

**Krystyna Kietlińska**

Uniwersytet Łódzki

# **ROLA FUNDACJI KORPORACYJNYCH W REALIZACJI SPOŁECZNEJ ODPOWIEDZIALNOŚCI BIZNESU**

## **Wprowadzenie**

Celem artykułu jest próba oceny działań fundacji korporacyjnych w Polsce z punktu widzenia źródeł pochodzenia środków oraz kierunków ich wykorzystania.

W Polsce problemy społecznej odpowiedzialności biznesu (*Corporate Social Responsibility*, CSR) są obecne od lat 90. XX wieku, jednak największy rozwój tych działań obserwuje się od początku XXI wieku, kiedy powstało Forum Odpowiedzialnego Biznesu. Koncepcja ta kładzie nacisk na zrównoważenie działań związanych z realizacją celów ekonomicznych przedsiębiorstwa z działalnością społeczną. Rezultaty tych działań dotyczą relacji przedsiębiorstwa z pracownikami i ich rodzinami, organizacjami społecznymi, społecznością lokalną, a nawet z całym społeczeństwem. Jedną z form realizacji tych działań są fundacje korporacyjne. Są to fundacje, których założycielem jest firma lub kilka firm. Ich działalność skierowana jest na społeczną działalność i dotyczy zarówno pracowników przedsiębiorstwa, jak i podmiotów zewnętrznych.

Rozważania oparte są na wynikach badań przeprowadzonych w 2012 roku przez Forum Darczyńców. W artykule przedstawione będą problemy podmiotowego i przedmiotowego zakresu działalności fundacji korporacyjnych oraz źródeł pochodzenia środków przeznaczonych na realizację celów społecznych polskich firm.

## 1. Cele działalności przedsiębiorstwa

Sformułowanie celu działalności przedsiębiorstwa oraz wskazanie misji i wizji jego działania to warunki, które zapewniają jego rozwój w zmieniającym się otoczeniu<sup>1</sup>.

Należy pamiętać, że w praktyce przedsiębiorstwa realizują wiele różnych celów, jednak podlegają one hierarchizacji i w długim okresie jeden z nich traktowany jest jako cel główny<sup>2</sup>.

Cele działalności przedsiębiorstwa są w literaturze ujmowane z różnych punktów widzenia.

Do najczęściej spotykanych koncepcji należą<sup>3</sup>:

- teoria tradycyjna (neoklasyczna),
- teoria menedżerska,
- teoria behawioralna.

Tradycyjna teoria (neoklasyczna) przyjmuje, że celem działalności przedsiębiorstwa jest maksymalizacja zysku, a właściwie maksymalizacja stopy zwrotu z kapitału, czyli stosunku zysku netto do wartości kapitału własnego.

Tak sformułowany cel działalności przedsiębiorstwa nie uwzględnia interesów innych podmiotów (zewnętrznych), które także są zainteresowane sprawami funkcjonowania przedsiębiorstwa.

W teorii menedżerskiej przyjmuje się, że głównym celem działalności przedsiębiorstwa jest maksymalizacja dochodów właścicieli, co często jest utożsamiane z maksymalizacją wartości giełdowej przedsiębiorstwa powiększonej o dywidendę. Także i w tym przypadku cel działalności przedsiębiorstwa uwzględnia jedynie interes właściciela, nie biorąc pod uwagę innych interesariuszy<sup>4</sup>.

Teorie behawioralne zakładają, że celem działalności przedsiębiorstwa jest spełnienie oczekiwań interesariuszy. Oznacza to, że właściciel powinien podejmować takie działania, które wpłyną pozytywnie na jego wizerunek, co zwiększy jego pozycję konkurencyjną i w konsekwencji spowoduje poprawę wyniku finansowego firmy<sup>5</sup>.

