

Mariusz Zieliński

Politechnika Śląska
Wydział Organizacji i Zarządzania, Instytut Ekonomii i Informatyki
e-mail: mariuszzielinski@autograf.pl, mariusz.zielinski@polsl.pl
tel. 32 277 73 36

Corporate Social Responsibility a efektywność przedsiębiorstwa

Streszczenie. Koncepcja społecznej odpowiedzialności biznesu (CSR) coraz częściej znajduje zainteresowanie wśród teoretyków i praktyków zarządzania. Koncepcja CSR obejmuje wiele obszarów, z których większość znajduje się w zakresie działań operacyjnych przedsiębiorstwa. W związku z tym uwzględnienie zaleceń koncepcji CSR może przyczynić się do wzrostu efektywności działalności przedsiębiorstwa nie tylko z perspektywy efektywności społecznej, ale także efektywności ekonomicznej. Tezą artykułu jest twierdzenie, że przedsiębiorstwa w ramach CSR w pierwszej kolejności skupiają się na działaniach uwzględniających efektywność ekonomiczną. Artykuł ma głównie charakter teoretyczny, przy czym zawarto w nim analizę zakresu działań w ramach CSR dwóch wybranych spółek notowanych na GPW, należących do sektora wydobywczego.

Słowa kluczowe: efektywność ekonomiczna, efektywność społeczna, społeczna odpowiedzialność biznesu, sektor wydobywczy

1. Wstęp

Zgodnie z teorią zarządzania koncepcja społecznej odpowiedzialności biznesu (CSR – *Corporate Social Responsibility*) może być traktowana jako nowoczesny instrument podnoszenia wartości przedsiębiorstwa przyczyniający się do wzrostu jego przewagi konkurencyjnej. W poszukiwaniu przewagi konkurencyjnej przedsiębiorstwo coraz częściej sięga po wartości zgodne z CSR, starając się występować w roli dobrego pracodawcy, obywatela, sąsiada. Przedsiębiorstwo

zakłada, że takiej postawy, potwierdzonej faktycznymi działaniami, oczekują od niego klienci (obywatele)¹. Wprowadzenie do strategii przedsiębiorstwa elementów koncepcji CSR pozwala także na osiągnięcie korzyści obejmujących: lepsze wykorzystanie zasobów ludzkich, zmniejszenie zużycia energii i ilości odpadów, zmniejszenie kosztów ubezpieczeń, problemów prawnych, poprawę wizerunku przedsiębiorstwa wśród udziałowców, inwestorów i społeczeństwa².

Celem artykułu było określenie, jak przedsiębiorstwa zapatrują się na wprowadzanie koncepcji CSR z perspektywy efektywności ich działań. Część działań w ramach CSR ma charakter operacyjny (budowanie relacji z klientami, odpowiednie prowadzenie zarządzania zasobami ludzkimi), a skuteczność i efektywność tych działań można oszacować.

Hipotezą postawioną w pracy było twierdzenie, że przedsiębiorstwa w ramach CSR w pierwszej kolejności skupiają się na działaniach uwzględniających efektywność ekonomiczną. Hipoteza powyższa została zweryfikowana na podstawie analizy materiałów dotyczących CSR publikowanych przez dwa wybrane przedsiębiorstwa sektora wydobywczego należące do indeksu RESPECT (deklarujące przestrzeganie zasad społecznej odpowiedzialności biznesu).

2. Efektywność w ujęciu ekonomicznym i społecznym

Ocena efektywności gospodarowania w ujęciu ekonomicznym opiera się na porównaniu nakładów i efektów działań gospodarczych³. W gospodarce występuje ograniczoność zasobów (ziemi, surowców, kapitału, osób aktywnych zawodowo), która powoduje konieczność dążenia do ich racjonalnego wykorzystania. Zarówno gospodarka, jak i poszczególne regiony, branże i pojedyncze przedsiębiorstwa znajdują się pod naciskiem rosnącej konkurencji, wynikającej z procesów integracyjnych i globalizacyjnych. Utrzymanie konkurencyjności wymaga od przedsiębiorstw wzrostu racjonalności (efektywności) gospodarowania. Dążenie do wzrostu efektywności rozpatrywane jest zwykle z perspektywy zasady największego efektu lub najmniejszego nakładu⁴. Pierwsze z ujęć zasady racjonalnego gospodarowania zaleca maksymalizowanie efektów przy dotychczasowym poziomie nakładów i dominuje w okresie dobrej koniunktury gospodarczej, gdy

¹ Z. Malara, J. Kroik, *Społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstwa – konstytuowanie koncepcji w perspektywie strategicznej*, „Organizacja i Kierowanie” 2012, nr 1, s. 13.

