

Corporate Social Responsibility (CSR) and Financial Performance: A Snapshot from the Banking and Telecommunications Industries

Eni Kristo, PhD Candidate,
Faculty of Economics, University of Tirana, Albania
E-mail: enikristo@gmail.com

Anisa Kume, PhD
Faculty of Economics, University of Tirana, Albania
E-mail: kumeanisa@yahoo.com

Përgjegjësia Sociale e Koorporatave dhe Performanca Financiare: Një këndvështrim në Industrinë Bankare dhe të Telekomunikacionit

Eni Kristo, PhD Candidate,
Fakulteti i Ekonomisë, Universiteti i Tiranës, Shqipëri
Adresa e emailit: enikristo@gmail.com

Anisa Kume, PhD,
Fakulteti i Ekonomisë, Universiteti i Tiranës, Shqipëri
Adresa e emailit: kumeanisa@yahoo.com

Abstract: *This paper examines the relationship between the (CSR) and business financial performance, assuming the wealth maximization. Socially responsible profitmaking is an increasingly growing trend among Fortune 500 companies. Research indicates mixed reviews on the value of CSR programs. The paper analyzes the CSR-Business performance link in Albania giving an overview of latest trends of CSR practices and offering a possible way to measure their impact on business financial performance.*

Key words: *Corporate Social Responsibility, Corporate Financial Performance, Financial indicators, CSR activities*

Abstrakt: *Punimi analizon lidhjen midis PSK dhe performancës financiare të biznesit, duke supozuar maksimizimin e fitimit. Fitimi social është një trend në rritje mes 500 kompanive fitimprurëse. Kërkimet tregojnë një ndërthurje të pikëpamjeve mbi vlerat e programeve PSK. Në punim analizohet lidhja PSK-Performancë Financiare në Shqipëri, e fokusuar në prirjet e fundit të praktikave të PSK duke ofruar një mënyrë të matjes së impaktit në performancën financiare.*

Fjalët kyce: *Përgjegjësia Sociale e Koorporatave, Performanca Financiare e Koorporatave, Treguesit Financiarë, Aktivitetet e PSK*

JEL Classification: *M14, L53, E 50, L96*

I. Introduction

Several corporate scandals have drawn public attention to the social roles and responsibilities of business enterprises. The general public believes that businesses have responsibilities toward society, and companies are now under intense public scrutiny. CSR has become an important research topic in business studies (Sweeney,

I. Hyrje

Një mori skadalesh të sjella nga koorporatat kanë tërhequr vëmendjen publike mbi rolin social dhe përgjegjësinë e ndërmarrjeve të biznesit. Audiencia publike beson se bizneset kanë përgjegjësi mbi shoqërinë, dhe se kompanitë ndodhen intensivisht nën këqyrjen e kujdesshme të publikut. PSK konsiderohet një tematikë e rëndësishme kërkimi në studimet

2009). In recent decades, various studies have examined the determinants of CSR and the effects that practicing CSR has on businesses. The aims of this study are to understand the development of CSR in Albania and measure the effects of CSR practices on company performance. According to the National CSR Report Albania - 2013, CSR implementation and practices are far behind those in other developing countries although a larger number of companies than at any time before are engaged in serious efforts to define and integrate CSR practices into their businesses. In light of Albania's candidacy status in the European Union, the promotion and implementation of CSR standards becomes even more relevant, as Albanian businesses will face increased competition and will have to adapt to a more sustainable way of doing business. CSR is a key part of the Europe 2020 Strategy, which seeks to promote an integrated approach to smart, sustainable and inclusive growth within an overall vision of the social market economy. In the Albanian context, CSR is usually voluntary and companies are not mandated to implement related practices. A better understanding of the Albanian experience would raise the awareness of CSR's importance and contribute to social development in Albania. The relationship between CSR practices and financial performance is complex and inconclusive (Angelidis et al., 2008). There is an increasing demand for transparency and growing expectations that corporations measure, report, and continuously improve their social, environmental, and economic performance. Although not much research on CSR in Albania has been carried out, it is important to study the economic impact of CSR. The profit motive here is important, as companies will invest in CSR only if they see some economic incentive or return.

II. Definition of CSR

A review of the literature states that CSR is a concept with multiple meanings generated by different ways of defining the term. According to Frederick W, Post J, Davis K. (1973) 'Corporate social responsibility can be defined as a principle stating that corporations should be account-

e biznesit (Sweeney, 2009). Në dekadat e fundit, studime të ndryshme kanë ekzaminuar faktorët e që ndikojnë në PSK dhe efektet që ka zbatimi i praktikave PSK në biznese. Qëllimet e punimit janë kuptimi, skanimi dhe interpretimi i zhvillimit të PSK në Shqipëri dhe matja e efekteve të praktikave të PSK në performancën e firmës. Sipas Raportit Kombëtar të PSK në Shqipëri (2013), zbatimi i praktikave të PSK mbetet krahasimisht pas me vendet e zhvilluara, edhe pse një masë e gjerë kompanish kanë bërë përpjekje për të përcaktuar dhe integruar praktika të tilla në aktivitetin e tyre. Nga pikëpamja e statusit kandidat drejt integritimit evropian, implementimi dhe promovimi i standarteve të PSK-së bëhet më adekuat në kushtet e konkurrencës në rritje dhe mjedisit të qëndrueshëm të të bërit biznes. PSK është një pikë kyçe e Strategjisë Evropiane 2020, e cila synon të promovojë një qasje të integruar drejt rritjes së qëndrueshme dhe gjithëpërfshirëse nën vizionin e një ekonomie tregu që vepron në nivele të prodhimit social. Në kontekstin shqiptar, PSK është një politikë e ndërmarrë vullnetarisht dhe kompanitë nuk janë të detyruara ta zbatojnë. Ndoshta një skanim më i mire mbi eksperiencën e të bërit biznes në Shqipëri, do të rriste ndërgjegjësimin mbi rëndësinë e PSK-së dhe do të kontribuonte në zhvillimin social në Shqipëri. Lidhja midis PSK dhe performancës financiare është komplekse si rrjedhojë është e vështirë të derivohen përfundime (Angelidis et al., 2008). Ekziston një kërkesë dhe pritshmëri në rritje se korporatat masin, raportojnë dhe vazhimisht përmirësojnë mjedisin social dhe performancën ekonomike. Edhe pse nuk ka evidencë kërkimore të konsiderueshme në Shqipëri, është më rëndësi studimi i impaktit ekonomik të programeve PSK. Qëllimi i maksimizimit të fitimit në Shqipëri është aq esencial sa kompanitë do të investonin në PSK vetëm nëse do të prireshin nga incentiva ekonomike apo ktihimi i lartë.

