

Edyta Mioduchowska-Jaroszewicz, dr
Wydział Nauk Ekonomicznych i Zarządzania
Uniwersytet Szczeciński

<https://doi.org/10.26366/PTE.ZG.2016.72>

Współczesny cel działalności przedsiębiorstwa – istota i pomiar

Abstrakt

Celem artykułu jest przedstawienie ewolucji celu działalności przedsiębiorstwa, wskazanie nowego kierunku działań współczesnych przedsiębiorstw i pomiaru celu działalności przedsiębiorstwa. Podstawowy cel działalności przedsiębiorstwa od lat 90-tych jest definiowany jako maksymalizacja wartości dla właścicieli. W obecnym czasie ten cel działalności przedsiębiorstwa jest uzupełniany o stwierdzenie, że maksymalizacja wartości w długim okresie jest tożsama ze społeczną odpowiedzialnością biznesu. Współcześni menedżerowie mają świadomość, że odpowiedzialności społeczna biznesu nie kłóci się z maksymalizacją wartości dla akcjonariuszy. Oznacza to, że przedsiębiorstwa powinny pracować nad produktami, które klienci zachcą kupować, wytwarzać te produkty wydajny sposób sprzedawać je po konkurencyjnych cenach i przestrzegać przepisów prawa związanych z ładem korporacyjnym. Spółki, które dobrze radzą sobie z maksymalizacją wartości swoich akcji, działają również w interesie społeczeństwa i przyczyniają się do budowania dobrobytu jego członków (Brigham, Houston 2015, s. 5, 11, 25). Na tle tych rozważań w artykule przedstawiono propozycje użyteczności miernika współczesnego celu działalności przedsiębiorstw funkcjonujących na rynku kapitałowym, którym może być Respect Index.

Słowa kluczowe: Respect Index, cel działalności przedsiębiorstwa.

KOD JEL: M20

Modern Aim of a Business Activity – essence and measurement

Abstract

The aim of the article is to present the evolution of the company's activities, an indication of the new direction of the activities of modern enterprises and the measurement of the activity of the company. The primary objective of the company's activities from the 90s is defined as the maximization of value for the owners. Currently, the goal of the company is completed with the statement that maximize long-term value is synonymous with corporate social responsibility. Today's managers are aware that corporate social responsibility is not at odds with maximizing shareholder value. This means that companies should work on products that customers want to buy, make these products efficient way to sell them at competitive prices and comply with the laws related to corporate governance. The companies that do well with maximizing the value of its shares, also operate in the interest of society and contribute to the welfare of its members (Brigham, 2015, Houston, s. 5, 11, 25). Against the background of these considerations, the paper presents proposals utility meter to the modern business enterprises operating in the capital market, which may be the Respect Index.

Keywords: Respect Index, aim of a business activity.

JEL CLASSIFICATION: M20

Wstęp

Świadomość celu działalności gospodarczej każdego podmiotu gospodarczego jest istotą sensu ich istnienia. Ewolucja celu działalności przedsiębiorstwa od zysku księgowego do maksymalizacji wartości wszystkich interesariuszy. Zmiany w poziomie wiedzy ogólnej, zmieniających się światopoglądów, rozwoju demokracji i zaspokojenie podstawowych potrzeb społeczeństwa wśród interesariuszy podmiotów gospodarczych spowodowała, że celem nie tylko jest zaspokojenie interesów właściciela, ale celem podmiotów gospodarczych stało się zaspokojenie interesów wszystkich osób funkcjonujących w otoczeniu bliższym i dalszym podmiotu gospodarczego. Zaspokojenie roszczeń interesariuszy wszystkich interesariuszy oznacza społeczną odpowiedzialność biznesu. To znaczy że przedsiębiorstwa powinny pracować nad produktami, które klienci zachcą kupować, wytwarzać te produkty w wydajny sposób, sprzedawać je po konkurencyjnych cenach i przestrzegać przepisów prawa związanych z ładem korporacyjnym. Spółki, które dobrze radzą sobie z maksymalizacją wartości swoich akcji, działają również w interesie społeczeństwa i przyczyniają się do budowania dobrobytu jego członków (Brigham, Houston 2015, s. 5, 11, 25). Reasumując można stwierdzić, że taki cel działalności przedsiębiorstwa to zaspokojenie potrzeb wszystkich interesariuszy, o czym piszą A. Black, P. Wright, J. E. Bachman (2000). Wskazując w swojej książce *„W poszukiwaniu wartości dla akcjonariuszy”*, że *„interesy wszystkich stron zainteresowanych działalnością spółki są w dłuższym okresie zbieżne”*.

