

VLIV SPOLEČENSKÉ ODPOVĚDNOSTI NA VÝKONNOST FIREM

Lucie Kuldová

ÚVOD

Společenská odpovědnost firem (Corporate Social Responsibility – dále jen CSR) nabývá v současné době na významu. Jelikož v debatě o konceptu CSR je povětšinou zakotven spíše filozofický podtext, v posledních letech se stává z důvodu aktuálnosti tématu předmětem celé řady akademických výzkumů, které zkoumají dopad CSR z hlediska ekonomické výkonnosti.

Přestože se první zmínky o nutnosti společensky odpovědného chování firem datují až k polovině 20. století, samotný koncept CSR je starý jako podnikání samo. Od počátku svého vzniku firmy řeší problém, zda se věnovat čistě vlastnímu prospěchu, či rovněž zájmu ostatních lidí a celé společnosti. Problém vyvstává i v souvislosti se samotnou interpretací slov být odpovědný. Jeden z nejhlasitějších odpůrců konceptu CSR, zastánce klasické ekonomie Adama Smithe – Milton Friedman označil společenskou odpovědnost firem za „zásadně podvrtné učení“ (Friedman, 1970). Jedinou společenskou odpovědností podniku je dle něj maximalizace zisku. Společnosti jednající ve prospěch veřejného zájmu snižují výnosy akcionářů či utrácejí peníze svých zákazníků, což dle jeho teorie rozměňuje samotný účel podnikání a deformuje pluralistické střetávání zájmů.

1 CÍLE A METODIKA

Cíle příspěvku jsou vymezit vzájemný vztah společenské odpovědnosti firem (CSR) a jejich výkonnosti a zjistit, zda a do jaké míry přistupují nejvýznamnější firmy v ČR ke společenské odpovědnosti. Vychází se z hypotézy, jež říká, že mezi společenskou odpovědností firem a jejich výkonností neexistuje jasný vztah.

V úvodní části budou shromážděny argumenty pro CSR z hlediska kvantifikace jejich přínosů a dopadů na ekonomickou výkonnost firmy. Výchozí teoretická část příspěvku se opírá o metodiku desk research s využitím studia sekundárních dat v oblasti CSR. Výsledkem induktivního postupu je utříbený obraz informací podávajících přehled o současných poznacích v dané problematice, jemuž předcházela rozsáhlý sběr informací, analýza a následné vyhodnocení shromážděných informací.

2 SOUČASNÝ STAV V POZNÁNÍ VLIVU CSR NA VÝKONNOST FIREM

Vývoj konceptu CSR a měření dopadu společensky odpovědných aktivit firem na jejich výkonnost je poměrně diskutabilním tématem. Jak dokazuje následující tabulka č. 1, autoři se o samotném dopadu CSR na výkonnost firmy přou již od prvního výzkumu Moskowitz (1972), který ve studii „Choosing Socially Responsible Stock“ porovnává průměrnou míru zhodnocení akcií v porovnání s Dow Jones Industrial indexem. Jedná se o první studii problematiky výkonnosti společensky odpovědných firem, která je založena, stejně tak jako ostatní navazující výzkumy, na základě subjektivního pohledu na věc. Autor rozdělil 67 vybraných firem do tří kategorií, od nejhorší po nejlepší úroveň CSR. U nejdůvěryhodnějších firem (opět čistě subjektivní pohled autora) vypočítal průměrnou míru zhodnocení jejich akcií, přičemž výzkum poukázal na pozitivní vliv CSR na výkonnost firem. Níže uvedené výsledky výzkumů (tabulka č. 1) vycházejí nejčastěji z korelační či regresní analýzy.

