

Jacek Dymowski

Institut CSR, Values Grupa Firm Doradczych, Warszawa

RESPECT INDEX – OCZEKIWANIA, DOŚWIADCZENIA BADAWCZE I KIERUNKI EWOLUCJI DOTYCZĄCE PIERWSZEGO INDEKSU ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU NOTOWANEGO NA GPW W WARSZAWIE

Streszczenie: Respect Index jest projektem unikalnym i pionierskim w Europie Środkowej. Przeprowadzenie jego pierwszej edycji przyniosło wiele ciekawych doświadczeń zarówno w wymiarze poznawczym, tj. poprzez dostarczenie wiedzy na temat obrazu rodzimych spółek giełdowych, jak i w wymiarze metodologicznym. Celem artykułu jest zaprezentowanie zdobytej podczas projektu wiedzy i oczekiwań poszczególnych grup interesariuszy wobec narzędzia oraz dyskusja o możliwych kierunkach jego ewolucji.

Słowa kluczowe: SRI, inwestycje odpowiedzialne, Respect Index, GPW.

1. Wstęp

Respect Index¹ jest projektem unikalnym i pionierskim w Europie Środkowej. Przeprowadzenie jego pierwszej edycji przyniosło wiele ciekawych doświadczeń zarówno w wymiarze poznawczym, tj. poprzez dostarczenie wiedzy na temat obrazu rodzimych spółek giełdowych, jak i w wymiarze metodologicznym. Celem artykułu jest zaprezentowanie zdobytej podczas projektu wiedzy oraz refleksja na temat możliwych kierunków jego ewolucji w świetle istniejących ograniczeń młodego rynku. Choć w zamierzeniu autorów projekt miał być nie narzędziem badawczym, lecz przede wszystkim praktycznym narzędziem wstępnej oceny inwestycji kapitałowej dla inwestorów, dostarcza on wielu informacji na temat obecnego stanu wdrożenia koncepcji społecznej odpowiedzialności w rodzimych spółkach giełdowych. Badaniem zostało objętych w sumie 119 spółek, w przybliżeniu jedną

¹ Jest to autorski projekt GPW w Warszawie, Kulczyk Investments, Deloitte i magazynu „Forbes”. Zaprezentowanie wyników było możliwe dzięki uprzejmości Kulczyk Investments, inicjatora projektu i autora metodyki badania.

trzecią z notowanych na rynku podstawowym, więc można zaryzykować stwierdzenie, że było to najbardziej kompleksowe badanie koncepcji CSR w polskich spółkach giełdowych. Obraz tych spółek jest szczególnie ważny, ponieważ często to właśnie one, będąc dużymi graczami rynkowymi oraz odbiorcami produktów i usług dla wielu podmiotów gospodarczych, są lub mogą być inicjatorami głębszych zmian rynkowych. Chodzi tu o tak znaczącą pozycję rynkową, która pozwala na dyktowanie zasad obowiązujących w danej branży i na zgłaszanie (lub nie) przez nie bardzo konkretnych oczekiwań wobec zachowań swoich dostawców, ich dostawców itd. (swoisty „efekt mnożnikowy”). Badanie Respect, a tak naprawdę szansa na obniżenie WACC², sprawia, że może być ono użytecznym narzędziem dla spółek we wdrażaniu odpowiedzialnego modelu zarządzania. Dlatego niezmiernie ważna jest dyskusja na temat ewolucji projektu, w tym samego narzędzia badawczego. Dyskusji tej zostanie poświęcona ostatnia część artykułu, poprzedzona przedstawieniem samego narzędzia oraz krótkim omówieniem wyników badania.

2. Cele, kształt narzędzia i proces badawczy

Jak wspomniano we wstępie, głównym celem projektu było dostarczenie inwestorom syntetycznego, rzetelnego i praktycznego narzędzia opartego na GRI³ i projekcie standardu ISO26000⁴, ale też dostosowanego do polskich realiów biznesowych⁵, które oceniałyby stopień odpowiedzialności w zarządzaniu. Celami pobocznymi wdrożenia miało być stworzenie bodźca ukierunkowanego na: (i) zachęcenie kapitałów SRI do wejścia na rynek polski i zainteresowanie ich naszym rynkiem oraz (ii) dostarczenie firmom bodźców do bycia odpowiedzialnymi (obecność funduszy SRI jest poważnym argumentem biznesowym przemawiającym za wdrażaniem strategii CSR).

Takie sprecyzowanie celów zdefiniowało kształt całego procesu badawczego. Nikt wcześniej w Europie Środkowej i Wschodniej⁶ nie realizował podobnego przedsięwzięcia. Potencjalna porażka mogłaby zniechęcić giełdy regionu i zahamować tego typu inicjatywy w perspektywie kilku najbliższych lat. Opracowaniu metodyki badania towarzyszyła świadomość problemu, a zwłaszcza faktu porusza-

² *Weighted Average Cost of Capital (WACC)*, tj. średni ważony koszt kapitału.