Celem artykułu jest przedstawienie istoty i miary współczesnego celu działalności przedsiębiorstwa jakim jest Respect Index. Artykuł składa się z następujących części:

- Corporate Social Responsibility CSR współczesnym celem działalności firm,
- miara współczesnego celu działalności przedsiębiorstw - Respect Index,
- wnioski.

Czy idea Corporate Social Responsibility CSR może być współczesnym celem działalności firm?

Obecnie głównym celem działalności przedsiębiorstwa przyjmuje się maksymalizację wartości dla właścicieli, czyli pomnażanie ich bogactwa. Na ten cel składa się szereg celów szczegółowych. Wzajemne powiązania celów, ich złożoność i współzależność tworzą system celów przedsiębiorstwa (Buczkowska 2012, s. 9). cele szczegółowe zestawiono w tabeli 1.

Tabela 1. Hierarchia celów w przedsiębiorstwie

Cel nadrzędny	Cele podstawowe	Subcele
Maksymalizacja bogactwa właścicieli	Maksymalizacja zysku bilansowego	Przychody i zyski Koszty i straty
	Zachowanie płynności finansowej	Płynne środki finansowe Zobowiązania wymagalne
	Innowacyjność i rozwój	Nowe produkty Inwestycje rozwojowe
	Zaspokajanie wymagań i potrzeb klienta	Umocnienie pozycji na rynkach Efektywność reklamy i marketingu

Źródło: opracowanie własne za (Sawicki 2001, s. 10).

Początek XXI wieku stał się początkiem kształtowania współczesnego celu działalności przedsiębiorstwa, który uległ modyfikacji albo nabrał nowego wymiaru wyniku wzmocnienia siły idei Corporate Social Responsibility CSR (Zrównoważony Rozwój). Idea CSR zrodziła się w odpowiedzi na zmieniające się środowisko funkcjonowania działalności gospodarczej. Poglądy klasycznych twórców ekonomii A. Smitha i D. Ricardo były związane dążeniem podmiotów gospodarczych do zysku. Każdy podmiot indywidualnie dążył do zaspokojenia swojego interesu jakim jest zysk. Natomiast interesy społeczne były wypadkową interesów indywidualnych. Okazało się jednak, że harmonia interesu osobistego i społecznego nie mogła istnieć w wiecznie (Grzegorzewska-Ramocka 2009, s. 60).

Zmiany występujące w rynku i w społeczeństwie były przyczyną dewaluacji klasycznego celu działalności przedsiębiorstwa. Rynek uległ zmianie wyniku ogólnoswiatowych tendencji w liberalizacji gospodarki, rosnąca role liderów rynkowych, prywatyzacji, ograniczeń działań „państwa opiekuńczego”, decentralizacji oraz wzrostu konkurencji na rynkach wielu dóbr. Rosnące bogactwo społeczeństwa i zaspokojenie podstawowych potrzeb, spowodowało przewartościowanie postrzegania działalności gospodarczej (Rogosiński 2000, s. 29).

Zwolennikom idei CSR przypisuje się tworzenie utopijnej wizji rozwoju przedsiębiorstwa, bez uwzględnienia fundamentalnego czynnika jakim jest zysk finansowy. Jest jednak inaczej. Wydatki związane wdrażaniem strategii zrównoważanego rozwoju nie są tylko dodatkowym kosztem związanym z wolontariatem, akcjami społecznymi czy sponsoringiem. Wprowadzenie Corporate Social Responsibility wiąże się z zaspokojeniem potrzeb w wszystkich interesariuszy dbając o minimalizację negatywnego wpływu na środowisko i budowanie pozytywnego i obustronnego korzystnej relacji z interesariuszami. To podejście wskazuje na zysk jako nadal miernik celu działalności przedsiębiorstwa i wskaźnikiem sukcesu. Osiągnięcie zysku jednak jest przedstawiany przez pryzmat oceny przedsiębiorstwa przez otoczenie dalsze związane z wizerunkiem „moralnym”. Wizerunek

„moralny” wiąże się działaniem przedsiębiorstwa zgodnie z zasadami nie szkodenia innym. Przykładem skrajnego skoncentrowania wyłącznie na finansowym aspekcie rozwoju firmy i związanymi z tym konsekwencjami jest np. tragedia w Rana Plaza w Bangladeszu z kwietnia 2013 roku. Odpowiedzialność za to katastrofalne w skutkach zaniedbanie związane z zapewnianiem bezpieczeństwa pracy nie została przypisana wyłącznie właścicielowi fabryki. Moralna wina spoczęła również na tych przedsiębiorstwach, które nie zwracając uwagi na panujące warunki realizowania kolejnych zleceń (Panek-Owsiańska 2015).