II. Përkufizimi i PSK

Nga rishikimi i literaturës, PSK rezulton një koncept shumë-kuptimësh, si rrjedhojë e përcaktimeve të ndryshme të këtij termi. Bazuar në Frederick, Post dhe Davis (1973), PSK përkufizohet si parim i cili tregon se korporatat janë përgjegjëse

able for the effects of any of their actions on their community and environment'. The European Union outlines CSR as 'a concept whereby companies decide voluntarily to contribute to a better society and a cleaner environment. A concept whereby companies integrate social and environmental concerns in their business operations and in their interaction with their stakeholders on a voluntary basis.' Alternatively CSR is defined by the European Commission as 'the responsibility of enterprises for their impacts on society' (COM 2011). Based on the definition given by Business for Social Responsibility (BSR), corporate social responsibility is described as 'achieving commercial success in ways that honor ethical values and respect people, communities, and the natural environment'.

III. CSR programmes

Depending on various factors such as the specific company size, business culture, stakeholder demands, specificity of each industry, historical engagement in CSR, there are different modalities on how companies 'implement corporate social responsibility practices. A socially responsible corporation should go beyond the minimum legal requirements and contribute to the social wellbeing of its stakeholders through the adaptation of policies and business practices. To ensure an effective implementation of the CSR programmes, it is essential that the CSR principles be incorporated into the corporations' management and strategic planning, so that both management and employees are committed to them. Furthermore, it is substantial that the CSR strategy be associated to the corporate's specific objectives and core principles. In the case of Albania, the level of participation by companies in CSR networks and sustainability activities is a strong indication of the level of awareness and inclination to adopt CSR practices. A significant contribution to CSR development is made by large international corporations such as banks (BKT, ProCredit Bank, Intesa San Paolo Bank, Tirana Bank), telecommunication companies (Vodafone, AMC) and representatives of heavy industry (Bankers, Antea Cement) with imported CSR concepts from their parent companies. Nevertheless, there is a low prevalence in CSR implementation

për çdo efekt, pasojë e ndërveprimeve të tyre në mjedisin dhe komunitetin përreth. Sipas BE-së, PSK prezantohet si një koncept mbi të cilin bazohet vendimi i firmave për të kontribuar drejt një shoqërie më të mirë dhe një mjedisi më të pastër. Pra, PSK shihet si një koncept përmes të cilit kompanitë integrojnë vullnetarisht çështjet sociale dhe mjedisore në operacionet e biznesit dhe në ndërveprimin me palët e interesit. Në mënyrë alternative, PSK përcaktohet nga Komisioni Evropian si "përgjegjësia e ndërmarrjeve mbi impaktin që ato kanë në shoqëri" (COM, 2011). Sipas Business for Social Responsibility (BSR), PSK përshkruhet si "arritja e suksesit tregtar duke respektuar vlerat etike ndaj individëve, komuniteteve, dhe mjedisit natyror".

III. Programet PSK

Në varësi të faktorëve të ndryshëm si madhësia specifike e firmës, dimensionin kulturor, kërkesat e grupeve të interesit, veçantitë e çdo industrie, historiku n historike përfshirjen në praktika të PSK, ekzistojnë disa mënyra të "implementimit të praktikave PSK nga kompanitë. Një korporatë e përgjegjëgjëshme nga pikëpamja sociale duhet të shkojë përtej minimumit të kërkesave ligjore dhe të kontribojë në mirëqenien sociale të grupeve të interesit duke adaptuar politika dhe praktika të biznesit. Për të siguruar zbatimin efektiv të programeve të PSK, është me rëndësi përfshirja e praktikave të PSK në objektivat, planin manaxherial dhe strategjik të korporatës" në mënyrë që si manaxherët ashtu edhe punonjësit të jenë të angazhuar në të. Në rastin e Shqipërisë, niveli i pjesëmarrjes së kompanive në rrjetin PSK dhe aktivitetet e lidhura me qëndrueshmërinë e biznesit, janë një tregues robust i nivelit të ndërgjegjësimit dhe prirjes për të adaptuar praktikën PSK. Një rol të rëndësishëm dhe kontribues në zhvillimin e PSK si koncept dhe praktikë, kanë luajtur korporatat e mëdha ndërkombëtare si bankat (BKT, ProCredit Bank, Intesa San Paolo Bank, Tirana Bank), kompanitë e telekomunikacionit (Vodafone, AMC) dhe përfaqësues të industrisë së rëndë (Bankers, Antea Cement) të cilat kanë përshtatur konceptin e PSK nga kompanitë mëmë. Megjithatë, ka një evidencë të ulët të implementimit të praktikave PSK nga bizneset

among Albanian businesses, and a lack of comprehensive business surveys.

