



MARCIN MAMIŃSKI

Alcide De Gasperi University of Euroregional Economy in Józefów, Poland

adwokat@marcinmaminski.com.pl

ORCID: orcid.org/0000-0002-8046-6155

DOI: doi.org/10.13166/HR/LKH15292

MATEUSZ FICYGOWSKI

University of Economics and Human Sciences in Warsaw, Poland

mateuszficygowski@gmail.com

ORCID: orcid.org/0000-0003-4174-5853

DOI: doi.org/10.13166/HR/LKH15292

ZNACZENIE CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) DLA ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU W SP. Z O.O.

ABSTRACT

A limited liability company utilizing Corporate Social Responsibility (CSR) as an effective tool in achieving its goal of introducing and implementing a sustainable development strategy, through active collaboration with stakeholders (such as customers, employees, local communities), and undertaking actions aimed at minimizing negative impacts on the natural environment and society, can enhance its value and gain the trust of customers and investors. The implementation of a CSR policy can assist the LLC in building a positive company image, increasing employee motivation and engagement, and positively impacting its growth. The purpose of this article is to indicate that an LLC, by adopting CSR practices, can contribute to building a positive company image, enhancing customer and investor loyalty. Furthermore, engaging in CSR activities can contribute to increasing the company's efficiency and profitability in the longer term, by reducing costs associated with negative environmental impacts and enhancing innovation and the quality of products and services.

KEYWORDS: *Corporate Social Responsibility, limited liability company, sustainable development, CSR standards, social report*

ABSTRAKT

Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością może zwiększyć swoją wartość i zyskać zaufanie klientów oraz inwestorów wykorzystując Społeczną Odpowiedzialność Biznesu (CSR) jako skuteczne narzędzie w realizacji swojego celu, jakim jest wprowadzenie i wdrażanie strategii zrównoważonego rozwoju, poprzez aktywną współpracę z interesariuszami (np. kontrahentami, pracownikami, społecznością lokalną) oraz podejmowanie działań mających na celu minimalizowanie negatywnego wpływu na środowisko naturalne i społeczność. Wdrożenie polityki CSR może pomóc spółce z o.o. w budowaniu pozytywnego wizerunku firmy, zwiększeniu motywacji i zaangażowania pracowników oraz pozytywnie wpłynąć na własny rozwój. Celem niniejszego artykułu jest wskazanie, iż wdrożenie praktyki CSR w spółce z o.o. może jej pomóc w budowaniu pozytywnego wizerunku firmy, zwiększeniu lojalności klientów oraz inwestorów. Ponadto podejmowanie działań w ramach CSR może przyczynić się do zwiększenia efektywności i rentowności firmy

w dłuższej perspektywie, poprzez minimalizowanie kosztów związanych z negatywnym wpływem na środowisko naturalne oraz zwiększeniem innowacyjności i jakości produktów i usług.

SŁOWA KLUCZOWE: *Spółeczna Odpowiedzialność Biznesu, spółka z ograniczoną odpowiedzialnością, zrównoważony rozwój, standardy CSR, raport społeczny*

UWAGI WPROWADZAJĄCE

Wdrożenie Corporate Social Responsibility (CSR) do spółki z o.o. może przynieść wiele korzyści dla firmy, społeczności i środowiska. CSR to podejście biznesowe, które pozwala przedsiębiorcom działać w sposób społecznie odpowiedzialny i ekologiczny, podejmując działania na rzecz społeczeństwa i środowiska, a nie tylko w celu osiągnięcia zysku. Patrzenie przez pryzmat korzyści na wprowadzenie standardów CSR w strukturach organizacji ma swoje pozytywne uzasadnienie. Trendy w zakresie zrównoważonego rozwoju i ochrony środowiska stały się coraz bardziej widoczne w strategiach i działaniach wielu marek na całym świecie. Firmy coraz częściej podejmują działania w kierunku redukcji swojego wpływu na środowisko naturalne poprzez wprowadzanie bardziej przyjaznych dla niego praktyk biznesowych i produkcyjnych. W ramach realizacji tak określonych założeń badawczych poddane zostały analizie regulacje prawne, literatura krajowa i międzynarodowa. W ramach prowadzonych badań przede wszystkim wykorzystana została metoda prawno-dogmatyczna.