Zatem CSR to więcej niż zysk. Idea CSR to tworzenie wspólnej wartości dla wszystkich interesariuszy firmy (ang. *sharedvalue*), co oznacza włączanie zarówno kwestii ekonomicznych, jak i etycznych, społecznych oraz środowiskowych do strategii biznesowych. Na początku ideę CSR traktowano jako zobowiązania dobrowolne, wykraczające poza regulacje prawne zgodnie z definicją zaproponowaną Komisją Europejską w 2001 roku „CSR to koncepcja zgodnie z którą przedsiębiorstwa dobrowolnie uwzględniają problematykę społeczną i środowiskową w swojej działalności gospodarczej i stosunkach z zainteresowanymi stronami” (COM 2001, 366). W 2011 roku zmieniono koncepcję strategii CSR i jej definicję, która obecnie brzmi: „odpowiedzialność przedsiębiorstw za ich wpływ na społeczeństwo”. Poszanowanie dla mającego zastosowanie prawodawstwa, a także dla układów zbiorowych pomiędzy partnerami społecznymi, jest warunkiem wstępnym wypełniania zobowiązań wynikających z tej odpowiedzialności. Aby w pełni wypełniać te zobowiązania, przedsiębiorstwa powinny dysponować mechanizmem integracji kwestii społecznych, środowiskowych, etycznych i tych związanych z prawami człowieka, jak i problemów konsumentów ze swoją działalnością oraz podstawową strategią, w ścisłej współpracy z zainteresowanymi stronami, w celu (*Komunikat Komisji...*, s. 681):

- maksymalizacji tworzenia wspólnych wartości dla ich właścicieli/udziałowców i innych zainteresowanych stron i społeczeństwa jako całości,
- rozpoznawania, zapobiegania i łagodzenia ich możliwych negatywnych skutków.

Z tego też powodu CSR w swoim znaczeniu stał się bardziej obligatoryjny ze względu na fakt, że wszystkie organizacje bez wyjątku generują różnorodne wpływy społeczne czy środowiskowe. Niektóre kraje Unii Europejskiej już teraz wymagają od firm ujawniania informacji na temat tego, co robią na rzecz społeczeństwa czy środowiska na przykład w formie dodatkowych publikacji – raportów społecznych. Do takich państw należą na przykład: Dania, Wielka Brytania czy Francja. Dobrowolność CSR przestaje być cechą charakterystyczną koncepcji, której zasady wdrażają tylko wybrani. Tak też, w pewnym sensie można interpretować regulacje dotyczące sprawozdawczości pozafinansowej, które

obejmą niektóre przedsiębiorstwa a zaczną w Polsce obowiązywać od 2017 roku na podstawie przyjętej we wrześniu ubiegłego roku Dyrektywy 2014/95/UE dotyczącej raportowania danych niefinansowych (Panek-Owsiańska 2015).

W związku rozpoczęciem obowiązywania wcześniej wspomnianej Dyrektywy UE, trwają prace nad nowelizacją ustawy o rachunkowości w celu dostosowania jej do wymogów, która wskazuje aby zwiększyć spójność i porównywalność informacji niefinansowych ujawnianych na terytorium Unii, niektóre duże jednostki powinny przygotowywać oświadczenie na temat informacji niefinansowych zawierające informacje dotyczące przynajmniej kwestii środowiskowych, społecznych i pracowniczych, poszanowania praw człowieka, przeciwdziałania korupcji i łapownictwu. Sprawozdanie takie powinno zawierać opis polityki, wyników oraz ryzyka związanych z tymi sprawami oraz powinno być włączane do sprawozdania z działalności danej jednostki. Oświadczenie na temat informacji niefinansowych powinno też zawierać informacje na temat procesów należytej staranności wdrażanych przez jednostkę, również – w stosownych przypadkach i na zasadzie proporcjonalności – w odniesieniu do jej łańcuchów dostaw i podwykonawców, w celu identyfikacji obecnego lub potencjalnego negatywnego wpływu, zapobieżenia mu lub złagodzenia go. Państwa członkowskie powinny mieć możliwość zwolnienia jednostek objętych niniejszą dyrektywą z obowiązku przygotowania oświadczenia na temat informacji niefinansowych, jeżeli przedstawione zostanie odrębne sprawozdanie dotyczące tego samego roku obrotowego i równoważne pod względem treści (*Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady 2014/95/UE*).

