

Wpływ CSR na wyniki finansowe przedsiębiorstw

Wojciech Leoński*

Streszczenie: Społeczna odpowiedzialność biznesu (Corporate Social Responsibility, CSR) to koncepcja opierająca się na ujęciu w działalności przedsiębiorstwa aspektów prospołecznych i proekologicznych. Nie ulega wątpliwości, że przynosi ona wymierne korzyści zarówno dla społeczeństwa, jak i samego przedsiębiorstwa. Jednakże wiele podmiotów gospodarczych wdrożenie strategii CSR rozpatruje jako dodatkowy koszt. Dlatego też celem pracy jest próba analizy wpływu CSR na wyniki finansowe przedsiębiorstw poprzez studia literatury, raportów i sprawozdań. Ponadto w artykule zaprezentowano także wybrane definicje koncepcji CSR oraz jej znaczenie w Unii Europejskiej.

Słowa kluczowe: społeczna odpowiedzialność biznesu (CSR), strategia, zrównoważony rozwój, finanse, wynik finansowy

Wprowadzenie

Przedsiębiorstwa wdrażające koncepcję społecznej odpowiedzialności biznesu starają się realizować różne cele społeczne i ekologiczne. Jednakże nie należy zapominać, że podstawowym celem istnienia podmiotu gospodarczego jest osiągnięcie zysku. A zatem należałoby postawić sobie pytanie: czy stosowanie koncepcji CSR może wpływać na osiągnięcie zysku i wyniki finansowe? Kolejną kwestią, którą należałoby rozpatrzyć jest fakt, czy ze strategią CSR wiążą się tylko wydatki związane z realizacją działań społecznie odpowiedzialnych? Wydatki ponoszone na CSR można traktować także jako inwestycję, która może przynieść w przyszłości wymierne korzyści. Niezwykle ważnym elementem jest fakt, aby koszty ponoszone w związku z podejmowaniem aktywności społecznie odpowiedzialnych nie przewyższały korzyści płynących z CSR. Niewątpliwie bezpośredni wpływ stosowanych praktyk społecznej odpowiedzialności biznesu na wyniki finansowe przedsiębiorstwa jest trudny do określenia z uwagi na fakt, że wydatki dotyczące wdrożenia CSR są łatwe do zmierzenia, zaś korzyści są widoczne dopiero po upływie określonego czasu. Ponadto w tym przypadku korzyści są znacznie trudniejsze do oszacowania.

W celu przygotowania artykułu wykorzystano następujące metody badawcze: krytyczną analizę literatury polskiej i zagranicznej, raportów i opracowań przygotowanych przez różne instytucje, metodę opisową i porównawczą. Głównym celem artykułu jest analiza wpływu CSR na sytuację finansową przedsiębiorstw.

* dr Wojciech Leoński, Wydział Nauk Ekonomicznych i Zarządzania Uniwersytetu Szczecińskiego, ul. Mickiewicza 64, 71-101 Szczecin, e-mail: wleoński@wneiz.pl.

1. Pojęcie i znaczenie CSR w Unii Europejskiej

Współcześnie CSR jest definiowane na wiele sposobów. Definicje te można znaleźć w literaturze, rozmaitych raportach i opracowaniach przygotowanych przez organizacje krajowe i zagraniczne, a także ośrodki naukowe. Ponadto same przedsiębiorstwa starają się definiować CSR dla własnych potrzeb. Koncepcja społecznej odpowiedzialności biznesu coraz częściej stanowi wyzwanie dla zarządzających firmą. Mnogość instrumentów CSR i możliwości jej realizacji sprawia, że każde przedsiębiorstwo może wdrożyć wybrane elementy omawianej koncepcji. Podmioty gospodarcze powinny dokonać dokładnej analizy działań CSR, które mogą wdrożyć do praktyki, i wybrać te, które będą dla nich najbardziej odpowiednie.