Tabulka č 1. Dosavadní přehled výzkumu vlivu CSR na výkonnost firem

Autoři	Výzkum	Vliv na CSR
Moskowitz, 1972	Průměrná míra zhodnocení akcií v porovnání s indexem DowJones Industrial	Pozitivní vliv
Bragdon, Haire 1975	Zkoumání vývoje indexu znečištění, hodnotícím kritériem je ukazatel ROE	S růstem indexu znečištění se zvyšuje ukazatel ROE.
Browman, Haire, 1975	ROE za posledních pět let – křivka ve tvaru písmene U (U-shaped performance curve), vyjadřující závislost výkonnosti firem na křivce U	Nejvýkonnější firmy se nacházejí zhruba uprostřed křivky. Společnosti, které CSR do strategie firmy nezařazují, dopadly ve výzkumu hůře.
Parker, Eilbirt, 1975	Průzkum dle NI (čistého příjmu), ROE, profit margin (marže) a EPS (earnings per share)	V těchto kategoriích jsou firmy se CSR ziskovější.
Vance, 1975 (navazuje na Moskowitze, 1972)	Korelační analýza CSR a růstu ceny akcií	Negativní korelace
Heinz, 1976	Korelační analýza ROE, ROA a marže	Signifikantně pozitivní korelace mezi CSR a ROE
Sturdivan, Ginter, 1977 (navazuje na Moskowitze, 1972)	Výzkum desetiletého vývoje EPS	Firmy s vysokou úrovní CSR dosahují vyšší výkonnosti.
Alexander, Buchholz, 1978 (navazují na Vance, 1975)	Výzkum dvouletého a pětiletého růstu ceny akcií	Negativní vliv CSR na cenu akcií
Abbott, Monsen, 1979	Výzkum desetiletého výnosu akcií	CSR nemá žádný vliv na celkový výnos pro akcionáře.
Aupperle, Carroll, Hatfield, 1985	Použití Carollovi čtyřsložkové definice CSR v rámci výzkumu u CEO velkých firem	Žádný vztah mezi CSR, ziskovostí firmy a postojem CEO ke strategii CSR ve firmě
Cochran, Wood, 1984	Analýza řady finančních ukazatelů firem v průmyslovém odvětví	Nejsilnější korelace mezi CSR a stáří firemních aktiv (starší aktiva = nižší ohodnocení z hlediska CSR). Po odstranění vztahu je slabá korelace mezi finanční výkonností a CSR.
McGuire, Sundgren, Schneeweis, 1988	Rozsáhlá korelační a regresní analýza účetních a finančních ukazatelů	Dřívější výkonnost firmy měřená pomocí údajů z akciového trhu je v těsnějším vztahu s CSR než výkonnost budoucí.
Griffin, Mahon, 1997	Analýza několika účetních ukazatelů, finančních měřítek a dvou měřítek CSP v chemickém průmyslu	Měřítko CSP vykazují značné rozdíly a nekorelují s finanční výkonností.
Guerard, 1997	Vliv CSR na cenu akcií za osm let	Statisticky neexistuje žádný signifikantní rozdíl mezi výnosem akcií u firem bez CSR a CSR.

Waddock, Graves, 1977	Analýza CSP	CSP je pozitivně spjata s výkonností firmy; pozitivní závislost mezi kvalitním managementem a CSP.
Greening, Turban, 2000	Analýza trhu pracovních míst	Uchazeči spíše usilují o zaměstnání ve firmách s CSR.
McWilliams, Siegel, 2000	Ekonometrická studie	Žádný vliv CSR na finanční výkonnost firem. Zásadní zjištění, výdaje na výzkum a vývoj by měly být silně korelovány.

Zdroj: Vlastní zpracování a modifikace dle Aupperleho, Carrola a Hatfielda, 2011

Kromě klasických ukazatelů měření výkonnosti se v CSR teorii setkáváme s indikátory, které nejsou snadno měřitelné, jako je např. udržení dobrého jména, zlepšení image firmy, inovace aj. Nelze snadno identifikovat, které z těchto neměřitelných parametrů mají nejsilnější, či naopak nejslabší vliv na samotnou výkonnost organizace. Také není zcela prokazatelné, jaký druh vztahu mezi společenskou odpovědností a firemní výkonností vlastně existuje. Vztah se dále pokusíme identifikovat v rámci vlastního empirického výzkumu (viz kapitola 3).

Preston a O'Bannon (1997) dle Blowfielda a Murrayho (2008) rozdělují vliv CSR na ekonomickou výkonnost firmy do tří typů relací, podle kterých:

- společenská odpovědnost souvisí s finanční výkonností,
- finanční výkonnost má vazbu na společenskou odpovědnost,
- společenská odpovědnost je ve vztahu k finanční výkonnosti naprosto synergická.

Ve všech třech uvedených případech může být korelace pozitivní, negativní či neutrální. Miltron Friedman (1970) například uvádí negativní vztah mezi CSR a finanční výkonností, neboť CSR dle jeho mínění pouze snižuje výnosy akcionářů a rozměňuje primární účel podnikání. Podle Cornella a Shapira (1987) propojení CSR a finanční výkonnosti přináší pozitivní aspekty do podnikání, neboť společnost uspokojuje potřeby nejen vlastních akcionářů, ale veškerých zainteresovaných stran.