Miara współczesnego celu działalności przedsiębiorstw - Respect Index

Indeks Respect jest miernikiem wprowadzonym na Giełdę Papierów Wartościowych (GPW) aby odnieść się do światowych trendów związanych ze społeczną odpowiedzialnością biznesu. Nazwa miernika RESPECT wynika z pierwszych liter od angielskich nazw związanych z aspektami działalności przedsiębiorstwa, które ma on oceniać to znaczy (Leoński 2016, s.175-177):

- R– responsibility (odpowiedzialność),
- E – ecology (ekologia),
- S – sustainability (zrównoważony rozwój),
- P – participation (partycypacja),
- E – environment (środowisko),

C– community (społeczność),

T– transparenty (transparentność).

Tworzenie indeksu Respect polega na analizie spółek notowanych na Głównym Rynku Giełdy Papierów Wartościowych w Warszawie z wyłączeniem rynku New Connect, spółek zagranicznych i duallistingowanych. Etapy tworzenia indeksy respektu obejmują trzy etapy. Dwa pierwsze etapy badania prowadzone są niezależnie i bez udziału samych spółek, wyłącznie na podstawie informacji ogólnie dostępnych. Dopiero trzeci etap badania przewiduje bezpośrednie wizyty w siedzibach spółek i wymaga ich zgody na udział w projekcie. Po dokonaniu wstępnej klasyfikacji spółek pod względem spełnienia kryterium płynności, przedmiotem badania są praktyki spółek w zakresie ładu korporacyjnego (Corporate Governance), ładu informacyjnego i relacji z inwestorami, a także w obszarze ich działań środowiskowych, społecznych i adresowanych do pracowników (<http://www.odpowiedzialni.gpw.pl>).

Indeks RESPECT giełda oblicza od 19 listopada 2009 roku. Indeks obejmuje firmy odpowiedzialne społecznie notowane na Głównym Rynku GPW, które znalazły się na pozycji nie niższej niż 150 w rankingu indeksów. Datą bazową indeksu jest 31 grudnia 2009 roku. Pierwsza wartość indeksu RESPECT wynosiła 1000 pkt. RESPECT jest indeksem dochodowym i przy jego obliczaniu uwzględnia się zarówno ceny zawartych w nim akcji, jak i dochody z dywidend i praw poboru. Spółki należące do indeksu Respect to tylko 24 spółki na 476 spółek notowanych GPW na dzień 28.08.2015, co stanowi 5% wszystkich spółek notowanych GPW w Warszawie. W tabeli 2 przedstawiono spółki należące do Indeks Respect na dzień 12.06.2015 roku z ilością akcji w portfelu, udziałem w obrocie, wpływem zmiany indeksu, zmianą kursu akcji i wartością kursu na dzień 18 października 2016.

Analiza danych zawartych w tabeli wskazuje, że największy udział w indeksie Respect mają spółki z sektora energetycznego (Tauron Polska Energia, PKN Orlen, PGNiG, PGE, KGHM Polska Miedź SA, Energa, Elektrobudowa, Bogdanka) i sektora finansowego (BPH, BZ WBK, Handlowy, ING Bank Śląski, Millenium, PZU). Największy wpływ na wartość indeksu Respect miał i ma, w tym momencie obrót spółek takich PKN Orlen, KGHM, BZ WBK, PGNiG, PZU i PGE. Wartość rynkowa akcji spółek tworzących indeks Respect stanowi około 74 mld zł, spółki decydujące o wartości indeksu pochodzą z sektora energetycznego i bankowego, co jest pochodną udziału akcji tych spółek w portfelu tworzącym indeks. Akcje tych spółek stanowi 60% portfela wszystkich spółek tworzących Index Respect. Oznacza to że wartość tego indeksu zależy od kształtowania się cen akcji siedem spółek giełdowych kontrolowanych przez Państwo. Pięć spółek należących do sektora

energetycznego i finansowego decydują również o wartości innych indeksów giełdowych, tym bardziej że te spółki pochodzą z WIG 20.