Społeczna odpowiedzialność biznesu może być rozumiana jako oddolna inicjatywa różnych podmiotów. CSR jest zagadnieniem złożonym, ponieważ odnosi się do gospodarki, społeczeństwa, wartości oraz relacji z otoczeniem zewnętrznym przedsiębiorstwa (*Społeczna odpowiedzialność...* 2012: 5). CSR polega na prowadzeniu działalności gospodarczej w sposób uwzględniający oczekiwania interesariuszy, a także pozwalający wypracować efekt synergii pomiędzy obszarem ekonomicznym, społecznym i środowiskowym. Generalnie idea CSR polega na zobowiązaniu przedsiębiorstwa na rzecz środowiska, społeczności lokalnej, przy założeniu maksymalizacji wartości jako podstawowego celu przedsiębiorstwa (*Zarządzanie...* 2014: 80). Inna definicja utożsamia społeczną odpowiedzialność organizacji z aktywnym i dobrowolnym udziałem przedsiębiorstwa w działalności ukierunkowanej na poprawę czynników gospodarczych, ekologicznych i socjalnych otoczenia, w którym funkcjonuje dane przedsiębiorstwo (Garay, Font 2012).

Dokonując analizy pojęcia koncepcji CSR, warto zwrócić uwagę na definicję opracowaną przez Międzynarodową Organizację Normalizacyjną (ISO). Norma 26000 jest skierowana nie tylko do przedsiębiorstw, ale także innych organizacji sektora publicznego i prywatnego. Zgodnie z omawianą normą, CSR to odpowiedzialność organizacji za wpływ jej decyzji i działalności na społeczeństwo i środowisko, poprzez przejrzyste i etyczne zachowanie, które uwzględnia między innymi oczekiwania interesariuszy, jest zgodne z prawem, wpływa pozytywnie na zrównoważony rozwój, przyczynia się do dobrobytu społeczeństwa. Do głównych obszarów CSR zaliczono: ład organizacyjny, prawa człowieka, stosunki pracy, ochronę środowiska naturalnego, relacje z konsumentami, zaangażowanie społeczne (*Discovering...* 2010).

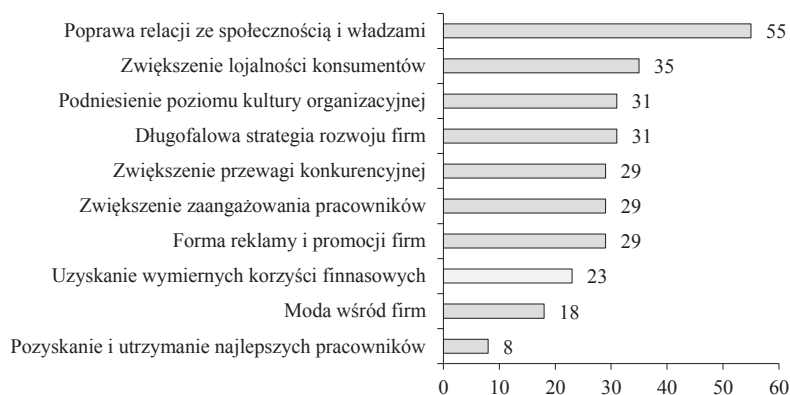
Rozpatrując pojęcie CSR, warto zwrócić uwagę na definicje tworzone na potrzeby danego przedsiębiorstwa. W takim przypadku CSR może być np. zobowiązaniem do prowadzenia działalności w sposób odpowiedzialny i wspierania zrównoważonego rozwoju w zakresie rozwiązań transportowych. Działania CSR obejmują aspekty związane z troską o środowisko naturalne, etyką biznesu, prawami człowieka i kwestiami społecznymi (www.volvogroup.com).