ROLA I TRANSPARENTNOŚCI UJAWNIANIA INFORMACJI W KONTEKŚCIE DZIAŁAŃ CSR.

Informacje o pozafinansowych aspektach działalności przedsiębiorstwa są dziś niezbędnym elementem nie tylko dla zarządzających firmą, ale także dla zewnętrznych i wewnętrznych interesariuszy. Działania CSR (ang. Corporate Social Responsibility – CSR) pozostają wciąż dla wielu firm zagadnieniem mało znanym. Niektórzy przedsiębiorcy nie zdają sobie sprawy z korzyści płynących z przestrzegania tych standardów lub nie wiedzą, jak je wdrożyć. Inni natomiast uważają, że działania CSR są zbyt kosztowne lub nieistotne dla ich działalności. Jednak coraz więcej przedsiębiorców dostrzega, że działania CSR mogą przynieść korzyści, takie jak lepsza reputacja, większe zaufanie interesariuszy czy lepsze relacje z klientami i pracownikami^[1].

Działania CSR pozwalają przedsiębiorstwom na zwiększenie swojego wpływu na społeczeństwo i środowisko, co pozwala na lepsze zrozumienie i ocenę działań przedsiębiorstwa[2]. Jedną z wyróżniających zasad CSR jest otwarte informowanie społeczeństwa, pracowników, lokalnych społeczności o działaniach firmy, niezwiązanych bezpośrednio z osiąganiem zysku, poprzez publikowanie tzw. raportów społecznych (niefinansowych). Raport CSR to dokument opisujący zaangażowanie firmy w zrównoważone i odpowiedzialne praktyki biznesowe, co pozwala identyfikować mocne i słabe strony prowadzonej działalności, określając szanse wystąpienia ryzyk, oraz wskazać kierunek rozwoju przedsiębiorstwa, a także zawiera informacje dotyczące wpływu przedsiębiorstwa na społeczeństwo i środowisko naturalne oraz działań podejmowanych w celu zminimalizowania negatywnego wpływu na otoczenie[3].

Raporty CSR pomagają konsumentom i kontrahentom biznesowym ocenić, jak firma wykorzystuje swoje zasoby i jakie kroki podejmuje, aby poprawić społeczną i ekologiczną koniunkturę. Do głównych założeń raportowania CSR

^[1]D. K. Zuzek, Społeczna odpowiedzialność biznesu a zrównoważony rozwój przedsiębiorstw. Zeszyty Naukowe Małopolskiej Wyższej Szkoły Ekonomicznej w Tarnowie (2012), 21 (2), 197–207.

^[2]A. Dahlsrud, *How corporatesocialresponsibilityisdefined: Ananalysis of 37 definitions, CorporateSocialResponsibility and Environmental Management* 2008, s. 3-4.

^[3]W. Gasparski, *Biznes, etyka, odpowiedzialność*, Wyd. PWN, Warszawa 2012, s. 36 i n.

należy przede wszystkim to, że przedsiębiorcy powinny przyjąć odpowiedzialność za wpływ swojej działalności na społeczeństwo i środowisko, a także za tworzenie i wdrażanie odpowiednich strategii i działań w tym zakresie.

Podstawowe założenia CSR to:

1. Odpowiedzialność przedsiębiorstwa nie tylko wobec swoich akcjonariuszy, ale także wobec innych interesariuszy, takich jak pracownicy, klienci, dostawcy, lokalna społeczność i środowisko naturalne;
2. Transparentność i ujawnianie informacji o działaniach CSR przedsiębiorstwa;
3. Zwiększanie wiedzy i kompetencji pracowników w zakresie odpowiedzialności społecznej i środowiskowej;
4. Współpraca z interesariuszami w celu rozwiązywania problemów społecznych i środowiskowych;
5. Podejmowanie działań prospołecznych i proekologicznych, które przyczyniają się do rozwiązywania problemów społecznych i ochrony środowiska;
6. Ciągłe doskonalenie działań CSR przedsiębiorstwa poprzez okresowe ocenianie efektywności i podejmowanie działań naprawczych^[4].