---

<sup>1</sup> J. Błach, M. Wieczorek-Kosmala: *Oddziaływanie kryzysu finansowego na przedsiębiorstwo – propozycje analizy w ujęciu modelowym*. W: *Oddziaływanie globalnego kryzysu finansowego. Perspektywa przedsiębiorstwa*. Red. J. Błach, M. Gorczyńska, K. Mitrenga-Niestrój, B. Puszer, M. Wieczorek-Kosmala, K. Znanińska. CeDeWu, Warszawa 2012, s. 72.

<sup>2</sup> M. Gorczyńska: *Stabilność finansowa a zrównoważony rozwój przedsiębiorstwa*. *Zarządzanie i Finanse*. „Journal of Management and Finance” 2013, Vol. 2, No. 2, Part 2, s. 21.

<sup>3</sup> S. Sudoł: *Przedsiębiorstwo. Podstawy nauki o przedsiębiorstwie*. *Zarządzanie przedsiębiorstwem*. PWE, Warszawa 2006, s. 77-89.

<sup>4</sup> *Ibid.*, s. 101.

<sup>5</sup> M. Gorczyńska: *Op. cit.*

## 2. Społeczna odpowiedzialność biznesu (CSR) jako metoda zarządzania przedsiębiorstwem

Teoria behawioralna jest bezpośrednio związana z koncepcją społecznej odpowiedzialności biznesu. Koncepcję tę przypisuje się A. Carnegie'emu, który uważał, że przedsiębiorstwo powinno mieć obowiązek wspierania mniej zamożnych członków społeczeństwa przez tych, którym wiedzie się lepiej, czyli przez przedsiębiorców i ludzi zamożnych. Zatem przedsiębiorstwo powinno pomnażać swoje zyski dla realizacji celów istotnych z punktu widzenia dobra społeczeństwa<sup>6</sup>.

Według Komisji Europejskiej CSR jest to styl zarządzania przedsiębiorstwem polegający na integrowaniu kwestii społecznych, środowiskowych, etycznych i dotyczących praw człowieka z działaniami gospodarczymi i strategią, we współpracy z interesariuszami. Jest to odpowiedzialność przedsiębiorstwa za ich wpływ na społeczeństwo i środowisko<sup>7</sup>. Zatem odpowiedzialność biznesu jest moralnym zobowiązaniem, które dotyczy następujących podmiotów<sup>8</sup>:

- udziałowców – zapewnienie im akceptowanego poziomu zwrotu zainwestowanego kapitału;
- pracowników – zapewnienie dobrych i bezpiecznych warunków pracy oraz odpowiednich usług socjalnych, popieranie rozwoju osobistych talentów oraz równych możliwości rozwoju;
- klientów – rozwój i promowanie tych produktów i usług, które oferują wartość potwierdzoną przez wymagane technologie i handlowe ekspertyzy;
- społeczeństwa – poszukiwanie możliwości wkładu społecznego w postaci ochrony praw człowieka, respektowania zasady równości i różnorodności, wpływu na środowisko naturalne, zdrowie i rozwój społecznych aspiracji.

## 3. Specyfika fundacji korporacyjnych

Fundacje należą do organizacji pozarządowych (*nongovernmental organizations* lub *nonprofit organizations*), które są niezbędnym elementem społeczeństwa obywatelskiego. Mają one do spełnienia szczególną rolę ogniwa pośrednie-

<sup>6</sup> A.B. Carroll, A.K. Buchholtz: *Business and Society: ethics and stakeholder management*. South-Western College Publishing, USA 2000, s. 28; J.F. Stoner, R.E. Freeman, R.D. Gilbert: *Kierowanie*. PWE, Warszawa 2001, s. 111.

<sup>7</sup> *Promoting a European Framework for Corporate Social Responsibility*. Green Paper. European Commission 2001.