Dokonując analizy stanowiska Unii Europejskiej wobec społecznej odpowiedzialności biznesu, warto zwrócić uwagę na dyrektywę w sprawie ujawniania informacji niefinansowych i informacji dotyczących różnorodności przez niektóre duże spółki oraz grupy. Wskazuje ona na rosnące znaczenie społecznej odpowiedzialności biznesu w UE. CSR było wcześniej postrzegane jako działalność dobrowolna, tymczasem dyrektywa ta wprowadziła obowiązek raportowania działań CSR przez niektóre przedsiębiorstwa. Obowiązek ten dotyczy firm zatrudniających więcej niż 500 osób i posiadających sumę bilansową powyżej 20 mln euro lub przychody powyżej 40 mln euro. Kraje członkowskie UE mają dwa lata na adaptację i wdrożenie dyrektywy do prawa krajowego. Oznacza to, że w Polsce dyrektywa będzie miała zastosowanie od 1 stycznia 2017 roku, co zobowiązuje firmy do przedłożenia pierwszych sprawozdań w styczniu 2018 roku opisujących dane za rok 2017. Przedsiębiorstwa zostaną zobowiązane do ujawnienia informacji dotyczących kwestii środowiskowych, społecznych i pracowniczych, poszanowania praw człowieka, przeciwdziałania korupcji i łapownictwu. Elementy środowiskowe mogą dotyczyć wpływu działalności przedsiębiorstwa na środowisko, na zdrowie i bezpieczeństwo, wykorzystywanie energii odnawialnej lub nieodnawialnej, emisję gazów cieplarnianych, zużycie wody i zanieczyszczenie powietrza. Informacje związane ze sprawami społecznymi i pracowniczymi mogą zawierać materiały dotyczące: działań zmierzających do równouprawnienia płci, warunków pracy, dialogu społecznego, poszanowania prawa pracowników do informacji i do wyrażania opinii, poszanowania praw związków zawodowych, bezpieczeństwa i higieny pracy oraz dialogu ze społecznościami lokalnymi lub działań podejmowanych w celu zapewnienia ochrony i rozwoju tych społeczności. Natomiast obszar walki z korupcją i łapownictwem może zawierać informacje na temat zapobiegania naruszaniu praw człowieka lub na temat stosowanych instrumentów walki z korupcją i łapownictwem (Dyrektywa... 2014).

2. CSR a finanse przedsiębiorstwa

CSR ma istotne znaczenie dla zasobów finansowych, zarówno w znaczeniu kosztów, które trzeba ponieść na realizację tej działalności, ale także jako forma inwestycji. Niektórzy analitycy uważają, że CSR wpływa na wzrost zysków i zmniejsza ryzyko utraty reputacji (Hediger 2010: 522). Pomimo że strategia społecznej odpowiedzialności biznesu jest głównie ukierunkowana na rozwiązywanie problemów społecznych czy też dotyczących środowiska naturalnego, nie należy zapominać, że głównym celem każdego przedsiębiorstwa jest osiągnięcie zysku. W tym miejscu warto zwrócić uwagę na motywy wdrożenia do praktyki omawianej koncepcji (rys. 1).

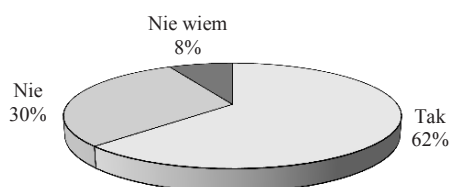
Z danych zawartych na rysunku 1 wynika, że głównymi motywami stosowania CSR są poprawa relacji ze społecznością lokalną i władzami, zwiększenie lojalności konsumentów, a także podniesienie poziomu kultury organizacyjnej. 23% respondentów było zdania, że głównym motywem stosowania społecznej odpowiedzialności biznesu jest uzyskanie przez przedsiębiorstwo wymiernych korzyści finansowych. Niemniej jednak taka motywacja,



Rysunek 1. Dlaczego firmy angażują się w działania CSR? (%)

Źródło: *Komunikacja działań...* (2012), raport z badania poświęconego komunikacji działań z zakresu społecznej odpowiedzialności biznesu zrealizowanego na grupie przedsiębiorstw oraz konsumentów – słuchaczy programu BIZON Radia PIN.

a zarazem korzyść dla firmy, jest trudna do bezpośredniego zmierzenia z uwagi na fakt, że często jest długofalowym następstwem pozostałych elementów, np. zwiększenia lojalności odbiorców, poprawy wizerunku czy też zwiększenia zaangażowania pracowników. O wpływie działań społecznie odpowiedzialnych na wyniki finansowe, które można interpretować jako różnicę między przychodami a kosztami uzyskania przychodów, świadczą choćby dane zawarte w różnych opracowaniach i raportach, np. *Decyzje inwestycyjne a społeczna odpowiedzialność firm*. Z tego raportu wynika, że w ponad 60% spółek społecznie odpowiedzialnych, działania CSR przekładają się na wyniki finansowe (rys. 2).



