

*Przemysław Sałek*

Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie

## **Ocena komunikacji między spółkami giełdowymi skupionymi w Respect Index a potencjalnymi akcjonariuszami**

### **EXAMINATION OF COMMUNICATION BETWEEN RESPECT INDEX COMPANIES AND THEIR POTENTIAL SHAREHOLDERS**

*Głównym celem niniejszego artykułu jest ocena tego w jaki sposób spółki giełdowe, określające siebie jako odpowiedzialne społecznie (skupione w Respect Index) komunikują się z potencjalnymi inwestorami, którzy są zainteresowani inwestowaniem społecznie odpowiedzialnym. 18 z 24 spółek przesłało potencjalnemu inwestorowi informacje o zrealizowanych w 2014 roku projektach z zakresu CSR. Ten wynik należy uznać jako dobry. Za negatywny należy uznać jednak fakt, że część przesłanych informacji była ogólnikowa i przypominająca bardziej reklamę niż rzetelną informację.*

*W pierwszej części artykułu zostaną wyjaśnione podstawowe zagadnienia, wprowadzające do tematu badań, tj. społeczna odpowiedzialność biznesu, inwestowanie społecznie odpowiedzialne, relacje inwestorskie oraz Respect Index. Następnie, zostanie zaprezentowane badanie dotyczące komunikacji między spółkami giełdowymi z Respect Index a potencjalnymi akcjonariuszami. Na końcu pracy zostaną przedstawione uwagi autora dotyczące projektów z zakresu społecznej odpowiedzialności biznesu realizowanych przez spółki z Giełdy Papierów Wartościowych w Warszawie.*

*Dodatkowo w opracowaniu zostaną również zaprezentowane obszary, w których w 2014 roku najczęściej realizowane były projekty z zakresu społecznie odpowiedzialnego biznesu.*

**Słowa kluczowe:** społeczna odpowiedzialność biznesu, inwestowanie społeczne odpowiedzialne, relacje inwestorskie

### **Wstęp**

W XXI wieku obserwujemy stały rozwój społecznej odpowiedzialności biznesu (*corporate social responsibility* – CSR). Już ponad połowa korporacji międzynarodowych z rankingu 250. najbardziej wartościowych marek na świecie (*Fortune Global 250*) angażuje się w działalność z zakresu CSR<sup>1</sup>. Większość z tych korporacji to spółki giełdowe.

---

<sup>1</sup> M. Kitzmueller, J. Shimshack, *Economic Perspectives on Corporate Social Responsibility*, "Journal of Economic Literature" 2012, nr 50:1, s. 51.

Wzrost zainteresowania społeczną odpowiedzialnością biznesu widać również wśród przedsiębiorstw z Giełdy Papierów Wartościowych (GPW) w Warszawie<sup>2</sup>. Największe i najbardziej aktywne społecznie spółki giełdowe są obecne w Respect Index (indeks spółek odpowiedzialnych społecznie<sup>3</sup>, który jest obliczany przez GPW). Połowa spółek z WIG30 zaliczana jest również do Respect Index.

Indeks przedsiębiorstw odpowiedzialnych społecznie ma za zadanie również pomagać w inwestowaniu społecznie odpowiedzialnym, m.in. poprzez odpowiednią selekcję spółek aktywnych na polu CSR.

## Cele pracy i metodyka badań

W Polsce prace naukowe dotyczące społecznej odpowiedzialności biznesu dotyczą przede wszystkim aspektu marketingowego CSR oraz propagują samą ideę społecznej odpowiedzialności biznesu. Jest to jednak podejście zbyt wąskie, dlatego celem niniejszego artykułu jest – wypełniając lukę – ukazanie społecznej odpowiedzialności biznesu od strony inwestora giełdowego. Autor pracy przeprowadził badanie (mające charakter eksperymentu) wśród spółek wchodzących w skład Respect Index. Badanie miało na celu ocenę jakości komunikacji między spółkami giełdowymi a potencjalnym akcjonariuszem, który chce poznać zadania z zakresu społecznej odpowiedzialności biznesu jakie realizuje dana spółka z Respect Index. W literaturze przedmiotu autor pracy nie spotkał się z podobnymi badaniami. Dlatego przedstawione wnioski z badań nie zostały skonfrontowane z innymi opracowaniami.