² K. Hys, L. Hawrysz, *Społeczna odpowiedzialność biznesu*, „Ekonomika i Organizacja Przedsiębiorstwa” 2012, nr 4, s. 4.

³ *Podstawy ekonomii*, red. R. Milewski, E. Kwiatkowski, PWN, Warszawa 2005, s. 17; C.R. McConnell, *Economics: Principles, Problems, and Policies*, McGraw-Hill, Nowy Jork – St. Luis 1984, s. 18-19.

⁴ *Elementarne zagadnienia ekonomii*, red. R. Milewski, PWN, Warszawa 1994, s. 17-18.

przedsiębiorstwa w warunkach rosnącego rynku zbytu starają się, by efekty rosły szybciej od nakładów. Drugie ujęcie zasady racjonalnego gospodarowania zaleca minimalizowanie nakładów przy dotychczasowym poziomie efektów i dominuje w okresie kryzysu gospodarczego, gdy przedsiębiorstwa starają się dostosować nakłady do malejących na skutek załamania sprzedaży efektów.

Optymalizując decyzje gospodarcze, przedsiębiorstwa stosują rachunek ekonomiczny bazujący na porównaniu efektów i nakładów swojej działalności. W pierwszym przybliżeniu posługują się kategoriami zysku (różnicy między efektami i nakładami) i rentowności (ilorazu nadwyżki efektów nad nakładami w stosunku do nakładów). Pogłębiona ocena efektywności przedsiębiorstwa opiera się na analizie osiągniętych przez nie wyników finansowych, na podstawie publikowanych przez przedsiębiorstwo sprawozdań finansowych. Sprawozdania finansowe pozwalają na analizę rentowności działań przedsiębiorstwa obejmującą: rentowność sprzedaży (proporcję zysku do sprzedaży netto), rentowność majątku (proporcję zysku do wartości aktywów) oraz rentowność finansową (proporcję zysku do wartości kapitału własnego)⁵.

Bardziej szczegółowymi miernikami oceny efektywności wykorzystania zasobów pozostających w gestii przedsiębiorstwa jest wielkość (wartość) produkcji odniesiona do jednostki pracy lub jednostki kapitału. W przypadku pracy podstawową miarą efektywności jest wydajność. Jednostki pomiaru wydajności mogą mieć charakter finansowy (wartość sprzedaży przypadająca na jednego zatrudnionego) lub naturalny (tony, litry, metry, wyprodukowane sztuki przypadające na jednego zatrudnionego)⁶. W odniesieniu do kapitału rzeczowego miernikami produktywności mogą być: wydajność maszyn i urządzeń, materiałochłonność, energochłonność itp. Do utrzymania stałego wzrostu produktywności kapitału i pracy, przyczynia się umiejętne wprowadzanie postępu technicznego, polegającego na stosowaniu nowej wiedzy technicznej i organizacyjnej⁷.

Oceniając efektywność gospodarowania z perspektywy społecznej, uwzględnia się dodatkowo społeczne koszty prowadzenia działalności gospodarczej i korzyści zewnętrzne generowane przez przedsiębiorstwo. Najczęściej wymienianymi kosztami społecznymi są: zanieczyszczenie środowiska, zmniejszenie wartości majątku, uszczerbek na zdrowiu okolicznych mieszkańców, wyczerpywanie się bogactw naturalnych. Wśród korzyści zewnętrznych, generowanych przez przedsiębiorstwa w otoczeniu, wymienia się: działania w zakresie ochrony środowiska (monitorowanie, budowa oczyszczalni, ochrona gleby, powietrza),

⁵ M. Sierpińska, T. Jachna, *Ocena przedsiębiorstwa według standardów światowych*, PWN, Warszawa 1994, s. 103-108.

⁶ *Ekonomia od A do Z. Encyklopedia podręczna*, red. S. Sztaba, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2007, s. 105, 506.