Tabela 2. Spółki należące do Indeksu Respect, stan na 18 października 2016

L.p.	Instrument	Pakiet	Wartość rynkowa pakietu (PLN)	Udział w portfelu (%)	Udział w obrotach akcjami i PDA na sesji (%)	Średni spread na sesji (punkty bazowe)
1	PKNORLEN	116276000	7880024520	10,732	6,14	6
2	BZWBK	23545000	7388421000	10,062	3,64	12
3	KGHM	103180000	7186487000	9,787	6,66	6
4	PGNIG	1418006000	7175110360	9,772	2,38	22
5	PZU	273344000	6915603200	9,418	5,66	11
6	PGE	654937000	6739301730	9,178	4,89	12
7	INGBSK	32525000	4716125000	6,423	0,38	34
8	ORANGEPL	647357000	3618725630	4,928	2,15	21
9	MILLENNIUM	605345000	3589695850	4,889	1,39	29
10	LOTOS	86543000	2574654250	3,506	0,74	14
11	GRUPAAZOTY	41439000	2560930200	3,488	0,18	35
12	HANDLOWY	32664000	2553998160	3,478	0,82	22
13	TAURONPE	1043590000	2525487800	3,439	1,80	42
14	BUDIMEX	10451000	2179033500	2,968	0,18	63
15	ENERGA	200740000	1507557400	2,053	2,93	17
16	GPW	27192000	1008823200	1,374	0,50	11
17	APATOR	25529000	778379210	1,060	0,03	138
18	BOGDANKA	11564000	778141560	1,060	1,84	25
19	KOGENERA	7449000	700206000	0,954	0,03	48
20	ELBUDOWA	4747000	483719300	0,659	0,01	82
21	PELION	7298000	384458640	0,524	0,07	123
22	BOS	19647000	181145340	0,247	0,01	84
			73426028850	100	42,43	39

Źródło: opracowanie własne na podstawie www.gpw.pl

W tabeli 3 zestawiono wartość indeksów giełdowych zestawionych na dzień 18 października 2016, które zostały opisane przez wartość trzech wskaźników cena do zysku (C/Z), cena do wartości księgowej (C/WK) i stopy dywidendy.

Analiza indeksu Respect na tle innych indeksów giełdowych pod względem wskaźnika C/Z ceny, informuje że wartość tego indeksu może stanowić atrakcyjną formę inwestycji. Akcje wchodzące w skład portfel tego indeksu, należy pamiętać, pochodzą przede wszystkim od spółek państwowych, które są narażone zwiększonej mierze na ryzyko polityczne (zmiany grupy zarządzającej wpływają na zmianę obsady kierowniczych stanowisk).

Wskaźnik C/Z generalnie interpretuje się, że im tańsze akcje, tym mniejsza wartość wskaźnika. Na tle innych indeksów wartość indeksu Respect na poziomie 32,92, znajduje się w tej części klasyfikacji indeksów, które są wyceniane najwyżej. Indeksami o najwyższych wartościach charakteryzuje się WIG Energa – 99,22, WIG Deweloperzy – 55,69, WIG CEE – 33,55 i WIG Paliwa – 33,01. Na dość wysoki poziom wartości indeksu Respect ma wpływ

wysoki poziom indeksów sektorowych takich jak: WIG Energa i WIG Paliwa, ponieważ spółki które tworzą te indeksy decydują również o wartości portfela indeksu Respect.

Wartość wskaźnika C/WK dla indeksu Respect jest niższa od jedności, co wskazuje, że cena rynkowa 1 akcji jest niższa od równowartości kapitałów własnych przypadających na 1 akcję, oznacza to, że rynek kapitałowy niezbyt pozytywnie ocenia zdolność spółki do generowania zysków, i nie jest pewny, co do wzrostu wartości akcji tworzących portfel w przyszłości. Biorąc pod uwagę wartości wskaźnika C/WK w porównaniu do innych indeksów, również jego wartość na poziomie 0,93 nie zachwyca. Znacząca część spółek posiada wartości większe od jedność.

Stopa dywidendy wyrażona jest relacją wartości dywidendy przypadającej na akcję i ceny rynkowej 1 akcji. Im wyższa wartość tego wskaźnika, tym większa stopa zwrotu z zainwestowanego kapitału, który uzyskuje akcjonariusz. Stopa dywidendy w przypadku wskaźnika Indeks Respect wynosi 3,70 i jest dość wysoka tylko cztery inne indeksy giełdowe przewyższają wartość tego indeksu, takie jak: WIG DIV, WIG CEE, WIG Energa i WIG Telekomunikacyjny. Trzy indeksy posiadają stopę dywidendy na tym samym poziomie takie jak: WIG Banki, WIG i mWIG40. Dochodowa wartość wskaźnika jest dość wysoka.