Rysunek 2. Czy działania CSR przekładają się na wyniki finansowe spółek?

Źródło: *Decyzje inwestycyjne...* (2011): 6.

Wzrost sprzedaży może być uzyskany między innymi poprzez przywiązanie klientów do firmy, jej produktów czy też usług. W dobie globalizacji coraz częściej zwraca się uwagę na aspekty ochrony środowiska. Dlatego też część potencjalnych klientów może kierować się w procesie podejmowania decyzji dotyczącej zakupu danego towaru lub usługi względami ekologicznymi. Towary w ekologicznych opakowaniach mogą być chętniej nabywane

przez klientów. Ponadto odbiorcy mają świadomość, że kupując produkt firmy zaangażowanej społecznie i środowiskowo, mogą przyczynić się do poprawy warunków, w których żyją. Badania przeprowadzone przez Radio PIN potwierdzają, że informacje o CSR danej firmy zwiększają prawdopodobieństwo kupienia przez klientów produktów danego przedsiębiorstwa. Ponad 60% respondentów uznało, że prędzej są skłonni kupić produkt firmy, która stosuje koncepcję CSR (*Komunikacja działań...* 2012). Co prawda wynik ten odzwierciedla tylko deklarację, nie zaś realne działania odbiorców, ale wskazuje on jednoznacznie, że klienci są gotowi wspierać firmy codziennymi wyborami konsumenckimi.

Dzięki działaniom CSR przedsiębiorstwa budują swój wizerunek i reputację w otoczeniu. Są to jedne z najistotniejszych wartości niematerialnych organizacji, których budowa wymaga czasu. Dobra reputacja może przynieść przedsiębiorstwu wiele korzyści, np.: większy popyt na produkty przy większych marżach, możliwość pozyskania pracowników o wysokich kwalifikacjach, którzy będą lojalni i bardziej produktywni, korzystniejsze warunki handlowe u partnerów, mniejsze prawdopodobieństwo wystąpienia kryzysu, wyższą cenę, którą można uzyskać za akcje (Urbanek 2007: 100). Niewątpliwie elementy te mogą pośrednio wpływać na wyniki finansowe podmiotów gospodarczych.

Kolejnym czynnikiem, który jest następstwem stosowania CSR, a wpływa na wyniki finansowe, jest zmniejszenie lub zwiększenie kosztów uzyskania przychodów. Koszty ponoszone na działalność CSR mogą mieć charakter stały (np. programy społeczne) lub jednorazowy (np. darowizna). Wydatki poniesione na działania CSR mogą być uznane za koszty uzyskania przychodów, co w konsekwencji spowoduje obniżenie dochodu i należnego podatku. Potwierdzeniem powyższego jest interpretacja Dyrektora Izby Skarbowej w Poznaniu z dnia 31 lipca 2014 roku. Z zapytaniem o interpretację przepisów podatkowych zwróciła się notowana na giełdzie spółka, która zajmuje się działalnością gospodarczą w zakresie kopalnictwa rud miedzi oraz produkcji z tych rud miedzi i innych metali. Spółka ta angażuje się w rozmaite programy CSR, których następstwem jest budowanie pozytywnych i trwałych relacji z partnerami społecznymi i biznesowymi. Główne działania CSR tego przedsiębiorstwa to dbanie o stan i zasoby środowiska naturalnego oraz o promocję profilaktyki zdrowotnej, aktywnego stylu życia, ruchu i rekreacji, akcje kulturalne mające na celu upowszechnianie marki, intensyfikacja ekspansji zagranicznej polskich firm. W przedmiotowej interpretacji spółka zapytała, czy wydatki ponoszone w wyżej wymienionych obszarach stanowią koszty uzyskania przychodów, które powinny być rozpoznane w rachunku podatkowym w dacie ich poniesienia. Uzasadniając zapytanie spółka zwróciła uwagę, że praktyki CSR mogą przełożyć się na lepsze prognozowanie przyszłych trendów konsumenckich i poprzez podjęcie działań dostosowawczych (strategia marketingowa) poprawić efektywność oraz zwiększyć konkurencyjność przedsiębiorstwa. Ponadto zaznaczono, że społeczna odpowiedzialność biznesu jest jednym z elementów efektywnej strategii zarządzania i wpływa na sukces w działalności gospodarczej (Interpretacja indywidualna ILPB3... 2014). Dyrektor Izby Skarbowej w Poznaniu odpowiadając na zapytanie uznał, że wydatki CSR rzeczywiście stanowią koszt uzyskania przychodów. Omawiane wydatki nie