Dyrektywa 2014/95/UE^[5], zwana dyrektywą o raportowaniu informacji niefinansowych i dotyczących równowagi społecznej, wprowadza obowiązek raportowania informacji niefinansowych dla dużych przedsiębiorstw z Unii Europejskiej. Dyrektywa ta nakłada na przedsiębiorców obowiązek przedstawiania informacji dotyczących ich oddziaływania na środowisko, zatrudnienie, relacje z interesariuszami, produkty i usługi, jak również innowacje i ciągłe doskonalenie.

Dyrektywa ta ma na celu zwiększenie przejrzystości i odpowiedzialności przedsiębiorstw, ułatwienie inwestorom i interesariuszom podejmowanie decyzji, a także promowanie zrównoważonego rozwoju. Przedsiębiorcy, którzy są objęci

^[4] Wytyczne dla przedsiębiorstw międzynarodowych, http://www.paiz.gov.pl/files/?id_plik=205 (dostęp: 28.02.2023).

^[5] 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

tą dyrektywą, muszą przedstawić informacje niefinansowe w swoim raporcie finansowym lub w osobnym raporcie, który jest dostępny dla opinii publicznej.

Ważne jest także podkreślenie, że w dniu 16 grudnia 2022 roku w Dzienniku Urzędowym Unii Europejskiej została oficjalnie opublikowana dyrektywa dotycząca sprawozdawczości przedsiębiorstw w kontekście zrównoważonego rozwoju (zwana CSRD ang. *Corporate Sustainability Reporting Directive*). W ramach tej dyrektywy wszelkie większe jednostki oraz małe i średnie spółki notowane na giełdzie będą zobowiązane do przedstawienia w swoim sprawozdaniu z działalności informacji dotyczących aspektów środowiskowych, społecznych, praw człowieka oraz kwestii związanych z ładem korporacyjnym. Wymienione informacje będą prezentowane zgodnie z ustalonymi wspólnymi standardami europejskimi dla sprawozdawczości zrównoważonego rozwoju (tzw. ESRS). Dla małych i średnich spółek giełdowych zostaną przygotowane uproszczone wersje standardów ESRS, ułatwiając im tym samym proces raportowania^[6].

Polska, podobnie jak inne państwa członkowskie Unii Europejskiej, ma określony czas na wdrożenie Dyrektywy CSRD do swojego systemu prawnego. Dyrektywa CSRD przewiduje trzystopniowy plan wprowadzenia nowych obowiązków dla podmiotów gospodarczych (patrz tabela). W pierwszym etapie, w roku 2025, zobowiązane do ujawnienia informacji zgodnie z nowymi wymogami będą największe podmioty, które już obecnie przedstawiają raporty niefinansowe (na mocy Ustawy o rachunkowości). W kolejnym roku, czyli 2026, do ujawnienia swoich danych zostaną zobowiązane pozostałe duże jednostki. Natomiast małe i średnie spółki notowane na giełdzie będą musiały przekazać swoje raporty po raz pierwszy w roku 2027.

Przedsiębiorcy będą mieli następujące ostateczne terminy do spełnienia obowiązku raportowania zgodnie z nową Dyrektywą CSRD dotyczącą zrównoważonego rozwoju:

^[6] Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2022/2464, z dnia 14 grudnia 2022 r. w sprawie zmiany rozporządzenia (UE) nr 537/2014, dyrektywy 2004/109/WE, dyrektywy 2006/43/WE oraz dyrektywy 2013/34/UE w odniesieniu do sprawozdawczości przedsiębiorstw w zakresie zrównoważonego rozwoju.

Wyszczególnienie	Termin wdrożenia	Termin raportowania
Duże spółki interesu publicznego, które podlegają Dyrektywie NFRD (ang. Nonfinancial Disclosure Reporting Directive) ^[7] oraz spółki zatrudniające więcej niż 500 pracowników. W ślad za dyrektywną unijną ustawą o rachunkowości z dnia 29 września 1994 r. w 2016 r. został wprowadzony art. 49b. Ustawy o rachunkowości.	Od 1 stycznia 2024 r.	2025 r.
Przedsiębiorstwa o znaczącym rozmiarze, nieobjęte dyrektywą NFRD, a zatrudniające ponad 250 pracowników i/lub generujące obroty przekraczające 40 mln euro i/lub posiadające aktywa o wartości powyżej 20 mln euro	od 1 stycznia 2025 r.	2026 r.
Mikro, małe i średnie przedsiębiorstwa, jak również inne spółki notowane na giełdzie	od 1 stycznia 2026 r.	2027 r.

