

PRACE NAUKOWE

Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu

RESEARCH PAPERS

of Wrocław University of Economics

Nr 347

Ekonomia

Redaktorzy naukowi

Jerzy Sokołowski

Magdalena Rękas

Grażyna Węgrzyn



Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu
Wrocław 2014

Redaktor Wydawnictwa: Aleksandra Śliwka
Redaktor techniczny: Barbara Łopusiewicz
Korektor: Barbara Cibis
Łamanie: Małgorzata Czupryńska
Projekt okładki: Beata Dębska

Publikacja jest dostępna w Internecie na stronach:
www.ibuk.pl, www.ebscohost.com,
w Dolnośląskiej Bibliotece Cyfrowej www.dbc.wroc.pl,
The Central and Eastern European Online Library www.ceeol.com,
a także w adnotowanej bibliografii zagadnień ekonomicznych BazEkon
http://kangur.uek.krakow.pl/bazy_ae/bazekon/nowy/index.php

Informacje o naborze artykułów i zasadach recenzowania znajdują się
na stronie internetowej Wydawnictwa
www.wydawnictwo.ue.wroc.pl

Kopiowanie i powielanie w jakiegokolwiek formie
wymaga pisemnej zgody Wydawcy

© Copyright by Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu
Wrocław 2014

ISSN 1899-3192
ISBN 978-83-7695-418-9

Wersja pierwotna: publikacja drukowana

Druk i oprawa:
EXPOL, P. Rybiński, J. Dąbek, sp.j.
ul. Brzeska 4, 87-800 Włocławek

Spis treści

Wstęp	11
Łukasz Abramczuk, Konrad Jabłoński, Aldona Skarzyńska: Projekcja opłacalności zbóż i rzepaku w zależności od kosztów uprawy i wyników produkcyjnych	13
Irena Augustyńska-Grzymek: Bezrobocie a emigracja ludności wiejskiej na przykładzie regionu Pomorze i Mazury	22
Ryszard Barczyk: Znaczenie przemian banków komercyjnych w kształtowaniu morfologii cykli kredytowych w Polsce w latach 1998-2013	32
Nicoletta Baskiewicz: The role of the process owner in the successive stages of the process management	45
Aneta Bernatowicz: Zarządzanie zasobami ludzkimi w procesie budowania kapitału pracy przedsiębiorstwa budowlanego	56
Agnieszka Bretyn: Konsumpcja gospodarstw domowych w Polsce na tle wybranych krajów Unii Europejskiej	65
Kazimierz Cyran, Sławomir Dybka: Dystrybucja produktów na tle pozostałych obszarów wykorzystania Internetu w przedsiębiorstwach sektora żywnościowego (np. woj. podkarpackiego)	75
Sławomir Czetwertyński: Wirtualizacja dóbr informacyjnych na przykładzie usługi „wideo na życzenie”	86
Magdalena Czulowska, Marcin Żekało: Koszty żywienia krów w gospodarstwach specjalizujących się w produkcji mleka	97
Małgorzata Deszczka-Tarnowska: Rynek mikrokredytów – analiza porównawcza na przykładzie Polski i Niemiec	105
Grzegorz Dybowski: Relacje ekonomiczne w polskim łańcuchu drobiarskim.....	115
Mateusz Folwarski: Analiza zależności wpływu wybranych zmiennych na poziom wynagrodzeń kadr zarządzających w bankach w wybranych krajach	125
Artur Grabowski: Znaczenie ekonomiczne zimowych igrzysk olimpijskich – implikacje dla Polski	134
Aleksander Grzelak, Angelika Dziubak: The selected problems of economic development of Mexico at the beginning of the twenty-first century....	144
Marcin Halicki, Bogusław Ślusarczyk: Analysis of the impact of economies' internationalization in the portfolio management process	155
Anna Horodecka: „Homo oeconomicus” jako podstawa ekonomii – krytyka i alternatywy	166

Żaklina Jabłońska, Piotr Jabłoński: Franczyza w małych i średnich sklepach spożywczych działających w Polsce.....	184
Tomasz Jasiński, Agnieszka Ścianowska: Modelowanie rynku energii przy użyciu nowoczesnych metod prognostycznych.....	195
Michał Jurek: Model biznesowy banków spółdzielczych w Polsce – ryzyko i wyzwania.....	205
Grażyna Karmowska, Mirosława Marciniak: Wielowymiarowa analiza porównawcza rozwoju regionalnego Polski Wschodniej i Zachodniej.....	215
Janusz Kot, Ewa Kraska: Współpraca jako element działalności przedsiębiorstw zlokalizowanych w klastrach (na przykładzie regionu świętokrzyskiego).....	228
Andrzej Kowalczyk: Konkurencyjność przedsiębiorstw – wybrane zagadnienia.....	239
Anna Kozłowska, Agnieszka Szczepkowska-Flis: Alternatywne podejście do analizy efektów BIZ w obszarze produktywności.....	251
Anna Kozłowska, Agnieszka Szczepkowska-Flis: Rola integracji gospodarczej w kształtowaniu procesów rozwojowych – analiza w kontekście kreatywnej destrukcji.....	262
Hanna Kruk: Hipoteza rajów dla zanieczyszczeń – ujęcie teoretyczne.....	272
Anna Krzysztofek: Nowa formuła Respect Index.....	282
Justyna Kujawska: DEA jako metoda oceny niemedycejskich determinantów zdrowia.....	293
Paweł Kulpaka: Model konsumpcji permanentnej M. Friedmana a keynesowskie funkcje konsumpcji – empiryczna weryfikacja wybranych teorii na przykładzie Polski.....	303
Wojciech Leoński: Korzyści i koszty związane ze stosowaniem koncepcji CSR w przedsiębiorstwie.....	314
Józef Łobocki: Rola zakorzenienia lokalnego w warunkach gospodarki globalnej.....	323
Agnieszka Łopatka: Rozwój społeczny z rozróżnieniem płci w aspekcie wskaźnika HDI w Polsce.....	331
Aleksandra Majda: Internal determinants of competitive advantage in Polish and Italian family businesses in the time of knowledge-based economy-comparative analysis.....	341
Antoni Mickiewicz, Bartosz Mickiewicz: Analiza przebiegu i realizacji działań zawartych w IV osi „Leader” PROW 2007-2013.....	353
Anna Nowak, Agnieszka Kamińska, Monika Różańska-Boczula: Przemiarne zróżnicowanie potencjału produkcyjnego rolnictwa w Polsce.....	363
Artur Ostromięcki, Dariusz Zając, Andrzej Mantaj: Znaczenie zasobów ziemi w działalności rolniczej rolników prowadzących dodatkowo pozarolniczą działalność gospodarczą.....	373
Magdalena Ratalewska: Przedsiębiorczość w sektorach kreatywnych.....	382

