

PRACE NAUKOWE

Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu

RESEARCH PAPERS

of Wrocław University of Economics

Nr 437

**Finanse na rzecz
zrównoważonego rozwoju.
Gospodarka – etyka – środowisko**



Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu
Wrocław 2016

Redakcja wydawnicza: Jadwiga Marcinek
Redakcja techniczna i korekta: Barbara Łopusiewicz
Łamanie: Magorzata Czupryńska
Projekt okładki: Beata Dębska

Informacje o naborze artykułów i zasadach recenzowania
znajdują się na stronach:
www.pracnaukowe.ue.wroc.pl
www.wydawnictwo.ue.wroc.pl

Publikacja udostępniona na licencji Creative Commons
Uznanie autorstwa-Użycie niekomercyjne-Bez utworów zależnych 3.0 Polska
(CC BY-NC-ND 3.0 PL)



© Copyright by Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu
Wrocław 2016

ISSN 1899-3192
e-ISSN 2392-0041

ISBN 978-83-7695-592-6

Wersja pierwotna: publikacja drukowana

Zamówienia na opublikowane prace należy składać na adres:
Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu
ul. Komandorska 118/120, 53-345 Wrocław
tel./fax 71 36 80 602; e-mail: econbook@ue.wroc.pl
www.ksiegarnia.ue.wroc.pl

Druk i oprawa: TOTEM

Spis treści

Wstęp	9
Jacek Adamek: Ubóstwo w perspektywie islamu – wybrane zagadnienia / Poverty in the perspective of Islam – selected problems.....	11
Agnieszka Alińska: Shadow banking jako element zrównoważonego rozwoju systemu finansowego / Shadow banking as an element of sustainable development financial system.....	22
Kamil Borowski: Finansowanie ochrony środowiska w Polsce przez Narodowy Fundusz Ochrony Środowiska i Gospodarki Wodnej / Financing of environmental protection in Poland by the National Fund for Environmental Protection and Water Management.....	32
Grażyna Borys: Opłata eksploatacyjna jako kategoria finansowa / Service charge as a financial category.....	42
Krystyna Brzozowska: Multilateralne instytucje finansowe w Europie wobec wymagań zrównoważonego rozwoju / Multilateral financial institutions in Europe towards sustainable development requirements.....	51
Dorota Burzyńska: Inicjatywy klastrowe elementem zielonej gospodarki / Cluster initiatives as an element of green economy.....	63
Michał Buszko, Dorota Krupa: Fundusze sekurytyzacyjne a zrównoważony rozwój rynku finansowego w Polsce / Securitisation funds and sustainable development of financial market in Poland.....	75
Michał Buszko, Dorota Krupa, Damian Walczak: Rynek finansowy wobec starzejącego się społeczeństwa / Financial market towards an ageing society.....	87
Zuzanna Czekaj: Opłata za emisję spalin jako źródło finansowania ochrony środowiska / Fee for issue of exhaust as a source of financing of environmental protection.....	96
Ewa Dziawgo: Zastosowanie opcji forward start w ocenie strategicznych przedsięwzięć proekologicznych / Applying forward start options in the assessment of strategic pro-ecological projects.....	106
Leszek Dziawgo: Ekologiczne fundusze inwestycyjne banków szwajcarskich / Ecological investment funds of Swiss banks.....	115
Leszek Dziawgo, Danuta Dziawgo: Bankowość alternatywna. Społeczna ewolucja biznesu finansowego – wybrane aspekty ekologiczne / Alternative banking. Social evolution of financial business – selected ecological aspects.....	124