Źródło: Opracowanie własne.

STANDARDY CSR W POLSCE

Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2021/2101 z 24 listopada 2021 r. zmieniająca dyrektywę 2013/34/UE (w sprawie rocznych sprawozdań finansowych, skonsolidowanych sprawozdań finansowych i powiązanych sprawozdań niektórych rodzajów jednostek, zmieniająca dyrektywę Parlamentu Europejskiego i Rady 2006/43/WE oraz uchylająca dyrektywy Rady 78/660/EWG i 83/349/EWG) – w odniesieniu do ujawniania informacji o podatku dochodowym przez niektóre jednostki i oddziały, zwana dalej *dyrektywą 2021/2101*^[8].

Dyrektywa 2021/2101 wprowadza zobowiązanie dla dużych międzynarodowych przedsiębiorstw z Unii Europejskiej (obejmujących główną jednostkę

^[7] Dyrektywa NFRD (ang. Nonfinancial Disclosure Reporting Directive) była nowelizacją Dyrektywy 2013/34/UE w sprawie rocznych sprawozdań finansowych, skonsolidowanych sprawozdań finansowych i powiązanych sprawozdań niektórych rodzajów jednostek. Początkowy zakres podmiotowy dyrektywy, to państwa członkowskie. Duże jednostki zatrudniające ponad 500 pracowników i jednocześnie będące jednostkami zainteresowania publicznego (JZP) w postaci: spółek publicznych, banków, zakładów ubezpieczeń oraz innych podmiotów będących JZP.

^[8] Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2021/2101 z dnia 24 listopada 2021 r. zmieniająca dyrektywę 2013/34/UE w odniesieniu do ujawniania informacji o podatku dochodowym przez niektóre jednostki i oddziały

kontrolującą grupę kapitałową oraz oddziały) do dokonania publicznego ujawnienia informacji dotyczących opłaconego podatku dochodowego oraz innych aspektów podatkowych, rozłożonych według poszczególnych krajów (tzw. *raport o podatku dochodowym*).

Główna treść dyrektywy 2021/2101 będzie wprowadzona w Polsce nowelizacją ustawy z dnia 29 września 1994 roku o rachunkowości^[9]. Zmiany te zostaną dokonane w celu spełnienia nowego wymogu, który nakłada na jednostki obowiązek publicznego ujawniania sprawozdań dotyczących podatku dochodowego, rozkładając je według poszczególnych krajów.

W Polsce, na podstawie tej ustawy, obowiązek raportowania informacji niefinansowych dotyczy:

1. przedsiębiorstw będących spółkami akcyjnymi
2. przedsiębiorstw będących spółkami z ograniczoną odpowiedzialnością, które zatrudniają co najmniej 500 pracowników
3. przedsiębiorstw będących jednostkami budżetowymi
4. przedsiębiorstw będących jednostkami samorządu terytorialnego^[10].

Ustawa ta zobowiązuje wymienione przedsiębiorstwa do przedstawienia informacji niefinansowych w swoich raportach, które są dostępne dla opinii publicznej. Jednocześnie należy pamiętać, że ustawa daje przedsiębiorcom swobodę w zakresie wyboru metod i narzędzi do raportowania informacji niefinansowych, co pozwala na dostosowanie raportowania do specyfiki danego przedsiębiorstwa.

Warto wspomnieć, że istnieje wiele norm i standardów dotyczących raportowania CSR, które przedsiębiorstwa mogą stosować w celu zwiększenia swojej przejrzystości w zakresie odpowiedzialności społecznej i środowiskowej. Niektóre z najważniejszych norm i standardów CSR to:

1. ISO 26000 – Międzynarodowy standard dotyczący odpowiedzialności społecznej, który zawiera wytyczne dotyczące działań przedsiębiorstw w zakresie odpowiedzialności społecznej,

^[9] Ustawa z dnia 29 września 1994 r. o rachunkowości (Dz.U. 2023 poz. 120).