W badaniu do każdej ze spółek z Respect Index zostało skierowane zapytanie dotyczące zrealizowanych projektów z zakresu CSR w 2014 roku. Kontakt został zainicjowany poprzez wysłanie wiadomości e-mail do działów relacji inwestorskich każdej ze spółek. Autor badania przedstawił się jako inwestor<sup>4</sup>, który zamierza skonstruować portfel inwestycyjny składający się z akcji spółek społecznie odpowiedzialnych i w tym celu zwraca się z prośbą o przedstawienie zadań z zakresu CSR jakie zostały wykonane przez każdego uczestnika Respect Index w 2014 roku.

Wyniki badania mają na celu ukazanie:

- 1) W jakim stopniu spółki uznawane za odpowiedzialne społecznie dzielą się z potencjalnymi akcjonariuszami informacjami dotyczącymi zrealizowanych projektów CSR.
- 2) W jakich obszarach faktycznie realizowane są projekty społecznie odpowiedzialne.

## Wprowadzenie do CSR i SRI

Według C. Smitha oraz G. Lenssena społeczna odpowiedzialność biznesu, określana też jako odpowiedzialność korporacyjna albo obywatelstwo korporacyjne, zajmuje się takimi kwestiami jak: zrównoważony rozwój (zaspokajanie bieżących

---

<sup>2</sup> W ciągu ponad 20 lat byliśmy świadkami gwałtownego rozwoju GPW pod względem instytucjonalnym, jak i ilościowym [Czekaj, 2014].

<sup>3</sup> Indeks giełdowy to liczba, zmieniająca się w trakcie obrotów na rynku, określana na podstawie cen akcji i innych wielkości charakteryzujących akcje (np. liczba akcji, wielkość dywidend) [Jajuga, 2006]. Na wartość Respect Index składają się zakwalifikowane przez GPW firmy odpowiedzialne społecznie.

<sup>4</sup> Dane personalne zostały zmienione.

potrzeb w taki sposób, aby nie umniejszać szans przyszłych pokoleń na ich zaspokojenie), relacje z interesariuszami, ład korporacyjny i korporacyjna filantropia<sup>5</sup>. Z perspektywy badania, istotne będzie w jaki sposób prowadzone są relacje z interesariuszami<sup>6</sup> (w tym przypadku inwestorem giełdowym).

Inna z definicji określa CSR jako podejście do zarządzania oraz odpowiedź na kwestie społeczne, środowiskowe, ekonomiczne w szerszym ujęciu oraz etyczne, a także na oczekiwania interesariuszy w tych kwestiach w stopniu, w jakim biznes może na nie reagować<sup>7</sup>.

Wraz z rozwojem koncepcji społecznej odpowiedzialności biznesu, coraz większe znaczenie zyskiwał również termin „inwestowanie społecznie odpowiedzialne” (*socially responsible investing* – SRI). M. Statman określa inwestowanie społecznie odpowiedzialne jako proces inwestycyjny, który bierze pod uwagę społeczne i środowiskowe konsekwencje inwestowania (zarówno pozytywne, jak i negatywne), przy uwzględnieniu rygorystycznej analizy finansowej<sup>8</sup>. Rozwój SRI spowodował również powstanie instytucji międzynarodowej zajmującej się promowaniem idei społecznie odpowiedzialnego inwestowania – Eurosif<sup>9</sup>.

## Rola relacji inwestorskich

We współczesnej spółce giełdowej szczególnie istotną rolę odgrywają relacje inwestorskie. Należy oczekiwać, że spółki określające siebie jako odpowiedzialne społecznie będą miały szczególnie dobrze działające kanały komunikacyjne z inwestorami oraz potencjalnymi akcjonariuszami, czyli zainteresowanymi kupnem akcji danej spółki. Działy relacji inwestorskich są również bardzo istotnym ogniwem w procesie inwestowania społecznie odpowiedzialnego. Głównie dzięki nim potencjalny inwestor może zdobyć informacje dotyczące projektów CSR realizowanych przez poszczególne spółki. Poziom relacji inwestorskich poszczególnych spółek często odgrywa decydującą rolę w procesie inwestowania.