mają bezpośredniego związku z konkretnym przychodem osiąganym przez przedsiębiorstwo. Poniesione wydatki CSR są związane z ogólnym funkcjonowaniem danego podmiotu gospodarczego i dlatego można je sklasyfikować jako koszty uzyskania przychodów inne niż bezpośrednio związane z przychodem, które są w dacie ich poniesienia.

W innej interpretacji, Dyrektor Izby Skarbowej w Warszawie przychylił się do opinii podatnika, że firma ma prawo odliczenia VAT wynikającego z faktur zakupu towarów i usług przeznaczonych do realizacji działań społecznej odpowiedzialności biznesu (Interpretacja indywidualna IPPP1... 2014). Zgodnie z przepisami ustawy z dnia 11 marca 2004 roku o podatku od towarów i usług, podatnik może obniżyć kwotę podatku należnego o kwotę podatku naliczonego w sytuacji, gdy towary i usługi są wykorzystywane do wykonywania czynności opodatkowanych. Warto podkreślić, że przedsiębiorca ma prawo do odliczenia podatku naliczonego, gdy zachodzi bezpośredni lub pośredni związek zakupów z wykonywanymi czynnościami opodatkowanymi. Związek bezpośredni występuje np. w sytuacji, gdy nabyte towary są dalej odsprzedawane lub są potrzebne do wytworzenia innych towarów i usług, które stanowią przedmiot sprzedaży. Związek pośredni wynika głównie z powiązania wydatków z funkcjonowaniem przedsiębiorstwa jako całości. Nie ma on wpływu bezpośredniego na uzyskane przychody przez przedsiębiorcę, ale oddziałuje na prowadzenie działalności gospodarczej. Wydatki służące budowaniu pozytywnego wizerunku danego przedsiębiorstwa wśród jego interesariuszy wzmacniają jego renomę. Przedsiębiorstwa odpowiedzialne społecznie są lepiej postrzegane przez klientów, pracowników, dostawców, budzą większe zaufanie i przychyłność ze strony różnych grup społecznych. Praktyki CSR niewątpliwie oddziałują pozytywnie na przedsiębiorstwo i mogą wiązać się ze wzrostem sprzedaży, więc wydatki te można uznać za związane pośrednio z wykonywaniem przez podmiot gospodarczy czynności opodatkowanych w postaci sprzedaży produktów. Potwierdzeniem tego są wyniki badań ankietowych przeprowadzonych w 2012 roku, według których 72% ankietowanych przedsiębiorstw jest zdania, że wpływ działań CSR na sprzedaż jest pozytywny (*Komunikacja działań...* 2012). Nie ulega wątpliwości, że przedsiębiorca spełniający omówione wcześniej warunki ma prawo do odliczenia podatku naliczonego wynikającego z faktur zakupu towarów i usług wykorzystywanych do działań CSR.

