społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw są bardziej powszechne w literaturze światowej niż polskiej. Analiza literatury przedmiotu wykazała, iż dużą popularnością cieszą się badania dotyczące związków pomiędzy CSR i sytuacją

⁴ Więcej na temat pomiaru efektywności społecznej odpowiedzialności: Rymkiewicz B. (2013): 65–76 oraz Bek-Gaik, Rymkiewicz (2013): 30–46.

⁵ *Ibidem*.

finansową przedsiębiorstwa (np. Mittal, Sinha, Singh (2008); Brine, Brown, Hackett (2006), Ngwakwe (2009) i inni). Jednakże warto wspomnieć, iż badanie takich związków wiąże się z wieloma problemami. Po pierwsze, problematyczny jest odpowiedni dobór wskaźnika określającego społeczną odpowiedzialność przedsiębiorstw, wskaźnika zapewniającego uniwersalność. Drugim problemem jest zasób danych do badania. Samo stworzenie wskaźnika CSR nie ma sensu, jeżeli nie można dobrać do niego danych dla odpowiednio wysokiej próby. W wielu badaniach zachodnich wykorzystuje się bazę danych MSCI KLD⁶, zawierającą kilkadziesiąt wskaźników pogrupowanych w 6 kategorii, jednakże są to dane subiektywne i dostępne wyłącznie dla 5000 spółek z 90 krajów. Inną możliwością jest przekształcanie danych jakościowych na zmienne ilościowe z wykorzystaniem zmiennych zero-jedynkowych, tj. posiadanie kodeksów dobrych praktyk itp. (Mittal, Sinha, Singh (2008), Brine, Brown, Hackett (2006) i inni). Problemem jest również nieistotność statystyczna dużej części z otrzymanywanych przez autorów wyników badań.

Zestawienie wyników niektórych badań zaprezentowano w tabeli 1.

W praktyce polskiej badania na temat społecznej odpowiedzialności są prowadzone w większości przez instytuty i organizacje nie związane w sposób bezpośredni z działalnością naukową tj. PwC⁷, MillwardBrown SMG/KRC⁸, Instytut Badań nad Demokracją i Przedsiębiorstwem Prywatnym (Bąk, Bednarz, Kulawczuk, Rataj, Szcześniak, Zając 2007) itp. Badania przeprowadzane przez te podmioty skupiały się w szczególności na: ocenie stanu wdrażania standardów społecznej odpowiedzialności biznesu⁹, analizie korzyści ekonomicznych ze stosowania zasad społecznej odpowiedzialności biznesu w polskich przedsiębiorstwach (Bąk, Bednarz, Kulawczuk, Rataj, Szcześniak, Zając 2007).

Jeżeli zaś chodzi o badania naukowe, to można wyróżnić w szczególności badania dotyczące efektywności inwestycji społecznie odpowiedzialnych na rynku akcji. W większości przypadków wykazano, iż inwestycje w spółki wchodzące w skład indeksu spółek odpowiedzialnych – Respect¹⁰, charakteryzują się niskim ryzykiem inwestycyjnym oraz ponadprzeciętnym poziomem efektywności (Czerwińska 2012: 129–140; por. Bartkowiak, Janik 2012a: 7–18; Jedynek 2012: 161–172; Janik 2012b: 247–255). Warto jednakże wspomnieć, iż występują również badania odmienne, wskazujące, iż inwestycje w spółki wykorzystujące zasady CSR posiadają podobne stopy zwrotu jak spółki „niespołecznie odpowiedzialne” (Kowalke, Prochownik 2011: 29–41). Inne badania skupiały się na tematyce: postrzegania

⁶ MSCI jest wiodącym dostawcą narzędzi wspomagających decyzje inwestycyjne, oferującą produkty i usługi, tj. wskaźniki, analizy wydajności, analizy ryzyka portfelowego itp. Posiada również szereg produktów z zakresu PRI (*Principles of Responsible Investment*), a w szczególności szeroki zakres wskaźników dotyczących CSR, pogrupowane wg kategorii: *Environmental* (Środowiskowy), *Social* (społeczny), *Governance* (Zarządzanie). Baza ta zawiera dane 5000 spółek z 90 krajów. Więcej informacji na stronie internetowej: www.msci.com (14.03.2014).

⁷ Ocena stanu wdrażania standardów społecznej odpowiedzialności biznesu. Zestaw wskaźników społecznej odpowiedzialności w mikro, małych, średnich oraz dużych przedsiębiorstwach. Raport. Opracowanie na zlecenie PARP przez MillwardBrown SMG/KRC oraz PwC, Warszawa 2011.

⁸ *Ibidem*.

⁹ *Ibidem*.

¹⁰ Indeks spółek odpowiedzialnych na GPW w Warszawie.