⁷ M.G. Woźniak, *Wzrost gospodarczy. Podstawy teoretyczne*, Wyd. AE w Krakowie, Kraków 2004, s. 116.

przyczynianie się do rozwoju ochrony zdrowia, nauki i oświaty⁸. Przyjmując powyższe ujęcie kosztów i korzyści społecznych, można stwierdzić, że w przypadku przedsiębiorstw produkcyjnych z reguły występuje nadwyżka kosztów społecznych nad korzyściami, tak więc efektywność społeczna jest niższa od efektywności ekonomicznej.

Najczęściej rozpatrywanym przykładem sprzeczności między efektywnością ekonomiczną i społeczną jest wybór przez przedsiębiorstwo technologii produkcji. Przedsiębiorstwo, dążąc do utrzymania konkurencyjności, może wybrać technologię najtańszą, która jest uciążliwa dla środowiska naturalnego i wywołuje wieloletnie straty w otoczeniu przyrodniczym i społecznym⁹. Próbowanie „wyrzucania” kosztów działania gospodarczego na zewnątrz przeciwdziała państwo, wprowadzając regulacje prawne ograniczające stosowanie uciążliwych dla otoczenia technologii i wprowadzając opłaty za zanieczyszczenie środowiska¹⁰. Po uwzględnieniu przez przedsiębiorstwo w rachunku gospodarczym regulacji państwa może okazać się, że tańsza staje się technologia czystsza, co prawda wymagająca większych nakładów inwestycyjnych na początku, ale niegenerująca kosztów opłat za zanieczyszczenie środowiska.

3. Pojęcie i zakres CSR

Koncepcja społecznej odpowiedzialności biznesu (CSR) wskazuje, że zarządzający przedsiębiorstwem powinni podejmować decyzje zgodne z szeroko rozumianym interesem społecznym. Pojęcie CSR jest różnie definiowane w literaturze, wciąż trwają także spory co do jej zakresu¹¹. Jako najbardziej ogólną można potraktować definicję podaną w „Odnowionej strategii UE na lata 2011-2014 dotyczącej społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw”. CSR jest tam

⁸ B. Kryk, *Rachunek sozoeconomiczny działalności gospodarczej na przykładzie energetyki zawodowej regionu szczecińskiego*, Wyd. Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin 2003, s. 73-78, 122-133; A. Jankowska-Kłapkowska, *Makroekonomiczny i mikroekonomiczny rachunek zasobów przyrody w Polsce*, „Biblioteka Ekonomia i Środowisko” 1993, nr 8, s. 7-12; B. Piontek, F. Piontek, W. Piontek, *Ekorozwój i narzędzia jego realizacji*, Wyd. Ekonomia i Środowisko, Białystok 1997, s. 12-13; F. Piontek, *Sozoeconomiczny rachunek efektywności działalności gospodarczej w warunkach gospodarki rynkowej i samorządności terytorialnej*, Wyd. Ekonomia i Środowisko, Białystok 1996, s. 12-14; *Makro- i mikroekonomia. Podstawowe problemy*, red. S. Marciniak, PWN, Warszawa 2002, s. 110, 112.

⁹ *Elementarne zagadnienia ekonomii...*, op. cit., s. 18.

¹⁰ *Makro- i mikroekonomia. Podstawowe problemy*, op. cit., s. 128.

¹¹ A. Dahlsrud, *How Corporate Social Responsibility is Defined: An Analysis of 37 Definitions*, www.interscience.wiley.com, s. 1-11 [13.11.2013]; M.S. Fifka, *Towards a more business-oriented definitions of Corporate Social Responsibility: Discussing the core controversies of a well-established concept*, „Journal Service Science and Management” 2009, nr 2, s. 312-314.

określana jako odpowiedzialność przedsiębiorstw za ich wpływ na społeczeństwo¹². Definiując CSR z perspektywy jej istoty, jest ona działaniem prospołecznym nastawionym na podejmowanie (wspieranie) ważnych społecznie inicjatyw, udzielanie pomocy, wspieranie innych podmiotów gospodarczych, instytucji, społeczności bez względu na perspektywę czasową korzyści (pozytywnych efektów tych działań)¹³. Definiując CSR od strony zarządzania, stwierdza się, że jest to „proces poznawania i włączania zmieniających się oczekiwań społecznych w strategię zarządzania, a także monitorowania wpływu takiej strategii na konkurencyjność firmy [...] społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstwa ma charakter strategiczny i dynamiczny i opiera się na ciągłym doskonaleniu oraz stałej współpracy ze wszystkimi interesariuszami”¹⁴.