<sup>8</sup> T. Cannon: *Corporate Responsibility. A Textbook on Business Ethics, Governance, Environment: Role and Responsibilities*. Pitman Publishing, London 1994, s. 190-191.

go między obywatelem a strukturami państwa, ujawniając realne problemy społeczne. Ze względu na to, że tworzone są oddolnie i spontanicznie oraz że nie są zależne od struktur państwowych, stanowią rzeczywistą siłę opiniotwórczą<sup>9</sup>.

Obowiązująca w Polsce ustawa o fundacjach (z lat 1984 i 1991) nie podaje definicji fundacji, lecz wymienia charakterystyczne jej cechy:

- konieczność posiadania majątku,
- przeznaczenie go na cele społeczne lub gospodarczo użyteczne,
- niedochodowość celu,
- brak instytucji członkostwa.

Fundacje ustanowione przez podmioty gospodarcze zwane są fundacjami korporacyjnymi. Kierują się one zazwyczaj motywami ekonomicznymi, takimi jak: prestiż, poprawa wizerunku firmy, reklama, promocja własnej myśli technicznej, korzyści podatkowe.

Od końca ubiegłego wieku fundacje korporacyjne podejmują także działania o charakterze społecznym, które oparte są na motywach pozaekonomicznych. Koncentrują się one na następujących problemach:

- świadczenia na rzecz własnych pracowników,
- świadczenia na rzecz społeczności lokalnej,
- wsparcie rozwoju lokalnego,
- wsparcie organizacji pozarządowych i inicjatyw obywatelskich,
- aktywizacja na rynku pracy,
- pomoc osobom niepełnosprawnym i wykluczonym społecznie,
- pomoc społeczna i usługi socjalne,
- ochrona praw człowieka,
- ochrona środowiska.

## 4. Fundacje korporacyjne w Polsce

### 4.1. Metoda i zakres badań

Dane analizowane w dalszej części artykułu pochodzą z raportu z badań przeprowadzonych w 2012 roku przez Forum Darczyńców<sup>10</sup>.

Przyjęto, że do fundacji korporacyjnych zalicza się takie, których założycielem lub jednym z założycieli jest firma albo kilka firm oraz fundacje założone przez osoby ściśle związane z firmami. Przy takim rozumieniu zidentyfikowano w naszym kraju 117 fundacji.

<sup>9</sup> D. Bugajska-Sporczyk, J. Janson: *Zakładamy fundację*. Wydawnictwo Zrzeszenia Prawników Polskich, Warszawa 1996, s. 9.

<sup>10</sup> *Fundacje korporacyjne w Polsce. Raport z badań*. Forum Darczyńców. Oprac. J. Przewłocka, P. Adamiak. Stowarzyszenie Klon/Jawor, Warszawa 2012.

Badanie zostało przeprowadzone dwuetapowo:

- badanie ilościowe – za pomocą ankiety *online*, na którą odpowiedziało 55 fundacji,
- badanie jakościowe – za pomocą wywiadu pogłębionego, które objęło 17 fundacji.

#### 4.2. Zakres działalności fundacji korporacyjnych

Fundacje korporacyjne zaczęły powstawać w Polsce już w 1990 roku i w kolejnych latach możemy obserwować systematyczny wzrost ich liczby.

Tabela 1

Liczba fundacji korporacyjnych zakładanych w latach 1990-2012

Rok	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
Liczba fundacji	2	1	2	4	4	2	5	5	3	4	4	5	8	2
Rok	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012					
Liczba fundacji	11	6	5	2	6	8	11	6	7					

Źródło: *Fundacje korporacyjne w Polsce. Raport z badań*. Forum Darczyńców. Oprac. J. Przewłocka, P. Adamiak. Stowarzyszenie Klon/Jawor, Warszawa 2012.

Liczba zakładanych w każdym roku fundacji jest zróżnicowana. W początkowym okresie była ona niewielka, jednakże w miarę uświadamiania sobie przez przedsiębiorstwa roli fundacji w ich działalności odnotowuje się wyraźny wzrost ich liczby. Szczególnie dotyczy to lat 2004 i 2010.