IV. Comparative analysis between the financial performance of CSR companies vs. that of non-CSR companies

Although CSR initiatives are often considered as public relations (McPeak & Tooley, 2008), companies are embracing CSR practices as part of their business strategy to attain competitive advantages among leading corporations. Recent studies suggest that CSR-practicing companies outperform non-CSR-practicing companies. The increasing interest in the relationship between companies' CSR initiatives and their financial performance seems to be influenced by the pressure of the key stakeholders (McPeak & Tooley; Waddock, 2004). Studies relating CSR to financial performance have generally focused on the issue of whether companies that are perceived as socially responsible have achieved higher, lower, or similar financial performance, in relation to comparable companies that are not perceived as socially responsible (Mackey, Mackey, & Barney, 2007; McWilliams & Siegel, 2001; Roman, Hayibor, & Agle, 1999; Griffin & Mahon, 1997; Aupperle, Carroll, & Hatfield, 1985). The argument of CSR practices and its relation to the financial performance is not new (Wu, 2006) and it is anticipated to continue into the foreseeable future in view of its relevance and importance in today's modern economy (Beurden & Gossling, 2008). Further, issues related to corporate accountability (Waddock 2004), customers seeking sustainable products (Gauthier, 2005), and investors seeking to invest in socially responsible companies are factors that certainly will highlight the positive effects of CSR initiatives in corporations' long-term profitability. Results from the study conducted by Luo and Bhattacharya (2006) suggested that improvements in CSR ratings have a direct positive impact on a company's market value, which translates into improved financial performance. Adopting CSR principles involves also short and medium term costs. Being a socially responsible corpo-

shqiptare si dhe vërehet mungesa analize gjithëpërfshirëse nga ana e biznesit.

IV. Analiza krahasuese e performancës financiare të kompanive të përfshira në aktivitete të PSK kundrejt atyre që nuk përfshihen në këto praktika

Edhe pse iniciativat e PSK konsiderohen shpesh si pjesë e aktiviteteve të marrëdhënieve me publikun (McPeak & Tooley, 2008), firmat po përvetësojnë praktikën e PSK si pjesë të strategjisë së biznesit për të siguruar avantazhin konkurrues mes kompanive lider. Studimet e fundit sugjerojnë se kompanitë që zbatojnë praktikën PSK performojnë më mirë se ato që nuk e konsiderojnë PSK-në. Interesi në rritje në lidhjen midis iniciativave PSK të firmave dhe performancës së tyre financiare lidhet me influencën e grupeve kyç të interesit (McPeak & Tooley; Waddock, 2004). Studiimet mbi lidhjen e PSK-së me performancën financiare të firmës, kanë fokus kërkimor nëse një firmë e cila përfshin përgjegjësinë sociale në aktivitetin tregtar, ka performancë më të lartë, të njëjtë apo më të ulët se sa një firmë që nuk e përfshin (Mackey, Mackey, & Barney, 2007; McWilliams & Siegel, 2001; Roman, Hayibor, & Agle, 1999; Griffin & Mahon, 1997; Aupperle, Carroll, & Hatfield, 1985). Argumenti mbi praktikën e PSK dhe lidhjes së tyre me performancën financiare nuk është i ri (Wu, 2006) dhe parashikohet të thellohet në të ardhmen si pasojë e lidhjes dhe rëndësisë në ekonominë e sotme moderne (Beurden & Gossling, 2008). Gjithashtu, problemet që lidhen me llogaridhënien nga ana e korporatave (Waddock, 2004), me konsumatorët të cilët kanë pritshmëri drejt produkteve të qëndrueshme (Gauthier, 2005), apo me investitorët që pretendojnë të investojnë në kompanitë që përfshihen në përgjegjësinë sociale, janë faktorë që sigurisht hedhin dritë mbi impaktin pozitiv të iniciativave të PSK-së në përfitimet afatgjata të korporatave. Rezultatet e studimit të paraqitur nga Luo dhe Bhattacharya (2006) sugjerojnë së përmirësime të mundshme në nivelet e PSK-së tregojnë një efekt pozitiv të drejtpërdrejtë në vlerën e tregut të kompanive, e cila duhet përkthyer si përmirësim në performancën e tyre financiare. Përfshirja dhe adaptimi i parimeve të PSK shoqërohet gjithashtu me kosto afatshkurtra dhe afatmesme. Nën statusin e një korporate me përgje-

ration entails the purchase of new environmentally friendly equipment, adaptation of quality mechanisms or a change in the management structures. The first factor to consider is brand association with social goodwill. CSR programs obviously help improve the image of a socially responsible company, thereby attracting more consumers that find it appealing to purchase from such companies. Also, in a B2B environment, businesses find they can benefit from the spillovers in good image from doing business with a company that holds a strong reputation in social responsibility. Companies that run marketing campaigns obviously can quantify the net gain in brand awareness, image, and willingness to buy. Being similar in nature, CSR indicators can evolve into the same metrics. It is easy, for example, to gauge how socially responsible Walmart is perceived to be; or Google, Apple, and IDEO. The business effects of socially-responsible companies are somewhat easy to imagine. When you have a company that strives to produce with ecofriendly materials, that calculates the best routes to reduce pollution, or that implements quality controls that cost more but that at the end serve products with lower defect rates, positive business results should follow. One other area to consider is talent retention, often associated with lower turnover, lower training costs, and more efficient recruitment programs. Turban and Greening (1997) have found that it is easier for companies that have CSR programs in place to hire and retain more talented employees. One recent example is Google and YouTube in China. One of Google's principles is that information should be freely accessible, no matter where one is located. It cannot be halted, or given out selectively. On the other hand, companies that behave differently create hostile work environments, such as companies that ask their employees to put profit above all else. This was the case of several investment banks in the US before the financial crisis. Aggressive lending, even to knowingly insolvent borrowers, is sign of irresponsible practices. These environments are usually toxic for the average professional, and hurt a