Jerzy Rembeza, Grzegorz Przekota: Sezonowość bezrobocia w krajach Unii Europejskiej	391
Agnieszka Skoczyła-Tworek: System kontroli wewnętrznej jako strategiczna linia obrony przed ryzykiem korporacyjnym.....	400
Feliks Marek Stawarczyk: Płaca minimalna a zatrudnienie – teoria i praktyka	409
Stanisław Swadźba: 10 lat w Unii Europejskiej. Gospodarka Polski na tle pozostałych gospodarek nowych krajów członkowskich	419
Piotr Szajner: System regulacji rynku cukru w UE a funkcjonowanie oligopolu cukrowego w Polsce	431
Jarosław Szostak: Przyczynek do rozważań wokół społecznej gospodarki rynkowej	441
Monika Szyda: Ekonomiczne uwarunkowania rozwoju handlu internetowego w Polsce	454
Piotr Urbanek: Programy partycypacji we własności jako narzędzie kreacji czy destrukcji wartości dla akcjonariuszy	464
Zuzanna Urbanowicz: Wpływ polityki pieniężnej Europejskiego Banku Centralnego na stabilność cen w strefie euro.....	473
Małgorzata Wachowska: Rola bliskości geograficznej w pozyskiwaniu wiedzy. Badanie cytowań patentowych.....	483
Tatiana Wiśniewska: Funkcjonowanie placówek medycznych w kontekście wykorzystania technologii informacyjno-komunikacyjnych w świetle badań własnych	492
Danuta Witzak-Roszkowska: Przestrzenne zróżnicowanie kapitału ludzkiego w Polsce	503
Renata Wojciechowska: Schemat wiedzy naukowej w ekonomii	514
Agnieszka Wojewódzka-Wiewiórska: Strukturalny wymiar kapitału społecznego w Polsce.....	522
Grażyna Wolska: CSR jako współczesna koncepcja prowadzenia działalności gospodarczej. Zaangażowanie w ideę CSR przedsiębiorstw w Polsce.	533
Anna Zielińska-Chmielewska: Ocena realizacji strategii finansowych wybranych giełdowych spółek mięsnych w latach 2005-2011	543
Mariusz Zieliński: Koncepcja CSR z perspektywy państwa i przedsiębiorstwa	552
Krzysztof Zmarzłowski: Czynniki różnicujące spożycie piwa w polskich gospodarstwach domowych w latach 1999-2008.....	561

Summaries

Łukasz Abramczuk, Konrad Jabłoński, Aldona Skarżyńska: The projection of profitability of cereals and oil rapeseed depending on the level of costs of cultivation and production results	21
Irena Augustyńska-Grzymek: Unemployment vs. emigration of rural population on the example of Pomorze and Mazury region.....	31

Ryszard Barczyk: Significance of transformation of commercial banks for shaping the morphology of credit cycles in Poland in the years 1998-2013	44
Nicoletta Baskiewicz: Zadania właściciela procesu w kolejnych etapach zarządzania procesami.....	55
Aneta Bernatowicz: Human resource management in the process of building a construction company's human capital.....	64
Agnieszka Bretyn: Household consumption in Poland in comparison to selected European Union countries.....	74
Kazimierz Cyran, Sławomir Dybka: Distribution of products against the background of other areas of using Internet in the food sector enterprises (eg. Podkarpackie Voivodeship)	85
Sławomir Czetwertyński: The virtualization of information goods on the example of video on demand.....	96
Magdalena Czulowska, Marcin Żekało: Costs of feeding cows in farms specializing in milk production	104
Małgorzata Deszczka-Tarnowska: Microcredit market. Polish and German framework.....	114
Grzegorz Dybowski: Economic relationships in Polish poultry meat chain ..	124
Mateusz Folwarski: Analysis of dependencies of influence of selected variables on the level of remuneration of senior management in banks in chosen countries.....	133
Artur Grabowski: The economic impact of the Winter Olympic Games. Recommendation for Poland.....	143
Aleksander Grzelak, Angelika Dziubak: Wybrane problemy rozwoju gospodarczego Meksyku na początku XXI wieku	154
Marcin Halicki, Bogusław Ślusarczyk: Analiza wpływu internacjonalizacji gospodarek na proces zarządzania portfelem	164
Anna Horodecka: Homo oeconomicus, as the basis of economics. Criticism and alternatives	183
Żaklina Jabłońska, Piotr Jabłoński: The franchise business model in small and medium-sized food stores operating in Poland.....	194
Tomasz Jasiński, Agnieszka Ścianowska: Modeling the energy market using modern forecasting methods.....	204
Michał Jurek: Business model of cooperative banks in Poland. Risks and challenges	214
Grażyna Karmowska, Mirosława Marciniak: Multidimensional comparative analysis of regional development of western and eastern Poland.....	227
Janusz Kot, Ewa Kraska: Cooperation as part of the activities of companies located in clusters (on the example of Świętokrzyskie region).....	238
Andrzej Kowalczyk: Competitiveness of enterprises. Selected issues.....	250