Założycielami (fundatorami) fundacji korporacyjnych są przedsiębiorstwa prowadzące różne rodzaje działalności.

Tabela 2

Branżowy rozkład fundacji korporacyjnych

Branża	Udział %
Finanse, bankowość, ubezpieczenia	36%
Media i wydawnictwa	15%
Energetyka, paliwa, surowce naturalne	9%
Konsultingowa	8%
Chemiczna	8%
Budownictwo i nieruchomości	6%
Medycyna	6%
Farmacja	4%
Sektor publiczny	2%
Telekomunikacja, technologie informacyjne	2%
Przemysł ciężki	2%
Pozostałe	2%

Źródło: Ibid.

Dominującymi branżami tworzącymi fundacje korporacyjne są firmy związane z finansami, mediami oraz przemysłem ciężkim. Dość istotną rolę jako fundator odgrywa też przemysł związany z branżą medyczną (chemia, medycyna, farmacja). Sektor publiczny jest w niewielkim stopniu zainteresowany tą formą działalności.

#### 4.3. Źródła przychodów fundacji korporacyjnych

Zasoby finansowe fundacji korporacyjnych są bardzo zróżnicowane (por. tabela 3).

Tabela 3

Przychody fundacji korporacyjnych w 2011 roku

Przychody	Odsetki fundacji
do 50 tys. zł	6%
ponad 50 tys. zł do 100 tys. zł	0%
ponad 100 tys. zł do 500 tys. zł	24%
ponad 500 tys. zł do 1 mln zł	12%
ponad 1 mln zł do 5 mln zł	35%
ponad 5 mln zł do 10 mln zł	12%
powyżej 10 mln zł	10%
trudno powiedzieć	1%

Źródło: Ibid.

Ponad 1/3 fundacji korporacyjnych osiąga przychody od 1 do 5 mln zł, a ponad 1/5 – powyżej 10 mln zł. Jedynie 6% fundacji ma przychody nieprzekraczające 50 tys. zł.

Te dysproporcje w przychodach wynikają w dużej mierze z aktywności fundacji w zabieganiu o środki oraz z zakresu jej działalności.

Środki, którymi dysponują fundacje korporacyjne, pochodzą z różnych źródeł.

Tabela 4

Źródła pochodzenia środków najczęściej wskazywane przez fundacje korporacyjne

Rodzaje źródeł	Odsetek fundacji
1	2
Środki, darowizny od firmy założycielskiej	78%
Odsetki bankowe, lokaty, materiały, akcje	68%
Darowizny od osób indywidualnych, które nie są pracownikami firmy	54%
Wpłaty 1%	52%
Darowizny od firm, instytucji, osób prawnych innych niż firma założycielska	48%
Darowizny i wpłaty od pracowników firmy założycielskiej	30%

cd. tabeli 4

1	2
Przychody ze zbiórek publicznych, kampanii, akcji charytatywnych	26%
Dotacje ze środków publicznych: krajowe i zagraniczne	12%
Przychody z działalności gospodarczej lub odpłatnej prowadzonej przez fundacje	6%
Nawiązki sądowe	6%
Wsparcie od innych organizacji pozarządowych: krajowych i zagranicznych	2%
Przychody z majątku oraz ze sprzedaży posiadanego majątku	2%
Zyski z kapitału żelaznego, funduszu wieczystego	2%
Inne	4%

Źródło: Ibid.

Głównym źródłem przychodów, z którego korzystają fundacje korporacyjne, są środki przekazywane przez macierzystą firmę. Korzystało z nich ponad 3/4 fundacji. Kolejne źródło to odsetki bankowe, lokaty i udziały. Ważnym źródłem są darowizny zarówno od osób indywidualnych (54% wskazań), jak i od osób prawnych (48% wskazań). Niemalą rolę w przychodach fundacji odgrywiają środki pochodzące z darowizn w postaci 1% podatku PIT (52% wskazań).