gjasi sociale përfshihen investimet me bazë mjedisore-sociale, adaptimi i mekanizmeve të cilësisë apo edhe ndryshimet në strukturat manaxheriale. Faktori primar që duhet konsideruar është asocimi i markës i alternuar me aspektin social. Programet e PSK dukshëm asistojnë në përmirësimin e imazhit të kompanive me përgjegjësi sociale, si rezultat i interesit të konsumatorëve ndaj produkteve të këtyre firmave. Gjithashtu, bizneset arsyetojnë se mund të përfitojnë nga përhapja e imazhit të mirë e të bërit biznes me një kompani e cila gëzon reputacion në praktikën sociale. Kompanitë të cilat organizojnë fushata marketingu, dukshëm mund të rrisin fitimet neto nëpërmjet ndërgjegjësimin të konsumatorëve rreth markës dhe dëshirës për të blerë produkte. Treguesit e PSK mund të bëhen pjesë e matjeve të njëjta. Është e lehtë p.sh. të masësh se sa përfshirje në përgjegjësinë sociale ka Walmart; ose Google, Apple, dhe IDEO. Gjithashtu, lehtësisht mund të parashikohen efektet e zbatimit të praktikave PSK në aktivitetin tregtar të kompanive me përgjegjësi sociale. Në rastin e një kompanie e cila prodhon në masë të moderuar ekstrenalitet negative mjedisore, apo që zbaton kontrollin cilësor në minimizimin e tyre, ka pritshmëri të larta suksesi. Një fushë e rradhës për tu konsideruar është përkushtimi ndaj punonjësve të talentuar, të cilët trajtohen si aset në përshejtimin e xhiros së kompanisë, kosto të ulta trajnimit, si dhe programe efçente rekrutimi. Turban dhe Greening (1997) kanë evidentuar se është me interes për kompanitë me përgjegjësi sociale punësimi dhe kujdesi ndaj punonjësve të talentuar. Një shembull koherent është Google dhe YouTube në Kinë. Një nga parimet e Google është njëtrjatshmëria e përhapjes dhe perdorimit të informacionit. Pra nuk mund të jetë rival apo i përjashtueshëm. Nga ana tjetër, kompanitë të cilat veprojnë në kundërshtim, krijojnë kushte të një mjedisi armiqësor si në rastin e kompanive që u kërkojnë punëtorëve të vendosin fitimin mbi çdo tregues tjetër. Ky ishte rasti i disa bankave në SH.B.A përpara krizës financiare. Huamarrja jo e butë, edhe në rastin e muamarrësve të vetëdijshëm mbi falimentimin, është një tregues i praktikave të papërgjegjshme. Këto mjedise konsiderohen shpesh helmues për një profesionist mesatar, si dhe dëmtojnë filozofinë e besnikërisë dhe

culture of loyalty, trust, and commitment. Following the same logic, several authors have identified that CSR policies related to working conditions and better labor practices improve workers' productivity. In Moskowitz (1972), Parket & Eibert (1975) and Soloman & Hansen (1985) it is found that costly CSR practices pay off in the long run due to lower defect rates, better output per input unit, and a more positive cash flow as a result. Sure, having great working conditions is costly, but so is having a bad product that you have to recall and rework.

V. Theoretical and Empirical framework

The empirical relationship between social performance of companies and financial performance has several outcomes. The more neoclassical thought on this issue (such as Friedman, 1970) believes that any activity that increases costs of doing business puts the company at a competitive disadvantage in the market. Naturally, the belief is that CSR expenses are unproductive costs, that don't necessarily add to the bottom line, as least not in the short to medium run. On the other hand, other authors (Ullman, 1985) assert that because there are so many dimensions that affect business performance, it is impossible to subtract the direct effect of CSR on finance. And, in fact, it may well be true that other variables affect financial variables, and that they may be wrongly attributed to CSR programs. Companies that decide to engage in CSR programs may find they can strike a balance between the costs and benefits of CSR programs (Lin, Yang and Liou, 2009). When considering the views above, the relationship between CSR and financial performance may therefore be negative or positive, or turn out to be insignificant. Although in this study the initial hypothesis is that a positive relation exists, all three views will be tested. Theoretically, given two identical companies, the socially responsible company would have less downside risk. Before moving ahead with the analysis, measures of each variable are described next.

VI. Measuring CSR

How CSR is measured has been subject

përkushtimit të konsumatorëve. Në rrjedhim, shumë autorë kanë indentifikuar se politikat PSK të lidhura me kushtet e punës dhe praktikavë më cilësore, përmirësojnë produktivitetin e punonjësit. Në studimin e Moskowitz (1972), Parket & Eibert (1975) dhe Soloman & Hansen (1985) është gjetur se praktikatat e kushtueshme të PSK-së, kompesohen në afatgjatë si rrjedhojë e reduktimit të masës së defekteve, produktit më të mirë për njësi faktor prodhimi, dhe marzhit më të lartë të fitimit. Sigurisht që investimi në kushte të standartizuara të punës është po aq i kushtueshëm sa prodhimi i një produkti që devijon prej tyre, i cili duhet riprodhuar.