Anna Kozłowska, Agnieszka Szczepkowska-Flis: FDI effects on productivity. An alternative approach	261
Anna Kozłowska, Agnieszka Szczepkowska-Flis: The role of international integration in economic development. Analysis in the context of creative destruction.....	271
Hanna Kruk: Pollution heaven hypothesis. Theoretical approach	281
Anna Krzysztofek: New formula of Respect Index.....	292
Justyna Kujawska: DEA as a method for evaluating of non-medical health determinants.....	302
Paweł Kulpaka: M. Friedman permanent consumption model and Keynesian consumption functions. Empirical verification of the selected theories on the example of Poland	313
Wojciech Leoński: Benefits and costs connected with CSR in enterprises.....	322
Józef Łobocki: The role of local embeddedness under conditions of global economy.....	330
Agnieszka Łopatka: Analysis of social development, including sex indicator by Human Development Index in Poland.....	340
Aleksandra Majda: Źródła przewagi konkurencyjnej firm rodzinnych w Polsce i we Włoszech w czasach gospodarki opartej na wiedzy – analiza porównawcza	352
Antoni Mickiewicz, Bartosz Mickiewicz: Analysis of process and realization of activities implemented in IV axis “Leader” of RADP 2007-2013 ..	362
Anna Nowak, Agnieszka Kamińska, Monika Różańska-Boczula: Spatial differentiation of agriculture productive potential in Poland.....	372
Artur Ostromęcki, Dariusz Zajac, Andrzej Mantaj: The importance of land resources in non-agricultural business of farmers running additional non-agricultural business activity	381
Magdalena Ratalewska: Entrepreneurship in creative sectors.....	390
Jerzy Rembeza, Grzegorz Przekota: Seasonality of unemployment in EU countries.....	399
Agnieszka Skoczylas-Tworek: The internal control system as a strategic line of defence against corporate risk	408
Feliks Marek Stawarczyk: Minimum wages and employment. Theory and practice.....	418
Stanisław Swadźba: 10 years in the European Union. Polish economy against the background of the new member states.....	430
Piotr Szajner: Sugar market regime in the EU vs. oligopoly in Polish sugar .	440
Jarosław Szostak: Socio-economic growth as a rationale for the social market economy model.....	453
Monika Szyda: Economic determinants of e-commerce development in Poland	463

Piotr Urbanek: Long term incentives programs in the process of creation or destruction of shareholder value	472
Zuzanna Urbanowicz: Impact of monetary policy of the European Central Bank on price stability in the eurozone	482
Małgorzata Wachowska: The role of geographic proximity in knowledge acquisition. A study of patent citations	491
Tatiana Wiśniewska: Functioning of medical facilities in the context of Information and Communication Technology in the light of own research ..	502
Danuta Wiczak-Roszkowska: Spatial diversity of human capital in Poland	513
Renata Wojciechowska: Scientific knowledge scheme in economics	521
Agnieszka Wojewódzka-Wiewiórska: Structural dimension of social capital in Poland	532
Grażyna Wolska: CSR as a modern concept of economic activity. CSR awareness in Poland	542
Anna Zielińska-Chmielewska: Assessment of financial strategies implementation of chosen stock meat enterprises in the period 2005-2011	551
Mariusz Zieliński: The concept of the CSR from the state and the company perspective	560
Krzysztof Zmarzłowski: Factors differentiating beer consumption in Polish households in the years 1999-2008.....	570

Wojciech Leoński

Uniwersytet Szczeciński

e-mail: wleonski@wneiz.pl

KORZYŚCI I KOSZTY ZWIĄZANE ZE STOSOWANIEM KONCEPCJI CSR W PRZEDSIĘBIORSTWIE

Streszczenie: Badania przedsiębiorstw przeprowadzane przez liczne organizacje i instytucje w Unii Europejskiej wskazują, że podmioty gospodarcze coraz częściej stosują koncepcję społecznej odpowiedzialności organizacji. Często podkreśla się, że jej stosowanie może przynieść przedsiębiorstwu znaczne korzyści. Jednakże część przedsiębiorstw nie decyduje się na stosowanie CSR, gdyż obawia się, że wiąże się to z poniesieniem wysokich kosztów. Dlatego też w artykule dokonano analizy wybranych korzyści i kosztów związanych z tą koncepcją.

Słowa kluczowe: społeczna odpowiedzialność biznesu, CSR, przedsiębiorstwo.

DOI: 10.15611/pn.2014.347.29

Ceną wielkości jest odpowiedzialność.