Niezaprzeczalnie dominującą rolę w zasilaniu fundacji odgrywiają środki pochodzące od firm założycielskich. Ich udział jest zróżnicowany do tego stopnia, że aż 22% fundacji nie otrzymuje od fundatora żadnych środków.

#### 4.4. Kierunki wydatkowania środków przez fundacje korporacyjne

Działalność społeczną fundacji korporacyjnych można rozpatrywać z różnych punktów widzenia. W badaniu przyjęto następujące podejścia:

- według dziedzin, do których skierowana jest pomoc,
- według grup społecznych, które są odbiorcami tej pomocy,
- według form wsparcia.

Dziedziny, do których fundacje korporacyjne kierują środki, przedstawia tabela 5.

Zdecydowana większość fundacji korporacyjnych preferuje pomoc w zakresie ochrony zdrowia i wsparcie dla osób niepełnosprawnych oraz edukację i wychowanie (po 29% udziału). Nieco mniejszym zainteresowaniem cieszą się organizacje pozarządowe i inicjatywy obywatelskie (13%) oraz pomoc społeczna (9%), natomiast nauka, kultura i sport nie mają wielkiego wsparcia. Dziwić może małe zainteresowanie wsparciem zatrudnienia i aktywizacji na rynku pra-

cy, co mogłoby procentować wizerunkowo. Także ekologia i ochrona środowiska nie są przedmiotem istotnego zainteresowania. W tym ostatnim przypadku firmy mogą działać w ramach swojej działalności gospodarczej.

Tabela 5

Dziedziny, do których skierowana jest pomoc fundacji korporacyjnych

Kierunki działania	Udział %
Ochrona zdrowia, pomoc niepełnosprawnym	29%
Edukacja i wychowanie	29%
Wsparcie dla instytucji, organizacji pozarządowych i inicjatyw obywatelskich	13%
Usługi socjalne i pomoc społeczna	9%
Kultura i sztuka	4%
Badania naukowe	4%
Sport, turystyka, rekreacja, hobby	2%
Rynek pracy, zatrudnienie, aktywizacja zawodowa	2%
Rozwój lokalny	2%
Ochrona środowiska, ekologia	2%
Inne	4%

Źródło: Ibid.

Grupy społeczne, które są odbiorcami pomocy fundacji korporacyjnych, obrazuje tabela 6.

Tabela 6

Grupy społeczne jako beneficjenci działań fundacji

Grupa społeczna	Udział %
Dzieci i młodzież	71%
Niepełnosprawni	44%
Chorzy	27%
Studenci i naukowcy	25%
Ubodzy i bezdomni	11%
Ludność wiejska i z małych miast	7%
Pracownicy firmy	7%
Kobiety	5%
Ofiary holokaustu	5%
Bezrobotni	4%
Artyści	2%
Mniejszości narodowe i etniczne	2%
Osoby starsze	2%
Sportowcy	2%

Źródło: Ibid.

Do głównych odbiorców pomocy fundacji korporacyjnych należą dzieci i młodzież (71% fundacji wskazuje tę grupę osób). Znacznie mniejsze zainteresowanie kierowane jest do osób niepełnosprawnych, chorych, bezrobotnych i ubogich (ok. 27%). Jedna czwarta fundacji deklaruje wsparcie dla studentów i naukowców.

Fundacje korporacyjne kierują pomoc zarówno do instytucji, jak i do osób indywidualnych.

Formy wsparcia fundacji korporacyjnych dla podmiotów instytucjonalnych przedstawia tabela 7.

Tabela 7

Formy wsparcia podmiotów przez fundacje korporacyjne

Formy wsparcia	Udział %
Wsparcie finansowe	73%
Wsparcie rzeczowe	44%
Świadczenie bezpłatnych usług	44%
Obrona praw organizacji	5%
Brak działania	13%

Źródło: Ibid.