³ *Wytyczne do raportowania kwestii zrównoważonego rozwoju (wersja 3)*, Global Reporting Initiative, Amsterdam 2007.

⁴ *Guidance on Social Responsibility, DRAFT ISO 26000 WD4.2*, Geneva 2007.

⁵ Więcej informacji na ten temat można znaleźć w: P. Mielechów, G. Piskalski, *CSR and Polish Business on Foreign Markets*, Friedrich Ebert Foundation a nie Stiftung?, Warszawa 2009; *Spoleczna odpowiedzialność biznesu w Polsce. Wstępna analiza*, Program Narodów Zjednoczonych ds. Rozwoju, Warszawa 2007.

⁶ Rozumianej jako rosące rynki krajów dawnego bloku wschodniego, ponieważ w tym samym okresie podobny projekt zaczął być realizowany przez Wiedeńską Giełdę Papierów Wartościowych (Wiener Börse).

nia się między dwoma skrajnymi ograniczeniami: zastosowaniem bardzo szczegółowych kryteriów wejścia do indeksu, np. wykorzystaniem wytycznych GRI czy projektowanego standardu ISO26000 w pełnym zakresie do określenia zakresu badania, a zastosowaniem relatywnie prostych kryteriów z ograniczonego zakresu. Z jednej strony badanie, choć szczegółowe, mogłoby być zwyczajnie zbyt trudne dla firm, zwłaszcza że większość z nich nie zbudowała jeszcze stosownych drzew informacyjnych i struktur zarządzania społeczną odpowiedzialnością biznesu. Mogłoby je zwyczajnie odstraszyć. Siłą tego typu badania muszą być jego powszechność, ale też wiarygodność. Z tego powodu zdecydowano o wprowadzeniu rozwiązań upraszczających, które mogą być dwuznaczne z metodologicznego punktu widzenia, np. poprzez wybranie odpowiedzi wskazującej przedział wartości, w którym znajduje się konkretny wskaźnik, zamiast pytania o wartości bezwzględne, które posłużyłyby do kalkulowania potrzebnych wielkości⁷. Zbyt trudna ankieta znacznie zredukowałaby liczbę zgłoszonych firm. Zastosowanie prostych kryteriów, choć przyczyniłoby się do wzrostu zainteresowania badaniem, sprawiłoby, że wyniki byłyby niemiarodajne. Miałyby słabą wartość informacyjną i trudno byłoby budować narzędzia dla inwestorów. Ze względu na wspomniane uproszczenia w konstrukcji pytań, większej wagi nabrało szczególnie dokładne podejście na etapie audytu: zweryfikowano 100% pytań w 100% spółek zakwalifikowanych wstępnie do indeksu, by na tym etapie upewnić się, że udzielone odpowiedzi odzwierciedlają realny obraz spółek. Konstrukcja pytań ankiety miała na celu, gdzie to było możliwe, zweryfikowanie obecności elementów odpowiedzialnego zarządzania w rozumieniu: (i) strategii/polityki, (ii) procesu/procedury, (iii) wyniku (faktycznego stosowania).

Często odpowiedzialne zarządzanie może być przez biznes redukowane wyłącznie do deklaracji, za którymi nie idą oczekiwane działania. Przykładem mogą być tu kodeksy etyki. Mogą one być jedynie dokumentem, który formułuje zasady („strategia”), mogą zawierać mechanizmy, które pozwalają na egzekwowanie zapisanych zasad („proces/procedura”), a także mechanizmy te mogą, choć nie muszą, być wykorzystywane w praktyce („wynik”). Przykładowo: 41,2% spółek zadeklarowało posiadanie kodeksu etyki, 31,1% potwierdziło, że formułuje on zasady dotyczące zapewnienia przejrzystości relacji z partnerami biznesowymi, rozstrzygnięcia dylematów etycznych i konfliktów interesów, 21,8% przyznało, że towarzyszą mu mechanizmy, które pozwalają na egzekwowanie zapisanych w nim zasad, tj. na zapobieganie zachowaniom nieetycznym i karanie za takie zachowania (np. możliwość poinformowania o naruszeniu kodeksu z zachowaniem anonimowości), a jedynie 10,9% podało, że były one w praktyce wykorzystane. Oznacza to, że tylko jedna czwarta kodeksów etyki funkcjonuje w praktyce, tj. jest realnym narzędziem zarządczym, które może przyczynić się do ograniczenia ryzyka operacyjnego działalności.

⁷ Istniała obawa, że podawanie wartości bezwzględnych firmy uznałyby za naruszenie tajemnic przedsiębiorstwa, a tym samym, zaślaniając się poufnością, wycofałyby się z badania.