Tabela 3. Wartości indeksów giełdowych na dzień 18 listopada 2016

Wyszczególnienie	Wskaźniki		
	C/Z	C/WK	STOPA DYWIDENDY
WIG 20 M	26,50	0,97	3,10
mWIG40	26,35	1,68	3,70
sWIG80	X	1,09	2,30
WIG30	31,09	1,03	2,80
WIG	16,39	0,80	3,70
WIG DIV	28,46	1,01	4,90
WIG CEE	33,55	1,06	5,80
WIG POLAND	30,79	1,12	3,20
WIG UKRAINE	6,03	1,11	1,20
WIG BANKI	9,92	0,65	3,70
WIG BUDOWNICTWO	8,34	1,92	2,80
WIG CHEMIA	12,47	1,33	2,00
WIG DEVELPOERZY	55,69	0,86	8,60
WIG ENERGA	99,12	0,54	6,40
WIG INFORMATYKA	18,08	1,59	2,40
WIG MEDIA	19,01	1,40	0,40
WIG PALIWA	33,01	1,05	3,00
WIG SPOŻYWCZY	10,46	1,31	1,50
WIG SUROWCE	X	1,08	1,10
WIG TELEKOMUNIKACJA	X	0,62	5,50
RESPECT	32,92	0,93	3,70
INWESTOR MS	X	1,08	3,50

C/Z – cena rynkowa 1 akcji do zysku netto na 1 akcje

C/WK – cena rynkowa 1 akcji do wartości księgowej 1 akcji

STOPA DYWIDENDY – dywidenda na 1 akcje do ceny rynkowej 1 akcji

Źródło: opracowanie na podstawie notowań GPW z dnia 18.11.2016.

Analizując wyniki Indexu Respect należy pamiętać, że tworzą go elitarne spółki. Podmioty tworzące ten miernik są większej mierze spółkami państwowymi, które dają też przykład dla innych przedsiębiorstw, w którą stronę powinny podążać, pod względem zachowań związanych CSR. Dlatego Index Respect jest ważny jako miernik celu współczesnego przedsiębiorstwa, ale tylko dla wybranych jednak „elit”. Ważniejsza jednak powinna być świadomość społeczeństwa, na czym polegają reguły związane CSR. Ponieważ każdy z nas chce pozytywnego wpływu przedsiębiorstw na otoczenie bliższe i dalsze. Rosnąca konkurencja wśród podmiotów gospodarczych doprowadziła do możliwości konkurowania nie tylko cenami, ale również zachowaniami w sferze socjalnej, ekologicznej i ekonomicznej. Dlatego ważniejszym miernikiem współczesnego celu działalności przedsiębiorstwa jest trwanie na rynku, o czym mówią nam teorie behawioralne.

Potwierdzają to badania²² przeprowadzone wśród małych i średnich przedsiębiorstw. Dla 39,4% małych i średnich firm najważniejsze jest utrzymanie się na rynku. Następne ważne cele to w kolejności: wzrost sprzedaży (20,4%), wzrost zysku (14,7%), zapewnienie pracy i dochodów właścicielowi i jego rodzinie (11,3%), wzrost udziału w rynku (11%), wzrost wartości rynkowej przedsiębiorstwa (2,5%). Dla porównania – tylko dla 19,3% dużych firm (zatrudniających powyżej 250 pracowników) celem strategicznym jest przetrwanie na rynku (Wilczyński 2014, s. 552). Warunkiem przetrwania jest zachowanie płynności finansowej. Głównym czynnikiem determinującym płynność finansową jest efektywność działalności operacyjnej.

Podsumowanie

Współczesnym celem działalności przedsiębiorstwa jest zaspokojenie potrzeb wszystkich interesariuszy i tylko przyjęcie takiego długookresowego celu działalności przedsiębiorstwa, niezależnie od formy prawnej umożliwi trwanie na rynku.

Uznając interes właścicieli za nadrzędny, przedsiębiorstwo stwarza podwaliny, idąc tym tokiem rozumowania, do własnego rozwoju. Uznanie nadrzędności interesu właścicieli nie stoi więc w sprzeczności z koncepcją społecznego modelu przedsiębiorstwa. Interes właścicieli nie może być bowiem realizowany – na co zwrócono uwagę powyżej – bez uwzględnienia celów poszczególnych grup interesariuszy. Zbudowanie stabilnych,