Podmiot gospodarczy stosujący koncepcję CSR może ograniczać koszty prowadzenia działalności gospodarczej w rozmaity sposób. Mogą one wynikać z możliwości zatrzymania w przedsiębiorstwie najlepszych specjalistów, a także ze wzrostu wydajności pracy. Warto zauważyć, że utrata pracownika wiąże się z kosztem, który musi ponieść pracodawca. Przeprowadzone w USA badania dowodzą, że koszt utraty pracownika kształtuje się w granicach 30%–50% podstawowej pensji w przypadku początkujących pracowników i 400% w przypadku wysoko wykwalifikowanych specjalistów (www.webpronews.com). Dlatego też, jeśli działania związane z CSR pomogą w zatrzymaniu specjalisty w firmie, który zarabia 4000 zł, może przełożyć się to na korzyść w wysokości 16 000 zł.

Zmniejszenie kosztów uzyskania przychodów może być związane z różnymi oszczędnościami, takimi jak: drukowanie obustronne, naprawa urządzeń zamiast kupowania nowych, napełnianie pojemników tuszem w przypadku drukarek, wyłączanie urządzeń z prądu na noc czy też segregacja odpadów. Ponadto, pozytywny wizerunek przedsiębiorstwa w otoczeniu sprawia, że kontrahenci mogą obniżyć swoje ceny dla przedsiębiorstw stosujących koncepcję CSR. Dzieje się tak, gdyż współpraca z firmą społecznie odpowiedzialną może wpłynąć na poprawę wizerunku kontrahenta (Leoński 2014).

Elementem wpływającym na wysokość dochodu, związanym ze stosowaniem koncepcji społecznej odpowiedzialności organizacji, jest możliwość odliczeń podatkowych. Przedsiębiorstwa społecznie odpowiedzialne często udzielają różnej pomocy organizacjom charytatywnym, np. w postaci darowizny. W tym miejscu warto zaznaczyć, że zgodnie z polskim prawem podatkowym, przedsiębiorca ma możliwość odliczenia od dochodu darowizny na rzecz organizacji pożytku publicznego. W przypadku takiej darowizny istnieje jednak ograniczenie, gdyż można odliczyć jedynie darowiznę do wysokości 6% rocznego dochodu (Ustawa... 1991). Działalność organizacji pożytku publicznego wspiera lokalne inicjatywy społeczne, a także jest ukierunkowana na ochronę środowiska naturalnego. Przedsiębiorstwa opodatkowane ryczałtem ewidencjonowanym mogą pomniejszyć przychód z działalności gospodarczej, zaś firmy rozliczające się według skali podatkowej – dochód. Przedsiębiorstwa opodatkowane podatkiem liniowym lub korzystające z formy opodatkowania kartą podatkową nie mają możliwości odliczenia przedmiotowej darowizny. Dzięki przekazaniu darowizny wiele firm może obniżyć dochód i przychód, a w następnym czasie zapłacić niższy należny podatek.

Uwagi końcowe

Wynik finansowy dla przedsiębiorstwa stanowi podstawę naliczania podatku dochodowego przedsiębiorstw. Na jego poziom wpływa głównie wysokość przychodów i kosztów uzyskania przychodów. Praktyki związane z koncepcją CSR mogą wiązać się zarówno z kosztem, jak i przychodem z działalności gospodarczej. Wpływ CSR na kształtowanie się kosztów jest oczywisty i łatwy do zmierzenia. Wydatki poniesione na CSR mogą zwiększyć koszty uzyskania przychodów, zaś oszczędności wynikające z działań społecznie odpowiedzialnych wpływają na ich obniżenie. Natomiast wpływ działań CSR na przychody jest trudny do zweryfikowania z uwagi na fakt, że zazwyczaj korzyści, jakie uzyskuje firma, pojawiają się w długookresowej perspektywie. Dlatego też można przyjąć, że oddziaływanie CSR na przychody ma charakter pośredni.