Joanna Fila: Zielone mikrofinanse jako element zrównoważonego rozwoju / The green microfinance as an element of the sustainable development.....	132
Magdalena Frasyniuk-Pietrzyk, Magdalena Walczak-Gańko: Świadomość potrzeby planowania emerytalnego / Awareness of the necessity of retirement planning.....	143
Juliusz Giżyński: Europejska Rada Budżetowa jako organ uzupełniający narodowe rady fiskalne w krajach strefy euro / The European Fiscal Board as a body complementing national fiscal councils in the euro area countries.	156
Agata Ibron: Systemy wsparcia odnawialnych źródeł energii w Polsce / The support systems for renewable energy sources in Poland.....	167
Bogna Janik: Dochód–ryzyko w inwestycjach społecznie odpowiedzialnych na podstawie portfeli pasywnych spółek z krajów Europy Środkowo-Wschodniej / Income-risk in value-based investing in Central and Eastern European countries (CEECs) – based on the companies reflected in socially responsible indices	177
Klaudia Jarno: Zaangażowanie Międzynarodowego Banku Odbudowy i Rozwoju w <i>carbon finance</i> w świetle tworzonych przez niego funduszy węglowych i mechanizmów finansowych / Involvement of the International Bank for Reconstruction and Development in carbon finance in the light of its carbon funds and financial mechanisms.....	187
Dariusz Klimek: Fundusz Muncypalny jako instrument finansowania zrównoważonego rozwoju lokalnego / Municipal Fund as the instrument the sustainable local development financing	199
Magdalena Kogut-Jaworska: Pomoc <i>de minimis</i> i jej szczególna rola w systemie pomocy publicznej w Polsce / <i>De minimis</i> aid and its particular role in the system of state aid in Poland	208
Jan Koleśnik: Współczesny bank centralny jako organizacja społecznie odpowiedzialna / Contemporary central bank as a socially responsible organization	222
Dorota Korenik: Spór o odpowiedzialność zewnętrzną współczesnego banku / The dispute on external responsibility of a contemporary bank.....	230
Jolanta Korkosz-Gębska: Rola innowacji ekologicznych w budowaniu przewagi konkurencyjnej województwa świętokrzyskiego / The impact of environmental innovations in a formation of the competitive advantage of the Świętokrzyskie Voivodeship.....	244
Katarzyna Kowalska: Kontrowersje wokół CSR w handlu detalicznym branży FMCG / Controversy over CSR in FMCG retail trade industry.....	252
Danuta Król: Istota zarządzania długiem samorządowym w procesie zrównoważonego rozwoju lokalnego / Essence of local government debt management	261
Dorota Krupa: Wspieranie inwestowania długoterminowego z wykorzystaniem funduszy inwestycyjnych na poziomie UE / Supporting long-term investments with the use of investment funds at the EU level	270

Iwona Lubimow-Burzyńska: Znaczenie edukacji dla wzrostu gospodarczego – przegląd badań / Importance of education for economic growth – a review of research	280
Piotr P. Malecki: Europejski model sprawozdawczości statystycznej w zakresie wydatków na ochronę środowiska i jego zastosowanie w Polsce / European statistical reporting model for environmental protection expenditure and its use in Poland	288
Katarzyna Mamcarz: Dźwignia ceny złota / Gold price leverage.....	299
Teresa Mikulska, Grażyna Michalczuk: Komunikacja w obszarze działań przy wykorzystaniu modelu LBG / Communication within the area of socially responsible activities using the LBG model	309
Katarzyna Olejniczak: Innowacyjne podejście do CSR – ujęcie Vissera / Innovative approach to the CSR – Visser approach	320
Jarosław Pawłowski: Ecorating hoteli odpowiedzią na wymagania konsumentów / Eco-rating of hotels as a response to customers' requirements ..	328
Dariusz Piotrowski: Potencjał wykorzystania sukuk w zakresie zarządzania długiem Skarbu Państwa / The potential for using sukuk in the scope of managing state treasury debt	338
Piotr Podsiadło: Finansowanie pomocy publicznej na ochronę środowiska w Unii Europejskiej – zagadnienia interpretacyjne / Granting of state aid for environmental protection in the European Union – the interpretation problems	348
Tomasz Potocki: Poziom wiedzy finansowej wśród mieszkańców terenów peryferyjnych, zagrożonych ubóstwem / The level of financial literacy among population of rural regions threatened by poverty.....	360
Wiesława Przybylska-Kapuścińska, Magdalena Szyszko: Zrównoważona polityka pieniężna? Ewolucja celów banku centralnego wobec współczesnych wyzwań / Balanced monetary policy? Modern challenges as the central bank's goals	373
Dominik Sadlakowski: Państwowe fundusze majątkowe jako element międzynarodowej strategii gospodarczej na przykładzie Chin / Sovereign Wealth Funds as part of international economic strategy on the example of China.....	383
Beata Sadowska: Strategia Państwowego Gospodarstwa Leśnego Lasy Państwowe a zrównoważony rozwój / Strategy of National Forests Holding vs. sustainable development	393
Małgorzata Solarz: Altruizm a odporność finansowa gospodarstw domowych / Altruism vs. financial resilience of households.....	402
Michał Soliwoda: Zmiany klimatu jako wyzwanie dla zarządzania ryzykiem w polskim rolnictwie / Climate change as a challenge for risk management in Polish agriculture.....	411