Winston Churchill

1. Wstęp

Jednym z kluczowych czynników sukcesu przedsiębiorstwa jest dostosowanie się do zmian zachodzących w otoczeniu. Warunki otoczenia, w których funkcjonują przedsiębiorstwa, stwarzają zarówno szanse, jak i zagrożenia dla wielu podmiotów funkcjonujących w gospodarce rynkowej. Obecnie liczne organizacje są często oceniane przez społeczeństwo nie tylko za swoją działalność ekonomiczną, ale także za działania prospołeczne i proekologiczne. Dlatego też coraz większego znaczenia nabierają współczesne koncepcje zarządzania, które mogą przyczynić się do poprawy konkurencyjności danego przedsiębiorstwa. Jedną z takich koncepcji jest społeczna odpowiedzialność organizacji (Corporate Social Responsibility, CSR). Należy podkreślić fakt, że koncepcja CSR może przynieść przedsiębiorstwu wiele korzyści. Jednakże nie należy zapominać, że z omawianą koncepcją wiąże się także koszty.

Celem artykułu jest dokonanie analizy wybranych korzyści i kosztów wynikających ze stosowania koncepcji CSR w przedsiębiorstwach.

2. Pojęcie i zastosowanie CSR w polskich przedsiębiorstwach

Organizacja i społeczeństwo są silnie ze sobą powiązane. Z jednej strony organizacje czerpią z otoczenia zasoby materialne i niematerialne, zaś z drugiej strony przekazują swoje towary i usługi, zatrudniają pracowników, płacą podatki, podnoszą lub obniżają jakość życia społecznego. Dlatego też organizacje są w dużej mierze odpowiedzialne za społeczny postęp lub regres. Ponadto coraz częściej organizacje są oceniane pod względem uczciwości i moralności. Taka sytuacja sprzyja zastosowaniu koncepcji CSR [Bogdanienko, Piotrowski (red.) 2013, s. 396].

W literaturze ekonomicznej istnieje wiele definicji społecznej odpowiedzialności organizacji. Warto zwrócić uwagę, że definicje te zawierają zarówno aspekty ekonomiczne, prawne, socjologiczne, jak i ekologiczne i etyczne. Świadczy to niewątpliwie o złożoności koncepcji CSR.

Za „ojca” społecznej odpowiedzialności biznesu często uznaje się H. Bowena, który w artykule z 1953 (*The social responsibilities of buisnessman*) roku zdefiniował CSR jako zobowiązanie przedsiębiorcy do prowadzenia polityki, podejmowania decyzji i podążania za takimi liniami działania, które będą pożądaną jakością i wartością naszego społeczeństwa [Bowen 1953, s. 6]. Natomiast jako „syna” omawianej koncepcji można postrzegać A. Carolla, który po raz pierwszy wyróżnił cztery typy społecznej odpowiedzialności biznesu, tj. ekonomiczną, prawną, etyczną oraz filantropijną. Ponadto przeniósł on odpowiedzialność za stosowanie koncepcji CSR z menedżerów na organizację [Carroll 1979, s. 497-505].

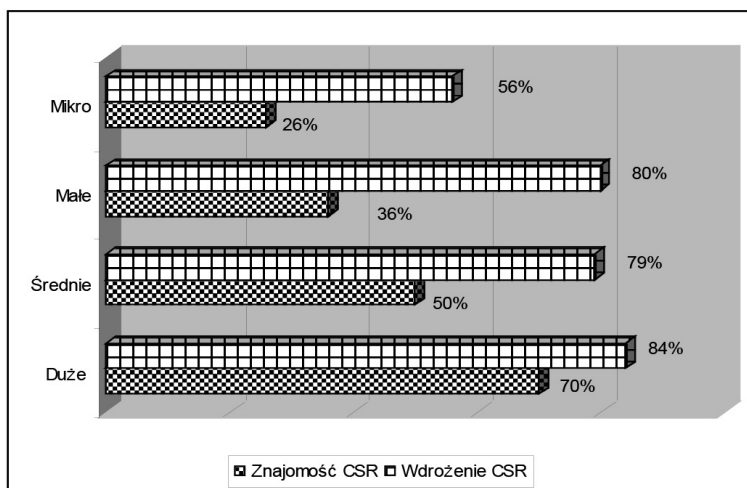
Obecnie CSR jest definiowane jako dynamiczna i wieloaspektowa koncepcja zarządzania, uwzględniająca kooperację i koherencję odpowiedzialności ekonomicznej, prawnej, etycznej i filantropijnej w wymiarze wewnętrznym i zewnętrznym [Matejun (red.) 2010, s. 296]. Inna definicja utożsamia społeczną odpowiedzialność organizacji z aktywnym i dobrowolnym udziałem przedsiębiorstwa w działalności ukierunkowanej na poprawę czynników gospodarczych, ekologicznych i socjalnych otoczenia, w którym funkcjonuje dany podmiot [Garay, Font 2012, s. 329-337]. Niewątpliwie koncepcja ta polega na tworzeniu, podtrzymywaniu, świadomym kształtowaniu stałych relacji z wszystkimi grupami bezpośrednio i pośrednio zainteresowanymi funkcjonowaniem przedsiębiorstwa.

Dokonując analizy pojęcia koncepcji CSR, warto zwrócić uwagę na definicję opracowaną przez ISO, według której społeczna odpowiedzialność biznesu to jej odpowiedzialność za skutki decyzji podjętych w jej ramach i działań będących konsekwencją tych decyzji na społeczeństwo i środowisko naturalne. Odpowiedzialność społeczna bazuje na etyce i podejściu systemowym uwzględniającym perspektywę zrównoważonego rozwoju, oczekiwania interesariuszy i regulacje prawne [ISO 26000... 2010].