Literatura

- Decyzje inwestycyjne a społeczna odpowiedzialność firm. Raport z badania* (2011), Deloitte Polska, Member of Deloitte Touche Tohmatsu Limited.
- Discovering ISO 26000* (2010), Międzynarodowa Organizacja Standaryzacyjna, www.iso.org/iso/discovering_iso_26000.pdf (4.01.2015).
- Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady 2014/95/UE z dnia 22 października 2014 r. zmieniająca dyrektywę 2013/34/UE w odniesieniu do ujawniania informacji niefinansowych i informacji dotyczących różnorodności przez niektóre duże jednostki oraz grupy, D.Urz. UE L 330/1 z dnia 15.11.2014.
- Interpretacja indywidualna ILPB3/423-200/14-2/PR (2014), Dyrektor Izby Skarbowej w Poznaniu, <http://interpretacje-podatkowe.org/koszty-uzyskania-przychodow/ilpb3-423-200-14-2-pr> (10.04.2015).
- Interpretacja indywidualna IPPP1/443-1016/14-2/AW (2014), Dyrektor Izby Skarbowej w Warszawie, <http://interpretacje-podatkowe.org/prawo-do-odliczenia/ipp1-443-1016-14-2-aw> (10.04.2015).
- Hediger W. (2010), *Welfare and capital-theoretic foundations of corporate social responsibility and corporate sustainability*, „Journal of Socio-Economics” vol. 39, no. 4.
- Garay L., Font X. (2012), *Doing good to do well? Corporate Social Responsibility reasons, practices and impacts in small and medium accommodation enterprises*, „International Journal of Hospitality Management”, s. 329–337. http://biznesodpowiedzialny.pl/pliki/normy/discovering_iso_26000PL.pdf (1.04.2015).
- Komunikacja działań CSR w Polsce* (2012), Radio PIN i Effective Public Relations, Warszawa, <http://effectivepr.pl/Image/pdf/komunikacja-dzialan-CSR.pdf> (17.04.2015).
- Leoński W. (2014), *Korzyści i koszty związane z koncepcją CSR*, w: *Ekonomia*, red. J. Sokołowski, M. Rękas, G. Węgrzyn, Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu nr 347, Wrocław.
- Společna odpowiedzialność biznesu w obszarze przedsiębiorczości* (2012), red. J. Wołoszyn, Wydawnictwo SGGW, Warszawa.
- Urbanek G. (2007), *Pomiar kapitału intelektualnego i aktywów niematerialnych przedsiębiorstwa*, Uniwersytet Łódzki, Łódź.
- Ustawa z dnia 26 lipca 1991 r. o podatku dochodowym od osób fizycznych, DzU 2000, nr 14, poz. 176 ze zm. www.volvogroup.com/group/poland/plpl/odpowiedzialno%C5%9B%C4%87%20spo%C5%82eczna/Pages/Odpowiedzialno%C5%9B%C4%87spo%C5%82eczna.aspx (3.04.2015).
- www.webpronews.com/employee-retention-what-employee-turnover-really-costs-your-company-2006-07, (3.03.2015).
- Zarządzanie przedsiębiorstwem* (2014), red. J. Englehardt, CeDeWu, Warszawa.

THE IMPACT OF CSR ON FINANCIAL RESULTS OF ENTERPRISES

Abstract: Corporate social responsibility can be defined as a concept whereby organization integrate social and environmental concerns in their business operations. CSR can bring plenty of benefits to enterprises and society as well. Enterprises also use CSR initiatives to build and strengthen relationships with various stakeholder groups. Business organizations increasingly invest in corporate social responsibility but some enterprises still perceive CSR as a cost. The main purpose of this article is to analyse the impact of CSR on financial results of enterprises through study of literature, reports and other documents. What is more, in this article the author presents main definitions of CSR and the meaning of CSR i UE.

Keywords: Corporate social responsibility (CSR), financial result, enterprise, strategy

Cytowanie

- Leoński W. (2015), *Wpływ CSR na wyniki finansowe przedsiębiorstw*, Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego nr 855, „Finanse, Rynki Finansowe, Ubezpieczenia” nr 74, t. 2, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin, s. 135–142; www.wneiz.pl/frfu.