Odpowiedzi były zbierane na serwerach audytora, co gwarantowało ochronę danych. Przypisane im punkty zostały przeliczone, zsumowane i w ten sposób powstała lista rankingowa (niepublikowana) i po nałożeniu siatki ocen, lista ratingowa (publikowana). Firmy z najwyższymi ocenami (75% i więcej) zostały zakwalifikowane do indeksu⁸. Do publicznej wiadomości podane zostały tylko oceny końcowe, tj. klasa ratingowa, do której dana spółka się zakwalifikowała. Nie ujawniono ani nie podano do wiadomości firm liczby uzyskanych punktów. Chodziło o to, by uniknąć licytowania się firm, kto był lepszy, kto jest numerem jeden polskiego odpowiedzialnego zarządzania itp. Tego typu „wyścig” trudno byłoby uznać za pożądany efekt projektu. Bezwzględne kryteria, w których najwyższą ocenę AAA może uzyskać każda firma, o ile dostosuje swoje podejście w zarządzaniu do wymogów społecznej odpowiedzialności biznesu, wydaje się bardziej zasadne. W rankingach z reguły zawsze jest jeden zwycięzca i mają one charakter względny. Teoretycznie przy niskim poziomie rozwoju koncepcji „numerem 1” mogłaby być firma o stosunkowo kiepskich wynikach. W ratingach kryteria są bezwzględne: zwycięzców może być wielu albo może nie być żadnego, o ile nikt nie spełni najwyższych kryteriów.

Przygotowując ankietę, poprzez analogię do metodyki przyjętej przez GRI, ISO 26000 czy w badaniu Goldman & Sachs⁹, wyróżniono cztery podstawowe obszary o określonych wagach punktowych: (i) zarządzania organizacją i ładu korporacyjnego (transparentności, zwłaszcza w ujęciu ładu korporacyjnego i funkcjonowania na giełdzie, polityka CSR): ok. 40 %, (ii) ekonomiczny (terminowość regulowania zobowiązań, wynagrodzenia, działania społeczne): ok. 20%, (iii) środowiskowy: ok. 20%, (iv) społeczny (pracownicy, rozwój, BHP, prawa człowieka, klienci, bezpieczeństwo produktów, ochrona danych osobowych): ok. 20%.

Dlaczego właśnie takie rozłożenie wag? Nieproporcjonalnie dużą wagę przypisano pierwszemu obszarowi, ponieważ właśnie aspekty ładu korporacyjnego, a raczej ich zaniedbanie, były podłożem kryzysu zaufania inwestorów i zapoczątkowały trwającą do dziś globalną recesję. Tu kluczowe jest przypomnienie, że Respect w założeniu miał stanowić praktyczne narzędzie i odpowiedzi na realne, dzisiejsze potrzeby rynku. Ponadto według wspomnianego już raportu Goldman & Sachs¹⁰ istnieje istotny związek pomiędzy ładem korporacyjnym a dbałością o aspekty społeczne i środowiskowe. Co więcej, wydaje się, że założenia takie potwierdza badanie „Polskie TFI w odniesieniu do Inwestycji Odpowiedzialnych Społecznie (SRI)”¹¹, które pokazało, że TFI uznają ład korporacyjny za najważ-

⁸ Ze względu na to, że sposób kalkulowania samego RESPECT Indeksu odbywa się według powszechnie dostępnego algorytmu analogicznego do wszystkich innych indeksów notowanych na GPW w Warszawie, element ten zostanie pominięty w niniejszym artykule.

⁹ A. Ling, S. Forrest, M. Fox, S. Feilhauer, *Introducing GS SUSTAIN*, Goldman & Sachs, czerwiec 2007.

¹⁰ A. Ling i in., wyd. cyt.

¹¹ I. Kwiatkowska, *Polskie TFI w odniesieniu do inwestycji odpowiedzialnych społecznie (SRI)*, „Odpowiedzialne Inwestowanie” 2009, luty.

niejszy element CSR (prawie 90% wskazań), a ok. 60% z nich chce w przyszłości brać kryteria środowiskowe i społeczne pod uwagę w decyzjach inwestycyjnych, ale za przeszkodę uważają brak prawdziwie społecznie odpowiedzialnych spółek (biznesowo, a nie PR-owo) oraz brak narzędzi oceny. Warto nadmienić, że poprawność podejścia została poddana ocenie Rady Naukowej projektu składającej się z takich wybitnych ekspertów z dziedziny zarządzania, jak prof. A. Dulnic (SGH, kierownik Katedry Rynków Kapitałowych), prof. A. Nowak (UW, dziekan Wydziału Zarządzania), prof. P. Płoszajski (SGH, kierownik Katedry Teorii Zarządzania).