R.W. Griffin i R.J. Ebert przedstawiają model odpowiedzialności organizacji w oparciu o działania skierowane na interesariuszy. Do głównych obszarów CSR, które powinno uwzględniać przedsiębiorstwo, zaliczają [Ebert, Griffin 2013, s. 61-69]:

- środowisko (zanieczyszczenie powietrza, ziemi i wody),
- klientów (respektowanie praw klientów, etykę w reklamie),
- pracowników (prawne i społeczne zobowiązania),
- inwestorów (zarządzanie finansami).

Działania związane z zastosowaniem koncepcji społecznej odpowiedzialności biznesu dotyczą zarówno dużych przedsiębiorstw, jak i podmiotów z sektora małych i średnich przedsiębiorstw. Jednakże CSR jest bardziej popularne w dużych firmach. Badania przeprowadzane w przedsiębiorstwach, np. przez Państwową Agencję Rozwoju Przedsiębiorczości, jednoznacznie wskazują, że koncepcja ta jest bardziej znana oraz częściej wdrażana w większych podmiotach gospodarczych, co przedstawiono na rys. 1.



Rys. 1. Znajomość i wdrożenie koncepcji CSR w przedsiębiorstwach w roku 2011

Źródło: opracowanie własne na podstawie [MillwardBrown 2011, s. 58].

Dokonując analizy danych zaprezentowanych na rys. 1, warto zauważyć, że aż 70% dużych przedsiębiorstw w Polsce zna CSR. Ponadto wśród dużych podmiotów, które potrafią zidentyfikować omawiany model zarządzania, wdraża go 84%. W przypadku mikroprzedsiębiorstw tylko 26% wie, na czym polega ta koncepcja. Natomiast decyzję o wdrożeniu CSR podejmuje 56% mikroprzedsiębiorstw, które znają przedmiotowy model zarządzania. W przypadku przedsiębiorstw małych i średnich znajomość tej koncepcji kształtowała się na poziomie, odpowiednio, 36% i 50%.

Podsumowując, można stwierdzić, że kwestia znajomości i zastosowania społecznej odpowiedzialności organizacji w dużej mierze jest zdeterminowana wielkością przedsiębiorstwa. Jednakże należy tutaj zwrócić uwagę na fakt, że najmniejsze

firmy mogą stosować CSR nieświadomie. Działania takie mogą być sporadyczne i niezwiązane z polityką firmy. Natomiast w przypadku dużych przedsiębiorstw koncepcja ta jest zazwyczaj istotnym składnikiem strategii. Rozpatrując oczekiwania społeczeństwa związane z zastosowaniem CSR, warto zauważyć, że społeczność częściej wymaga działalności prospołecznej i proekonomicznej od dużych podmiotów, co może być jednym z czynników wpływających na różnicę w poziomie zastosowania CSR w różnych grupach przedsiębiorstw. Niewątpliwie w Unii Europejskiej i poza nią szczególnego znaczenia nabiera kwestia CSR. Wzrost znaczenia omawianej koncepcji wynika między innymi z rozwoju społeczeństwa obywatelskiego, samoregulacji biznesu, postępującego procesu globalizacji, a także koncepcji zrównoważonego rozwoju [Ministerstwo Gospodarki..., 2013]. Koncepcja zrównoważonego rozwoju polega na potrzebie uwzględnienia w działalności przedsiębiorstwa elementów społecznych i środowiskowych, aby zaspokoić potrzeby obecnego i przyszłych pokoleń. Rozwój społeczeństwa obywatelskiego związany jest między innymi z rosnącą presją na przestrzeganie praw człowieka, zapewnienie odpowiednich warunków pracownikom, ochroną konsumentów i niwelowaniem negatywnego wpływu firmy na środowisko. Kwestie samoregulacji biznesu dotyczą prowadzenia działalności w sposób uczciwy i etyczny, a także odpowiednich relacji z interesariuszami. Natomiast procesy globalizacji spowodowały, że przedsiębiorstwa stały się istotnym elementem międzynarodowych stosunków gospodarczych.

Wiele przedsiębiorców obawia się włączenia do strategii firmy koncepcji CSR. Obawy te wynikają często z kosztów, jakie mogą wynikać ze stosowania omawianego modelu zarządzania. Niewątpliwie nadmierne koszty mogą ograniczać działalność firmy i zahamować jej rozwój. Czy jednak obawy te są zasadne? Z drugiej strony coraz więcej przedsiębiorstw stosuje koncepcję społecznej odpowiedzialności organizacji, dostrzegając wiele korzyści z nią związanych. Dlatego też warto dokonać analizy nie tylko kosztów, ale przede wszystkim korzyści, jakie może przynieść przedsiębiorstwu stosowanie społecznej odpowiedzialności organizacji.

3. Korzyści z wdrożenia i stosowania CSR

Dyskusja na temat kosztów i korzyści społecznej odpowiedzialności jest złożona. Jednakże nie budzi wątpliwości fakt, że korzyści i koszty związane z CSR można rozpatrywać z punktu widzenia zarówno przedsiębiorstwa, jak i społeczeństwa (tab. 1).

Natomiast G.B. Sprinkle i L.A. Maines do najbardziej istotnych korzyści płynących ze stosowania koncepcji CSR w firmie zaliczają [Sprinkle, Maines 2010, s. 455-463]:

- odliczenia podatkowe (gotówkowe i materialne darowizny, lokalne i centralne agencje wspomagają firmy stosujące CSR przez udzielanie ulg podatkowych),
- dodatkową reklamę (obecność w mediach bez ponoszenia kosztów na reklamę),
- przyciąganie, motywowanie i utrzymanie pracowników,
- wzrost efektywności i redukcję kosztów.