²² Badanie zostało przygotowane przez PKPP Lewiatan w ramach projektu „Monitoring kondycji sektora Ministerstwa Skarbu Państwa w latach 2010–2012”, które było współfinansowane ze środków unijnych w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego, a zrealizowane przez CBOS (15–19 sierpnia 2011 r.) na ogólnopolskiej próbie ponad 1500 aktywnych przedsiębiorstw prywatnych (Wilczyński 2014, s. 552).

długofalowych relacji z poszczególnymi grupami interesariuszy, opierając je na wzajemnym zaufaniu, stanowi podstawę dla realizacji wartości dla właścicieli (Górczyńska 2013, s.102)

Na tym tle indeks Respect jest miernikiem przyszłości, który będzie i już stanowi benchmark dla spółek notowanych giełdzie do oceny realizacji współczesnego celu działalności przedsiębiorstwa. Analizując wartości indeksu Respect należałoby stwierdzić, że pozytywny jest fakt istnienia takiego indeksu giełdowego, który umożliwia inwestorom inwestowanie w spółki, które charakteryzują się odpowiedzialnością społeczną rozumianą w zarządzaniu i w koncepcja do prowadzenia biznesu, a także budują dobre i trwałe relacje, oparte o wzajemne zrozumienie oczekiwań i szacunek z szeroko rozumianym otoczeniem biznesowym (tj. ze wszystkimi zainteresowanymi stronami: pracownikami, dostawcami, klientami, społecznością lokalną, akcjonariuszami oraz zakładającą dbałość o środowisko naturalne). Daje też możliwość realizowania współczesnego celu działalności każdego przedsiębiorstwa, jaki powinno być zaspokojenie wszystkich interesariuszy, czyli nie tylko akcjonariuszy, wierzycieli, zarządu przedsiębiorstwa, pracowników, klientów i dostawców oraz szeroko rozumianego społeczeństwa.

W dłuższym okresie powinna zwiększyć się ilość spółek giełdowych, które mogłyby znaleźć się w indeksie Respect, i w tym na pewno pomoże unijna dyrektywa, która ma zacząć obowiązywać od 2017 roku. Na skutek jej wdrożenia, spółki giełdowe, banki oraz fundusze inwestycyjne, które zatrudniają ponad 500 osób i mają sumę bilansową powyżej 20 mln EUR lub obroty netto powyżej 40 mln EUR, będą musiały raportować tzw. dane pozafinansowe. Duże spółki giełdowe (przekraczające dwa z trzech progów: liczba pracowników ponad 250 osób, suma bilansowa powyżej 20 mln EUR a przychody netto powyżej 40 mln EUR) będą musiały tłumaczyć się w raportach z polityki różnorodności w zarządach i radach nadzorczych. Czyli dlaczego oraz ile zatrudniają osób określonej płci, pochodzenia, wykształcenia. Unijny obowiązek raportowania danych pozafinansowych według szacunków firmy doradczej Deloitte obowiązek ten obejmie w Polsce ok. 300 największych spółek oraz instytucji finansowych w Polsce. Większość z nich jest do tego zupełnie nieprzygotowana.

W Polsce, jak dotychczas, jedynie ok. 40 spółek raportuje w różnej formie dane pozafinansowe, ale nie są one porównywalne. Dotyczy to głównie firm wchodzących w skład Respect Indeks, giełdowego indeksu spółek odpowiedzialnych społecznie. Jedynie pięć spółek robi to w formie raportu rocznego, zintegrowanego z danymi finansowymi, zgodnie z międzynarodowymi wytycznymi IIRC (International Integrated Reporting Council). Do tej pory powstało około 150 takich raportów w 26 krajach. Respect Indeks dotychczas był traktowany głównie jako element kreowania wizerunku. Spółek, jak i samej GPW,

bo inwestorzy raczej nie interesowali jego składem, a na pewno nie podejmowali na jego podstawie decyzji inwestycyjnych. Danymi pozafinansowymi polskich spółek interesowali się bardziej inwestorzy zagraniczni. W niektórych krajach Unii Europejskiej oraz USA, Kanadzie, RPA i Japonii już od dawna istnieje obowiązek raportowania danych pozafinansowych. 78 proc. inwestorów w Europie stwierdza, że obecny poziom ujawniania informacji pozafinansowych jest niewystarczający do oceny ryzyka inwestycyjnego (Krukowska 2015).