Výzkum GlobeScan (2005) prokázal, že víra ve společensky odpovědné chování má významný

a pozitivní vliv na finanční výkonnost firmy. Dokazuje, že se v posledních letech více než polovina akcionářů shoduje na tom, že společensky odpovědné firmy jsou ziskovější než ty, které společensky odpovědné aspekty do svého podnikání nezahrnují. Dopad CSR na výkonnost firmy lze identifikovat i z hlediska samotné motivace zaměstnanců. Výzkumná studie Gallupova ústavu provedená v roce 2009 v Německu vyčíslila dopad ekonomické ztráty německých firem z hlediska pracovního nasazení zaměstnanců (CSR Fórum, 2010). Celková ztráta podniků činila dle výzkumné studie 81,2–109 miliard eur, neboť jen 13 % zaměstnanců cítí sounáležitost se svým zaměstnavatelem a těší se do práce. Na 67 % pracovníků vydává z důvodu nejasného zájmu vedení o jejich potřeby, deficitu v systematické práci personálního oddělení a nejasných očekávání pouze tolik pracovního nasazení, kolik musí. Sledování pracovního a osobního života tak představuje další z významných faktorů CSR. Studie dále uvádí, že demotivovaní zaměstnanci chybí oproti motivovaným zaměstnancům v práci o celé čtyři dny déle, což pro firmu s 1 000 zaměstnanci představuje ztrátu 485 000 eur ročně. Dle názoru autorky je však k takovýmto číslům opět třeba přistupovat s nadhledem. Na motivaci a loajalitu pracovníků může působit celá řada dalších faktorů. Vliv CSR je opětovně těžké zcela jasně vymezit.

V roce 2010 potvrdila vliv CSR na ziskovost firmy studie provedená výzkumnou společností Ipsos Mori (HRZone.co.uk, 2010). Výsledek studie mezi FTSE 100 firmami ukázal, že společnosti, které aktivně pracovaly na zlepšení

blahobytu svých zaměstnanců a chovaly se při svém podnikání eticky odpovědně, o 10 % bodů překonaly v zisku na jednoho akcionáře ostatní firmy, které CSR do své strategie nezařazují. Společnosti vykazovaly lepší firemní reputaci. Studie dále prokázala, že stále více organizací začíná měřit dopad environmentálních a sociálních aktivit na výkonnost firem. FTSE (Financial Times Stock Exchange) 100 Index je akciový index 100 největších společností obchodujících na burze v Londýně. Běžně bývá používán k snadné identifikaci vývoje finanční situace na trzích ve Velké Británii.

V současné chvíli tedy nebylo dosaženo žádného vědeckého konsenzu. Vědci i samotní CSR manažeři se přou o nejasném vztahu společenské odpovědnosti a výkonnosti firem. Největším problémem je oddělení CSR, jakožto měkkého faktoru, od tvrdých faktorů, které mají na výkonnost firmy podstatně významnější vliv. Ve většině výzkumů se automaticky předpokládá jednosměrná kauzalita (Kukačka, 2008) vztahu CSR a výkonnosti firem. Ta nemusí být ve všech případech zřejmá. Lze se dostat i do situace, kdy působí protichůdně a může řadu výzkumů negativně zkreslovat.

3 VLASTNÍ VÝZKUM

Cílem výzkumné části je zjistit, zda a do jaké míry přistupují nejvýznamnější firmy v ČR ke společenské odpovědnosti. Vychází se z hypotézy, jež říká, že mezi společenskou odpovědností firem a jejich výkonností neexistuje jasný vztah.

Ke snadné identifikaci vývoje finanční situace např. na trzích ve Velké Británii je používán akciový index 100 největších společností obchodujících na burze v Londýně FTSE. V něm bylo prokázáno, že stále více organizací začíná zařazovat společensky odpovědné aktivity do svých témat a měřit dopad těchto aktivit na výkonnost firem.

Stav společenské odpovědnosti firem je v českém prostředí testován a analyzován na seznamu TOP 100 nejvýznamnějších plátců daně z příjmů právnických osob, který sestavuje Česká daňová správa spolu s Ministerstvem financí České republiky.