Joanna Stawska: Zadłużenie sektora <i>general government</i> a wzrost gospodarczy w kontekście zrównoważonych finansów publicznych / General government sector debt and economic growth in the context of sustainable public finances	426
Dawid Szutowski, Piotr Ratajczak: Emisja komunikatów o działaniach w zakresie społecznej odpowiedzialności a wartość dla akcjonariuszy / The relation between corporate social responsibility activities' announcements and shareholder value.....	436
Paulina Szyja: Kształtowanie gospodarki niskoemisyjnej na poziomie samorządu terytorialnego / Transition to a low carbon economy at the level of local government	447
Magdalena Ślebocka: Rola i znaczenie PPP w finansowaniu przedsięwzięć rewitalizacyjnych / Role and importance of PPP in revitalization projects financing	464
Jerzy Węclawski: Determinanty kształtowania bankowości relacyjnej w odniesieniu do średnich przedsiębiorstw w Polsce / Determinants of relationship banking creation in relation to medium-sized enterprises in Poland ..	473
Stanisław Wieteska: Pozostałości pestycydów w płodach rolnych w Polsce w świetle założeń zrównoważonego rozwoju rolnictwa / Pesticide residues in agricultural crops in Poland in the light of the principles of sustainable development of agriculture	482
Aneta Wszelaki: Znaczenie prawnych zabezpieczeń kredytów w tworzeniu rezerw celowych w bankach / Importance of legal collateral credits in the creation of specific provisions in banks.....	494
Justyna Zabawa: Rozwój i finansowanie odnawialnych źródeł energii. Przypadek gospodarki Niemiec / Development and financing of renewable energy sources. The case of German economy	503
Agnieszka Żołądkiewicz: Ocena poziomu zrównoważonego rozwoju gmin miejskich województwa warmińsko-mazurskiego / Assessment of level of sustainable development of municipalities of the Warmińsko-Mazurskie Voivodeship	513

Wstęp

Zadaniem nauki jest poszukiwanie racjonalnych rozwiązań dla cywilizacyjnych wyzwań współczesnego świata. Jednym z takich kluczowych wyzwań jest także rozwój zrównoważony. Idea zrównoważonego rozwoju jest niezwykle obiecująca, ale z całą pewnością wymaga ogromnego zaangażowania ekonomistów. Nauki ekonomiczne, a w tym dyscyplina nauki „finanse”, podejmują to wyzwanie. Wiele badań, spotkań, konferencji i publikacji służy naukowej analizie oraz praktycznej implementacji zasad zrównoważonego rozwoju we współczesnej gospodarce w zakresie finansów i rachunkowości.

Proces naukowego opracowywania problemu trwa, a społeczna ewolucja biznesu dostarcza ambitnych tematów badawczych. Po latach pracy możemy wskazać zarówno na konkretne sukcesy, jak też i na wiele wątpliwości w zakresie koncepcji zrównoważonych finansów. Materialnym dowodem naukowego wkładu w poszerzanie wiedzy są publikacje. Znaczna część aktualnego dorobku naukowej dyscypliny „finanse” dotycząca zrównoważonego rozwoju jest już od lat regularnie prezentowana w Pracach Naukowych Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu. Kontynuujemy ten cykl opracowań.

W niniejszym tomie zebraliśmy wyselekcjonowane artykuły autorów z wielu uznanych ośrodków naukowych w Polsce. Ich tematyka skoncentrowana jest na zagadnieniach finansów i zrównoważonego rozwoju. Przedstawiono w nich doskonale rozważania teoretyczne oraz konkretne przykłady z praktyki gospodarczej. Każdy artykuł stanowi inspirujący materiał naukowy.

Szczególne podziękowania należą się nie tylko Autorom, ale także Recenzentom, którzy podjęli trud oceny nadesłanych materiałów. Jako redaktorzy tomu wraz z Autorami i Recenzentami mamy nadzieję, że poprzez publikację naszego wspólnego dzieła wnosimy istotny wkład w naukowe opracowanie problematyki finansowania zrównoważonego rozwoju.

Leszek Dziawgo, Leszek Patrzalek

Katarzyna Olejniczak

Politechnika Częstochowska
e-mail: katarzyna.paulina.o@gmail.com

INNOWACYJNE PODEJŚCIE DO CSR – UJĘCIE VISSERA

INNOVATIVE APPROACH TO CSR – VISSER APPROACH

DOI: 10.15611/pn.2016.437.31

JEL Classification: M14

Streszczenie: W dobie rosnącej konkurencji, a także rosnącej świadomości społecznej, nowoczesny model zarządzania przedsiębiorstwem powinien skłaniać się ku firmom nie tylko rentownym, ale przede wszystkim społecznie i ekologicznie odpowiedzialnym. Mogło by się wydawać, iż w biznesie nie ma miejsca na etykę, jednakże biznes nie stanowi już tylko generowania zysków, ale przeplata się z życiem społecznym. W praktyce wiele przedsiębiorstw określa swoją aktywność CSR przy okazji jednorazowego przedsięwzięcia charytatywnego. Niestety, takie podejście jest błędne, działalność CSR bowiem nie ogranicza się jedynie do działalności filantropijnej, a działań w aspekcie ekonomicznym, społecznym oraz ekologicznym. Oczywiście, działania charytatywne są elementem CSR, jednakże nie można mówić w pełni o odpowiedzialnym podejściu do zarządzania. W artykule zwrócono uwagę na innowacyjne podejście do koncepcji społecznej odpowiedzialności biznesu – CSR 2.0.