Definiowanie społecznej odpowiedzialności biznesu zmierza w czterech kierunkach, podkreślając (promując) aspekty moralno-etyczne, korzyści ekonomiczne, relacje podmiotów gospodarczych z otoczeniem oraz korzyści społeczne. W niniejszym artykule odniesiono się do drugiego z powyższych ujęć, zakładając, że przedsiębiorstwo, podejmując działania z zakresu CSR, może odnieść korzyści ekonomiczne. Korzyści te mogą mieć charakter bezpośredni (lepsze wykorzystanie zasobów i dobre relacje z otoczeniem stanowiące źródło przewagi konkurencyjnej) lub pośredni (przychylność i lojalność grup w otoczeniu przedsiębiorstwa)¹⁵.

Najczęściej przyjmuje się, że zakres społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstwa obejmuje trzy obszary działań, tj.: interesariuszy, środowisko przyrodnicze oraz ogólny dobrobyt społeczny¹⁶. Dla rozważań dotyczących związków CSR z efektywnością działań przedsiębiorstwa istotne jest rozróżnienie otoczenia bliższego (rynek, dostawcy, klienci, kredytodawcy) i dalszego (sytuacja społeczna, polityczna, prawna)¹⁷. Jako interesariusze traktowane są wszystkie osoby i instytucje zainteresowane powodzeniem realizacji celów określonego przedsiębiorstwa. Interesariuszy przedsiębiorstwa można podzielić na interesariuszy

¹² EC Communication, A Renewed EU Strategy 2011-2014 for Corporate Social Responsibility, 17 stycznia 2012, www.eurocoop.coop, s. 2-3 [13.11.2013].

¹³ G. Bartkowiak, *Společna odpowiedzialność biznesu w aspekcie teoretycznym i empirycznym*, Difin, Warszawa 2011, s. 20.

¹⁴ B. Rok, *Společna odpowiedzialność biznesu*, w: *Biznes, etyka, odpowiedzialność*, red. W. Gasparski, PWN, Warszawa 2012, s. 424.

¹⁵ G. Bartkowiak, op. cit., s. 22-23; J. Nakonieczna, *Společna odpowiedzialność przedsiębiorstw międzynarodowych*, Difin, Warszawa 2008, s. 20.

¹⁶ R.W. Griffin, *Podstawy zarządzania organizacjami*, PWN, Warszawa 1996, s. 146-148.

¹⁷ D. Williamson, W. Jenkins, P. Cooke, K.M. Moreton, *Strategic Management and Business Analysis*, Elsevier Butterworth Heinemann, Amsterdam – Boston 2004, s. 85-86; J.G. Nellis, D. Parker, *Principles of Business Economics*, Prentice Hall, Harlow – Londyn 2006, s. 344-346; H. Weihrich, H. Koontz, *Management. A Global Perspective*, McGraw-Hill, Nowy Jork – St. Luis 1993, s. 59-65.

wewnętrznych (właściciele, pracownicy) oraz interesariuszy zewnętrznych (klientów, dostawców, wierzycieli, społeczność lokalną, stowarzyszenia handlowe, władze różnych szczebli, sądy, szkoły, uniwersytety itd.)¹⁸.

Bardzo istotnym elementem składającym się na działania w ramach CSR jest odpowiednio realizowana strategia personalna. Zgodnie z sugestiami Komisji Europejskiej powinna ona obejmować: inwestycje w kapitał ludzki, zdrowie, bezpieczeństwo pracy, przestrzeganie praw człowieka i eliminację dyskryminacji¹⁹. Niemal równie istotne, jak odpowiednia polityka w stosunku do personelu, jest uwzględnianie przez przedsiębiorstwo w swych decyzjach interesów partnerów rynkowych (dostawców, klientów, kredytodawców, kooperantów, konkurentów). Zgodnie z zaleceniami CSR w tym zakresie przedsiębiorstwo powinno postępować etycznie w kontaktach z otoczeniem, posługiwać się uczciwą informacją i reklamą, postępować zgodnie z obowiązującymi regułami w procesach prywatyzacji, fuzji i przejęć²⁰.