Tabela 1

Przegląd badań dotyczących społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw

Autor	Problem	Próba	Zmienne CSR	Inne zmienne	Wnioski
1	2	3	4	5	6
Li Sun, Fuad Rakhman (2013): 161–172	Badanie zależności pomiędzy wiedzą finansową dyrektorów finansowych (CFO) a CSR	S&P500, rok 2005, dane 258 firm	Wskaźnik opracowany na bazie indeksu KLD	Wiedza finansowa rozumiana jako 3 wskaźniki: doświadczenie (ilość lat w spółce jako dyrektor finansowy), edukacja (czy ma MBA [Master of Business Administration]), profesjonalna wiedza (czy ma certyfikat CPA [Certified Public Accountant])	– pozytywna relacja między doświadczeniem CFO a CSR – CFO z długim stażem są lepiej nastawiane do działalności CSR
Mittal, Sinha, Singh (2008): 1437–1443	Badanie związków pomiędzy miarami wyników finansowych a innymi wskaźnikami społecznej odpowiedzialności	50 przedsiębiorstw z indeksu S&P CNX Nifty w latach 2001–2005	Zmienne 0–1 ukazujące czy przedsiębiorstwo posiada kodeksy etyczne (dobrych praktyk)	EVA (Economic Value Added) MVA (Market Value Added)	Działania CSR nie mają istotnego (statystycznie), pozytywnego wpływu na wyniki finansowe przedsiębiorstwa
Brine, Brown, Hackett (2006)		277 spółek z top 300 ASX list w 2005 roku	Zmienne 0–1 – czy spółka publikuje ujawnienia dot. zrównoważonego rozwoju poza wymaganymi	ROA (Return on Assets) ROE (Return on Equity) ROS (Return on Sale)	– CSR prowadzi do wzrostu sprzedaży i wzrostu wartości oraz zmniejszenia ROA, jednakże wartości te są statystycznie nieistotne – brak istotnego statystycznie związku między CSR a sytuacją finansową przedsiębiorstwa
Orlitzky, Schmidt, Rynes (2003): 403–441	Meta-analiza badań dot. relacji pomiędzy sytuacją społeczną/środowiskową spółki (CSP) a sytuacją finansową przedsiębiorstwa (CFP)	Jako próbę zestawiono wyniki 52 badań zawierających 33878 obserwacji			Meta-analiza wykazała, iż istnieje pozytywny związek pomiędzy CSP (Corporate Social Performance) i CFP (Corporate Financial Performance) (dodatnia korelacja), związek raczej dwukierunkowy i jednoczesny
Ngwakwe (2009): 97–104	Badanie relacji pomiędzy praktykami społecznie odpowiedzialnego biznesu a sytuacją firmy	– 60 przedsiębiorstw produkcyjnych w Nigerii – dane z lat 1997–2006 – podział na dwie grupy – spółki środowiskowo odpowiedzialne i spółki środowiskowo nieodpowiedzialne	3 wskaźniki: – zdrowie i bezpieczeństwo pracowników (EHS), – zarządzanie odpadami (WM), – rozwój społeczny (CD)	– ROTA (Return on Total Assets), – PC – wydatki na kary, opłaty, grzywny i kompensaty	– pozytywny wpływ między CSR i sytuacją firmy (istotny statystycznie) – pozytywna relacja pomiędzy ROTA i wszystkimi 3 wskaźnikami społecznymi dla spółek środowiskowo odpowiedzialnych (30 z 60)