Pojęcie relacji inwestorskich (*investor relations* – IR) jest w literaturze bardzo różnie postrzegane i definiowane. W najwęższym ujęciu, odwołuje się do sfery komunikacyjnej spółki z inwestorami (oraz potencjalnymi inwestorami). Natomiast w ujęciu szerszym łączy również elementy finansów, marketingu prawa oraz zarządzania. Relacje inwestorskie możemy zdefiniować jako: „przekazywanie informacji o charakterze finansowo-ekonomicznym społeczności finansowej, w szczególności obecnym i potencjalnym inwestorom, w zakresie przewidzianym przepisami prawa, w celu utrzymania statutu spółki publicznej<sup>10</sup>”. Z kolei w ujęciu bardziej rozwiniętym D. Dziawgo [Warszawa 2011] relacje inwestorskie definiuje jako: „wykraczające poza

<sup>5</sup> T. Zaleśkiewicz, *Psychologia ekonomiczna*, Wyd. PWN, Warszawa 2013, s. 359.

<sup>6</sup> Interesariusze to grupy lub jednostki, na które firma bezpośrednio lub pośrednio oddziałuje i które oddziałują na nią [www.interesariusze.pl].

<sup>7</sup> T. Gasiński, G. Piskalski, *Zrównoważony biznes. Podręcznik dla małych i średnich przedsiębiorstw, Przygotowany na zlecenie Ministerstwa Gospodarki*, <http://www.mg.gov.pl/files/upload/10892/ZMSP.pdf> (05.02.2015)

<sup>8</sup> T. Zaleśkiewicz, dz. cyt., s. 359.

<sup>9</sup> J. Kłobukowska, *Spółecznie odpowiedzialne inwestowanie na rynku europejskim*, „Polityka Europejska, Finanse i Marketing” 2014, 11(60), s. 83.

<sup>10</sup> D. Dziawgo, *Relacje inwestorskie : ewolucja, funkcjonowanie, wyzwania*, Wyd. PWN, Warszawa 2011, s. 25.

minimalne wymogi prawne dwustronna komunikacja o charakterze finansowo-ekonomicznym pomiędzy spółką a społecznością finansową, w szczególności obecnymi oraz potencjalnymi inwestorami, zorientowana na realizację określonego przez spółkę celu<sup>11</sup>”.

W celu zapewnienia odpowiedniej jakości relacji inwestorskich zwiększa się różnorodność wykorzystywanych przez spółki instrumentów komunikacji z interesariuszami. Najczęściej przyjmowany podział to rozróżnienie instrumentów relacji inwestorskich na<sup>12</sup>:

- 1) tradycyjne,
- 2) nowoczesne technologie,
- 3) marketingowe.

Do tradycyjnych instrumentów relacji inwestorskich zaliczamy: okresowe raporty z działalności (roczne, półroczne, kwartalne), raporty analityczne, badanie struktury akcjonariatu, walne zgromadzenia akcjonariuszy, konferencje inwestorskie, roadshows, spotkania one-to-one, bezpośrednie spotkania z inwestorami, wyjazdy studyjne<sup>13</sup>. Coraz większe znaczenie nowych technologii sprawił, że działy relacji inwestorskich coraz większą wagę przykładają do sprawnie działającej i wielofunkcyjnej strony internetowej. Dodatkowo do instrumentów relacji inwestorskich z nowych technologii zaliczamy m.in. telekonferencje, newslettery w formie elektronicznej, prezentacje multimedialne czy też obecność spółek na portalach społecznościowych (gł. Facebook oraz Twitter). Relacje inwestorskie wykorzystywane są również szeroko na polu marketingowym. W tym miejscu spółki z GPW organizują konferencje oraz dni inwestora, prezentują marketingowe raporty roczne czy też przeprowadzają badania opinii wśród inwestorów<sup>14</sup>.

Rewolucja technologiczna, która miała miejsce w ostatnich latach, przyczyniła się do tego, że obecnie relacje inwestorskie w dużym stopniu skoncentrowane są poprzez użycie stron www. Dlatego corocznie w ramach konkursu „Złota Strona Emitenta”, Stowarzyszenia Emitentów Giełdowych analizuje komunikację internetową spółek giełdowych. Analizie poddane są wszystkie notowane spółki – z rynku głównego GPW oraz z rynku NewConnect. Według M. Kachniewskiego, prezesa Zarządu Stowarzyszenia Emitentów Giełdowych, w 2014 r. najważniejsze wnioski z badań relacji inwestorskich spółek giełdowych w Polsce są następujące<sup>15</sup>:

1) Poziom komunikacji internetowej spółek systematycznie się poprawia, choć jest silnie skorelowany z koniunkturą na giełdzie, a zatem zdarzają się okresy, w których poprawa ta ulega spowolnieniu lub całkowitemu zahamowaniu.