Bibliografia

1. Black A., Wright P., Bachman J.E., i in., *W poszukiwaniu wartości dla akcjonariuszy*, Dom Wydawniczy ABC, Warszawa 2000.
2. Brigham E.F., Houston J., *Zarządzanie finansami*, PWN, Warszawa 2015.
3. Buczkowska A., *Cele przedsiębiorstwa a pomiar jego dokonań*, Zeszyty Naukowe Uniwersytet Szczeciński nr 684, Finanse, Rynki finansowe, Ubezpieczenia nr 45, 2012.
4. Dyrektywa Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady 2014/95/UE z dnia 22 października 2014 r. zmieniająca dyrektywę 2013/34/UE w odniesieniu do ujawniania informacji niefinansowych i informacji dotyczących różnorodności przez niektóre duże jednostki oraz grupy (Tekst mający znaczenie dla EOG), 15.11.2014 PL Dziennik Urzędowy Unii Europejskiej L 330/1,
5. GREEN PAPER Promoting a European framework for Corporate Social Responsibility COMMISSION OF THE EUROPEAN COMMUNITIES, COM (2001) 366, Brussels, s.7, <http://ec.europa.eu/transparency/regdoc/rep/1/2001/EN/1-2001-366-EN-1-0.Pdf>, [dostęp: 16.11.2016].
6. Grzegorzewska-Ramocka E., *Cele ekonomiczne i społeczne*, „Gospodarka Narodowa”, 2000, nr 7-8.
7. <http://ec.europa.eu/transparency/regdoc/rep/1/2011/PL/1-2011-681-PL-F1-1.Pdf>, [dostęp: 16.11.2016].
8. <http://legislacja.rcl.gov.pl/docs//2/12284105/12346261/12346262/dokument253745.pdf>, [dostęp: 18.11.2016].
9. http://www.bmfbovespa.com.br/Indices/download/ISE_ing.pdf KLD Global Sustainability Index Series (GSI).
10. <http://www.calvert.com/sri-index.html>, [dostęp: 28.08.2015].

11. http://www.ftse.com/Indices/FTSE4Good_Index_Series/index.jsp, [dostęp:28.08.2015]
12. [http://www.jse.co.za/About-Us/SRI/Introduction to SRI Index.aspx](http://www.jse.co.za/About-Us/SRI/Introduction_to_SRI_Index.aspx), [dostęp: 28.08.2015].
13. <http://www.kld.com/indexes/gsinde/index.html>, [dostęp: 28.08.2015].
14. http://www.odpowiedzialni.gpw.pl/indeksy_csr_na_swiecie, [dostęp: 28.08.2015].
15. http://www.odpowiedzialni.gpw.pl/kryteria_oceny_spolek, [dostęp: 28.08.2015].
16. <http://www.pte.pl/kongres/referaty/Galewski%20Tomasz/Galewski%20Tomasz%20-%20CELE%20PRZEDSI%20C4%98BIORSTWA%20A%20METODY%20POMIARU%20ICH%20DOKONA%20C5%83.pdf>, [dostęp: 18.10.2016].
17. <http://www.sustainability-index.com/>, [dostęp: 28.08.2015].
18. https://www.mr.gov.pl/media/15924/20141201_CELEX_32014L0095_PL_TXT.pdf, [dostęp: 16.11.2016].
19. Komunikat Komisji do Parlamentu Europejskiego, Rady, Europejskiego Komitetu Ekonomiczno-Społecznego i Komitetu Regionów Odnowiona strategia UE na lata 2011-2014 dotycząca społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw, Bruksela, z dnia 25.10.2011 KOM(2011) 681.
20. Leoński W., *Znaczenie społecznej odpowiedzialności biznesu dla spółek giełdowych*, Studia i Prace, WNEiZ US, 2016, nr 44/1.
21. Panek-Owsiańska M., *Wspólny cel: zmiana*, Dodatek tematyczny dystrybuowany wraz z Gazetą Wyborczą, 2.03.2015, <http://odpowiedzialnybiznes.pl/aktualno%20C5%9Bci/csr-biznes-spoleszenstwo-srodowisko-dodatek-do-gazety-wyborczej/>, [dostęp:14.11.2016].
22. Rogoziński K., *Usługi rynkowe*, Akademia Ekonomiczna w Poznaniu, Poznań 2000.
23. Sawicki K., *Polityka bilansowa jako narzędzie zarządzania firmą*, [W:] Sawicki K. (red.), *Polityka bilansowa i analiza finansowa. Nowoczesne instrumenty zarządzania firmą*, Ekspert, Wrocław 2001.
24. Wilczyński R., *Pomiar efektywności a cele przedsiębiorstw*, Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, Finanse. Rynki finansowe. Ubezpieczenia. Efektywność inwestycji i wycena przedsiębiorstwa, 2014, nr 66.