W odniesieniu do środowiska przyrodniczego przedsiębiorstwo powinno skupić się na zapobieganiu emisji i usuwaniu zanieczyszczeń oraz przeciwdziałaniu awariom mogącym mieć negatywne skutki dla środowiska. Wśród działań zmierzających do rozwiązywania problemów społecznych, poza dbałością o środowisko przyrodnicze, wymienia się także: tworzenie miejsc pracy, przyczynianie się do poprawy warunków życia ludności, działalność charytatywną, wspieranie kultury, oświaty i ochrony zdrowia²¹.

Zidentyfikowanie i uwzględnianie w procesie zarządzania przedsiębiorstwem oczekiwań interesariuszy umożliwia przedsiębiorstwu stabilny i trwały rozwój, przyczyniając się do poprawy jego pozycji konkurencyjnej w długim okresie²². Strategie rozwojowe przedsiębiorstwa uwzględniające koncepcję CSR powinny obejmować: dbałość o reputację (m.in. nacisk na solidność, wiarygodność, uczciwość, odpowiedzialność wobec interesariuszy), relacje z interesariuszami, wyczulenie na potrzeby otoczenia (rozumienie i reagowanie na trendy rynkowe, potrzeby interesariuszy), efektywność wykorzystania zasobów i podnoszenie ich wartości (pozytywnie wpływające na konkurencyjność przedsiębiorstwa)²³.

W literaturze finansowej podkreśla się, że działania w zakresie zaangażowania społecznego i ekologicznego przekładają się na wzrost rynkowej wartości przedsiębiorstwa, ale dzieje się to w długim okresie. Z perspektywy krótko-

¹⁸ Szerzej na temat pojęcia i rodzajów interesariuszy patrz: M. Rybak, *Etyka menedżera – społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstwa*, PWN, Warszawa 2004, s. 43-50.

¹⁹ Ibidem, s. 131.

²⁰ G. Bartkowiak, op. cit., s. 26.

²¹ S. Sudoł, *Przedsiębiorstwo. Podstawy nauki o przedsiębiorstwie. Zarządzanie przedsiębiorstwem*, PWE, Warszawa 2006, s. 74-75; R.W. Griffin, op. cit., s. 148-149.

²² R.E. Smith, *Defining Corporate Social Responsibility: A System Approach for Socially Responsible Capitalism*, University of Pennsylvania, Philadelphia 2011, s. 13.

²³ G. Bartkowiak, op. cit., s. 30.

okresowej przedsiębiorstwo dąży do generowania wartości dla właścicieli przy uwzględnieniu oczekiwań innych interesariuszy²⁴.

4. CSR na przykładzie działalności górniczej

Działania podejmowane w ramach CSR w dużej mierze zależą od sektora, w jakim funkcjonuje przedsiębiorstwo. Szczególną wagę do koncepcji CSR powinny przykładać przedsiębiorstwa uciążliwe dla środowiska, m.in. należące do sektora wydobywczego. Działalności górniczej towarzyszy wiele skutków mających swe odzwierciedlenie na poziomie lokalnym i ogólnokrajowym. Na przykład określając, czy należy ograniczyć wydobycie węgla energetycznego, z jednej strony należy uwzględnić korzyści z utrzymania wydobycia węgla, tj.: wartość produkcji sprzedanej, wartość miejsc pracy, wpływy do budżetu centralnego i budżetów samorządowych, a także nakłady, które należałoby ponieść na zmianę struktury źródeł pozyskiwania energii. Z drugiej strony uwzględnić należy wartość utraconych zasobów, szkody związane z bieżącą eksploatacją oraz nakłady na usuwanie skutków ekologicznych po likwidacji kopalń²⁵. Biorąc pod uwagę skalę problemów generowanych na rynku regionalnym (w Polsce wydobycie węgla skupia się na obszarze Górnego Śląska), związanych z utratą wysoko opłacanych stanowisk pracy, do procesów restrukturyzacyjnych dotyczących poważnej redukcji zatrudnienia zwykle włącza się państwo²⁶.