Słowa kluczowe: społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstw – CSR, CSR 1.0, CSR 2.0, ewolucja CSR.

Summary: At the time of growing competitiveness and also increasing social awareness the modern model of enterprise management ought to incline towards the companies which are not only profitable but, most of all, socially and ecologically responsible. It may seem that there is no place for ethics in business, however, business does not constitute only generating profits any longer, but it overlaps with social life. In practice, a lot of enterprises define their CSR activity while taking a single charity project. Unfortunately, such an approach is wrong since CSR activity is not only limited to the philanthropic activity but also to the activities in the economic, social and ecological aspects. Obviously, charity actions are the element of CSR, though it is not possible to fully talk about the responsible approach towards management. In the paper the attention has been drawn to the innovative approach to the concept of CSR – CSR 2.0.

Keywords: Corporate Social Responsibility – CSR, CSR 1.0, CSR 2.0, evolution of CSR.

1. Wstęp

W dobie obecnej gospodarki rynkowej coraz większego znaczenia nabierają wyzwania związane z gospodarką, ekonomią, środowiskiem. Z tego też względu integralnym elementem strategii zarządzania współczesnych przedsiębiorstw stają się prospołeczne i proekologiczne działania będące przestrzenią dla szeregu działań z zakresu odpowiedzialności społecznej – CSR. W praktyce działania CSR odnoszą się do zagadnień związanych ze zjawiskami współczesnej gospodarki, a także ich konsekwencjami dla jednostek, społeczeństw i organizacji. W takim rozumieniu CSR nie należy traktować jako chwilową modę, ale jako odpowiedź na rosnące wymagania społeczne, odnoszące się do angażowania się w sprawy pozornie niezwiązane z podstawową działalnością przedsiębiorstwa [Beurden, Goessling 2008]. Za przyczynę takiego stanu rzeczy należy uznać z jednej strony działania nakierowane na poszukiwanie nowych, bardziej efektywnych narzędzi zarządzania, z drugiej zaś na rosnące wymagania konsumentów w kwestii prowadzenia działalności gospodarczej na rynku. Można powiedzieć, iż społeczna odpowiedzialność to sposób, w jaki przedsiębiorstwo tworzy wartość w relacjach biznes i jego szeroko rozumiane otoczenie. To swoisty rodzaj innowacji koncentrujący się na tych zagadnieniach związanych z funkcjonowaniem współczesnej gospodarki, które wykraczają poza wąsko rozumianą efektywność ekonomiczną [Baron 2006]. W takim rozumieniu działania z zakresu CSR odnoszą się do relacji biznes a interesy społeczne czy ekologiczne. Punktem wyjścia staje się wówczas identyfikacja poszczególnych grup interesariuszy oraz form powiązań łączących ich z przedsiębiorstwem i wyselekcjonowanie tych grup, bez zaangażowania których firmy nie mogą przetrwać ani się rozwijać [Czubała 2011]. Dla właściwego obrazu społecznej odpowiedzialności kluczowe staje się stwierdzenie, że jest to sposób, w jaki tworzy się zyski, a nie czy się nimi dzieli. Idąc za tą maksymą, podejście CSR to styl i strategia zarządzania oparta na wielowymiarowych relacjach, a nie „charytatywny wybielacz wizerunku” [Kroik, Bachorski-Rudnicki 2011].

O rosnącej roli CSR w zarządzaniu świadczy nie tylko szereg przeprowadzonych badań zarówno przez teoretyków, jak i praktyków zarządzania, ale również rosnąca liczba raportów społecznych, a także szereg przedsięwzięć i inicjatyw z jej zakresu. Pomimo tego pozornie imponującego rozwoju w niektórych kręgach panuje przekonanie, że CSR zawiódł. Podyktowane jest to tym, iż większość przedsiębiorstw wykorzystuje CSR jako narzędzie wizerunkowe, a często jako narzędzie *greenwashingu*, chcąc w ten sposób odwrócić uwagę od rzeczywistych szkód wyrządzanych środowisku czy społeczeństwu. Zdaniem Wayne Vissera, eksperta zajmującego się CSR, „takie zachowanie firm spowodowało, że koncepcja CSR skompromitowała się w oczach wielu ludzi. Dlatego konieczne jest wypracowanie nowej idei, daleko wykraczającej poza klasyczną filantropię i PR, opartej na bardziej interaktywnym modelu uwzględniającym szerokie grono interesariuszy – CSR 2.0” [www.odpo-

wiedzialnybiznes.pl]. Celem opracowania jest przedstawienie nowego podejścia do kategorii odpowiedzialności w zarządzaniu w ujęciu W. Vissera.