2) Jakość komunikacji powiązana jest z wielkością i pochodzeniem spółki. Najlepiej komunikują się spółki duże, potem średnie i małe, wreszcie te notowane na NewConnect, a na samym końcu plasują się spółki zagraniczne.

3) Jeśli za benchmark zewnętrzny przyjmiemy jakość komunikacji emitentów na rynkach rozwiniętych, to nawet największe spółki krajowe mają jeszcze bardzo wiele do zrobienia w dziedzinie internetowych relacji inwestorskich.

---

<sup>11</sup> Tamże.

<sup>12</sup> A. M. Krug, *Relacje inwestorskie w nowoczesnej spółce giełdowej*, Wyd. Poligraf, Brzezia Łąka 2010, s. 51.

<sup>13</sup> Tamże.

<sup>14</sup> Tamże.

<sup>15</sup> P. Sałek, *Trudne relacje z inwestorami*, „Gazeta Giełdy Parkiet” 2014 nr 235, s. B08.

4) Wiele spółek stosuje w komunikacji internetowej rozwiązania pochodzące z poprzedniego stulecia, niekiedy strona internetowa traktowana jest po prostu jako „wieszak na PDF-y”, często sposób komunikacji w żaden sposób nie koresponduje z wymaganiami dzisiejszego odbiorcy, a język bardziej przypomina treść aktu prawnego niż komunikatu w sieci.

5) Co trzecia spółka nie odpowiada na e-maile skierowane na adres wskazany inwestorom do komunikacji.

## Wyniki badań i wnioski

W Polsce CSR jest coraz częściej wykorzystywany przez przedsiębiorstwa w budowie strategii. Jednak pod adresem spółek giełdowych z Respect Index pojawiają się też zarzuty, że jedynie kreują swój wizerunek jako spółki odpowiedzialnej społecznie, a w rzeczywistości nie realizują projektów, które tworzą realne korzyści dla interesariuszy.

Tego typu zastrzeżenia pojawiły się m.in. po eksperymencie, którego dokonało Stowarzyszenie Inwestorów Indywidualnych<sup>16</sup> (SII). W badaniu zapytano spółki z Respect Index (wysyłając e-maile na adresy dostępne na stronie GPW) o ich działania dedykowane inwestorom indywidualnym w 2012 r. W ciągu 24 godzin odpowiedziało tylko 7 z 20 spółek<sup>17</sup>. Te wyniki pokazują, że jakość relacji inwestorskich nie była w 2012 roku na najwyższym poziomie i dlatego przeprowadzenie w 2015 roku kolejnych badań z udziałem przedstawicieli Respect Index jest jak najbardziej zasadne.

Na potrzeby niniejszego artykułu zostało przeprowadzone badanie (mające charakter eksperymentu) dotyczące jakości komunikacji między spółkami giełdowymi a potencjalnym akcjonariuszem, który chce poznać zadania z zakresu społecznej odpowiedzialności biznesu jakie realizuje dana spółka z Respect Index.

Do wszystkich spółek z Respect Index została wysłana wiadomość e-mail (dnia 03.02.2015 roku, wtorek), w której potencjalny inwestor informuje, że w przeciągu tygodnia planuje stworzyć portfel inwestycyjny składający się z akcji spółek z Respect Index. Inwestor zamierza zakupić akcje 5-7 spółek, które są aktywne na polu CSR. Dlatego zwraca się z prośbą o informacje dotyczącą tego jakie zadania z zakresu CSR udało się zrealizować każdej ze spółek w 2014 r. Jak zaznacza inwestor, taka informacja ułatwi mu wybór odpowiednich spółek z Respect Index. Na koniec inwestor poprosił o przesłanie informacji do piątku (06.02.2015).

Zapytanie zostało skierowane na adresy działów relacji inwestorskich, które zostały podane na stronach internetowych spółek (w przypadku kilku adresów, wybierana był adres ogólny, np. relacje@..., lub pierwszy od góry). W dwóch przypadkach kontakt nastąpił przez formularz zamieszczony na stronie internetowej (Millennium, Budimex). Wiadomości były wysyłane dnia 3. lutego 2015 r., od godziny 18.31 do 19.04. Pierwsze potwierdzenie odpowiedzi na zapytanie inwestora nadeszło tego samego dnia o godzinie 22.27 z Banku Handlowego. Z kolei pierwsza odpowiedź z informacjami poszukiwanymi przez inwestora nadeszła następnego dnia (04.02.2015 r. środa) o

---

<sup>16</sup>Stowarzyszenie Inwestorów Indywidualnych, *CSR na Giełdzie. RESPECT? Tak - ale wobec kogo?*, <http://www.sii.org.pl/6548/aktualnosci/felietony/csr-na-gieldzie-respect-tak-ale-wobec-kogo.html> (02.02.2015).