1	2	3	4	5	6
Fiori, Donato, Izzo (2007)	Badanie wpływu CSR na ceny giełdowe firmy	25 włoskich spółek notowanych w latach 2004–2006	<ul style="list-style-type: none"> CSR zatrudnienie, CSR środowisko, CSR społeczność 	<ul style="list-style-type: none"> giełdowa cena rynkowa (objaśniana), ROE (objaśniająca), D/E (objaśniająca) 	raport CSR nie ma wpływu na cenę giełdową spółki
Cheng, Beiting, Ioannou, Ioannis, Serafeim, George (2014): 1–23	Badanie związków między CSR a ograniczeniami kapitałowymi	10078 obserwacji (firma-rok) z okresu 2002–2009 z 49 państw	<ul style="list-style-type: none"> <i>composite CSR index</i> - pomiar ESG, opracowany przez Thomas Reuters ASSET4 <p>Dodatkowe zmienne:</p> <ul style="list-style-type: none"> <i>Stakeholder Engagement</i>, <i>CSR Disclosure</i> 	<ul style="list-style-type: none"> <i>KZ index of capital constraints</i> – liniowa kombinacja składająca się z pięciu wskaźników rachunkowych: CF/kapitał ogółem, MV/BV, zadłużenie/kapitał ogółem, dywidendy/kapitał ogółem, środki pieniężne w kasie/kapitał (im większy wskaźnik KZ, tym większe ograniczenie kapitału) <p>Zmienne dodatkowe:</p> <ul style="list-style-type: none"> <i>equally weighted KZ index</i>, wskaźnik braku działalności wykupowej, SA index zaproponowany przez Hadlocka i Pierce'a, WW index White'a i Wu 	<ul style="list-style-type: none"> firmy z lepszą sytuacją CSR mają mniejsze ograniczenia kapitałowe
Tang, Eirikur Haufl, Rothenber (2012): 1274–1303	Badanie związków pomiędzy CSR i CFP	130 firm z bazy MSCI ESG, lata 1998–2007 – 1300 obserwacji	<ul style="list-style-type: none"> CSR – oparty na wskaźnikach MSCI ESG (KLD) Tempo (<i>pace</i>) – tempo poprawy i wdrażania CSR <i>Relatedness</i> – związki pomiędzy poszczególnymi wymiarami CSR <i>Consistency</i> (spójność) – rodzaj zmian CSR w spółce <i>Path</i> (ścieżka) – w które wymiary angażuje się spółka jako pierwsze – wewnętrzne czy zewnętrzne 	<ul style="list-style-type: none"> ROA R&D investment - nakłady na inwestycje w R&D ważone wielkością aktywów wielkość firmy <i>Industry effect</i> – stopa wzrostu 	<ul style="list-style-type: none"> wydajność finansowa spółki spada gdy działania CSR są niespójne (spordyczne, okazjonalne) lepsze wyniki osiągają przedsiębiorstwa skupiające się zbliżonych wymiarach CSR skuteczniejsza realizacja CSR zapewnia zaangażowanie się w wymiary wewnętrzne CSR, tj. stosunki pracownicze

Źródło: opracowanie własne.

społecznej odpowiedzialności na rynku finansowym (niski poziom wiedzy i zainteresowania tematem wśród inwestorów giełdowych) (Dziawgo 2011: 415–424), świadomości i wiedzy dotyczącej społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw (Bojar, Kwietniewska-Sobstyl 2013: 35–50; por. Porada-Rochoń, Patynowski 2012: 421–434; Gagacka 2008: 327–342).

Wyniki zakresu ujawnień w obszarze relacji przedsiębiorstwa z otoczeniem, m.in. to, czy przedsiębiorstwo stosuje wytyczne lub standardy GRI (*Global Reporting Initiative*), AA1000 (*AccountAbility*), EMAS (*Eco-Management and Audit Scheme*) itp. i ich wpływu na poprawę ochrony inwestorów można znaleźć w publikacji *Wpływ zakresu ujawnianych informacji na poprawę ochrony inwestorów oraz pozycję konkurencyjną emitentów papierów wartościowych* (red. Świdarska 2010). Z kolei badanie ujawnień o społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw można znaleźć w pracy J. Samelaka (2013: 148–170).

Reasumując, wyniki badań w większości nie potwierdzają związku pomiędzy społeczną odpowiedzialnością przedsiębiorstw a finansowymi miarami dokonania jednostki.

3. Badanie własne

Duża różnorodność wyników uzyskiwanych przez twórców na całym świecie skłoniła autorów niniejszego artykułu do sprawdzenia związków pomiędzy CSR i sytuacją finansową przedsiębiorstwa na przykładzie polskich spółek. Badanie zostało przeprowadzone na próbie składającej się ze spółek wchodzących w skład indeksu WIG30¹¹. Dla potrzeb niniejszego artykułu przeanalizowano informacje publikowane w raportach rocznych oraz raportach społecznych spółek z indeksu WIG30. Wykorzystano również bazy danych publikowane przez bankier.pl z okresu 2001–2012. Jako pojedynczą obserwację wykorzystano jednostkę w postaci spółka-rok (np. lpp2009). Z badanej próby usunięto obserwacje, dla których niemożliwe było uzyskanie danych np. z powodu nieupublicznienia raportów. W sumie otrzymano 233 obserwacje dla 28 spółek¹². Jako zmienną opisującą poziom społecznej odpowiedzialności w spółce (zmienna CSR) uznano zmienną zero-jedynkową odpowiadającą na pytanie, czy spółka publikuje dane na temat CSR w raportach rocznych – 1 – jeżeli spółka publikowała osobny raport społeczny lub środowiskowy, albo posiadała wyraźnie wyodrębniony dział dotyczący CSR w raporcie rocznym, 0 – jeżeli nie publikowała żadnych informacji. Zdaniem autorów, wybór tego typu zmiennej jest zasadny ze względu na olbrzymie znaczenie publikacji informacji pozafinansowej dotyczącej CSR. Transparentność i jawność działań jest kluczowa w budowaniu odpowiednich relacji z wszelkimi grupami interesariuszy.