Najczęstszą formą działań jest wsparcie finansowe. Deklaruje je 73% fundacji korporacyjnych. Polega ono na finansowaniu projektów, przekazywaniu grantów, dotacji, darowizn itp. Prawie połowa fundacji (44%) oferuje rzeczowe wsparcie organizacji w postaci przekazywania sprzętu, materiałów itp. Na podobnym poziomie znajduje się świadczenie bezpłatnych usług (44%). Przybiera ono formę doradztwa, szkoleń itp.

Obok przedstawionych form wsparcia dla instytucji pomoc fundacji korporacyjnych kierowana jest do osób indywidualnych. Deklaruje ją 69% fundacji. W tym przypadku także dominują środki pieniężne. Są one przeznaczone na stypendia (29% wskazań), inne cele niż stypendia (36% wskazań), pokrywanie lub zwrot kosztów zakupu produktów lub usług (36% wskazań). Nieco mniejszą rolę spełniają różne formy wsparcia rzeczowego, takie jak: edukowanie opinii publicznej (20% wskazań), rzeczowe wsparcie w postaci świadczenia usług (18% wskazań).

## Podsumowanie

W Polsce aktywnie działa ok. 60 tys. organizacji pozarządowych, z tego 11 tys. to zarejestrowane fundacje. Jednak aktywnie działające fundacje stanowią nieco ponad 8 tys. Jeżeli przyjmiemy, że deklarowana liczba fundacji korporacyjnych wynosi około 100 podmiotów, to znaczy, że stanowią one niewielki segment sektora pozarządowego.

Fundacje korporacyjne zaczęły powstawać w Polsce już od 1990 roku i ich liczba systematycznie rośnie.

Ponad połowa fundacji korporacyjnych zlokalizowana jest w województwie mazowieckim.

Wśród założycieli fundacji dominują branże: finansowa, bankowa i ubezpieczeniowa. Dość istotne miejsce zajmują też media i wydawnictwa. Zasoby finansowe fundacji korporacyjnych są bardzo zróżnicowane. Roczne przychody mieszczą się w granicach od 50 tys. zł do ponad 1 mln zł. Głównym źródłem ich zasilania są środki pochodzące od firmy założycielskiej (fundatora). Ich udział jest bardzo różny. W ponad 30% fundacji środki fundatora są prawie wyłącznym źródłem ich finansowania. Z drugiej strony aż 22% fundacji nie otrzymuje od fundatora żadnych środków.

Środki będące w dyspozycji fundacji korporacyjnych są głównie przeznaczone na ochronę zdrowia, edukację i wychowanie. Mimo iż fundacje korporacyjne zakładane są przez przedsiębiorstwa, to ich zainteresowanie takimi problemami jak rynek pracy, zatrudnienie, aktywizacja zawodowa jest niewielkie. W minimalnym stopniu są też zainteresowane rozwojem lokalnym oraz ekologią. Jeżeli zatem, jak wynika z badań<sup>11</sup>, jednym z motywów zakładania fundacji korporacyjnych jest ocieplenie wizerunku przedsiębiorstwa czy też stworzenie wspólnej strategii CSR, to brak zainteresowania wymienionymi kwestiami nie zgadza się z deklarowanymi motywami.

Do dziedzin, którymi fundacje korporacyjne są zainteresowane, należą głównie: ochrona zdrowia, pomoc niepełnosprawnym oraz edukacja i wychowanie. Pomoc kierowana jest głównie do instytucji publicznych i organizacji pozarządowych. Beneficjentami tej pomocy są przede wszystkim dzieci i młodzież, chorzy, ubodzy i bezdomni. Jeśli deklarowane grupy społeczne rzeczywiście są obiektem zainteresowania fundacji korporacyjnych, to takie kierunki działania zasługują na wysoką ocenę. Co prawda wśród deklarowanych form wsparcia dominują środki pieniężne (co jest najprostszą i nie zawsze skuteczną formą pomocy), to wsparcie rzeczowe i świadczenie bezpłatnych usług też zajmuje w działaniach fundacji poczesne miejsce.