V. Analiza teorike dhe empirike

Lidhja empirike midis performancës sociale dhe asaj financiare çon në disa përfundime. Mendimi më neoklasik mbi këtë çështje (Friedman, 1970) beson se çdo aktivitet që rrit kostot e të bërit biznes, i jep firmës disavantazh konkurrues në treg. Natyrisht, shpenzimet për PSK konsiderohen jo produktive, kryerja e të cilave nuk i rrënon financat e kompanisë, të paktën jo në periudhën afatshkurtër-afatmesme. Nga ana tjetër, autorë si Ullman (1985), pohojnë se për shkak të shumë dimensioneve që ndikojnë performancën financiare të biznesit, është e pamundur të shkëpusim efektin e drejtpërdrejtë të PSK në financa. Kompanitë që vendosin të përfshihen në programet e PSK, mund të rezultojnë të suksesshme nëse balancojnë kostot me përfitimet e programeve (Lin, Yang and Liou, 2009). Nëse konsiderojmë këndvështrimet e mësipërme, lidhja midis PSK dhe performancës financiare mundet të jetë negative ose pozitive, apo edhe thjesht statistikisht e parëndësishme. Edhe pse në këtë punim, lidhja nën hipotezën fillestare është pozitive, të treja këndvështrimet do të testohen. Teorikisht, nëse jepen të dhëna dy kompani identike, kompania me përgjegjësi sociale do të ketë normë më të ulët të riskut. Përpara se të thellojmë analizën, do të shohim matjet për çdo variabël si në vijim.

VI. Matja e PSK

Mënyra e matjes së PSK-së është bërë sub-

to much research. Overall, there are several methods none of which seem to have found consensus in the literature. This all depends on the tools that capture CSR data. These may be secondary data such as direct spending on CSR, annual reporting, shareholder disclosures, and other similar items. For example, Akathaporn and McInnes (1993), and Preston and O'Bannon (1997) have used rankings of publicly traded companies in Fortune to determine CSR measures. Along those same footsteps, the Kinder Lydenberg Domini (KLD) rating system was born for publicly traded companies. The idea is to build a composite score similar to an index, which was eventually done and is today known as the DSI 400, or the Domini 400 Social Index (Kinder and Domini, 1997). This index uses a combination of measures to determine index performance for socially responsible companies, including financial statements, press articles, case studies, and customers and government reports. This index has been used by several authors, such as Waddock and Graves (1997). In other conditions, where publicly traded companies are not possible to be accessed or where there is no secondary securities market (which is the case for Albania), primary data sources are used. In this study, panel data will be collected through questionnaires.

VII. Measuring Financial Performance

Financial performance is certainly much easier to measure. The risk in this case will be to be able to strip the effects of other variables, and leave out only the effects of CSR on performance. Literature shows that different measures are used to assess financial performance. Therefore, the results of each study across the literature may be hard to gauge. For example, Alexander and Buchholz (1978) use market data to measure financial performance such as stock price, while Cochran and Wood (1984) use accounting data. There is also the timing, in where market data capture current developments and accounting data capture past events. It is unclear how this effect is treated in the literature, at least to this author's knowledge. There is also the management bias to be taken into consideration when preparing and report-

jekt i shumë kërkimeve. Ekzistojnë disa metoda matjeje edhe pse asnjë prej tyre nuk duket të jetë në konsensus me literaturën. Në fakt, ka të bëjë shumë mënyra e gjetjes së të dhënave të PSK-së. Mund të tentohet drejt të dhënave sekondare si shpenzimet direkte për PSK, raporte vjetore, demaskim i aksionerëve, dhe çdo burim i ngjashëm. Për shembull, Akayhaporn dhe McInnes (1993), dhe Preston and O'Bannon (1997) kanë shfrytëzuar renditjen e kompanive të fuqishme tregtare për të përcaktuar matjen e PSK-së. Në të njëjtën mënyrë përmendet edhe sistemi i renditjes Kinder Lydenberg Domini (KLD), i ndërtuar për kompanitë publike tregtare. Ideja është të ndërtohet një rezultat i kompozuar, i ngjashëm me indeksin, që në fakt u realizua dhe sot njihet si Indeksi Social DSI 400 (Kinder dhe Domini, 1997). Indeksi përdor një kombinim matjesh për të përcaktuar më pak treguesin e performancës për firmat me përgjegjësi sociale, përfshirë paraqitjen financiare, artikujt e shtypit, raste studimore si dhe raportimin për konsumatorët dhe qeverinë. Ky indeks është përdorur nga autorë të ndryshëm, si Waddock dhe Graves (1997). Në kushte të tjera, në të cilat nuk mund të vlerësojmë kompanitë publike tregtare ose në të cilat nuk ka tregje sekondare të sigurimit (rasti i Shqipërisë), përdoren burimet e të dhënave primare. Në këtë punim, të dhënat do të mbledhen me anë të pyetësorëve.

VII. Matja e Performancës Financiare

Performanca financiare është lehtësisht më e matshme. Risku në këtë rast është zhveshja e efekteve të variablave të tjerë në mënyrë që të identifikohet vetëm efekti i PSK-së në performancë. Literatura sygjeron se janë përdorur matje të ndryshe në vlerësimin e e performancës financiare. Si rrjedhojë, është e vështirë të kalibrohen rezultatet e çdo studimi në këtë aspekt. Për shembull, Alexander dhe Buchholz (1978) përdorën të dhëna tregu si çmimi i stokut, ndërsa Cochran dhe Wood (1984) morrën parasysh të dhëna kontabilitare. Hapësira kohore është gjithashtu fakt i rëndësishëm në mbledhjen e të dhënave të tregut në kushtet e ndryshimeve aktuale dhe atyre kontabilitare të ndikuara nga ngjarje në të shkuarën. Është disi i paqartë trajtimi i një efekti të tillë në literaturë, të paktën sipas këtyre autorëve. Nga ana tjetër kemi

ing accounting data. Because Albania has not publicly traded companies altogether, it is impossible, then, to build market-driven variables, which ideally would show less biased results, since investors will have already priced perception of social responsibility. With that being said, measures such as return on assets, return on sales, and return on equity are being considered to be used for Albanian companies subject to this research.