3. Wyniki badania oraz wnioski płynące z analizy

W efekcie przeprowadzonego badania i audytu w indeksie znalazło się łącznie 16 firm. Na pierwszy rzut oka wyniki mogą wydać się dość kontrowersyjne. Wśród notowanych w indeksie spółek znalazło się kilka o trudnej przeszłości, takich jak TP – dla wielu symbol zatwardziałego monopolu, KGHM, za którym ciągnie się odium inwestycji w Kongu, czy też Orlen, którego imieniem ochrzczono jedną z komisji śledczych. Wbrew pozorom można to wytłumaczyć. Czynnikiem, który wpływał na rozwój koncepcji odpowiedzialnego zarządzania w wielu krajach, był ruch konsumencki i towarzysząca mu presja społeczna. Firmy musiały odczuć, że są piętnowane za niegodne postępowanie i w odpowiedzi podejmowały działania naprawcze. Mówi się, że w Polsce brakuje takiej presji. Jest to prawda, ale nie do końca, bo spółki takie jak wymienione powyżej są szczególnie obserwowane, np. przez urzędy i media. Dzięki temu nie raz już odczuły, ile kosztuje brak odpowiedzialności. Ocena obiektywnych czynników i zachowań dokonana w badaniu pokazuje, że wytworzyły one mechanizmy odpowiedzialnego zarządzania o wiele bardziej zaawansowane od mechanizmów firm, które nie znajdują się „pod lupą” otoczenia. Choć nie są one też jeszcze doskonałe, co potwierdzają nie tylko obiegowe opinie, równie lecz także brak najwyższych ocen ratingowych, to należy się im uznanie za wprowadzone już zmiany. Taki właśnie mechanizm sprawiał, że pierwszymi spółkami wdrażającymi odpowiedzialne rozwiązania były na świecie firmy z branż kontrowersyjnych i „brudnych”¹².

¹² Takie sektory znajdujemy w polskim indeksie: sektor paliwowy (PKN Orlen, Grupa Lotos, PGNiG), chemiczny (Ciech, Zakłady Azotowe w Tarnowie-Mościcach), wydobywczy (KGHM Polska Miedź). Główny reprezentant sektora energetycznego, czyli PGE, nie brał udziału w badaniu, ponieważ w chwili jego przeprowadzania nie był jeszcze notowany na GPW w Warszawie. Niemniej jednak również wdraża politykę CSR. W indeksie znalazły się również firmy z sektora drzewnego (Barlinek, Mondi Świecie). Kontrowersyjną ze społecznego punktu widzenia branżą jest też browarnictwo. Duża uwaga, jaką w związku z tym firmy z tego sektora przykładają do kwestii odpowiedzialności, tłumaczy obecność w indeksie Grupy Żywiec. Ostatni kryzys wiązał się z dużą presją dla branży finansowej. Najlepszym dowodem na wyciągnięcie wniosków z tej lekcji jest obecność w czołówce silnej reprezentacji banków: Banku BPH, CitiHandlowego, ING Banku Śląskiego, Banku Millennium, Banku Ochrony Środowiska, BRE Banku, BZ WBK (ostatnie cztery znalazły się w klasie ratingowej bezpośrednio sąsiadującej z klasą kwalifikującą do indeksu).

Przebieg procesu badawczego pokazał, że wypełnienie ankiety było dla niektórych firm trudne. Zadanie okazało się aspiracyjne i ambitne (proces zbierania danych), ale wykonalne i przedsiębiorstwa dobrze się z niego wywiązały. Audyt, wbrew pozorom, nie oznaczał obniżania ocen; wiele firm podeszło do ankiety dość zachowawczo, zaznaczając bezpieczniejsze odpowiedzi i w rezultacie audytu zyskiwało. Jedna firma została usunięta z badania ze względu na odmowę audytu.

Z deklaracji firm¹³ wyłania się obraz rodzimych spółek, który niekoniecznie napawa optymizmem:

- tylko 16% ma kompleksową strategię CSR, 60% nie ma żadnej, a działania podejmuje *ad hoc*¹⁴,
 - tylko 5,9% kompleksowo raportuje, 79% nie raportuje nic o CSR,
 - 13,4% nie posiada systemu zarządzania ryzykiem finansowym,
 - prawie 8% nie ma członków niezależnych w radach nadzorczych,
 - 8,4% rad nadzorczych nie przedstawia akcjonariuszom oceny sytuacji spółki, systemu kontroli i zarządzania ryzykiem,
 - tylko 49,6% zarządów deklaruje okresowy przegląd efektywności systemu zarządzania ryzykiem,
 - tylko 36,1% menedżerów ma w celach premiowych cele długoterminowe (powyżej 3 lat), a niespełna połowa – cele niefinansowe (tak ważne podczas kryzysu),
 - 58,8% nie posiada kodeksu etyki,
 - 24,4% ma klauzule etyczne i społeczne w umowach, 18,5% zastrzega sobie prawo do audytu dostawcy,
 - 60,5% ma ISO9001 (jakość zarządzania), tylko 25,2% ISO14000 (środowisko), 16% – ISO18000 (BHP) (należy domniemywać wobec tego, że wdrażanie wynika głównie z presji lub wymogów i regulacji, a nie z potrzeby działań optymalizacyjnych),
 - 50% nie przyjęło polityki środowiskowej,
 - niewiele ponad 50% podejmowało jakiegokolwiek działania związane z monitorowaniem wpływu na klimat,
 - 21% nie posiada procedur związanych z ochroną danych osobowych klientów.
- Warto jednak zauważyć, że:
- prawie 60% (58,8%) ankietowanych przedsiębiorstw oferuje dodatkową opiekę medyczną wszystkim swoim pracownikom (dodatkowo 10,1% tylko menedże-