<sup>17</sup> Liczba spółek wchodzących w skład indeksu spółek społecznie odpowiedzialnych z GPW corocznie się zmienia.

godzinie 8.55 od spółki Budimex. W sumie odpowiedzi przesłało 18 z 24 spółek skupionych w Respect Index. Natomiast spółka Apator poprosiła o dodatkowe dane kontaktowe. Liczbę odpowiedzi należy uznać za zadowalającą. Wszystkie spółki, które przesyłały odpowiedź, podeszły do zapytania inwestora w sposób życzliwy i profesjonalny. Nie można jednak pominąć faktu, że działy relacji inwestorskich pięciu spółek, określających siebie jako odpowiedzialne społecznie, nie odpowiedziało na zapytanie inwestora.

Tabela 1. Uzyskane odpowiedzi w terminie (kolejność listy według procentowego udziału spółek w Respect Index z dnia 14.02.2015 r.).

Spółka	Adres, na które zostało wysłane zapytanie	Reakcja działów IR
PKN Orlen	ir@orlen.pl	Odpowiedź
PZU	ir@pzu.pl	Odpowiedź
PGE	jakub.frejlich@gkpge.pl	Odpowiedź
BZWBK	Agnieszka.dowzycka@bzwbk.pl	Odpowiedź
KGHM	ir@kgm.pl	Odpowiedź
PGNIG	ri@pgnig.pl	Brak odpowiedzi
OrangePL	investors@orange.com	Odpowiedź
Tauron	marcin.lauer@tauron-pe.pl	Odpowiedź
ING	investor@ingbank.pl	Brak odpowiedzi
Energa	investor.relations@energa.pl	Odpowiedź
Bank Handlowy	relacjeinwestorskie@citi.com	Odpowiedź
Bogdanka	ri@lw.com.pl	Odpowiedź
Millennium	Formularz kontaktowy	Odpowiedź
Grupa Azoty	ir.tarnow@grupazoty.com	Odpowiedź
Budimex	Formularz kontaktowy	Odpowiedź
Lotos	ir@grupalotos.pl	Odpowiedź
GPW	ir@gpw.pl	Odpowiedź
JSW	relacje@jsw.pl	Brak odpowiedzi
Apator	ri@apator.com	Prośba o kontakt telefoniczny
Pelion	Investor_relations@pelion.eu	Odpowiedź
ZEW Kogeneracja	Anna.draczynska-kaplon@kogeneracja.com.pl	Brak odpowiedzi
Elektrobudowa	komunikacja@elbudowa.com.pl	Brak odpowiedzi
Bank BPH	Mirosław.szczygielski@ge.com	Odpowiedź
Rawlplug	Piotr.kopydlowski@rawlplug.com	Odpowiedź

Źródło: opracowanie własne.

Informacje przesłane przez spółki były bardzo różnej jakości, od krótkich ogólnych stwierdzeń po szczegółowe raporty opisujące i podsumowujące zrealizowane projekty. Po analizie materiałów otrzymanych od spółek możemy wyróżnić pięciu obszarów w których najczęściej realizowane były projekty CSR w 2014 r.:

1) **Ochrona środowiska i ekologia** (Przykład: Tauron prowadzi akcję „Zielona Wyspa Śląsk”, która ma na celu edukację dzieci i młodzieży z zakresu ekologii oraz zachowań prośrodowiskowych).

2) **Edukacja** (Przykład: Program „Moje Finanse” finansowany przez Fundację Kronenberga działającą przy Banku Handlowym oraz Narodowy Bank Polski, a wdrażany do szkół przez Fundację Młodzieżowej Przedsiębiorczości. W 2014 roku liczba uczniów objętych programem wyniosła 100 000).

3) **Prawa pracowników** (Przykład: W spółce Pelion w 2014 r. została powołana instytucja rzecznika ds. etyki).