Dla zobrazowania kierunków działań podejmowanych w ramach CSR przez przedsiębiorstwa wydobywcze wybrano Jastrzębską Spółkę Węglową (JSW) i Lubelski Węgiel „Bogdanka” SA. Obie powyższe spółki należą do RESPECT Index (spółek notowanych na GPW deklarujących przestrzeganie zasad społecznej odpowiedzialności biznesu).

Jastrzębska Spółka Węglowa w ramach działań należących do kategorii „Odpowiedzialny biznes” wyodrębnia cztery obszary zdefiniowane następująco²⁷:

1. Wiarygodny partner – troska o klienta (poprawa jakości obsługi, dotrzymywanie warunków kontraktów zawartych z odbiorcami i dostawcami, przejrzysta procedura handlowa i reklamacyjna, dodatkowy serwis).

²⁴ M. Marcinkowska, *Społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstw a ich wyniki ekonomiczne – aspekty teoretyczne*, „Przegląd Organizacji” 2010, nr 10, s. 7-8.

²⁵ B. Piontek, F. Piontek, W. Piontek, op. cit., s. 70.

²⁶ I. Jonek-Kowalska, M.Cz. Turek, *Cost rationalization of maintaining post-industrial regions*, „Polish Journal of Environmental Studies” 2013, t. 22, nr 3, s. 727-730; M. Turek, I. Jonek-Kowalska, *Finansowanie procesów restrukturyzacyjnych w górnictwie węgla kamiennego w latach 2003-2006*, w: *Zarządzanie restrukturyzacją w procesach integracji i rozwoju nowej gospodarki*, red. R. Borowiecki, A. Jaki, Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie, Kraków 2008, s. 562-565.

²⁷ www.jsw.pl [19.04.2014].

2. Dbłość o środowisko naturalne – minimalizacja negatywnych efektów działalności, rekultywacja terenów, wykorzystanie najlepszych dostępnych technik, ochrona wód, racjonalne gospodarowanie odpadami, ograniczenie emisji gazów cieplarnianych, edukacja ekologiczna pracowników.

3. Dobre i bezpieczne warunki pracy – stabilne, dobre miejsca pracy, BiHP, monitoring zagrożeń, szkolenia, wzrost efektywności pracy, identyfikacji pracowników z firmą, poprawa komunikacji i interakcji z pracownikami.

4. Uczestnictwo w życiu społeczności lokalnych – budowanie wizerunku JSW jako mecenasu sportu, wspieranie rozwoju instytucji naukowych, służby zdrowia, programów wspierających uzdolnioną młodzież.

W przypadku Lubelskiego Węgla „Bogdanka” SA opracowano „Zaktualizowane podejście do CSR” określające następująco cele i kierunki działań na lata 2014-2017²⁸:

1. Wzrost poziomu bezpieczeństwa zatrudnionych.

2. Bezpieczeństwo lokalnego otoczenia przyrodniczego – ochrona bioróżnorodności, rekultywacja terenów, wzrost efektywności środowiskowej i operacyjnej wydobywania.

3. Wspieranie rozwoju społeczności lokalnej – przeciwdziałanie skutkom szkód górniczych, działania na rzecz społeczności, wspieranie edukacji i rozwoju w branży górniczej.

4. Transparentne i odpowiedzialne praktyki zarządcze – odpowiedzialność w łańcuchu dostaw, etyka zarządzania (np. przeciwdziałanie korupcji), otwartość i dialog w miejscu pracy, zarządzanie relacjami z otoczeniem.

W strategicznych deklaracjach analizowanych przedsiębiorstw w zakresie CSR można zauważyć znaczące podobieństwa. Co prawda w nieco innym ujęciu; w obu przedsiębiorstwach działania skierowane są na otoczenie bliższe, pracowników, środowisko naturalne oraz społeczności lokalne. W odniesieniu do otoczenia bliższego podkreśla się znaczenie utrzymania wizerunku odpowiedzialnego partnera biznesowego, zarówno w odniesieniu do dostawców, jak i klientów. W obszarze działań personalnych podkreśla się znaczenie utrzymania dobrych (co do warunków pracy i wynagrodzenia) miejsc pracy, a także odpowiednie ich zabezpieczenie z perspektywy BiHP (co jest związane z występującymi w sektorze wydobywczym zagrożeniami dla pracowników). W odniesieniu do środowiska naturalnego zwraca się uwagę na szkody spowodowane działalnością górniczą i potrzebę rekultywacji terenów dotkniętych szkodami. Wszystkie powyższe działania należą do działań o charakterze operacyjnym, a nakreślone priorytety wynikają ze specyfiki działalności wydobywczej. Jeśli jako działania w ramach CSR traktować tylko te, które wykraczają poza obowiązkowe, narzucone przepisami, to w zasadzie są nimi jedynie działania na rzecz społeczności