Z przeprowadzonych rozważań wynika, że fundacje korporacyjne stanowią istotną część sektora pozarządowego. Zachodzi jednak pytanie, czy stanowią one także element strategii działania firmy założycielskiej. W praktyce relacje między fundacją korporacyjną a fundatorem są zróżnicowane. Wynika to z braku zdefiniowania roli i strategii działania fundacji w kontekście społecznej odpowiedzialności firmy założycielskiej.

---

<sup>11</sup> M. Krukowska: *Podsumowanie debaty eksperckiej*. W: *Fundacje korporacyjne w Polsce...*, op. cit., s. 58.

Jakie są zatem propozycje, które mogłyby przyczynić się do poprawy wzajemnych relacji między fundacjami a ich założycielami? Jedną z propozycji jest rzetelna ocena działalności fundacji. Powinna ona dotyczyć pomiaru efektów działań (koszty – korzyści) oraz ich skuteczności (ocena założonych celów).

Co prawda do tej pory nie opracowano metod oceny wzajemnych stosunków między fundacją a fundatorem, ale zastosowanie prostych metod analizy kosztów ponoszonych przez fundację i zderzenie ich z wynikami finansowymi przedsiębiorstwa byłoby sposobem na ocenę wpływu działań fundacji na społeczną odpowiedzialność fundatora.

## Literatura

- Bugajska-Sporczyk D., Janson J.: *Zakładamy fundację*. Wydawnictwo Zrzeszenia Prawników Polskich, Warszawa 1996.
- Cannon T.: *Corporate Responsibility. A Textbook on Business Ethics, Governance, Environment: Role and Responsibilities*. Pitman Publishing, London 1994.
- Carroll A.B., Buchholtz A.K.: *Business and Society: ethics and stakeholder management*. South-Western College Publishing, USA 2000.
- Finanse małego przedsiębiorstwa w teorii i praktyce zarządzania*. Red. H. Zadora. C.H. Beck, Warszawa 2009.
- Fundacje korporacyjne w Polsce. Raport z badań*. Forum Darczyńców. Oprac. J. Przewłocka, P. Adamiak. Stowarzyszenie Klon/Jawor, Warszawa 2012.
- Gorczyńska M.: *Stabilność finansowa a zrównoważony rozwój przedsiębiorstwa*. „Zarządzanie i Finanse. Journal of Management and Finance” 2013, Vol. 2, No. 2, Part 2.
- Oddziaływanie globalnego kryzysu finansowego. Perspektywa przedsiębiorstwa*. Red. J. Błach, M. Gorczyńska, K. Mitrega-Niestrój, B. Puszer, M. Wieczorek-Kosmala, K. Znanińska. CeDeWu, Warszawa 2012.
- Promoting a European Framework for Corporate Social Responsibility*. Green Paper. European Commission 2001.
- Sudoł S.: *Przedsiębiorstwo. Podstawy nauki o przedsiębiorstwie. Zarządzanie przedsiębiorstwem*. PWE, Warszawa 2006.
- Stoner J.F., Freeman R.E., Gilbert D.R.: *Kierowanie*. PWE, Warszawa 2000.
- Ustawa o fundacjach. Dz.U. z 1984 r., nr 25.
- Ustawa o zmianie ustawy o fundacjach. Dz.U. z 1991 r., nr 25.

## **CORPORATE FOUNDATIONS AS A FORM OF REALIZATION CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY**

### **Summary**

The activity of the company is concentrate not only on the profits but also on certain social objectives thanks to which these profits will be higher. Establishment of corporate foundations is one of the forms of implementing such goals.

The aim of the study is to present and assess the activity of Corporate Foundations in Poland. The main subject of discussion focuses on the relationship between the company, foundation and the beneficiaries as well as on the sources of income and the directions of its spending. The analysis is based on the research conducted by the Donors Forum in 2012.