2. Ewolucja CSR

W historycznym ujęciu społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstw była i jest nadal reakcją na zmieniające się warunki otoczenia. Megatrendy, takie jak ekorozwój, wzrost świadomości społecznej i informatyzacja, w istotny sposób zmieniają sposób postrzegania otaczającego świata przez biznes i konsumentów [Czubala 2011]. W świecie ekonomicznym CSR jest doktryną, która dynamicznie rozwija się i stale ewoluuje (tab. 1).

Tabela 1. Okres dynamicznego rozwoju CSR

Etapy rozwoju	1930	1940	1950	1960	1970	1980	1990	2000
Pierwsze wzmianki o społecznej CSR	■							
Okres „nowego porządku”	■	■						
Nacjonalizacja w Europie, uzależnienie się byłych kolonii, powstanie bloku wschodniego, konsensus powojenny		■	■					
Powrót do dyskusji przedsiębiorców i społeczeństwa				■				
Zmiana z odpowiedzialności liderów na rzecz odpowiedzialności przedsiębiorstw					■			
Debata nad naturą odpowiedzialności					■	■		
Wprowadzenie teorii interesariuszy						■		
Odpowiedzialność przedsiębiorstwa jako praktyka zarządzania					■	■		
Zarządzanie ochroną środowiska							■	
Informowanie o działaniach z zakresu CSR							■	
Partnerstwo udziałowców							■	■
Biznes i zwalczanie ubóstwa								■
Zrównoważony rozwój								■

Źródło: [Blowfield, Murray 2008, s. 57].

Ową ewolucję można ukazać poprzez pryzmat działalności osób mających swój wkład w ukształtowanie się CSR; chodzi tu przede wszystkim o K. Davisa, R. Blomstroma, McGuire, S. Prakash Sethi czy Archie B. Carroll [Mazur-Wierzbička 2012].

Ewolucję koncepcji społecznej odpowiedzialności w ujęciu wyżej wymienionych osób przedstawia tab. 2.

Tabela 2. Wpływ K. Davisa, R. Blomstroma, McGuire, S. Prakash Sethi, Archie B. Carroll na rozwój społecznie odpowiedzialnego biznesu

Postać	Okres	Podjęmowana aktywność, działania z zakresu społecznej odpowiedzialności
K. Davis	Lata 60. XX w.	<ul style="list-style-type: none"> • sprecyzowanie idei zapoczątkowanych przez Bowena • uwypuklenie korzeni etycznych społecznej odpowiedzialności • stworzenie (wspólnie z R. Blomstromem) definicji społecznej odpowiedzialności przedsiębiorcy, wskazując, że jest to obowiązek rozpatrywania wpływu decyzji i działań biznesowych na system społeczny • zwrócenie uwagi na korzyści ekonomiczne, jakie przedsiębiorstwo może uzyskiwać w dłuższej perspektywie, podejmując decyzje społecznie odpowiedzialne
McGuire	Lata 60. XX w.	<ul style="list-style-type: none"> • stworzenie definicji, w której zaakcentowano, iż działania społecznie odpowiedzialne to takie, które wykraczają poza ekonomiczny i prawny obowiązek przedsiębiorstwa • postulowanie, aby przedsiębiorstwa były tzw. dobrymi obywatelami, co w praktyce oznaczać miało wykazywanie przez nie zainteresowania politykami publicznymi, dobrem wspólnoty lokalnej, edukacją, „szczęściem” swoich pracowników
S. Prakash Sethi	Lata 70. XX w.	<ul style="list-style-type: none"> • wyróżnienie trzech form społecznej aktywności przedsiębiorstw (<i>corporate social performance</i>) – społeczny obowiązek (<i>social responsibility</i>), społeczna odpowiedzialność (<i>social responsibility</i>) i społeczna reaktywność (<i>social responsiveness</i>)
Archie B. Carroll	Lata 70. XX w.	<ul style="list-style-type: none"> • stworzenie fundamentów dla rozwiniętych w latach 90. XX w. podejścia menedżerskiego do idei społecznej odpowiedzialności • postulowanie do przedsiębiorców, aby tworzyli przemyślane strategie CSR • włączenie do zakresu pojęciowego społecznej odpowiedzialności wymiaru ekonomicznego i prawnego, gdyż samo istnienie przedsiębiorstwa, m.in. poprzez tworzenie miejsc pracy, zatrudnianie pracowników, dostarczanie dóbr i usług, jest już społecznie odpowiedzialne

Źródło: [Ocena stanu... 2011].