²⁸ www.lw.com.pl [19.04.2014].

lokalnej. Jednak także te działania mają pewien aspekt efektywności ekonomicznej. Poza tym, że skierowane są do społeczności lokalnych, na terenie których prowadzona jest działalność gospodarcza, przedsiębiorstwa podkreślają również ich znaczenie w zakresie kształtowania wizerunku (JSW) lub wspierania edukacji i rozwoju branży górniczej (Bogdanka).

5. Podsumowanie

Efektywność w ujęciu ekonomicznym bazuje na porównaniu przychodów i kosztów. Efektywność społeczna uwzględnia dodatkowo koszty społeczne prowadzenia działalności gospodarczej i korzyści generowane przez przedsiębiorstwo w otoczeniu. Próbą pogodzenia efektywności w ujęciu ekonomicznym i społecznym na poziomie przedsiębiorstwa jest koncepcja społecznej odpowiedzialności biznesu (CSR). Koncepcja CSR zaleca dążenie do uzyskania równowagi ekonomicznej, społecznej i ekologicznej w relacjach przedsiębiorstwa z jego interesariuszami. Z perspektywy efektywności działań w zakresie CSR istotne dla przedsiębiorstwa jest rozróżnienie swoich interesariuszy wewnętrznych oraz otoczenia bliższego (rynek, dostawcy, klienci, kredytodawcy) i dalszego.

Większość kosztów związanych z działaniami zaliczanymi do społecznej odpowiedzialności biznesu można potraktować jako inwestycje w długookresowy rozwój przedsiębiorstwa. Opierając się na analizie deklaracji dotyczących realizacji działań w zakresie CSR składanych przez dwa wybrane przedsiębiorstwa sektora wydobywczego, można uznać za potwierdzoną postawioną we wstępie hipotezę, że przedsiębiorstwa w ramach CSR w pierwszej kolejności skupiają się na działaniach uwzględniających efektywność ekonomiczną. Przedsiębiorstwa skupiają się na relacjach z otoczeniem bliższym (dostawcy i klienci) oraz relacjach z pracownikami. Leży to w ich interesie i przekłada się na osiągnięte wyniki ekonomiczne. W dziedzinie ochrony środowiska przedsiębiorstwa skupiają się na redukcji i przeciwdziałaniu szkodom, które same powodują. W działalności filantropijnej przedsiębiorstwa koncentrują się na najbliższym otoczeniu i działaniach przekładających się na poprawę ich wizerunku.

Literatura

- Bartkowiak G., *Społeczna odpowiedzialność biznesu w aspekcie teoretycznym i empirycznym*, Difin, Warszawa 2011.
- Dahlsrud A., *How Corporate Social Responsibility is Defined: An Analysis of 37 Definitions*, www.interscience.wiley.com [13.11.2013].