^[10] A. Rudnicka, CSR – doskonalenie relacji społecznych w firmie, Wolters Kluwer Polska, Warszawa 2012 r. s. 78 i n.

2. GRI – Global Reporting Initiative – międzynarodowy standard raportowania informacji niefinansowych, który zawiera wytyczne dotyczące raportowania działań przedsiębiorstw w zakresie odpowiedzialności społecznej i środowiskowej,
3. SA8000 – norma dotycząca zrównoważonego zatrudnienia, zawierająca wytyczne dotyczące zatrudnienia, praw pracowniczych i warunków pracy,
4. B Corp – certyfikat przyznawany przedsiębiorstwom, które spełniają określone standardy odpowiedzialności społecznej i środowiskowej,
5. EMAS – europejski system zarządzania i audytu środowiskowego, który zawiera wytyczne dotyczące zarządzania środowiskowego i raportowania działań przedsiębiorstw,
6. ISO 14001 – międzynarodowy standard dotyczący zarządzania środowiskowego, który zawiera wytyczne dotyczące działań przedsiębiorstw w zakresie ochrony środowiska^[11].

W Polsce normy w dziedzinie społecznej odpowiedzialności biznesu określają wymagania dla systemu zarządzania CSR w przedsiębiorstwach i stanowią narzędzie dla firm, które chcą działać w sposób odpowiedzialny społecznie, ekologicznie i ekonomicznie.

CSR JAKO NARZĘDZIE SPÓŁKI Z OGRANICZONĄ ODPOWIEDZIALNOŚCIĄ

Spółeczna Odpowiedzialność Biznesu odnosi się do podejścia, w którym spółka podejmuje świadome działania, aby zminimalizować negatywny wpływ na środowisko naturalne, społeczność oraz pracowników, jednocześnie dążąc do osiągnięcia celów biznesowych.^[12]

^[11] G. Wiaderek, M. Ziółkowski, *Formy i zakres pomocy prawnej świadczonej przez organizacje pozarządowe*, w: A. Winiarska (red.), *Obywatel i Prawo. Raport z realizacji trzeciej edycji Programu*, Instytut Spraw Publicznych, Warszawa 2008, s. 24.

^[12] W. Leoński, *Koncepcja CSR na wczesnym etapie rozwoju firmy*, *Ekonomia i Zarządzanie*, nr 5, Wydawnictwo Naukowe IVG, Szczecin 2014 r. s. 42 i n.

W dzisiejszych czasach wzrasta świadomość społeczna konsumentów, stają się oni bardziej wymagający i w dużej mierze kierują się zaufaniem do danej firmy oraz jej wizerunkiem. Dlatego społeczna odpowiedzialność biznesu może wpłynąć na zwiększenie lojalności klientów i interesariuszy w sp. z o.o. Prospołeczna i proekologiczna działalność organizacji może również umożliwić jej pozyskanie zaufania i przychylności władz samorządowych oraz społeczności lokalnej. Taka działalność organizacji stanowi również element pozafinansowej motywacji pracowników, którzy zaczynają lepiej postrzegać pracodawcę ze względu na stosowany przez niego kodeks etyczny oraz angażowanie się w sprawy istotne dla zwykłych ludzi. Przyczynia się to także do poprawy wizerunku firmy na rynku pracy^[13].

Spółka, która podejmuje działania w ramach CSR, dąży do osiągnięcia celów biznesowych, jednocześnie dbając o dobro społeczne, środowisko naturalne i innych interesariuszy^[14]. Działania w ramach CSR mogą przybierać różne formy, w zależności od charakteru działalności spółki oraz jej celów. Przykłady działań CSR to m.in.:

- dbanie o jakość warunków pracy pracowników, w tym o zapewnienie bezpieczeństwa i higieny pracy, zapewnienie równych szans i godnych warunków pracy dla wszystkich pracowników, w tym osób niepełnosprawnych,
- działania związane z ochroną środowiska, takie jak np. redukcja emisji CO₂, inwestycje w efektywność energetyczną, stosowanie odnawialnych źródeł energii,
- inwestycje w lokalną społeczność, np. poprzez wsparcie edukacji, kultury, zdrowia i sportu,
- prowadzenie biznesu w sposób etyczny i zgodny z zasadami prawa, np. poprzez walkę z korupcją, dbanie o prywatność danych klientów czy zapobieganie łamaniu praw człowieka w łańcuchu dostaw,

^[13] A. Kmiecik, R. Siemieniecki, Odpowiedzialność społeczna biznesu w sektorze MSP, w: Współczesne problemy ekonomii, red. A. Krzysztofek, J. Rogalska, ATW, Kraków 2014, s. 209.