VIII. Methodology

In addressing the hypotheses described above, an *exploratory inductive* approach is followed. A questionnaire is designed. A major challenge in conveying this study is designing a representative sample, given full data unavailability and limited time. Two main statistical packages (Excel and SPSS) are used to conduct quantitative data analysis. According to Saunders, Lewis, and Thornhill (2009), the study of a small sample of subjects is more likely to yield answers to the questions above and build different views of phenomena. Induction also allows a more flexible structure to permit changes of research emphasis as the research progresses (Saunders, Lewis, and Thornhill, 2009). Lastly, the understanding of the context is better carried out by the collection of qualitative data, such as in our case (through semi-structured interviews within a target sample). Secondary data will also be collected through the Albanian CSR Network, INSTAT, and publicly available annual reports, which should yield information on financial indicators of companies. The regressive analysis will be constructed to measure the probable impact of CSR spending on financial performance. CSR spending data will be taken from the Albanian CSR Report, while data to measure performance will be ROA (Return on Assets), Net Income, ROI (Return on Investments), or other indicators describing positive customer awareness.

IX. Empirical Framework

The implementation of CSR initiatives and the publication of CSR reports within a company hold costs. Thus, companies would invest in CSR if they believed that there is economic value to be derived.

zhvendosje në funksionin manaxherial, për tu konsideruar gjatë përgatitjes dhe raportimit të të dhënave të kontabilitetit. Për shkak se në studimin e rastit shqiptar ka kufizime në sektorin e kompanive tregtare publike, është e pamundur ndërtimi i variablave që varen nga tregu, që sigurisht do të reduktonin efektin e zhvendosjes meqënëse vetë investitorët do të mund të vlerësonin perceptimin e përgjegjësive sociale në çmim. Thënë këtë, matjet, si kthimi në asete, në shitje, dhe në kapital, janë përdorur për kompanitë shqiptare në analizë.

VIII. Metodologjia

Për të ngritur hipotezën e përmendur më parë, ndiqet një qasje shpjeguese induktive. Të dhënat mbledhen me anë të një pyëtësori, kampioni i të cilit paraqet një sfidë më vete, duke konsideruar mundësinë e të dhënave dhe kufizimin në kohë. Analiza empirike do të realizohet nëpërmjet paketave statistikore Excel dhe SPSS. Sipas Saunders dhe Thornhill (2009), studimi me një kampion të vogël ka gjasa të derivojë përgjigje për pyetjet e ngritura dhe të hapë një diapazon këndvështrimesh të fenomenit që analizohet. Induksioni, gjithashtu lejon një strukturë më fleksibël në pranimin e ndryshimeve të dukshme gjatë hulumtimit si progresi kërkimor (Saunders, Leëis, dhe Thornhill, 2009). Së fundmi, kuptimi i kontekstit lehtësohet me mbledhjen e të dhënave cilësore si në rastin tonë, nëpërmjet intervistave gjysmë të strukturuar me një grup të targetuar. Të dhënat sekondare do të mbledhen me anë të Rrjetit PSK në Shqipëri, INSTAT, dhe raporte disponibël të publikuara. Analiza regresive shërben për të matur efektin e mundshëm të PSK-së në performancën financiare. Të dhënat mbi shpenzimet për PSK do të sigurohen nëpërmjet Raportit të PSK-së në Shqipëri, ndërsa për të dhënat mbi matjen e performancës financiare do të përdorim treguesit si ROA (kthimi në asete), të ardhurat neto, ROI (kthimi në investime), ose tregues të tjerë përshkrues të ndërgjegjësimit konsumator.

IX. Analiza Empirike

Implementimi i nismave të PSK dhe publikimi i raporteve mbi to ka kosto për një kompani. Kështu, kompanitë do të investonin në PSK vetëm nëse ato besojnë se

Along the analysis there will be tested the positive linkage between CSR and financial performance. The arguments against derive mainly from the neoclassical economists. As for their view, socially responsible companies have a competitive disadvantage (Aupperle et al., 1985), since they incur costs that fall directly upon the bottom line and reduce profits, while these costs could be avoided or borne by individuals or the government. Alternatively, several empirical results reveal no significant relationship between CSR and financial performance, supported by the argument that here are so many variables that intervene between the two that a relationship should not be expected to exist (e.g., Ullman, 1995). The third view proposes that there is a positive relation, since the actual costs of CSR are covered by the benefits. A company that attempts to decrease its implicit costs through a socially irresponsible behaviour, will eventually incur higher explicit costs. Taking this into consideration, the following hypotheses are developed:

H1: Spending in CSR positively correlates with financial performance;

H2: Internal CSR contributions (e.g. investment in staff or best practices) are as important to financial performance as external CSR contributions (e.g. community projects, social advocacy);