¹³ Poniższe statystyki są rozkładami odpowiedzi dla całości próbki populacji spółek giełdowych, które wzięły udział w badaniu (119 z blisko 400). Należy wziąć pod uwagę następujące kwestie: (i) próba nie jest w pełni reprezentatywna – spółki dobrowolnie przystępowały do badania, a więc nie brały w nim zapewne udziału te, które czuły, że ich pozycja nie jest zbyt silna, (ii) tylko część spółek (20 ze 119) została poddana audytowi, tym samym wśród deklaracji mogą znaleźć się również takie, które nie mają potwierdzenia w rzeczywistości, (iii) w przeciwieństwie do typowego projektu badawczego, w przypadku Respect firmy nie były neutralne do badania i zależało im na uzyskaniu wysokiego wyniku.

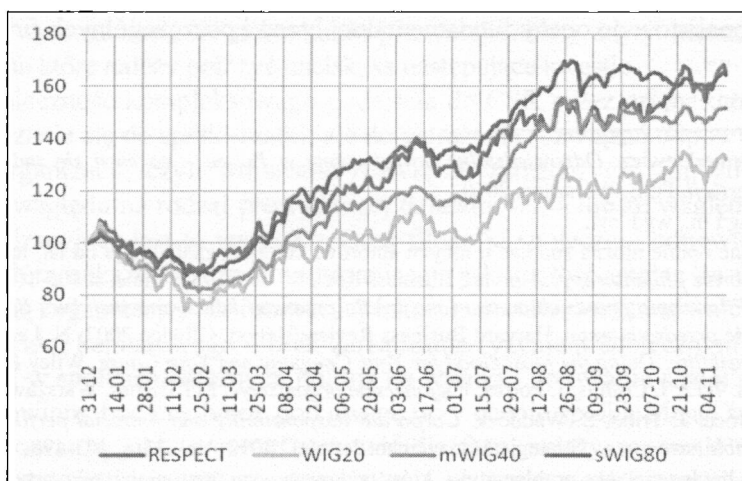
¹⁴ Tu oczywiście kwestią otwartą jest jakość tego, co firma określa mianem strategii, na ile jest ona kompleksowa, a na ile deklaratywna.

- rom), 16% – jakąś formę III filaru ubezpieczenia emerytalnego, 39,5% – ścieżkę rozwoju kariery, ok. 69,7% – refundację nauki (studia, języki obce),
- w analizowanych spółkach wynagrodzenia były lepsze od przeciętnej o ok. 30% (maksymalnie były 3-krotnie większe, najniższe stanowiły jedynie 40% średniej krajowej).

Jeszcze raz warto podkreślić, że zasadniczym celem badania nie były cele poznawcze, lecz stworzenie praktycznego narzędzia dla inwestorów. Komunikowanie tego celu wpłynęło na zachowanie spółek, wzbudzając chęć odpowiedzenia w sposób, który zwiększy szanse na zaistnienie w indeksie¹⁵, i na decyzję o wzięciu udziału w badaniu.

4. Zachowanie się indeksu

Choć, jak wspomniano, narzędzie badawcze zawiera sporo uproszczeń, to zachowanie się indeksu, zwłaszcza w czasie największych spadków notowanych na GPW w Warszawie w pierwszym kwartale 2009 r., potwierdziło jego większą stabilność (łagodniejsze, mniejsze spadki, ale również stabilniejsze wzrosty). Można zaobserwować to na wykresie, który prezentuje zachowanie się indeksu Respect na tle podstawowych indeksów warszawskiej giełdy (rys. 1).



Rys. 1. Porównanie indeksów w okresie 31.12.2008-4.11.2009 – symulacja wsteczna, 31.12.2008 = 100 punktów

Źródło: T. Wiśniewski, *RESPECT Index – konstrukcja indeksu*, GPW, 19.11.2009 (materiały konferencyjne).