- EC Communication, *A Renewed EU Strategy 2011-2014 for Corporate Social Responsibility*, 17 stycznia 2012, www.eurocoop.coop [13.11.2013].
- Ekonomia od A do Z. Encyklopedia podręczna*, red. S. Sztaba, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2007.
- Elementarne zagadnienia ekonomii*, red. R. Milewski, PWN, Warszawa 1994.
- Fifka M.S., *Towards a more business-oriented definitions of Corporate Social Responsibility: Discussing the core controversies of a well-established concept*, „Journal Service Science and Management” 2009, nr 2.
- Jankowska-Kłapkowska A., *Makroekonomiczny i mikroekonomiczny rachunek zasobów przyrody w Polsce*, „Biblioteka Ekonomia i środowisko” 1993, nr 8.
- Jonek-Kowalska I., Turek M.Cz., *Cost rationalization of maintaining post-industrial regions*, „Polish Journal of Environmental Studies” 2013, t. 22, nr 3.
- Griffin R.W., *Podstawy zarządzania organizacjami*, PWN, Warszawa 1996.
- Hys K., Hawrysz L., *Spoleczna odpowiedzialność biznesu*, „Ekonomika i Organizacja Przedsiębiorstwa” 2012, nr 4.
- Kryk B., *Rachunek sozoeconomiczny działalności gospodarczej na przykładzie energetyki zawodowej regionu szczecińskiego*, Wyd. Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin 2003.
- Makro- i mikroekonomia. Podstawowe problemy*, red. S. Marciniak, PWN, Warszawa 2002.
- Malara Z., Kroik J., *Spoleczna odpowiedzialność przedsiębiorstwa – konstytuowanie koncepcji w perspektywie strategicznej*, „Organizacja i Kierowanie” 2012, nr 1.
- Marcinkowska M., *Spoleczna odpowiedzialność przedsiębiorstw a ich wyniki ekonomiczne aspekty teoretyczne*, „Przegląd Organizacji” 2010, nr 10.
- McConnell C.R., *Economics: Principles, Problems and Policies*, McGraw-Hill, Nowy Jork – St. Luis 1984.
- Nakonieczna J., *Spoleczna odpowiedzialność przedsiębiorstw międzynarodowych*, Difin, Warszawa 2008.
- Nellis J.G., Parker D., *Principles of Business Economics*, Prentice Hall, Harlow, Londyn 2006.
- Piontek B., Piontek F., Piontek W., *Ekorozwój i narzędzia jego realizacji*, Wyd. Ekonomia i Środowisko, Białystok 1997.
- Piontek F., *Sozoeconomiczny rachunek efektywności działalności gospodarczej w warunkach gospodarki rynkowej i samorządności terytorialnej*, Wyd. Ekonomia i Środowisko, Białystok 1996.
- Podstawy ekonomii*, red. R. Milewski, E. Kwiatkowski, PWN, Warszawa 2005.
- Rok B., *Spoleczna odpowiedzialność biznesu*, w: *Biznes, etyka, odpowiedzialność*, red. W. Gasparski, PWN, Warszawa 2012.
- Rybak M., *Etyka menedżera – społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstwa*, PWN, Warszawa 2004.
- Sierpińska M., Jachna T., *Ocena przedsiębiorstwa według standardów światowych*, PWN, Warszawa 1994.
- Smith R.E., *Defining Corporate Social Responsibility: A System Approach for Socially Responsible Capitalism*, University of Pennsylvania, Philadelphia 2011.
- Sudoł S., *Przedsiębiorstwo. Podstawy nauki o przedsiębiorstwie. Zarządzanie przedsiębiorstwem*, PWE, Warszawa 2006.
- Turek M., Jonek-Kowalska I., *Finansowanie procesów restrukturyzacyjnych w górnictwie węgla kamiennego w latach 2003-2006*, w: *Zarządzanie restrukturyzacją w procesach integracji i rozwoju nowej gospodarki*, red. R. Borowiecki, A. Jaki, Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie, Kraków 2008.
- Wehrich H., Koontz H., *Management. A Global Perspective*, McGraw-Hill, Nowy Jork – St. Luis 1993.
- Williamson D., Jenkins W., Cooke P., Moreton K.M., *Strategic Management and Business Analysis*, Elsevier Butterworth Heinemann, Amsterdam – Boston 2004.

Woźniak M.G., *Wzrost gospodarczy. Podstawy teoretyczne*, Wyd. AE w Krakowie, Kraków 2004.
www.jsw.pl [19.04.2014].
www.lw.com.pl [19.04.2014].

Corporate Social Responsibility vs. Company Performance

Summary. More and more of those involved in the theory and practice of business management are recently taking an interest in the idea of corporate social responsibility (CSR). The CSR concept encompasses a number of business activity areas, most of which belong in the operations domain. Considering this fact, observance of CSR recommendations could help enhance a company's effectiveness in terms of social as well as economic performance. The author argues, however, that companies implementing CSR measures tend to focus primarily on improving their economic performance. Although the paper is mostly theoretical in character, it includes an analysis of CSR initiatives undertaken by two sample companies in the mining sector listed on the Warsaw Stock Exchange.

Keywords: economic performance, social performance, corporate social responsibility, mining industry