Dla ukazania sytuacji finansowej przedsiębiorstwa wykorzystano następujące wskaźniki: ROE (*Return on Equity*), ROA (*Return on Assets*), rentowność netto (RN), rentowność operacyjną (RO), P/E (cena rynkowa do zysk), P/BV (cena rynkowa do wartość księgową),

¹¹ Skład indeksu WIG 30 na marzec 2014 roku.

¹² Wyeliminowano dane spółek: Alior i PZU ze względu na brak danych i stosunkowo krótką historię firm na GPW.

P/CF (cena rynkowa do przepływy pieniężne) oraz stopę dywidendy (DIV)¹³. Dane uzyskano z bazy dostępnej na stronie bankier.pl. W tabeli 3 zaprezentowano podstawowe statystyki dla zmiennych uwzględnionych w badaniu.

Tabela 2

Ujawnienia dotyczące społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw w spółkach WIG30

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
LPP	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
CCC	x	x	x	0	0	0	0	0	0	0	0	0
EUROCASH	x	x	x	0	0	0	0	0	0	0	0	RR
ORANGE	x	x	x	x	RR	RS	RS	RS	RS	RS	RS	RS
NETIA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	RZ	RZ
CYFROWY	x	x	x	x	x	x	0	0	0	RR	RR	RR
TVN	x	x	x	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ENEA	x	x	x	x	x	x	x	0	0	0	RS	RS
PGE	x	x	x	x	x	x	x	x	0	0	0	RŚ
TAURON	x	x	x	x	x	x	x	x	x	0	RR	RZ
ASSECO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
AZOTY	x	x	x	x	x	x	RŚ	RŚ	RŚ	RŚ	RŚ	RŚ
SYNTHOS	x	x	x	0	0	0	0	0	0	0	0	0
PGNiG	x	x	x	x	0	RR	RS	RS	RS	RS	RS	RS
LOTOS	x	x	x	x	0	RS	RS	RS	RS	RS	RS	RS
ORLEN	x	RS	RŚ	RS	RS	RS	RS	RS	RS	RS	RS	RS
BOGDANKA	x	x	x	x	x	x	x	x	RR	RR	RR	RR
KGHM	0	0	0	0	0	0	0	0	0	RS	RS	RS
JSW	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	0	0
KERNEL	x	x	x	x	x	x	x	0	0	0	RR	RR
BORYSZEW	x	x	x	x	x	x	0	0	0	0	0	0
MBANK	x	x	0	0	0	RR	RR	RR	RR	RR	RR	RR
BZW	x	x	RR	RR	RR	RR	RR	RR	RR	RR	RR	RR
PEKAO	x	x	x	RR	RR	RR	RR	RR	RR	RR	RR	RR
PKOBP	x	x	x	0	0	0	0	0	0	0	0	0
HANDLOWY	RS	RS	RS	RS	RS	RS	RS	RS	RS	RS	RS	RS
ING	x	RR	RR	RR	RR	RR	RR	RR	RR	RR	RS	RS
GTC	x	x	x	0	0	0	0	0	0	0	0	0
RR	Rozdział w raporcie											
RS	Raport społeczny											
RŚ	Raport środowiskowy											
RZ	Raport zrównoważonego rozwoju											
0	Brak ujawnień											
x	Brak danych/publikacji											

Źródło: opracowanie własne.

¹³ Podobne wskaźniki do badania związku pomiędzy CSR a finansowymi aspektami działalności wykorzystali autorzy publikacji zagranicznych (wybrane z nich przedstawiono w tab. 1).

Tabela 3

Podstawowe statystyki dla zmiennych uwzględnionych w badaniu

	CSR	ROE	ROA	RN	RO	P/E	P/BV	P/CF	DIV
Średnia	0,48	14,81	5,40	11,91	28,97	17,77	2,35	-3,53	7,03
Błąd standardowy	0,03	1,85	0,61	2,64	3,40	2,65	0,15	11,16	2,55
Mediana	0,00	12,80	4,46	11,46	14,58	12,89	1,55	7,83	1,90
Tryb	0,00	14,71	6,31	1,93	0,00	15,83	0,89	4,15	0,00
Odchylenie standardowe	0,50	27,64	9,15	39,42	50,85	39,62	2,28	166,61	38,01
Wariancja próbki	0,25	764,05	83,68	1554,21	2585,44	1569,96	5,19	27759,36	1444,58
Kurtoza	-2,01	76,88	8,93	27,31	20,89	51,41	4,04	171,69	188,96
Skośność	0,10	6,09	-1,03	1,39	3,04	6,00	1,93	-12,65	13,31
Zakres	1,00	450,61	87,64	517,67	581,58	545,98	12,69	2624,82	549,31
Minimum	0,00	-122,61	-51,34	-213,96	-161,68	-140,62	-0,40	-2317,47	0,00
Maksimum	1,00	328,00	36,30	303,71	419,90	405,36	12,29	307,35	549,31
Suma	106,00	3302,96	1203,44	2656,39	6460,79	3963,76	524,88	-787,10	1567,32
Licznik	223,00	223,00	223,00	223,00	223,00	223,00	223,00	223,00	223,00
Poziom ufności (95,0%)	0,07	3,65	1,21	5,20	6,71	5,23	0,30	21,99	5,02

Źródło: opracowanie własne.