¹⁵ Niemniej jednak, jak już wspomniano, nie stwierdzono istotnego zawyżania ocen – błędy korygowane przez audytora wynikały raczej z niewiedzy i niepewności, a nie były popełniane z premedytacją. Potwierdza to dokonywanie korekt zarówno w dół, jak i w górę.

Ponadprzeciętne wyniki indeksu potwierdza również analiza wsteczna notowań spółek zakwalifikowanych do Respect Index w różnych, w tym bardzo długich, bo 10-letnich, horyzontach czasowych, gdzie średnio spółki z Respect zyskały 334,9%, w porównaniu do 121,1% dla WIG¹⁶.

Warto pamiętać, co podkreślali autorzy raportu z Golden & Sachs¹⁷, że nie samo społecznie odpowiedzialne podejście wpływa na sytuację firmy, lecz także racjonalne i strategiczne „połączenie” go z kompetencjami oraz wyzwaniem danej branży¹⁸. Wówczas dopiero będzie można mówić o realnej i skutecznej biznesowo strategii zrównoważonego rozwoju. Zgodnie z dzisiejszym stanem wiedzy i badaniami empirycznymi, najbardziej obiecującymi obszarami badań, które poprzez wykazanie związku pomiędzy odpowiedzialnością a wynikiem finansowym mogą przyczynić się do rozwoju odpowiedzialnych inwestycji, są analizy powiązań z aktywami niematerialnymi¹⁹. Niemniej jednak autorzy wciąż nie są do końca zgodni co do kierunku obserwowanych relacji. Można wręcz mówić o pewnym zderzeniu dwóch przeciwnych teorii: teorii instrumentalnej i teorii wolnych zasobów²⁰.

Jeśli chodzi o konsekwencje dla podejścia narzędziowego, to w miarę ewolucji rynku oraz rozwoju wiedzy teoretycznej, nie wystarczy prawdopodobnie ograniczanie się do badania ankietowego. Nawet modyfikowane będzie mogło stanowić tylko wstępny „filtr”. Konieczne będzie zastosowanie nowych miar oraz zatrudnienie profesjonalistów do oceny fundamentalnej branż i poszczególnych firm.

¹⁶ P. Kaźmierkiewicz, *Odpowiedzialne inwestowanie w Polsce – co musi się zmienić po obu stronach inwestycji*, FOB, Warszawa 2010.

¹⁷ A. Ling i in., wyd. cyt.

¹⁸ Podobne opinie można spotkać u innych autorów, którzy sygnalizują je od lat, np.: C. Smith, *The new corporate philanthropy*, „Harvard Business Review” 1994, May-June, s. 105-107; M. Porter, M. Kramer, *Filantropia przedsiębiorstwa jako źródło przewagi konkurencyjnej*, [w:] *Spółeczna odpowiedzialność przedsiębiorstw*, Harvard Business Review/Helion, Gliwice 2007; N. Lee, *Corporate Social Responsibility: Doing the Most Good for Your Company and Your Cause*, Wiley & Sons, New Jersey 2005, s. 7-12; J. Collins, J. Porras, *Wizjonerskie organizacje*, MT Biznes, Warszawa 2008.

¹⁹ J. Surroca, J. Tribo, S. Waddock, *Corporate Responsibility and financial performance: The role of intangible resources*, „Strategic Management Journal” 2010, Vol. 31, s. 463-490.

²⁰ Jest to bardzo ciekawa problematyka, która wykracza poza ramy niniejszego artykułu. Więcej w: T. Donaldson, L. Preston, *The stakeholder theory of the corporation: Concepts, evidence, and implications*, „Academy of Management Review” 1995, Vol. 20, No. 1, s. 65-91; S. Waddock, S. Graves, *The corporate social performance-financial performance link*, „Strategic Management Journal” 1997, Vol. 18, No. 4, s. 303-319; ciż, *Quality of management and quality of stakeholder relationships: Are they synonymous?*, „Business & Society” 1997, Vol. 36, No. 3, s. 250-279; M. Orlitzky, F. Schmidt, S. Rynes, *Corporate social and financial performance: A meta-analysis*, „Organization Studies” 2003, Vol. 24, No. 3, s. 403-441; M. Orlitzky, *Corporate social performance and financial performance: A research synthesis*, [w:] A. Crane i in. (red.), *The Oxford Handbook of Corporate Social Responsibility*, Oxford University Press, Oxford 2009, s.113-137; A. Hillman, G. Keim, *Shareholder value, stakeholder management, and social issues: What's the bottom line?*, „Strategic Management Journal” 2001, Vol. 22, No. 2, s. 125-139.

