

Oryginalny artykuł naukowy: Studium przypadku
Original Article: Case study

Data wpływu/Received: 12.08.2014

Data recenzji / Accepted: 17.10.2014; 16.12.2014

Data publikacji/Published: 2.03.2015

Źródła finansowania publikacji: środki własne Autora

Authors' Contribution:

- (A) Study Design (projekt badania)
- (B) Data Collection (zbieranie danych)
- (C) Statistical Analysis (analiza statystyczna)
- (D) Data Interpretation (interpretacja danych)
- (E) Manuscript Preparation (redagowanie opracowania)
- (F) Literature Search (badania literaturowe)

dr Piotr Dziwiński^{DF}

Wyższa Szkoła Biznesu w Dąbrowie Górniczej

dr Agnieszka Barcik^{DF}

Akademia Techniczno-Humanistyczna w Bielsku-Białej

prof. M. Isabel Sánchez-Hernández^{DF}

Universidad de Extremadura, Badajoz

prof. Dolores Gallardo-Vázquez^{DF}

Universidad de Extremadura, Badajoz

AKTUALNE TRENDY CSR W HISZPANII I W POLSCE.
STUDIUM PRZYPADKU: LA CAIXA I PKN ORLEN

CURRENT TRENDS IN CSR IN SPAIN AND POLAND.
CASE STUDY: LA CAIXA AND PKN ORLEN

Streszczenie: Artykuł porusza kwestie społecznej odpowiedzialności w biznesie i jej roli w budowaniu konkurencyjności i innowacyjności przedsiębiorstwa w oparciu o przykład przedsiębiorstwa hiszpańskiego i polskiego. W pracy zwięźle przedstawiono kluczowe rozwiązania z zakresu wdra-

żania zasad CSR w obydwu przedsiębiorstwach i zwrócono uwagę na ich znaczenie dla tworzenia wartości firmy.

Słowa kluczowe: społeczna odpowiedzialność biznesu (CSR), innowacyjność, konkurencyjność, dobre praktyki, Hiszpania, Polska

Summary: The article discusses the issues of corporate social responsibility and its role in building competitiveness and innovativeness of the company based on the example of the Spanish and Polish companies. The paper briefly presents the key solutions in the field of implementation of CSR principles in both enterprises and highlights their importance for the creation of the company's value.

Key words: Corporate Social Responsibility (CSR), Innovation, Competitiveness, good practices, Spain, Poland

Wstęp

Obecna sytuacja gospodarcza, społeczna, a także polityczna w Europie, wynikająca z kryzysu gospodarczego, nie przyczynia się do rozwoju społecznej odpowiedzialności biznesu (CSR). Istnieją jednak pewne próby na poziomie krajowym, które zmierzają do organizowania przedsiębiorstw, organizacji zawodowych, organizacji pracodawców, a także organizacji pozarządowych, instytucji naukowych i rządu na rzecz wspólnego wdrażania CSR. Ponadto świadomość, że firmy muszą odgrywać aktywną rolę w społeczeństwie, jest coraz bardziej zauważalna w państwach członkowskich Unii Europejskiej. Artykuł koncentruje się na omówieniu sytuacji w zakresie wdrażania CSR w dwóch dużych krajach europejskich: Hiszpanii i Polsce. Pomimo istniejących różnic w zakresie implementacji społecznie odpowiedzialnego biznesu, a także różnic wynikających z uwarunkowań gospodarczych i społecznych oraz ram instytucjonalnych, w obydwu krajach cele CSR są zbliżone – są nimi zwiększenie konkurencyjności przedsiębiorstwa na rynku. W celu zilustrowania niniejszej problematyki przeanalizowano po jednym charakterystycznym przypadku z każdego kraju: La Caixa i PKN Orlen. Omówione studia przypadków pozwalają na sformułowanie wstępnych wniosków, sugerujących dalszy rozwój CSR w obydwu krajach. Sam CSR z kolei ma szansę stać się istotnym komponentem innowacyjności w gospodarkach krajowych oraz narzędziem determinującym konkurencyjność przedsiębiorstw.

1. Specyfika CSR w Hiszpanii i Polsce

W Hiszpanii systematycznie wzrasta zainteresowanie CSR. Stowarzyszenia, menedżerowie w dużych korporacjach, instytucje akademickie, organizacje pozarządowe i media promują społeczną odpowiedzialność biznesu, jednakże stopień wdrożenia CSR mógłby być większy¹. Hiszpańskie firmy zdały sobie sprawę, że CSR może być skutecznym sposobem na uzyskanie większej konkurencyjności na rynku. Znane hiszpańskie przedsię-

¹ J.M. Prado-Lorenzo, I. Gallego-Álvarez, I.M. García-Sánchez, L. Rodríguez-Domínguez, *Social responsibility in Spain: practices and motivations in firms*, "Management Decision" 2008, 46(8), s. 1247-1271, M.I. Sánchez-Hernández, D. Gallardo-Vazquez, P. Dziwinski, A. Barcik, *Sustainable development at enterprise level: CSR in Spain and Poland*, "Journal of Security & Sustainability Issues" 2012, 2 (1), s. 78-82.

biorstwa z różnych branż z powodzeniem wdrażają CSR, np. w dziedzinie bankowości (La Caixa), telekomunikacji (Telefónica), energii (Iberdrola), produkcji odzieży (Inditex).