W pierwszej fazie badania skoncentrowano się na badaniu korelacji pomiędzy wskaźnikiem CSR oraz wskaźnikami określającymi sytuację finansową przedsiębiorstwa. Wyniki zaprezentowano w tabeli 4.

Tabela 4

Tabela korelacji

	CSR	ROE	ROA	RN	RO	P/E	P/BV	P/CF	DIV
CSR	1,0000								
ROE	-0,0769	1,0000							
ROA	-0,1076	0,3537	1,0000						
RN	0,0506	-0,0461	0,4570	1,0000					
RO	0,1296	0,0619	0,1736	0,8417	1,0000				
P/E	-0,0965	-0,0257	0,0003	0,0073	0,0091	1,0000			
P/BV	-0,2792	0,2489	0,4265	0,0964	0,0067	0,2253	1,0000		
P/CF	0,0314	0,0767	0,0873	0,0382	0,0554	0,0940	0,0624	1,0000	
DIV	-0,0046	0,0133	0,0408	0,0091	-0,0028	-0,0454	-0,1004	0,0093	1,0000

Źródło: opracowanie własne.

Przeprowadzone badanie wykazało bardzo niskie współczynniki korelacji pomiędzy zmienną CSR oraz innymi zmiennymi. Aż 5 z 8 zmiennych objaśniających sytuację finansową wykazało ujemną zależność z CSR-em, były to: ROE, ROA, P/E, P/BV, DIV.

Wyłącznie zmienna P/BV wykazała większą ujemną zależność, wynoszącą $-0,28$, co wskazuje na niską, ewentualnie umiarkowaną zależność. Pozostałe ze wskazanych zmiennych nie przekroczyły $0,2$, co można uznać za zależność słabą bądź nawet brak związku. Zmienne RN, RO oraz P/CF wykazały dodatnią zależność, jednakże, podobnie jak w przypadku zmiennych ujemnych, wartość współczynników korelacji nie przekroczyła wartości $0,2$. Najwyższą korelację dodatnią wykazała zmienna RO, jednakże wyniosła ona zaledwie $0,13$, co można uznać za słaby związek ze społeczną odpowiedzialnością przedsiębiorstw.

W drugim etapie badania przeprowadzono analizę regresji jednorakiej poszczególnych zmiennych finansowych ze zmienną CSR w celu sprawdzenia, czy społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstw wpływa w sposób liniowy na poszczególne zmienne związane z sytuacją finansową badanych spółek. W tym celu jako zmienną objaśnianą ustalono poszczególne zmienne finansowe, zaś jako zmienną objaśniającą w każdym przypadku ustalono zmienną CSR. Przedstawione wyniki zaprezentowano w tabeli 5. W badaniu ustalono poziom ufności na poziomie 95% . Otrzymane wyniki wskazały, iż wszystkie zmienne za wyjątkiem P/BV ($p = 2,3 \times 10^{-5}$) nie mają istotnego statystycznie związku ze zmienną objaśnianą. Blisko istotności statystycznej na poziomie $0,95$ jest również dla zmiennej RO (rentowność operacyjna). Warto zaznaczyć, iż we wszystkich przypadkach osiągnięto bardzo niskie poziom R^2 w przedziale od $0,0046$ (dla DIV) do $0,2792$ (dla P/BV).

Tabela 5

Tabela regresji

	ROE	ROA	RN	RO	P/E	P/BV	P/CF	DIV
Wielokrotność R	0,0769	0,1076	0,0506	0,1296	0,0965	0,2792	0,0314	0,0046
R kwadrat	0,0059	0,0116	0,0026	0,0168	0,0093	0,0780	0,0010	0,0000
Dopasowany R kwadrat	0,0014	0,0071	-0,0019	0,0123	0,0048	0,0738	-0,0035	-0,0045
Błąd standardowy	27,6218	9,1152	39,4619	50,5325	39,5271	2,1918	166,9057	38,0932
Obserwacje	223	223	223	223	223	223	223	223
F	1,3142	2,5910	0,5681	3,7745	2,0755	18,6910	0,2179	0,0046
Istotność F	0,2529	0,1089	0,4518	0,0533	0,1511	2,3E-05	0,6411	0,9458
CSR								
Współczynniki	-4,2461	-1,9675	3,9884	13,1646	-7,6360	-1,2706	10,4462	-0,3475
Błąd standardowy	3,7039	1,2223	5,2916	6,7761	5,3003	0,2939	22,3809	5,1080
t Stat	-1,1464	-1,6097	0,7537	1,9428	-1,4407	-4,3233	0,4667	-0,0680
Wartość-p	0,2529	0,1089	0,4518	0,0533	0,1511	2,3E-05	0,6411	0,9458
Przecięcie								
Współczynniki	16,8298	6,3318	10,0162	22,7145	21,4044	2,9577	-8,4950	7,1935
Błąd standardowy	2,5536	0,8427	3,6483	4,6717	3,6543	0,2026	15,4304	3,5217
t Stat	6,5905	7,5137	2,7455	4,8621	5,8573	14,5967	-0,5505	2,0426
Wartość - p	3,2E-10	1E-12	0,0065	2,2E-06	2E-08	3,1E-34	0,5825	0,0423

Źródło: opracowanie własne.