5. Kierunki ewolucji

Zgodnie z logiką, jaka towarzyszyła założeniu o dostosowaniu poziomu badania ankietowego do realiów naszego rynku, i zgodnie z zapowiedziami, jakie towarzyszyły ogłoszeniu indeksu, badanie będzie ewoluowało. Jeżeli Respect ma stymulować firmy do wprowadzania kolejnych zmian, jeżeli polski rynek kapitałowy ma osiągnąć wysokie standardy w zakresie CSR, badanie musi się zmieniać. Małymi krokami, z okresu na okres, należy zwiększać oczekiwania. Już dziś można usłyszeć głosy ze strony firm, że wymagania ankiety są duże i że jest ona trudna²¹. Jednocześnie są tacy (wybrane organizacje pozarządowe), którzy oczekiwaliby większej szczegółowości. Choć pewnie nigdy nie uda się pogodzić stron, to z pewnością należy dążyć do osiągnięcia *status quo*, które będzie godziło interesy i oczekiwania różnych interesariuszy. Należy mieć jednak świadomość niebezpieczeństw i konsekwencji wprowadzania zmian w ankiecie. Głównie chodzi tu o utratę porównywalności wyników kolejnych edycji. Dlatego też zmiany powinny być dokonywane stopniowo²², ewolucja pod żadnym pozorem nie może oznaczać ingerowania w badane obszary i ich redefiniowania. Zmiany muszą prowadzić do pogłębiania badania poszczególnych obszarów i podobszarów opisanych pytaniami. Niemniej jednak wydaje się, że ogromną rolę będzie odgrywała tu odpowiednia komunikacja skierowana do firm mówiąca o rosnących wymaganiach. W stosunku do pierwszej ankiety edycji kluczowymi problemami, na które należy położyć nacisk, są następujące kwestie.

1. Konieczność kompleksowego podejścia do CSR przez grupy kapitałowe, tj. nieograniczania się do spółki-matki, ale do wdrażania rozwiązań odpowiedzialnych w całej organizacji, czyli wdrażania rozwiązań zarządczych tam, gdzie są one istotne ze względu na rodzaj prowadzonej działalności, a nie ze względu na strukturę organizacyjną. Jest to zgodne z samą filozofią społecznej odpowiedzialności biznesu, która nakazuje patrzeć na organizacje jako całość, mając na uwadze zarówno samą organizację, jak i nawet jej łańcuch dostaw. Jest to również zgodne z filozofią rynku kapitałowego – brak zarządzania ryzykiem społecznym lub środowiskowym w spółkach zależnych rzutuje na wyniki i notowania samej spółki, dlatego też powinny być one brane pod uwagę przy ocenie spółki. Mając świadomość dużego wyzwania, jakie może to stanowić dla firm, należy zapewnić mechanizm przejściowy, który pozwoli na odpowiadanie na poszczególne pytania lub grupy pytań w odniesieniu do całej grupy kapitałowej, jej części lub pojedynczej spółki. Mechanizm taki jest bardzo elastyczny i nie skazuje grup kapitałowych na niepowodzenie, lecz zmusza do podjęcia określonych działań. Daje on też szanse na zwiększanie presji w kolejnych okresach.

²¹ Potwierdzają to problemy, jakie niektóre firmy miały podczas zbierania informacji wewnątrz organizacji, co skutkowało po stronie organizatorów przedłużaniem terminu.

²² Choć z formalnego punktu widzenia jakakolwiek zmiana eliminuje pełną porównywalność fal badania.

2. Zróżnicowanie kryteriów ekologicznych dla firm o znaczącym wpływie na środowisko i zmniejszenie ich w przypadku branż, które stanowią niewielkie ryzyko dla otoczenia przyrodniczego. Tego typu mechanizm klasyfikowania branż funkcjonuje z powodzeniem od lat w indeksie FTSE4Good²³.

3. Doprecyzowanie i przedefiniowanie niektórych pytań, tak by uniknąć ich potencjalnej wieloznaczności z zachowaniem weryfikowalności (audytowalności) pytań; pytanie przedsiębiorców o wartości bezwzględne (liczby), co zwiększy poprawność metodologiczną i pomoże ograniczyć liczbę potencjalnych błędów.

4. Stworzenie kanału komunikacji zwrotnej dla inwestorów, spółek oraz szeroko rozumianego otoczenia, dzięki któremu w drodze dialogu możliwe było by kształtowanie narzędzia w przyszłości.