Tabela 1. Korzyści wynikające z CSR dla przedsiębiorstw i społeczeństwa

Korzyści dla przedsiębiorstwa	Korzyści dla społeczeństwa
<ul style="list-style-type: none"> – CSR może być zyskowna, – polepszenie społecznej legitymacji przedsiębiorstwa, – ograniczenie kosztów, – przyciągnięcie inwestorów i klientów, – motywacja i identyfikacja pracowników z firmą, – pozytywny wpływ na kulturę organizacji, – uzyskanie wsparcia medialnego, – może pomóc unikać nadmiernych regulacji rządowych, – polepszenie wydajności, wiarygodności, widoczności w otoczeniu, reputacji 	<ul style="list-style-type: none"> – pomaga rozwiązać społeczne i środowiskowe problemy spowodowane działalnością firmy, – pomaga przedsiębiorstwom być odpowiedzialnymi za swoje działania, – prowadzi organizacje do unikania uzewnętrznienia kosztów, – dialog i partnerstwo z interesariuszami, – programy CSR zachęcają przedsiębiorstwo do widzenia szerszych perspektyw działalności, – zachęca inne firmy do stosowania CSR, – wpływa na sprawiedliwość społeczną, – pomoc rządowym i prywatnym programom wspierającym działania prospołeczne i proekologiczne

Źródło: [Coombs, Holladay 2012, s. 11].

Warto podkreślić fakt, że dla przedsiębiorstw stosujących omawianą koncepcję są organizowane konkursy i rankingi. Uczestnictwo w nich wiąże się z możliwością otrzymania nagrody pieniężnej, a także uzyskania uznania i rozgłosu w społeczeństwie. Konkursy te odbywają się na poziomie zarówno lokalnym, krajowym, jak i międzynarodowym. Przykładem takiego konkursu na poziomie lokalnym jest choćby plebiscyt „Równa firma” organizowany od 2013 roku przez młodych pracowników naukowych oraz członków kół naukowych Wydziału Nauk Ekonomicznych Uniwersytetu Szczecińskiego: Ekonomia & Ekologia, Koło Naukowe Ekonomiki Przedsiębiorstwa. Głównym celem plebiscytu jest nagrodzenie przedsiębiorstw społecznie odpowiedzialnych, aby motywować je do takich działań oraz aby promować CSR w środowisku lokalnym. Promocja projektu w mediach wpływa pozytywnie na wizerunek uczestniczących w nim przedsiębiorstw, nie tylko wśród studentów i pracowników Wydziału Nauk Ekonomicznych i Zarządzania, ale przede wszystkim w otoczeniu [Wydział Nauk Ekonomicznych i Zarządzania Uniwersytetu Szczecińskiego 2014]. Natomiast przykładem konkursów promujących CSR na poziomie krajowym i międzynarodowym jest organizowany przez Komisję Europejską *European CSR Award Scheme for Partnerships, Innovation and Impact*. Celem plebiscytu jest przede wszystkim zaakcentowanie osiągnięć firm na polu społecznej odpowiedzialności organizacji, a także upowszechnianie omawianej koncepcji w społeczeństwie. Warto zwrócić uwagę, że w 2013 roku Polska znalazła się w pierwszej piątce zgłoszeń przedsiębiorstw do konkursu. W Polsce laureatem konkursu w 2013 została firma Horus Innowacyjne Materiały Przemysłowe Sp. z o.o. za projekt „Bądź widoczny – bądź bezpieczny”, realizowany w partnerstwie z Urzędem Miasta Bydgoszczy oraz innymi partnerami społecznymi [Forum Odpowiedzialnego Biznesu 2014]. Warto dodać, iż firma może zaistnieć w mediach nie tylko dzięki udziałowi

w konkursach i plebiscytach CSR. Niewątpliwie działania prospołeczne i proekologiczne przedsiębiorstw powodują, że w TV, radio, Internecie można często znaleźć informacje dotyczące takich inicjatyw. Zwłaszcza dotyczy to lokalnych mediów, które często poruszają tematy związane z działaniami na rzecz lokalnej społeczności. Dla przedsiębiorstwa takie informacje stanowią darmową reklamę, dzięki której buduje się pozytywny wizerunek w otoczeniu, a także pozyskuje nowych klientów.

Kolejną korzyścią związaną ze stosowaniem koncepcji społecznej odpowiedzialności organizacji jest możliwość odliczeń podatkowych. Zgodnie z polskim prawem podatkowym, przedsiębiorstwo 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 z 26 lipca 1991]. Ponadto nie każde przedsiębiorstwo może odliczyć taką darowiznę, gdyż uzależnione jest to od formy opodatkowania. Przedsiębiorstwa korzystające z ryczałtu ewidencjonowanego, a także podmioty rozliczające się według skali podatkowej, czyli tzw. zasad ogólnych, mogą skorzystać z takiego odliczenia. Jednakże w przypadku przedsiębiorstw opodatkowanych ryczałtem odliczenie darowizny będzie pomniejszało przychód z działalności gospodarczej. Natomiast przedsiębiorstwa opodatkowane podatkiem liniowym lub korzystające z formy opodatkowania kartą podatkową nie mają możliwości odliczenia przedmiotowej darowizny.

Warto zauważyć, że w 2013 roku istniało w Polsce 7663 organizacje pożytku publicznego [Ministerstwo Pracy i Polityki Społecznej... 2014]. Organizacje pożytku publicznego działają na rzecz ogółu społeczności, a także wybranych grup podmiotów. Działalność omawianych organizacji często jest ukierunkowana na wspieranie lokalnych inicjatyw społecznych. Należy dodać, że wśród tych organizacji wiele zajmuje się działaniami dotyczącymi ochrony środowiska. Dzięki przekazaniu darowizny podmiot gospodarczy może z jednej strony pomniejszyć dochód i przychód, a co za tym idzie – zapłacić niższy należny podatek, z drugiej zaś strony – wesprzeć działania prospołeczne i proekologiczne.