Na bazie analizy regresji przeprowadzonej powyżej można stworzyć prosty model zależności pomiędzy raportowaniem społecznej odpowiedzialności a wskaźnikiem P/BV:

$$P / BV = -1,2706 \times CSR + 2,9577 + \varepsilon.$$

Powyższy model regresji wskazuje na ujemną zależność między raportowaniem społecznym a wskaźnikiem P/BV. Wprowadzenie ujawnień dotyczących działalności społecznie odpowiedzialnej powoduje statystyczny spadek wskaźnika P/BV o 1,2706. Niższy poziom wskaźnika P/BV może świadczyć o niższej wycenie spółek jawnie i rzetelnie ujawniających informacje pozafinansowe dotyczące działalności społecznej. Niższy wskaźnik P/BV może także świadczyć o problemach związanych nieprawidłową strukturą majątku, jednakże, mimo statystycznie mniejszej wartości wskaźnika dla spółek społecznie odpowiedzialnych, w dalszym ciągu jest on znacząco wyższy od 1.

Przyjmując poziom istotności na poziomie 0,9 można uwzględnić również model regresji, pomiędzy CSR i rentownością operacyjną otrzymujemy:

$$RO = 13,1646 \times CSR + 22,7145 + \varepsilon.$$

Z powyższego modelu wynika, że stosowanie raportowania społecznego zwiększa rentowność operacyjną o 13,1646 punktu procentowego. Spółki ujawniające informacje społeczne i środowiskowe w sposób jasny i przejrzysty osiągają większą rentowność na poziomie operacyjnym.

Pozostałe modele regresyjne ze względu na nieistotność statystyczną nie są uwzględniane.

Uwagi końcowe

Reasumując, w ostatnim okresie czasu dyskusja na temat społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw nie milknie. Społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstw budzi wiele kontrowersji. Zwolennicy koncepcji podkreślają wagę CSR. Warto w tym miejscu przytoczyć słowa J. Jeżaka „w toczącej się aktualnie żywej dyskusji na temat roli biznesu we współczesnym społeczeństwie ponownie wraca do łask teza, że korporacja jest nie tylko instytucją ekonomiczną, ale także instytucją społeczną. Jej celem jest więc nie tylko maksymalizowanie wartości ekonomicznej, czyli wartości dla inwestorów, lecz również maksymalizowanie wartości społecznej” (Jeżak 2013: 38). Przeciwnicy twierdzą, iż sama idea społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw jest sprzeczna z kanonami gospodarki rynkowej. Badania na temat CSR skupiają się na ocenie efektywności inwestycji społecznie odpowiedzialnych, świadomości przedsiębiorców oraz menedżerów, analizie ujawnień dot. CSR itp.

Podjęmowane są również próby oceny wpływu ujawnień na temat społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw na finansowe miary dokonań jednostki gospodarczej. Należy

sobie zdać sprawę, że raportowanie CSR nie może koncentrować się tylko i wyłącznie na informacjach opisowych, potrzeba „zmierzenia” SOP, a tym samym ustanowienia jednoznacznych miar jej kwantyfikacji, wydaje się być konieczna.

Należy zaznaczyć, że spółki różnorodnie prezentują ujawnienia na temat CSR, a różnorodność wpływa na brak porównywalności.

Reasumując, oczywistym wydaje się fakt zapotrzebowania na badanie w polskiej praktyce gospodarczej dotyczące sposobu raportowania SOP oraz jej pomiaru, jak i związku CSR z finansowymi miarami dokonania. Tylko badanie praktyczne zweryfikuje użyteczność SOP i oceni, czy jej stosowanie jest rzetelne i wiarygodne.