4) **Wspieranie inicjatyw sportowych** (Przykład: PZU wspiera biegi masowe, m.in. PZU Półmaraton Warszawski, PZU Festiwal Biegowy w Krynicy, PZU Cracovia Półmaraton Królewski).

5) **Charytatywność** (Przykład: Program "Strefa Rodzica. Budimex dzieciom", którego zadaniem jest stworzenie w szpitalach odpowiednich warunków umożliwiających rodzicom towarzyszenie choremu dziecku).

Po analizie dokonań przedstawicieli Respect Index, warto przedstawić kilka uwag. Po pierwsze, największy nacisk na kwestie ochrony środowiska i ekologii kładą spółki, które w powszechnej opinii mają najgorszy wpływ na środowisko, czyli przedstawiciele spółek paliwowych, chemicznych, surowcowych oraz energetycznych. Powstaje w tym miejscu pytanie – czy przypadkiem nie jest to przede wszystkim próba poprawy (ocieplenia) wizerunku?

Przykłady inicjatyw z zakresu ochrony środowiska i ekologii:

– W 2014 roku przyjęta została Polityka Ochrony Środowiska, spójna dla wszystkich spółek Grupy Kapitałowej PGE.

– W Grupy Azoty powstaje coroczny raport dotyczący kwestii środowiskowych i społecznych.

– Grupa Lotos dofinansowuje zakup aparatury diagnostycznej niezbędnej do badań m.in. nad gatunkiem morświna oraz foki szarej.

– KGHM prowadzi program „EKO-Zdrowie”, którego celem jest dbanie o dobrze pojęty interes społeczny regionu, w którym firma prowadzi działalność podstawową. Priorytetami są ochrona środowiska oraz promocja profilaktyki zdrowotnej i aktywnego stylu życia wśród mieszkańców Zagłębia Miedziowego.

– W 2014 r. dzięki akcjom PKN Orlen posadzono 368 drzew i 660 krzewów, w akcji wzięło udział 40 wolontariuszy.

Po drugie, kolejnym elementem CSR, który budzi wątpliwości, jest działalność edukacyjna (z zakresu finansów) banków. Instytucje bankowe w ramach swojej społecznej odpowiedzialności organizują liczne akcje edukacyjne, przede wszystkim dla młodzieży, które poza aspektem kształcenia mają mocne zabarwienie reklamowe i promocyjne. Tu powstaje kolejny problem – na ile społeczna odpowiedzialność biznesu wiąże się z marketingiem?

Z pozytywnych wniosków, dobrą tendencją jest tworzenie programów grantowych. Aktywny na tym polu jest przede wszystkim Bank Zachodni WBK. Dzięki programom grantowym realnie wspierane są społeczności lokalne, placówki i fundacje oraz łatwo można oszacować koszty przeznaczone na CSR przez spółkę. Takiej przejrzystości bardzo często brakuje innym projektom z zakresu CSR.

Przykładowe programy BZ WBK:

– “Bank Dziecięcych Uśmiechów”. W programie udział mogą wziąć placówki statutowo zajmujące się opieką nad dziećmi z rodzin dysfunkcyjnych, ubogich lub bezrobotnych oraz instytucje wspierające takie placówki: organizacje pozarządowe, świetlice środowiskowe, urzędy gminne, szkoły. Przeznaczane na ich działanie środki są inwestycją w rozwój dzieci, znajdujące się w trudnej sytuacji losowej. Wsparcie roczne wynosi: 700 tys. zł.

– “Bank Ambitnej Młodzieży”. Program ma uczyć określania potrzeb lokalnych społeczności, definiowania celów, tworzenia wspólnot zadaniowych, rozwiązywania problemów i realizowania projektów na poziomie lokalnym przez młodych ludzi kształtujących swoje postawy społeczne. Nabór wniosków do “BAM” odbywa się dwa razy do roku. Wsparcie roczne wynosi 1 mln zł.

Konkurs grantowy został przygotowany również m.in. przez Fundację Kronenberga przy Banku Handlowym, który wspiera najbardziej wartościowe projekty realizowane przez instytucje non-profit w sferze edukacji i rozwoju lokalnego. W 2014 roku przyznano 24 dotacje.