Seznam TOP 100 je uveřejněn na webových stránkách české daňové správy (ČDS, 2011). CSR je tedy sledována u společností, které za zdaňovací období 2010 přispěly do státního rozpočtu na dani z příjmů největší měrou. Seznam TOP 100 byl zvolen záměrně, neboť dané právnické osoby se na celkovém inkasu daně z příjmů právnických osob v ČR podílejí více než 30 %.

Sledován je vztah mezi ekonomickou situací firem a jejich společenskou odpovědností. Na základě podrobné analýzy výročních zpráv, tiskových zpráv, interních dokumentů a webových prezentací jsou v tabulce č. 2 zobrazena významná zjištění z této výzkumné části. V první fázi je u jednotlivých firem zkoumáno, zda vůbec přistupují ke konceptu společenské odpovědnosti firem. Dále je zjišťováno, zda informují o společensky odpovědných aktivitách prostřednictvím samostatné zprávy o CSR. Podchycovány jsou i další informace týkající se charakteristik jejich CSR strategie a způsobu, jakým společnosti CSR komunikují.

3.1 ZHODNOCENÍ VÝZKUMNÉ ČÁSTI

Tabulka č. 2 předkládá analýzu deseti nejvýznamnějších společností. Analýza všech TOP 100 firem není součástí tohoto příspěvku. V tabulce jsou jmenovitě uvedeny jen ty organizace, které poskytly souhlas se zveřejněním. Celkem bylo analýze podrobeno 59 firem. Zajímavé je posouzení jednoho z aspektů společensky odpovědného chování firem, a sice transparentnosti při předkládání svých ekonomických výsledků. V zaznamenaných výsledcích je totiž jasně patrná klesající tendence ochoty společností zveřejňovat finanční výsledky. Zúží-li se analýza na prvních TOP 10 firem, daly souhlas se zveřejněním výsledků všechny uvedené společnosti. U firem na konci žebříčku se však lze setkat především s neochotou zveřejnit své ekonomické výsledky, tudíž s převážnou anonymizací dat. Seznam vybraných daňových subjektů je v tabulce seřazen sestupně v pořadí podle výše uhrazené daně z příjmů právnických osob v roce 2010.

Tabulka č. 2: Analýza CSR u TOP 100

Pořadí	IČO	Zkratka obchodního jména	CSR	Samostatná zpráva o CSR	Další zjištění	Komunikace CSR
1	45274649	ČEZ, a. s.	ANO	ANO	- Nadace ČEZ - regionální orientace - identifikace stakeholders - vyváženost 3P	Odpovědná firma: - Bezpečnost, životní prostředí - Pomáháme - Nadace ČEZ - Ombudsman
2	45244782	Česká spořitelna, a.s.	ANO	ANO	- CSR podle strategických pilířů - společná strategie pro roky 2011–2013 - společensky odpovědný přístup v obchodním řešení - podpis Charty odpovědného podnikání - rovné příležitosti	Společenská odpovědnost: - „Investujeme pro budoucnost“ - Tým ombudsmana
3	64949681	T-Mobile Czech Republic, a.s.	ANO	NE (jen formou tiskových zpráv)	- identifikace společenského přínosu - identifikace stakeholders - environmentální politika - přesně definovaný etický kodex - Fond T-Mobile	Odpovědnost firmy: „Pro svět kolem nás“ - Zdravá planeta - Společenský přínos - Férové podnikání
4	45272956	Česká pojišťovna, a.s.	NE	X	X	X
5	45317054	Komerční banka, a.s.	ANO	NE	- Nadace Jistota - identifikace CSR jako klíčového faktoru dlouhodobého úspěchu	Společenská odpovědnost: - Zaměstnanci - Charita - Sponzoring - Trvale udržitelný rozvoj
6	60193336	Telefónica O2 Czech Republic, a.s.	ANO	NE (součást výroční zprávy)	- identifikace CSR jako součásti firemní strategie a kultury - identifikace zainteresovaných stran	Společenská odpovědnost: - Etické zásady podnikání - Působení na trhu a chování