Literatura

- Adamczyk J. (2007), *Spoleczna odpowiedzialność przedsiębiorstw. Teoria i praktyka*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa.
- Asongu J.J. (2007), *Strategic Corporate Social Responsibility in Practice*, Greenview Publishing Company.
- Aupperle K.E., Carroll A.B., Hatfield J.D. (1985), *An Empirical examination of the relationship between corporate social responsibility and profitability*, „Academy of Management Journal”, vol. 28, no. 2, s. 446–463.
- Bartkowiak G. (2011), *Spoleczna odpowiedzialność biznesu w aspekcie teoretycznym i empirycznym*, Difin, Warszawa.
- Bartkowiak M., Janik B. (2012), *Efektywność inwestycji w spółki z indeksu RESPECT oraz Funduszu Inwestycyjnego SKOK etyczny 2*, Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu, nr 242, s. 7–18
- Bąk M., Bednarz P., Kulawczuk P., Rataj R., Szcześniak A., Zając P. (2007), *Analiza korzyści ekonomicznych ze stosowania zasad społecznej odpowiedzialności biznesu (CSR) w polskich przedsiębiorstwach, Streszczenie i wnioski*, Instytut Badań nad Demokracją i Przedsiębiorstwem Prywatnym, Warszawa, www.iped.pl/artykuly.php?id=4&pobierz=114 (9.04.2013).
- Bek-Gaik B., Rymkiewicz B. (2012), *Spoleczna odpowiedzialność na przykładzie Grupy LOTOS SA*, w: *Zarządzanie przedsiębiorstwem – teoria i praktyka*, XIV międzynarodowa konferencja naukowa: 22–23 listopada, Kraków: materiały konferencyjne, dokument elektroniczny.
- Bek-Gaik B., Rymkiewicz B. (2013), *Pomiar efektywności społecznej odpowiedzialności biznesu w świetle teorii i praktyki*, w: *Budżetowanie – dziś i jutro*, red. A. Dura, AGH, Kraków, s. 30–46.
- Bevan S., Isles N., Emery P., Hoskins T. (2004), *Achieving high performance, CSR at the heart of business*, The Work Foundation.
- Bojar E., Kwietniewska-Sobstyl M. (2013), *Spoleczna odpowiedzialność biznesu w dobie globalizacji – badanie porównawcze małych i średnich przedsiębiorstw województwa lubelskiego*, Studia Ekonomiczne/Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach, nr 156, s. 35–50.
- Brine M., Brown R., Hackett G. (2006), *Corporate social responsibility and financial performance in the Australian context*, Australian Treasury, http://epsa.treasury.gov.au/documents/1268/PDF/04_CSR.pdf.
- Carroll A.B., *Business and society: ethics and stakeholder management* (2nd ed.), Cincinnati, Ohio: South-western publishing.
- Cheng, Beiting; Ioannou, Ioannis; Serafeim, George (2014), *Corporate social responsibility and access to finance*, „Strategic Management Journal”, January, vol. 35, issue 1, s. 1–23.
- CSR Spoleczna Odpowiedzialność Biznesu w Polsce, Krajowy Program Reform Europa 2020*, Ministerstwo Gospodarki, s. 2, www.mg.gov.pl/files/upload/10892/CSR_PL.pdf.
- Czerwińska T. (2012), *Efektywność inwestycji społecznie odpowiedzialnych na rynku akcji*, „Problemy Zarządzania”, vol. 10, nr 4 (39), t. 1, s. 129–140.
- Dziawgo L. (2011), *Postrzeganie społecznej odpowiedzialności biznesu na rynku finansowym – wyniki badań*, Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego. Finanse. Rynki finansowe. Ubezpieczenia, nr 37, s. 415–424.
- Fiori G., Donato F., Izzo M.F. (2007), *Corporate social responsibility and firms performance: an analysis on Italian listed companies*, SSRN working paper series, <http://ssrn.com/abstract=1032851> (20.03.2014).
- Friedman M. (1962), *Capitalism and Freedom*, The University of Chicago Press.