Z jej różnorodności wykształciły się również różne koncepcje, poprzez:

- podejście efektywne, w którym społeczna odpowiedzialność to przede wszystkim zwiększenie zysków (Friedman);
- teorię interesariuszy, uznawaną za najpopularniejszą teorię CSR, która w świetle tej teorii jest efektywnym procesem zarządzania, przyczyniającym się do wzrostu konkurencyjności, zapewniając stabilność i trwały rozwój, tworząc wartość ekonomiczną i społeczną (Freeman, Clarkson, Donaldson&Perston);
- CSR – społeczne działanie, wkład, jaki przedsiębiorstwo wnosi wobec pojawiających się problemów społecznych (Carroll, Wood);
- CSR 1.0, w którym przedsiębiorstwo jako część świata socjokulturowego dąży do osiągnięcia celów socjoekonomicznych (Blowen, Fredrick, Jones);

- CSR 2.0., gdzie przedsiębiorstwo traktowane jest jako producent dóbr i usług odpowiadający na społeczne oczekiwania (Sethi, Wilamson) [Paliwoda-Matiołańska 2009, s. 65-77].

Ewolucja odpowiedzialności biznesu określana jest również poprzez pryzmat pięciu nakładających się na siebie wieków. Takie podejście rozumienia CSR i jej ewolucji przedstawia Visser. Twierdzi on, że odpowiedzialność społeczna przeszła już długą drogę (tab. 3): od ery chciwości, ery filantropii, ery marketingu, ery zarządzania aż po erę odpowiedzialności [Visser 2010].

Tabela 3. Ewolucja społecznej odpowiedzialności w ujęciu Vissera

Era CSR	Działalność przedsiębiorstwa
Era chciwości	nastawiona wyłącznie na działania defensywne i maksymalizację zysku, a także wzrost gospodarczy; jedynie w sytuacjach kryzysowych podejmuje ona próbę naprawy swoich działań; taką postawę wykazał Enron czy Lehman Brothers
Era filantropii	nastawiona jest przede wszystkim na dobroczynność i działania charytatywne; to działania mające na celu pozytywne nastawienie interesariuszy do przedsiębiorstwa, które zaczynają być bardziej zainteresowane wpływem swojej działalności na społeczeństwo i środowisko podczas wytwarzania zysków, a nie dzielenia się nimi po ich zarobieniu
Era marketingu	skupia się głównie na promocji CSR, budowaniu pozytywnego wizerunku oraz wykorzystywaniu społecznej odpowiedzialności jako jednego z narzędzi działań marketingowych (np. BP)
Era zarządzania	włączanie kwestii wpływu firmy na społeczeństwo i środowisko do strategii zarządzania, nadając w ten sposób strategiczny charakter CSR, związany z realizacją założeń zrównoważonego rozwoju (np. Coca-Cola)

Źródło: opracowanie własne na podstawie: [Stecko 2012, s. 123; Szlasa 2012, s. 50-51].

Przedstawione ery kształtujące obraz odpowiedzialności społecznej w ujęciu Vissera związane są z tzw. podejściem CSR 1.0; podejściem, które skupia się głównie na dużych korporacjach i nie biorąc pod uwagę firm z sektora MSP, których wpływ na otoczenie jest ogromny. Zapewne wynika to z faktu, iż duże przedsiębiorstwa odpowiadają za swoje działania przed szerokim gronem interesariuszy (pracowników, dostawców, konkurentów, mediów, środowiska itp.), a więc osób, które z jednej strony wpływają na realizację celów przedsiębiorstwa, z drugiej zaś funkcjonowanie współczesnych organizacji może mieć wpływ na nie. W przypadku firm z sektora MŚP liczba interesariuszy jest znacznie mniejsza. Z tego też względu ich funkcjonowanie koncentruje się na podstawowej działalności, a nie na dobrowolnych poczynaniach. Co więcej, CSR 1.0 to głównie czynności wizerunkowe. Niektórzy uważają, że strategia społecznej odpowiedzialności jest jednym z narzędzi *public relations*, inni nie zgadzają się z takim podejściem, twierdząc, że CSR powinien stanowić odrębną formę działalności. Z założenia CSR jest strategią nie tylko mającą na celu komunikowanie się przedsiębiorstwa z otoczeniem, ale przede

wszystkim organizacją angażującą się społecznie i ekologicznie, czy też biorącą odpowiedzialność za swoje postępowanie wobec społeczeństwa i środowiska, w którym funkcjonują [Chudy 2011]. Co więcej, wielu menedżerów działania oparte na koncepcji CSR postrzegają jako dodatkowe koszty, a realizację celów społecznych i ekologicznych, mających wpływ na rozwiązywanie wielu problemów społecznych, oddzielają od ogólnej strategii przedsiębiorstwa. Takie podejście wydaje się błędne, CSR bowiem jest koncepcją połączenia celów ekonomicznym z celami społecznymi i ekologicznymi, które przyczyniają się do ogólnego wzrostu wartości organizacji, a tym samym do wzrostu przychodów. Z tego też względu Visser uznał CSR 1.0 za niedoskonałe z trzech głównych powodów, określając to mianem Triple Curse of Modern CSR, tj.:

1. Przyrostowe CSR – model zarządzania prowadzący do stopniowych zmian w rozwiązywaniu problemów społeczno-ekologicznych.
2. Nieopłacalne CSR – działania z zakresu CSR nie zawsze mają charakter ekonomiczny, przyczyniający się do wzrostu wartości przedsiębiorstwa.
3. Obwodowe CSR – CSR w dużej mierze ogranicza się do działalności największych korporacji, działań z zakresu PR [Visser 2012].

3. Innowacyjne CSR – od CSR 1.0 do CSR 2.0

Wzrastająca złożoność zjawisk i procesów, jakie zachodzą w otoczeniu, wymaga od przedsiębiorstw umiejętności harmonizowania szeregu działań z wymaganiami stawianymi przez rynek. Niedoskonałość CSR 1.0 doprowadziła do ukształtowania CSR 2.0. Rewolucja CSR 2.0 polega na odejściu od podejścia filantropijnego czy podporządkowanego wymogom PR na bardziej interaktywne, uwzględniające głosy interesariuszy. Zakłada ponadto wykorzystanie zdobyczy nowych technologii, takich jak media społecznościowe, przede wszystkim do prowadzenia dialogu [www.odpowiedzialnybiznes.pl]. Zdaniem M. Panek-Owsiańskiej, prezesa Forum Odpowiedzialnego Biznesu, „dialog z interesariuszami to kwintesencja CSR-u. [...] Zaproszenie różnych grup do rozmowy i poważne traktowanie ich zdania to już pewien akt odwagi ze strony firmy [...] dzięki dialogowi można się dowiedzieć, co motywuje pracowników do wolontariatu albo jakie są specyficzne potrzeby klientów. Dialog może być trudny, ale wierzę, że przynosi firmom korzyści, pozwala wysłuchać różnych głosów i dostosowywać aktywność do realnych problemów i wyzwań” [Dialog z interesariuszami 2011]. W takim rozumieniu CSR 2.0 opiera się na innowacyjnym podejściu, obejmując 5 składowych elementów:

1. Budowa więzi (*Connectedness* – C),
2. Skalowalność (*Scalability* – S),
3. Reagowanie (*Responsiveness* – R),
4. Dwoistość (*Duality* – 2)
5. Kolistość (*Circularity* – 0).

Tabela 4. Od CSR 1.0 do CSR 2.0

CSR 1.0	CSR 2.0
Koncepcja CSR umożliwia przedsiębiorcom budowę relacji ze społecznościami, dostarcza narzędzi do podejmowania (czasami przypadkowych) działań z zakresu zaangażowania społecznego i zarządzania wizerunkiem	Globalna społeczność, innowacyjne partnerstwa, budowanie zaangażowanie interesariuszy
Tworzenie wystandaryzowanych kodeksów etycznych, zasad, wytycznych kształtujących funkcjonowanie firmy	Panele różnych grup interesariuszy, raportowanie w czasie rzeczywistym, przedsiębiorczość społeczna
Niektóre innowacyjne firmy z sektorem MSP wykreowały w oparciu o zasady CSR swój model biznesowy, jednak ostatecznie CSR jest narzędziem stosowanym głównie przez międzynarodowe korporacje	Przejęcie od centralizacji do decentralizacji oraz zmiana skali działań z „kilku dużych” do „wielu małych”

Źródło: opracowanie własne na podstawie: [Visser 2012].