Through these hypothesis we will be able not only to examine the relationship between CSR spending, but also investigate the effects of specific socially responsible activities. CSR practices are checked against company performance in terms of economic profits, sales, and market returns to provide new insights into Albania's CSR development and its effect on company performance. Specifically, this study is driven by the following objectives: 1) to investigate the characteristics of companies that are more likely to engage in CSR activities. CSR awareness in the business community and the general public is low (Blue Book, 2009). A better understanding of the Albanian companies that publish separate CSR reports may help to promote the practice. 2) to explain the relationship between CSR contributions and company

mund të derivohet vlerë ekonomike nga investimi. Përgjatë analizës, do të testohet lidhja pozitive midis PSK dhe performancës financiare. Argumentet kundër, vijnë kryesisht nga ekonomistët neoklasikë. Sipas pikëpamjes së tyre, firmat me përgjegjësi sociale gëzojnë disavantazh konkurrenca (Aupperle et al., 1985), meqenëse ato marrin përsipër kosto që rëndojmë mbi linjën prodhuese dhe reduktojnë përfitimet, kur në fakt këto lloj kostosh mund të shmangeshin apo të merreshin nga individët apo qeveria. Në mënyrë alternative, rezultate të ndryshme empirike zbulojnë lidhje statistikisht të parëndësishme mes PSK dhe performancës financiare, të mbështetura nga argumenti se ekzistojnë një sërë variablash që ndërhyjnë midis tyre të cilat ulin pritshmëritë mbi korrelimin (e.g., Ullman, 1995). Pikëpamja e tretë tregon mbi një lidhje pozitive, meqenëse kostot e PSK-së mbulohen nga përfitimet prej saj. Një firmë e cila përpiqet të reduktojë kostot implicite me anë të sjelljes përgjegjshme sociale, eventualisht do të rrisë kostot eksplicite. Duke konsideruar këtë, janë ngritur hipotezat e mëposhtme:

H1: Shpenzimet për PSK ndikojnë pozitivisht në performancën financiare;

H2: Kontributet e brendshme të PSK-së (psh. investimet për stafin apo praktikat më cilësore) janë aq të rëndësishme në performancën financiare sa dhe kontributet e jashtme të PSK-së (psh. projektet për komunitetin, mbrojtja sociale);

Nëpërmjet hipotezave të tilla, jo vetëm që do të ekzaminohet lidhja midis shpenzimeve për PSK dhe performancës por edhe do të investigohen efektet e aktiviteteve specifike të përgjegjësisë sociale. Praktikave të PSK-ve kontrollohen kundrejt performancës së firmës në terma të përfitimeve ekonomike, shitjeve, dhe kthimeve të tregut për të nxjerrë në pah njohuri të reja mbi zhvillimin e PSK-ve në Shqipëri dhe efektet e tyre në performancën e firmave. Specifikisht, ky punim ka objektiva si më poshtë: 1) Të investigohen karakteristikat e kompanive të cilat janë më të prirura të përfshihen në aktivitetet e PSK-ve. Ndërgjegjësimi mbi to nga komuniteti i biznesit dhe audienca publike është i varfër (Blue Book, 2009). Një kuptim më i qartë i kompanive shqiptare që publikojnë raporte të vecuar mbi PSK-të mund të ndihmojë në promovimin e praktikave të tyre. 2) Të

performance. While numerous studies have investigated this relationship, the results are inconclusive.

The implications of CSR programs on financial performance are estimated through the following model:

$$y_{it} = \alpha + \beta C_{it} + \gamma T_{it} + \varepsilon_{it}$$

The dependent variable y_{it} - the growth rate of ROA, ROE (Return on Equity), and ROS (Return on Sales) - are controlled through the CSR Composite Score variable (captured in this term βC_{it}), size, industry, and debt structure (these three are shown in the γT_{it} term above). What is left is a stochastic error term. All variables enter the model in logarithmic form under the safe supposition that the variables affect financial performance nonlinearly. CSR will be measured through a similar variable to the KLD index. Each company will be given a score based on the answers to the questionnaire. The score will be a composite score, where each question will have a relative weight based on that question's relevance on CSR. Higher scores mean that companies have stronger CSR programs, and generally are perceived to invest in socially responsible programs. The fluctuations in this score will be then confronted with fluctuations in financial performance. If estimations reveal to be unproductive, more direct CSR measures will be used, such as total CSR spending in real terms. To control for bias, the study considered the type of industry the company belongs to (as probably manufacturing companies, for example, have heavier CSR programs than, say, service companies), size (bigger companies may tend to adopt CSR programs much more easily than smaller companies), and lastly, debt structure (companies holding a lot of debt may find it harder to engage in CSR investments). Prospects are for 40-50 companies to be surveyed, and financial data to be gathered for the last 5-8 years as possible in each case. CSR is a new field in Albania, and data are limited.

X. Conclusions

CSR is considered to be an essential and effective component of driving a business forward, though its importance varies by

shpjegohet lidhja midis kontributeve të PSK-ve dhe performancës së firmës. Teksa një numër i gjerë studimesh kanë investiguar këtë lidhje, rezultatet janë gjithpërfshirëse. Implikimet e programeve të PSK në performancën financiare janë vlerësuar me anë të modelit të mëposhtëm:

$$y_{it} = \alpha + \beta C_{it} + \gamma T_{it} + \varepsilon_{it}$$

Variabli i varur y_{it} - niveli i rritjes së ROA, ROE, dhe ROS (kthimi mbi shitjet) - janë kontrolluar me anë të variablit të vlerës së kompozuar (i matur në termin βC_{it} , përmasës së kompanisë, industrisë dhe strukturës së borxhit (këto të tre tregohen në termin γT_{it}). Çdo faktor jashtë analizës, përfshihet në termin e gabimit. Variablat e futur në model kanë formë logaritmike nën supozimin se variablat shpjegues ndikojnë performancën financiare në mënyrë jolineare. PSK do të matet nëpërmjet indeksit KLD. Çdo kompani do të vlerësohet bazuar në përgjigjet e vrojtimit me anë të pyetësorit. Vlerësimi do të jetë i kompozuar sipas peshimit relativ me anë të pyetjes që kërkon vlerësimin e PSK-së në kompani. Vlerësime të tjera tregojnë se kompanitë përdorin programe të konsiderueshme PSK-je, dhe janë përgjithësisht të prirura të investojnë në programe që indukojnë përgjegjësinë sociale. Luhatjet në këtë pikëzim do të ndeshen më luhatjet në performancën financiare. Nëse vlerësimet rezultojnë joproduktive, do të përdoren matje më të drejtpërdrejta të PSK-së, si niveli total i shpenzimeve në terma real. Për të kontrolluar zhvendosjet e vlerësuesve (koeficientëve), është konsideruar në punim rregullimi me anë të industrisë ku kompania operon (kompanitë prodhuese zbatojnë programe PSK-je me peshë më të madhe sesa kompanitë e shërbimeve), përmasës (firmat e mëdha tentojnë të adaptojnë programet PSK më lehtë se firmat e vogla), dhe së fundmi, struktura e borxhit (kompanitë që rezultojnë me shumë borxhe, mund ta kenë më të vështirë të përfshijnë investime në këto programe). Prepspektiva synon 40-50 kompani si pjesë e vrojtimit, dhe të dhënat financiare të mbledhen për 5-8 vitet e fundit sipas mundësisë në çdo rast. PSK është një fushë e re në Shqipëri e për këtë shkak të dhënat janë të kufizuara.

X. Konkluzione

PSK-ja si element esencial por edhe dinamik në kushtet e të bërit biznes lexohet

country. In the Albanian context, the CSR comes as a new concept and lacks access to implementation. Though it is assumed that the return rate of CSR investments is of worth, the fluctuations of costs versus benefits lead to studies whether investing in CSR programs positively affects the financial performance of the company. The relationship between CSR activities and financial performance is examined through the regressive analysis under certain assumptions and specific measures. While it is practically impossible to deduct the influence of CSR on Business Performance directly, the influence of CSR activities on different stakeholders can be measured. The model is based on the assumption that this effect is positive, although further diagnosis and specifications in the future may be of significance. Given the exploratory nature of this study, further research is encouraged to examine the relationship between CSR initiatives and financial performance in other sectors and industries.

dhe perceptohet ndryshe ne vende të ndryshme. Në Shqipëri, jo vetëm që konsiderohet një term i ri por edhe i kushtëzuar. Megjithatë, literatura sugjeron se në periudha afatgjata, investimi në PSK është i kthyeshem për sa kohë që përfitimet mbulojnë kostot. Në këtë kontekst, firmat kanë nevojë të analizojnë lidhjen midis PSK dhe performancës financiare, këndvështrimet mbi të cilën indukojnë efekt pozitiv, negativ dhe asnjans. Analiza regressive kryhet duke konsideruar efektin pozitiv të PSK-së në performancë. Problematikat lidhur me derivimin e efektit të PSK, mund të rregullohen nëse specifikohet matja dhe vlerësimi i PSK-së, jo vetëm më anë të vlerës së kompozuar të përfshirjes në të, por edhe me tregues sektorialë që favorizojnë analizën. Edhe pse në ende në fazë pilotimi, specifikimi i variablave kërkon kohë dhe koherencë në vlerësim. Në një punim tjetër mund të kryhet e plotë analiza regressive me interpretimet përkatëse dhe gjetjet kryesore, në funksion të hipotezave.

Reference / Bibliografi

- Cheung, Y., Jiang, K. and Tan, W. (2012).** Doing-good' and 'Doing-well' in Albanian Publicly Listed Companies. *Albania Economic Review*. Forthcoming.
- Commission of the European Communities. (2002).** Corporate Social Responsibility Main Issue. Brussels: European Commission.
- Davis, K. (1973).** The Case for and against Business Assumption of Social Responsibilities. //Academy of Management Journal, 16(2), 312-322.
- Donaldson, T. and Preston, L. (1995)** The Stakeholder Theory of the Corporation: Concepts, Evidence and Implications. //Academy of Management Review, 20(1), 65-91.
- Epstein, M. J. and Roy, M.J. (2001).** Sustainability in action: Identifying and measuring the key performance drivers. *Long Range Planning*, 34(5), 585-604.
- Fischer, J. (2004).** Social Responsibility and Ethics: Clarifying the Concepts. //Journal of Business Ethics, 52(4), 381-390.
- Greenwood, M. (2001).** The Importance of Stakeholders According to Business Leaders. //Business & Society Review, 106(1), 29-49.
- Kang, K.H., Lee, S. and Huh, C. (2010).** Impacts of Positive and Negative Corporate Social Responsibility Activities on Company Performance in the Hospitality Industry. //International Journal of Hospitality Management, 29(1), 72-82.
- McGuire, J.B., Sundgren, A. and Schneeweis, T. (1988).** Corporate Social Responsibility and company Financial Performance. //Academy of Management Journal, 31(4), 854-872.
- Roman, R.M., Hayibor, S., and Agle, B.R. (1999).** The Relationship between Social and Financial Performance. *Business and Society*, 38(1), 109-125.
- Sweeney, L. (2009).** A Study of Current Practice of Corporate Social Responsibility (CSR) and an examination of the relationship between CSR and Financial Performance
- Ullmann, A.A. (1985).** Data in search of a theory: a critical examination of the relationships among social performance, social disclosure, and economic performance of U.S. companies. //Academy of Management Review, 10(3), 540-547.
- United Nations (2007).** CSR and Developing Countries: Sustainable Development Innovation Brief, (1).
- Weber, M. (2008).** The business case for corporate social responsibility: A company-level measurement approach for CSR. //European Management Journal, 26(4), 247-261.