- Gagacka M. (2008), *Społeczna odpowiedzialność małych firm w świetle badań empirycznych*, Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu, nr 5, s. 327–342.
- Griffin R.W. (1998), *Podstawy zarządzania organizacją*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Hąbek P., Szewczyk P. (2010), *Społeczna odpowiedzialność a zarządzanie jakością*, Wydawnictwo Politechniki Śląskiej, Gliwice.
- Hoinkis E. (2008), *Pozytywne aspekty stosowania strategii społecznej odpowiedzialności w przedsiębiorstwie*, w: *Współczesne problemy zarządzania przedsiębiorstwami w gospodarce rynkowej*, red. H. Howaniec, W. Waszkielewicz, Wydawnictwo Akademii Techniczno-Humanistycznej, Bielsko-Biala.
- Janik B. (2012a), *Efektywność inwestycji w spółki z indeksu RESPECT oraz Funduszu Inwestycyjnego SKOK etyczne 2*, Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu, nr 242, s. 7–18.
- Janik B. (2012b), *Efficiency of Investment Strategy of Socially Responsible Funds Calvert*, Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu = Research Papers of Wrocław University of Economics, nr 271, t. 1, s. 247–255.
- Jedynak T. (2012), *Efektywność strategii w akcje spółek społecznie odpowiedzialnych na przykładzie Respect Index*, Zeszyty Naukowe, Polskie Towarzystwo Ekonomiczne, nr 12, s. 161–172.
- Jeżak J. (2013), *Orientacja społeczna w zarządzaniu przedsiębiorstwem*, w: *Społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstw. Księga jubileuszowa dla Profesora Czesława Sikorskiego*, red. B. Kaczmarek, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź, s. 31–46.
- Kowalke K., Prochowik M. (2011), *Analiza efektywności społecznie odpowiedzialnych inwestycji z wykorzystaniem indeksów giełdowych*, Prace i Materiały Wydziału Zarządzania Uniwersytetu Gdańskiego, nr 4/7, s. 29–41.
- Lea. R. (2002), *Corporate Social Responsibility*, IoD Member Opinion Survey, Institute of Directors.
- Mittal R.K., Sinha N., Singh A. (2008), *An analysis of linkage between economic value added and corporate social responsibility*, „Management Decision”, vol. 46, no. 9, s. 1437–1443.
- Ngwakwe C.C. (2009), *Environmental responsibility and firm performance: evidence from Nigeria*, „International Journal of Humanities and Social Sciences”, vol. 3, s. 97–104, <http://waset.org/publications/12811>.
- Ocena stanu wdrażania standardów społecznej odpowiedzialności biznesu. Zestaw wskaźników społecznej odpowiedzialności w mikro, małych, średnich oraz dużych przedsiębiorstwach. Raport.* (2011), Opracowanie na zlecenie PARP przez MillwardBrown SMG/KRC oraz PwC, Warszawa.
- Orlitzky M., Schmidt F.L., Rynes S.L. (2003), *Corporate Social and Financial Performance: A Meta-analysis*, „Organization Studies”, 24 (3), s. 403–441, SAGE Publications (London, Thousand Oaks, CA & New Delhi).
- Porada-Rochoń M., Patynowski M. (2012), *Społeczna odpowiedzialność biznesu – wiedza i świadomość wśród zachodniopomorskich przedsiębiorców w czasach kryzysu*, Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego. Finanse. Rynki finansowe. Ubezpieczenia, nr 55, s. 421–434.
- Roszkowska P. (2011), *Rewolucja w raportowaniu biznesowym. Interesariusze, konkurencyjność, społeczna odpowiedzialność*, Difin, Warszawa.
- Rybak M. (2004), *Etyka menadżera – społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstwa*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Rymkiewicz B. (2013), *Metody pomiaru społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw – dylemat praktyków rachunkowości*, w: *Dylematy teorii rachunkowości a wyzwania praktyki*, Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie, s. 65–76.
- Samelak J. (2013), *Zintegrowane sprawozdanie przedsiębiorstwa społecznie odpowiedzialnego*, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu, s. 148–170.
- Sudoł S., *Społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstwa – koncepcja i jej realizacja*, w: *Społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstw. Księga jubileuszowa dla Profesora Czesława Sikorskiego*, red. B. Kaczmarek, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź, s. 21–30.
- Sun L., Rakhman F. (2013), *CFO financial expertise and corporate social responsibility Evidence from S&P 500 companies*, „International Journal of Law and Management”, vol. 55, no. 3, s. 161–172.
- Tang Z., Eiríkur Hull C., Rothenber S. (2012), *How Corporate Social Responsibility Engagement Strategy Moderates the CSR – Financial Performance Relationship*, „Journal of Management Studies”, 49 (7), s. 1274–1303.
- Wpływ zakresu ujawnianych informacji na poprawę ochrony inwestorów oraz pozycję konkurencyjną emitentów papierów wartościowych* (2010), red. G.K. Świdzka, SGH, Warszawa.
- www.msci.com.

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY AND FINANCIAL MEASURES OF ACHIEVEMENT

Abstract: The issue of corporate social responsibility is recently widely discussed in the literature and business practice. This article focuses on the advantages and disadvantages of corporate social responsibility. It also presents the results of selected studies on corporate social responsibility presented in Polish and foreign literature. The authors also presented the results of research on the relationship of CSR to financial measures achievements of the individual. The study was conducted on a sample of companies included in the stock index WIG30 in the years 2001–2012. The results showed a weak correlation between financial variables and social responsibility. Only achieved a statistically significant relationship between CSR and variables P/BV and operational profitability. Research methods used in the article is a literature analysis and quantitative research – analysis correlation and regression.

Keywords: CSR, corporate social responsibility, the financial situation of the company, CFP, meters achievements, financial reporting

Cytowanie

Bek-Gaik B., Rymkiewicz B. (2014), *Spoleczna odpowiedzialność przedsiębiorstw a finansowe miary dokonań*, Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego nr 804, „Finanse, Rynki Finansowe, Ubezpieczenia” nr 67, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin, s. 137–151; www.wneiz.pl/frfu.