					<ul style="list-style-type: none"> - proveden audit klíčových oblastí CSR - strategie CSR cílena na zvýšení vnímání a reputace společnosti - CSV – Hovor pro neslyšící, Linka seniorů - podpora fair trade 	<ul style="list-style-type: none"> - k zákazníkům - Péče o zaměstnance a pracovní prostředí - Péče o životní prostředí - Podpora veřejně prospěšných aktivit
7	26460815	RWE Transgas, a.s.	NE	X	- orientace jen na životní prostředí	X
8	00177041	ŠKODA AUTO, a.s.	ANO	ANO (Zpráva o udržitelném rozvoji)	<ul style="list-style-type: none"> - CSR řazena pod strategii udržitelného rozvoje - za cíl v oblasti CSR stanoveno dlouhodobé zvyšování kvality v regionech s firemní působností 	Udržitelný rozvoj – Společenská odpovědnost: <ul style="list-style-type: none"> - Sponzoring - Ekologie - Otevřenost - Zaměstnanci - Angažovanost
9	27260364	NET4GAS, s.r.o.	částečně	NE	<ul style="list-style-type: none"> - orientace jen na odpovědnou politiku životního prostředí - pouze koncepce sponzoringu a firemního dárcovství 	Pomáháme: <ul style="list-style-type: none"> - Ochrana životního prostředí - Rozvoj infrastruktury - Podpora zaměstnanosti - Vzdělávání a výzkum
10	25788001	Vodafone Czech Republic, a.s.	ANO	ANO (elektronická podoba)	<ul style="list-style-type: none"> - Nadace Vodafone ČR - CSR součástí podnikání - externí komunikace společensky odpovědných aktivit - identifikace a vyjádření stakeholders - prezentace závazků vůči veřejnosti - podpora fair trade 	Společenská odpovědnost: „Být dobrým sousedem“

Zdroj: Vlastní zpracování, 2011

Kompletní analýza stavu CSR sta nejvýznamnějších plátců daně z příjmů právnických osob dokazuje, že ke společenské

odpovědnosti se hlásí 71 % firem, z toho 54 % integrovalo CSR do strategického řízení a 17 % alespoň částečně plní kritéria společenské

odpovědnosti (z větší části environmentální politiku, sponzoring a firemní filantropii).

Společensky odpovědné aktivity reportuje 43 % firem, přičemž 29 % přímo vydává samostatnou zprávu o CSR a 14 % zahrnuje společenskou odpovědnost do své výroční zprávy, většina firem prosazuje etické chování své firmy prostřednictvím etických kodexů.

Firmy se v převážné většině nedrží zažitého členění společenské odpovědnosti na tři sféry, tedy tzv. Triple-bottom Line, ale dělí CSR interně na vlastní oblasti, nejčastěji firmy komunikují CSR jako svou společenskou odpovědnost (47 %), dále se lze setkat s pojmy odpovědná firma, udržitelný rozvoj, sociální odpovědnost či etické zásady podnikání. Sdílenou hodnotu, CSV, ve své společensky odpovědné strategii přímo identifikovaly čtyři firmy. Na základě výsledků výzkumu lze konstatovat, že s klesajícím ziskem společnosti ubývá na transparentnosti při předkládání ekonomických výsledků, tzn. vzrůstá neochota zveřejňovat své výsledky. S klesajícím ziskem se snižuje míra společenské odpovědnosti organizací, lze tedy prozatím potvrdit stanovenou hypotézu, hovořící o pozitivním vztahu mezi společenskou odpovědností firem a jejich výkonností.

ZÁVĚR

Teoretická část příspěvku dokázala, že doposud neexistuje žádný konsenzus v oblasti vlivu společenské odpovědnosti na výkonnost firmy. Autoři ve svých studiích posuzovali vliv CSR na celkový výnos pro akcionáře, korelaci mezi stářím firemních aktiv a CSR, analyzovali trh pracovních míst. V řadě případů neúspěšně. Prozatím se se 100% jistotou nepodařilo prokázat a vymezit vzájemný a jasný vztah mezi CSR a ekonomickými výsledky firmy. V empirické části příspěvku byl analyzován a testován stav společenské odpovědnosti firem na seznamu TOP 100 nejvýznamnějších plátců daně z příjmů právnických osob, který sestavuje Česká daňová správa spolu s Ministerstvem financí České republiky. Výzkumná část překvapivě zaznamenala významné zjištění – s klesajícím ziskem se snižuje transparentnost při předkládání

ekonomických výsledků firem (tzn. ubývá ochoty zveřejňovat své výsledky) a také jejich společenská odpovědnost. Na základě tohoto faktu tedy lze částečně potvrdit pozitivní vztah mezi společenskou odpovědností firem a jejich výkonností.