6. Podsumowanie

Mimo że wyniki indeksu są zgodne z przewidywaniami teoretycznymi, a stosunkowo łagodne zmiany napawają optymizmem, należy pozostać nieco krytycznym wobec całości. Nie chodzi wyłącznie o konieczne, okresowe modyfikacje narzędzia. Należy mieć świadomość słabego rozwoju naszego rynku SRI (a raczej jego braku): brakuje specjalistycznych agencji i firm badawczych, które analizowałyby pod tym kątem rynek, brakuje specjalistów po stronie zarówno spółek, jak i funduszy inwestycyjnych itd. Respect Index jest dopiero pierwszym krokiem, silnym bodźcem i warunkiem koniecznym, który oprócz wielu innych może przyczynić się do rozwoju SRI i całej koncepcji odpowiedzialnego zarządzania. Jest narzędziem, które może potwierdzić istnienie lub brak konkretnych mechanizmów, lecz nie jest na tyle szczegółowe, by ocenić poprawność biznesową przyjętych strategii. Dostosowane do obecnego rozwoju rynku, powinno stać się przedmiotem zainteresowania osób odpowiedzialnych za politykę gospodarczą w obszarze zrównoważonego rozwoju. Przy słabym ruchu konsumenckim, a tym samym słabych bodźcach popytowych płynących z rynku, presja z rynku kapitałowego może okazać się cenną alternatywą, która wpłynie na polskie przedsiębiorstwa i uczyni je bardziej odpowiedzialnymi.

Literatura

- Collins J., Porras J., *Wizjonerskie organizacje*, MT Biznes, Warszawa 2008.
Donaldson T., Preston L., *The stakeholder theory of the corporation: Concepts, evidence, and implications*, „Academy of Management Review” 1995, Vol. 20, No. 1, s. 65-91.
FTSE4Good Index Series, Inclusion Criteria, <http://www.ftse.com>.
Guidance on Social Responsibility, DRAFT ISO 26000 WD4.2, Geneva 2007.

²³ FTSE4Good Index Series, Inclusion Criteria, <http://www.ftse.com>.

- Hillman A., Keim G., *Shareholder value, stakeholder management, and social issues: What's the bottom line?*, „Strategic Management Journal” 2001, Vol. 22, No. 2, s. 125-139.
- Każmierkiewicz P., *Odpowiedzialne inwestowanie w Polsce – co musi się zmienić po obu stronach inwestycji*, FOB, Warszawa 2010.
- Kwiatkowska I., *Polskie TFI w odniesieniu do inwestycji odpowiedzialnych społecznie (SRI)*, „Odpowiedzialne Inwestowanie” 2009, luty.
- Lee N., *Corporate Social Responsibility: Doing the Most Good for Your Company and Your Cause*, Wiley & Sons, New Jersey 2005.
- Ling A., Forrest S., Fox M., Feilhauer S., *Introducing GS SUSTAIN*, Goldman&Sachs, czerwiec 2007.
- Mielechow P., Piskalski G., *CSR and Polish Business on Foreign Markets*, Friedrich Ebert Foundation, Warszawa 2009.
- Orlitzky M., *Corporate social performance and financial performance: A research synthesis*, [w:] A. Crane i in. (red.), *The Oxford Handbook of Corporate Social Responsibility*, Oxford University Press, Oxford 2009, s. 113-137.
- Orlitzky M., Schmidt F., Rynes S., *Corporate social and financial performance: A meta-analysis*, „Organization Studies” 2003, Vol. 24, No. 3, s. 403-441.
- Porter M., Kramer M., *Filantropia przedsiębiorstwa jako źródło przewagi konkurencyjnej*, [w:] *Społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstw*, „Harvard Business Review”, Helion, Gliwice 2007.
- Smith C., *The new corporate philanthropy*, „Harvard Business Review” 1994, May-June, s. 105-107.
- Społeczna odpowiedzialność biznesu w Polsce. Wstępna analiza*, Program Narodów Zjednoczonych ds. Rozwoju, Warszawa 2007.
- Surroca J., Tribo J., Waddock S., *Corporate Responsibility and financial performance: The role of intangible resources*, „Strategic Management Journal” 2010, Vol. 31, s. 463-490.
- Waddock S., Graves S., *Quality of management and quality of stakeholder relationships: Are they synonymous?*, „Business & Society” 1997, Vol. 36, No. 3, s. 250-279.
- Waddock S., Graves S., *The corporate social performance-financial performance link*, „Strategic Management Journal” 1997, Vol. 18, No. 4, s. 303-319.
- Wiśniewski T., *RESPECT Index – konstrukcja indeksu*, GPW, 19.11.2009 (materiały konferencyjne). *Wytyczne do raportowania kwestii zrównoważonego rozwoju (wersja 3)*, Global Reporting Initiative, Amsterdam 2007.

RESPECT INDEX – EXPECTATIONS, EXPERIENCES AND DIRECTIONS OF THE EVOLUTION OF THE FIRST SUSTAINABILITY INDEX QUOTED ON THE WARSAW STOCK EXCHANGE

Summary: Respect Index is a unique and pioneering project in Central Europe. Carrying out its first edition has brought many interesting experiences both in the cognitive dimension, i.e. by providing knowledge about the performance of Polish public listed companies and in the methodological dimension. This article's aim is to present the knowledge gained during the project, and the expectations of various stakeholder groups to the tool, and to discuss possible directions of its evolution.