Zaletą stosowania CSR jest także wzrost sprzedaży przez zwiększenie rozpoznawalności produktów i oferowanych usług. Należy podkreślić fakt, że wielu klientów utożsamia się z działaniami prospołecznymi i proekologicznymi. Takie osoby będą skłonne prędzej nabyć produkt firmy odpowiedzialnej społecznie. Dzięki temu przedsiębiorstwo może zyskać przywiązanie klientów.

Następną korzyścią dotyczącą CSR jest przyciągnięcie, motywacja i zatrzymanie najlepszych pracowników. Działania prospołeczne i proekologiczne kształtują pozytywny wizerunek w oczach obecnych i potencjalnych pracowników. Dzięki etycznemu postępowaniu wobec interesariuszy czy trosce o środowisko przedsiębiorstwo budzi zaufanie wśród pracowników, a także zwiększa zainteresowanie na rynku pracy. Istotną kwestią jest także uświadomienie pracownikom prowadzonej działalności CSR, gdyż może ono przełożyć się na lepszą integrację pracowników. Ponadto działanie to może motywować pracowników do podobnych

inicjatyw. Pracownik, który będzie utożsamiał się z działalnością danej firmy, będzie niewątpliwie bardziej wobec niej lojalny. Ponadto etyczne i sprawiedliwe traktowanie pracowników może przełożyć się na lepszą efektywność oraz poprawę kultury organizacyjnej. 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 [Blake 2006]. Dlatego też jeśli działania związane z CSR pomogą w zatrzymaniu w firmie specjalisty, który zarabia 5000 zł, może przełożyć się to na korzyść w wysokości 20 000 zł.

Firma stosująca koncepcję CSR może ograniczać koszty w rozmaity sposób. Z jednej strony istnieje możliwość zatrzymania w przedsiębiorstwie najlepszych pracowników, a także uzyskania lepszej wydajności pracy. Z drugiej strony redukcja kosztów może wynikać z działań, takich jak: oszczędność (drukowanie obustronne, naprawa urządzeń zamiast kupowania nowych, napełnianie pojemników tuszem w przypadku drukarek, wyłączanie urządzeń z prądu na noc) czy też segregacja odpadów. 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.

4. Koszty związane z CSR

Przeciwnicy postulatu społecznej odpowiedzialności organizacji uważają, że koncepcja ta jest sprzeczna z kanonami gospodarki rynkowej. Realizacja CSR generuje nowe koszty, zmniejsza konkurencyjność, a także niepotrzebnie zużywa czas i energię kierownictwa przedsiębiorstwa [Godziszewski i in. 2011, s. 138]. W tym miejscu warto powołać się na laureata Nagrody Nobla M. Fridmana, który twierdził, że podmioty gospodarcze powinny sprawnie wytwarzać towary i oferować usługi, zaś rozwiązywanie problemów społecznych pozostawić zaangażowanym w to osobom i instytucjom rządowym [Friedman 1993, s. 127-128].

Koszty związane z koncepcją CSR mogą być ponoszone jednorazowo i wielokrotnie. Wpływ na to ma charakter danego wydatku. Jednakże zarówno pierwsze, jak i drugie wiążą się z obciążeniem finansowym lub niefinansowym danego podmiotu gospodarczego. Poniżej przedstawiono wybrane koszty, z którymi musi liczyć się firma stosująca CSR.

Wydatki ponoszone na działania CSR w ostatecznym rozrachunku mogą być uwzględniane w cenie sprzedawanych towarów i oferowanych usług. W efekcie koszty te będą w dużej mierze ponosić klienci. Natomiast wyższe ceny mogą wpłynąć na ograniczenie konkurencyjności przedsiębiorstwa.

Rozwój i wprowadzanie polityki CSR może być złożone i czasochłonne. Niewątpliwie wiąże się ono z zaangażowaniem zasobów ludzkich i finansowych. Przy-

kładem wykorzystania zasobów finansowych są np. wydatki związane z zamieszczeniem na opakowaniach informacji ekologicznych czy też sponsorowanie lokalnych inicjatyw społecznych. Z kolei przykładem wykorzystania zasobów ludzkich jest np. odciążenie pracowników od zadań związanych z podstawową działalnością przedsiębiorstwa na rzecz działalności prospołecznej. Warto tutaj wspomnieć o wolontariacie pracowniczym, który polega na udzieleniu przez przedsiębiorcę wsparcia swoim pracownikom w dobrowolnym i świadomym świadczeniu wolontariatu na rzecz organizacji społecznych i instytucji publicznych i w partnerstwie z nimi. Przykładami wolontariatu pracowniczego mogą być między innymi: akcje oddawania krwi w siedzibie firmy, udział w krajowych akcjach charytatywnych, zbieranie wśród pracowników pieniędzy oraz niezbędnych przedmiotów dla najbardziej potrzebujących, autorskie projekty pracowników ukierunkowane na udzielenie wsparcia lokalnej społeczności.

Kolejnym kosztem, z którym muszą liczyć się przedsiębiorcy stosujący koncepcję społecznej odpowiedzialności biznesu, jest fakt, że dążenie do zaspokajania celów społecznych może w pewien sposób zakłócać podstawowe cele organizacji. Organizacja może w pewnym momencie zbyt wiele uwagi poświęcać CSR. Natomiast w zmiennych warunkach otoczenia niedostrzeganie szans czy też zagrożeń może w istotny sposób wpłynąć na efektywność gospodarowania.