Jak twierdzi Visser, budowanie więzi z szerokim gronem interesariuszy, a nie – co podkreślono wcześniej – tworzenie zależności ekonomicznych stanowi pierwszy krok do lepszego rozumienia i korzystania z zasad CSR. Co więcej, w praktyce pojawia się pełno przedsiębiorstw realizujących szereg działań z zakresu CSR, jednakże ich działania podejmowanie są lokalnie do momentu uzyskania wymiernych korzyści; nowe innowacyjne podejście zakłada tzw. skalowalność, czyli wdrażanie społecznie odpowiedzialnych praktyk na odpowiednio dużą skalę. Nie można zapominać, że należy postępować poprzez pryzmat lokalnych wyzwań, jednocześnie pamiętając, że funkcjonuje się w świecie, który bardzo się zmienił. Ten postulat przywołuje na myśl zagadnienie globalizacji, w którym mówi się o potrzebie adaptacji globalnych strategii do możliwości lokalnych wedle popularnej zasady: „myśl globalnie, działaj lokalnie”. W dobie CSR 2.0 reagowanie to szereg czynności ze strony przedsiębiorstwa odnoszących się do reakcji na pojawiające się globalne problemy. Takie działania prowadzą przede wszystkim do postrzegania firmy jako transparentnej, a jej przedsięwzięć przejrzystych [Stecko 2012]. Dwoistość to branie pod uwagę szerszego kontekstu, z uwzględnianiem uwarunkowań lokalnych, i wybieranie odpowiednich dla nich rozwiązań w miejsce z góry ustalonych zasad. Natomiast kolistość oznacza takie projektowanie działań, które będą zrównoważone od początku do końca, nie będą marnotrawić zasobów, będą troszczyć się o rozwój kapitału ludzkiego i społeczności lokalnych [www.odpowiedzialnybiznes.pl]. Zatem, jak widać, społeczna odpowiedzialność jest koncepcją stale rozwijającą się; w porównaniu z CSR 1.0 stanowi innowacyjne podjęcie do zarządzania (tab. 4).

4. Zakończenie

Głównym założeniem CSR 2.0 jest pozytywny wkład w społeczeństwo, który nie ma być marginalnym tokiem myślenia współczesnych menedżerów, ale sposobem funkcjonowania przedsiębiorstwa. Z tego też względu CSR 2.0 powinno być wbudowane i zintegrowane w codzienną działalność. Co istotne, współczesne przedsiębiorstwa muszą zdawać sobie sprawę, iż celem odpowiedzialnego biznesu jest odpowiedzialne zarządzanie, zakładające dbałość o zasady i normy etyczne, prawa pracowników, prawa człowieka, otoczenie społeczne i środowisko naturalne. Konsekwencją tych czynności może być kreowanie wizerunku, gdyż angażowanie się w sprawy pozornie niezwiązane z podstawową działalnością uwiarygodniają organizację w oczach klientów, dostawców, mediów i społeczności lokalnej, zatem szerokiego grona interesariuszy, nadając organizacji tożsamość i tym samym budując więź z otoczeniem.

Literatura

- Baron D.P., 2006, *Business and Its Environment*, wyd. 5, Pearson Prentice Hall, Upper Saddle River.
- Beurden P., Goessling T., 2008, *The worth of values. A literature review on the relation between corporate social and financial performance*, Journal of Business Ethics.
- Blowfield M., Murray A., 2008, *Corporate Responsibility. A Critical Introduction*, Oxford University Press, New York
- Chudy K., 2011, *The Effectiveness of CSR Activities and Positive Image of Modern Organization*, [w:] Kościelniak H. (red.), *Determinants of Entrepreneurship Development. Monograph*, Częstochowa.
- Czubała A., 2011, *Rola konsumentów w realizacji koncepcji społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw*, Konsumpcja i Rozwój, nr 1, s. 58-66.
- Dialog z interesariuszami*, 2010, Provident Polska, Warszawa.
- Kroik J., Bachorski-Rudnicki M., 2011, *Przedsiębiorstwo jako obiekt społecznej odpowiedzialności biznesu (CSR)*, Problemy Jakości. Czasopismo Federacji Stowarzyszeń Naukowo-Technicznych NOT (FSNT NOT), nr 3, s. 4-8.
- Mazur-Wierzbicka E., 2012, *CSR w dydaktyce, czyli jak uczyć studentów społecznej odpowiedzialności*, Stowarzyszenie Kreatywni dla Szczecina, Szczecin.
- Ocena stanu wdrażania standardów społecznej odpowiedzialności biznesu*, 2011, PARP, Warszawa.
- Paliwoda-Matiolańska A., 2009, *Odpowiedzialność społeczna w procesie zarządzania przedsiębiorstwem*, Wydawnictwo C.H. Beck, Warszawa.
- Steko J., 2012, *CSR 1.0 a CSR 2.0 porównanie i analiza pojęć*, Zeszyty Naukowe Politechniki Rzeszowskiej, nr 285, Zarządzanie i Marketing, z. 19, s. 119-125.
- Szlasa K., 2012, *Rozważ ponownie swój biznes*, dodatek Media & Marketing Polska, CSR grudzień.
- Visser W., 2010, *CSR.2.0. The Evolution and Revolution of Corporate Social Responsibility*, [w:] Pohl M., Tolhurst N. (red.), *Responsible Business: How to Manage a CSR Strategy Successfully*, Wiley, London.
- Visser W., 2012, *The Age of Responsibility: CSR 2.0 and The New DNA of Business*, Journal of Business Systems, Governance and Ethics.
- www.odpowiedzialnybiznes.pl.