^[14] J. Filek, Społeczna odpowiedzialność biznesu jako nowa wersja umowy społecznej, Księgarnia Ekonomiczna, Kraków 2013 r. s. 62 i n.

- przeciwdziałanie dyskryminacji i promowanie różnorodności, np. poprzez podejmowanie działań mających na celu zwiększenie zatrudnienia osób z różnych grup społecznych^[15].

W przypadku spółki z ograniczoną odpowiedzialnością odpowiedzialność za realizację działań CSR spoczywa na zarządzie spółki. Zarząd jest zobowiązany do podejmowania działań, które zmierzają do minimalizacji negatywnego wpływu działalności spółki na środowisko naturalne, społeczność oraz pracowników^[16].

Zarząd spółki z ograniczoną odpowiedzialnością podejmuje decyzje na podstawie prawa oraz postanowień umowy spółki. Jednocześnie, zarząd powinien działać zgodnie z zasadą staranności i rzetelności, co oznacza, że powinien dokładnie analizować wszystkie istotne informacje i podejmować decyzje na podstawie wiedzy i przemyśleń, uwzględniając interesy spółki oraz jej wspólników. Ponadto, w spółce z o.o. może istnieć (a w wypadkach prawem przewidzianych – istnieje) organ nadzoru – rada nadzorcza (lub komisja rewizyjna). Jej zadaniem jest kontrola działalności zarządu, w tym podejmowanych przez niego decyzji. Rada nadzorcza (komisja rewizyjna) ma prawo dokonywania wglądu w dokumenty i księgi spółki, a także żądania informacji od zarządu. Na podstawie wyników kontroli, rada nadzorcza (komisja rewizyjna) może wydawać zalecenia, a w przypadku nieprawidłowości – podejmować decyzje korygujące działania zarządu. Decyzje zarządu, które nie uwzględniają aspektów CSR, mogą prowadzić do negatywnych skutków dla środowiska naturalnego, społeczności lokalnej czy pracowników, co z kolei może wpłynąć na wizerunek spółki oraz jej wyniki finansowe^[17]. Z drugiej strony, podejmowanie przez zarząd działań CSR, takich jak np. inwestycje w rozwój pracowników, zwiększanie efektywności energetycznej czy wsparcie dla lokalnej społeczności, może przyczynić się do poprawy wyników finansowych spółki oraz jej renomy. Dlatego też podejmowanie przez zarząd

^[15] W. Łukasiński, Aspekt ekologiczny w koncepcji społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstwa, *Ekonomika i Organizacja Przedsiębiorstwa* 2010, nr 10, s. 10.

^[16] R.W. Griffin, *Podstawy zarządzania organizacjami*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2004, s. 117.

^[17] A. Rudnicka, *CSR – doskonalenie relacji społecznych w firmie*, Oficyna, Warszawa 2012 s. 102 i n.

świadomych i odpowiedzialnych decyzji, uwzględniających aspekty CSR, jest kluczowe dla osiągnięcia sukcesu biznesowego w dłuższej perspektywie. W dzisiejszych czasach coraz więcej konsumentów i inwestorów oczekuje, że spółki będą działać w sposób zrównoważony i odpowiedzialny, co staje się ważnym czynnikiem wpływającym na wartość rynkową i długoterminową rentowność spółki^[18].