Závěrem lze konstatovat, že bude-li chtít firma v neustále sofistikovanějším konkurenčním boji obstát, bude postupně nucena – bez ohledu na to, zda se jí to líbí, nebo ne – sladit své ekonomické zájmy s potřebami společnosti a environmentálními tématy, neboť jen tak si může dlouhodobě udržet svou ziskovost a stát se v globálním prostředí konkurenceschopnou. Během celého procesu je však nutno zdaleka se vyhnout tzv. „barvení se na zeleno“. Náležitou konkurenční výhodu je totiž schopna poskytovat pouze strategicky uchopená CSR. Jen ta může přinášet onen příznivý vliv na ekonomické výsledky firmy.

LITERATURA

- [1] AUPPERLE, K. E.; CARROLL A. B.; HATFIELD, J. D. An Empirical Examination of the Relationship between Corporate Social Responsibility and Profitability. *Academy of Management Journal*, 1985, Vol. 28, No. 2, 446–463.
- [2] BLOWFIELD, M.; MURRAY, A. *Corporate responsibility – a critical introduction*. Oxford: Oxford University Press, 2008, ISBN 978-0-19-920909-5.
- [3] CSR FÓRUM. Časopis o společenské odpovědnosti firem. Úvodní slovo. Praha: Agentura Publicon pro Fórum dárců, číslo 5, ročník IV, říjen 2010, ISSN 0862-9315.
- [4] ČDS. Česká daňová správa. Ocenění vybraných právnických osob (Tisková zpráva) [online]. Praha: Česká daňová správa, 2011, [cit. 2011-07-19]. Dostupné na [www:<http://cbs.mfcr.cz/cps/rde/xchg/cds/xsl/placeni_dani_13559.html?year=0>](http://cbs.mfcr.cz/cps/rde/xchg/cds/xsl/placeni_dani_13559.html?year=0)
- [5] FRIEDMAN, M. *Capitalism and Freedom*, 2nd edition, Chicago: University of Chicago Press, 1982. ISBN 978-0226264011.
- [6] GLOBESCAN.com. CSR Research. [online] Canada: globescan.com, 2005 [cit. 2011-10-13]. Dostupné na [www: <http://www.globescan.com/cssr_overview.htm>](http://www.globescan.com/cssr_overview.htm)

[7] HRZone.co.Uk. Boost profit with wellbeing and CSR. [online] London: hrzone.co.uk, 12. května 2010 [cit. 2011-05-26]. Dostupné na [www: <http://www.hrzone.co.uk/topic/strategies/boost-profit-wellbeing-and-csr/103219>](http://www.hrzone.co.uk/topic/strategies/boost-profit-wellbeing-and-csr/103219)

[8] KUKAČKA, J. Společenská odpovědnost firem – mikroekonomický přístup. Bakalářská práce, Praha: Univerzita Karlova v Praze, 2008.

[9] KULDOVÁ, L. Vliv společenské odpovědnosti firem na zvýšení jejich konkurenceschopnosti v globalizovaném trhu. Doktorská disertační práce, Plzeň: Západočeská univerzita v Plzni, 2011.

[10] MOSKOWITZ, M. R. Choosing Socially Responsible Stock. *Business and Society Review*, 1972, pp. 71–75, ISSN 1467-8594.

Autor

Ing. Lucie Kuldová, Ph.D.

Západočeská univerzita v Plzni

Fakulta ekonomická

Katedra financí a účetnictví

E-mail: lkuldova@kfu.zcu.cz

THE INFLUENCE OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY ON COMPANIES' PERFORMANCE

Lucie Kuldová

Abstract: This paper is dedicated to Corporate Social Responsibility (CSR) which nowadays gains in importance and represents an increasing potential not only in the business environment. In the context of CSR, the competitiveness and performance of companies were defined. At the same time, the actual state of knowledge in the area of influence of CSR on companies' performance was analyzed. In the final part of the paper, the situation of CSR of the companies that are on the list of TOP 100 most significant corporate income tax payers was analyzed and examined. Based on the results of the empirical research, the paper specified the mutual relationship between the companies' Corporate Social Responsibility and their performance. It was proven that the principle of social responsibility can be regarded as a necessary presumption of the economic success of a company. A well performed CSR being an important part of company's strategy can bring a competitive advantage in a long run, and thus increase the company's value for share holders.

Key words: Corporate Social Responsibility, companies' performance, competitiveness, TOP 100

JEL Classification: M 14