Warto też zwrócić uwagę na współpracę spółek społecznie odpowiedzialnych z uczelniami wyższymi. Przykładowo Lubelski Węgiel “Bogdanka” nawiązał współpracę z takimi uczelniami jak: Akademia Górniczo-Hutnicza, Politechnika Lubelska, Katolicki Uniwersytet Lubelski oraz Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej. Ostatnie porozumienie pomiędzy Bogdanką a UMCS zakłada m.in. “w ramach współpracy planowana jest realizacja projektów naukowo-badawczych i badawczo-rozwojowych oraz wyposażanie studentów UMCS w kluczowe na rynku pracy kompetencje i umiejętności, dzięki ich udziałowi w programie staży i praktyk organizowanych przez LW Bogdanka”. O swojej współpracy z technicznymi uczelniami wyższymi poinformował również m.in. PNK Orlen.

## **Podsumowanie**

Na podstawie wyników badania własnego należy stwierdzić, że spółki z Respect Index chętnie dzielą się z potencjalnymi akcjonariuszami informacjami dotyczącymi zrealizowanych projektów CSR. Fakt, że 18 z 24 spółek przesłało potencjalnemu inwestorowi (zainteresowanemu inwestowaniem społecznie odpowiedzialnym) informacje o zrealizowanych w 2014 roku projektach z zakresu CSR należy uznać jako dobry wynik. Dzięki badaniu, zlokalizowano też obszary w których w 2014 roku najczęściej realizowane były projekty społecznie odpowiedzialne. Są nimi: ochrona środowiska i ekologia, edukacja, prawa pracowników, wspieranie inicjatyw sportowych, charytatywność.

Niepokoi jednak fakt, że część przesłanych informacji była ogólnikowa i przypominająca bardziej reklamę niż rzetelną informację. Autor badania zauważył również, że część projektów z zakresu CSR może mieć na celu głównie poprawę wizerunku przedsiębiorstwa. Z kolei za najbardziej pozytywne projekty uznano tworzenie programów grantowych, głównie ze względu na ich przejrzystość i szeroki zakres.

## **Literatura**

Czekaj J. (red.), Efektywność giełdowego rynku akcji w Polsce, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2014.



Dziawgo D., Relacje inwestorskie: ewolucja, funkcjonowanie, wyzwania, Wyd. PWN, Warszawa 2011.

Gasiński T., Piskalski G., Zrównoważony biznes. Podręcznik dla małych i średnich przedsiębiorstw. Przygotowany na zlecenie Ministerstwa Gospodarki, <http://www.mg.gov.pl/files/upload/10892/ZMSP.pdf> (05.02.2015).

Jajuga K., Jajuga T., Inwestycje. Instrumenty finansowe, aktywa niefinansowe, ryzyko finansowe, inżynieria finansowa, Wyd. PWN, Warszawa 2006.

Kitzmueller M., Shimshack J., Economic Perspectives on Corporate Social Responsibility, "Journal of Economic Literature" 2012, nr 50:1.

Kłobukowska J., Społecznie odpowiedzialne inwestowanie na rynku europejskim, „Polityka Europejska, Finanse i Marketing” 2014, nr 11(60).

Krug A.M., Relacje inwestorskie w nowoczesnej spółce giełdowej, Wyd. Poligraf, Brzezia Łąka 2010.

Ritchie J. C., Analiza fundamentalna, Wyd. WIG PRESS, Warszawa 1997.

Szałek P., Trudne relacje z inwestorami, „Gazeta Giełdy Parkiet” 2014 nr 235.

Zaleśkiewicz T., Psychologia ekonomiczna, Wyd. PWN, Warszawa 2013.

[www.gpw.pl](http://www.gpw.pl)  
[www.interesariusze.pl](http://www.interesariusze.pl)  
[www.sii.org.pl](http://www.sii.org.pl)

## Summary

The main goal of the article is to present the examination of how listed companies, describe themselves as socially responsible, communicate with their potential investors. Article will also present the areas in which CSR projects implemented in 2014.

In the first part of the article discusses the definitions of corporate social responsibility, socially responsible investing, investor relations and Respect Index. In the second part will be presented a examination on the communication between Respect Index companies and their potential shareholders. At the end author will comment CSR projects realized by companies listed on the Warsaw Stock Exchange.

**Key words:** *corporate social responsibility, socially responsible investing, investor relations*

### Informacje o Autorze:

#### **Mgr Przemysław Sałek**

Katedra Ekonomii i Polityki Gospodarczej  
Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie  
Wydział Nauk Ekonomicznych  
e-mail: [przemyslaw\\_salek@sggw.pl](mailto:przemyslaw_salek@sggw.pl), [p.salek@op.pl](mailto:p.salek@op.pl)