PODSUMOWANIE

Spółeczna odpowiedzialność biznesu (CSR) staje się coraz bardziej istotnym elementem dla konsumentów, inwestorów i pracowników, którzy coraz częściej oczekują od firm, że będą działały w sposób zrównoważony, odpowiedzialny i prospołeczny. Firmy, które podejmują działania w ramach CSR, zyskują większe zaufanie i przychylność wśród konsumentów i społeczności lokalnej, co może prowadzić do zwiększenia ich lojalności. Pozytywny wizerunek firmy oparty na jej prospołecznej i proekologicznej działalności może również przyciągać nowych klientów i inwestorów, którzy szukają firm zaangażowanych w sprawy społeczne i dbających o środowisko. W ten sposób CSR może przyczynić się do zwiększenia konkurencyjności firmy na rynku.

Dodatkowo, pozytywny wizerunek firmy może przyciągnąć klientów i interesariuszy, którzy cenią sobie takie wartości, jak społeczna odpowiedzialność, etyka i zrównoważony rozwój. Może to prowadzić do wzrostu przychodów i zysków, ponieważ klienci są bardziej skłonni do wyboru produktów i usług od firm, które angażują się w działania prospołeczne i proekologiczne. Wszystkie te działania mają na celu stworzenie pozytywnego wizerunku firmy, zwiększenie zaangażowania pracowników oraz przyciągnięcie klientów i inwestorów, którzy coraz bardziej cenią sobie wartości związane z zrównoważonym rozwojem i ochroną środowiska.

^[18] M. Marcinkowska, Społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstw a ich wyniki ekonomiczne – aspekty teoretyczne, Przegląd Organizacji 2010, nr 10, s. 7.

BIBLIOGRAFIA

- Dahlsrud A., *How corporate social responsibility is defined: An analysis of 37 definitions*, *Corporate Social Responsibility and Environmental Management* 2008, s. 3-4.
- Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady 2014/95/UE z dnia 22 października 2014 r. zmieniająca dyrektywę 2013/34/UE
- Filek J., *Spółeczna odpowiedzialność biznesu jako nowa wersja umowy społecznej*, Księgarnia Ekonomiczna, Kraków 2013 r. s. 62 i n.
- Gasparski W., *Biznes, etyka, odpowiedzialność*, Wyd. PWN, Warszawa 2012, s. 36 i n.
- Griffin R. W., *Podstawy zarządzania organizacjami*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2004, s. 117.
- Kmieciak A., Siemieniecki R., *Odpowiedzialność społeczna biznesu w sektorze MSP*, w: *Współczesne problemy ekonomii*, red. A. Krzysztofek, J. Rogalska, ATW, Kraków 2014, s. 209.
- Leoński W., *Koncepcja CSR na wczesnym etapie rozwoju firmy*, *Ekonomia i Zarządzanie*, nr 5, Wydawnictwo Naukowe IVG, Szczecin 2014 r. s. 42 i n.
- Łukasiński W., *Aspekt ekologiczny w koncepcji społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstwa*, *Ekonomika i Organizacja Przedsiębiorstwa* 2010, nr 10, s. 10.
- Marcinkowska M., *Spółeczna odpowiedzialność przedsiębiorstw a ich wyniki ekonomiczne – aspekty teoretyczne*, *Przegląd Organizacji* 2010, nr 10, s. 7.
- Rudnicka A., *CSR – doskonalenie relacji społecznych w firmie*, Oficyna, Warszawa 2012 s. 102 i n.
- Rudnicka A., *CSR – doskonalenie relacji społecznych w firmie*, Wolters Kluwer Polska, Warszawa 2012 r. s. 78 i n.
- Ustawa z dnia 29 września 1994 r. o rachunkowości (tj. Dz. U. z 2020 r. poz. 351 z późn. zm.)
- Wiaderek G., Ziółkowski M., *Formy i zakres pomocy prawnej świadczonej przez organizacje pozarządowe*, w: A. Winiarska (red.), *Obywatel i Prawo. Raport z realizacji trzeciej edycji Programu*, Instytut Spraw Publicznych, Warszawa 2008, s. 24.
- Wytyczne dla przedsiębiorstw międzynarodowych, http://www.paiz.gov.pl/files/?id_plik=205 (dostęp: 28.02.2023).
- Zuzek D. K., *Spółeczna odpowiedzialność biznesu a zrównoważony rozwój przedsiębiorstw*, *Zeszyty Naukowe Małopolskiej Wyższej Szkoły Ekonomicznej w Tarnowie* (2012), 21 (2), 197–207.