Dość istotnym kosztem związanym z polityką firmy opartą na CSR może być ograniczenie zastosowania zasobów przedsiębiorstwa. Podmiot gospodarczy społecznie odpowiedzialny będzie starał się korzystać z zasobów, które nie są szkodliwe dla środowiska naturalnego czy też lokalnej społeczności. Natomiast takie zasoby nie zawsze są dla firmy najlepszym rozwiązaniem, choćby ze względu na ich koszt. Ponadto ponoszenie inwestycji dotyczących wprowadzania bardziej ekonomicznego systemu produkcji wiąże się z wysokimi kosztami.

5. Zakończenie

Przedsiębiorcy społecznie odpowiedzialni muszą liczyć się nie tylko z korzyściami, lecz także z kosztami związanymi z koncepcją CSR. Wydaje się jednak, że możliwości, jakie stwarza ta koncepcja, przewyższają koszty związane z jej zastosowaniem. Warto zauważyć, że korzyści te są często widoczne dopiero po upływie określonego czasu. Budowa pozytywnego wizerunku firmy w otoczeniu i wyróżnienie swoich produktów przez CSR może stać się istotnym czynnikiem wpływającym na wzrost konkurencyjności przedsiębiorstwa. Należy także zauważyć istotność kwestii związanych z pozyskaniem i zatrzymaniem najlepszych pracowników dzięki CSR, co w zmiennych warunkach otoczenia może zagwarantować firmie osiągnięcie sukcesu. Dowodem skuteczności strategii CSR jest także fakt, że budzi ona coraz większe zainteresowanie nie tylko wśród dużych przedsiębiorstw, ale też mniejszych podmiotów gospodarczych.

Literatura

- Bogdanienko J., Piotrowski W. (red.), 2013, *Zarządzanie. Tradycja i nowoczesność*, PWE, Warszawa.
- Blake R., 2006, *Employee Retention: What Employee Turnover Really Costs Your Company*, <http://www.webpronews.com/employee-retention-what-employee-turnover-really-costs-your-company>, (09.03.2014).
- Bowen H., 1953, *The Social Responsibilities of Businessman*, Harper, New York.
- Carroll A.B., 1979, *A three-dimensional conceptual model of corporate performance*, *Academy of Management Review*, 4(4).
- Coombs W.T., Holladay S.J., 2012, *Managing Corporate Social Responsibility. A Communication Approach*, Wiley-Blackwell, Chichester.
- Ebert R.J., Griffin R.W., 2013, *Business Essentials*, Pearson Education, Edinburgh.
- Forum Odpowiedzialnego Biznesu, European CSR Award Scheme, <http://odpowiedzialnybiznes.pl/pl/europeanCSRaward> (08.03.2014).
- Friedman M., 1993, *Kapitalizm i wolność*, Centrum im. Adama Smitha i Rzeczpospolita, Warszawa.
- Garay L., Font X., 2012, *Doing good to do well? Corporate Social Responsibility reasons, practices and impacts in small and medium accomodation enterprises*, *International Journal of Hospitality Management*, 31.
- Godziszewski B., Haffer M., Stankiewicz M., Sudół S., 2011, *Przedsiębiorstwo. Teoria i praktyka zarządzania*, PWE, Warszawa.
- ISO 26000, *Spoleczna odpowiedzialność*, http://www.pkn.pl/sites/default/files/discovering_iso_26000.pdf (10.03.2014).
- Matejun M. (red.), 2010, *Wyzwania i perspektywy zarządzania w małych i średnich przedsiębiorstwach*, C.H. Beck, Warszawa.
- MillwardBrown SMG/KRC dla PARP, 2011, *Ocena stanu wdrażania standardów społecznej odpowiedzialności biznesu*, Warszawa.
- Ministerstwo Gospodarki, *Spoleczna odpowiedzialność przedsiębiorstw*, <http://www.mg.gov.pl/node/10892> (10.03.2014).
- Ministerstwo Pracy i Polityki Społecznej, *Wykaz organizacji pożytku publicznego uprawnionych do otrzymania 1% podatku dochodowego od osób fizycznych za rok 2013*, <http://www.mpips.gov.pl/bip/wykaz-organizacji-pozytku-publicznego/#akapit10> (10.03.2014).
- Sprinkle G.B., Maines L.A., 2010, *The benefits and costs of corporate social responsibility*, *Business Horizons*, 53.
- Ustawa z dnia 26 lipca 1991 r. o podatku dochodowym od osób fizycznych Dz.U. nr 14 z 2000 r., poz. 176 ze zm.
- Wydział Nauk Ekonomicznych i Zarządzania Uniwersytetu Szczecińskiego, *Plebiscyt Równa Firma*, <http://wneiz.pl/plebiscyt> (10.03.2014).

BENEFITS AND COSTS CONNECTED WITH CSR IN ENTERPRISES

Summary: This paper discusses the problem of Corporate Social Responsibility in Polish enterprises. Undoubtedly enterprises must pay for applying CSR. On the other hand, Corporate Social Responsibility can bring plenty of benefits to enterprises. The first part of the article includes a definition of CSR and presents the usage of CSR in Polish enterprises. Moreover this article analyses chosen benefits and costs of Corporate Social Responsibility for enterprises in Poland.

Keywords: CSR, enterprise, entrepreneurship, entrepreneur.