Także rząd krajowy w Hiszpanii prowadzi politykę promującą CSR, zarówno na rynku krajowym, jak i w globalnej działalności przedsiębiorstw hiszpańskich. Również rządy regionalne opracowują własne polityki w tym zakresie. W 2008 r. w drodze Dekretu Królewskiego 221/2008² powołano Państwową Radę ds. Społecznej Odpowiedzialności Spółek, będącą ciałem doradczym rządu w zakresie CSR. Rada działa jako kolegialny organ składający się z równej liczby przedstawicieli biznesu, związków zawodowych, organizacji społecznych i rządów regionalnych. Jest ona odpowiedzialna za wspieranie i promowanie wdrażania polityki CSR oraz proponowanie nowych rozwiązań. Zgodnie z ustawowymi celami Rada posiada następujące funkcje: wydawanie raportów i przeprowadzanie badań na wniosek rządu lub z własnej inicjatywy; sporządzanie i składanie rocznych sprawozdań dla rządu; współpraca z innymi podobnymi ciałami, które działają na szczeblu międzynarodowym. Hiszpania jest krajem podzielonym na autonomiczne wspólnoty administracyjne. Na poziomie regionalnym pionierską regulacją w zakresie CSR jest Prawo o CSR wydane przez Wspólnotę Autonomiczną Extremadura (15/2010)³. Prawo to ma charakter modelowy dla innych regionów, a także rządu krajowego⁴.

Również szereg innych podmiotów w Hiszpanii, takich jak fundacje i stowarzyszenia biznesowe, podejmuje liczne inicjatywy na rzecz odpowiedzialności społecznej przedsiębiorstw. Wyraźnie zauważalna jest rosnąca liczba hiszpańskich organizacji non-profit działających na rzecz zrównoważonego zarządzania. Organizacje te zachęcają do współpracy oraz wymiany doświadczeń i szkoleń.

CSR w Hiszpanii skupia się na następujących kluczowych obszarach: zarządzanie różnorodnością, spójność społeczna, CSR w obliczu kryzysu gospodarczego, przejrzystość i komunikacja, CSR w zakresie inwestycji, edukacja⁵.

CSR w Polsce wiąże się z kolei silnie z etyką biznesu. Z oczywistych względów praktyczny rozwój etyki biznesu w Polsce rozpoczął się po 1989 roku. Koncepcja społecznej odpowiedzialności biznesu trafiła do Polski nieco później, za pośrednictwem Forum Odpowiedzialnego Biznesu, które powstało w 2000 roku. Forum jest nie tylko najstarszą, ale i największą organizacją pozarządową w Polsce, która zajmuje się koncepcją społecznej odpowiedzialności biznesu w kompleksowy sposób. Misją Forum Odpowiedzialnego Biznesu jest upowszechnianie idei odpowiedzialnego biznesu jako standardu obowiązującego w Polsce w celu zwiększenia konkurencyjności przedsiębiorstw, zadowolenia społecznego i poprawy stanu środowiska. W tym celu Forum: wspiera firmy w stawianiu się bardziej odpowiedzialnymi, buduje koalicje firm wokół rozwiązywania problemów społecznych, tworzy społeczność firm zaangażowanych społecznie, tworzy przestrzeń do wymiany doświadczeń pomiędzy menedżerami, administracją państwową i organizacjami społecznymi, aktywnie poszukuje rozwiązań z zakresu społecznej odpowiedzialności dla firm działających w Polsce, adekwatnych do ich potrzeb i możliwości, współpracuje z organizacjami pozarządowymi i administracją publiczną na rzecz budowania klimatu społecznego i politycznego, który

² Real Decreto 221/2008, de 15 de febrero, por el que se crea y regula el Consejo Estatal de Responsabilidad Social de las Empresas, <http://www.boe.es> (20.07.2014).

³ Ley 15/2010, de 9 de diciembre, de responsabilidad social empresarial en Extremadura, <http://www.boe.es> (20.07.2014).

⁴ D. Gallardo-Vázquez, M.I. Sánchez-Hernández, *Measuring Corporate Social Responsibility for competitive success at a regional level*, "Journal of Cleaner Production" 2014, nr 72, s. 14-22.

⁵ D. Mele, *Corporate social responsibility in Spain: an overview*, Working paper nr 543, IESE Business School, 2014.

sprzyja rozwojowi koncepcji społecznej odpowiedzialności biznesu. Ponadto Forum corocznie opracowuje raport na temat CSR w Polsce i ranking działających w Polsce firm odpowiedzialnych społecznie⁶.

W upowszechnianie idei CSR w Polsce zaangażowały się ponadto Akademia Rozwoju Filantropii oraz Fundacja Komunikacji Społecznej i polski oddział Business Leaders Forum. Pod koniec 2002 roku Forum Odpowiedzialnego Biznesu zostało krajowym partnerem CSR Europe, największej organizacji zajmującej się społeczną odpowiedzialnością biznesu⁷. W chwili obecnej obserwuje się zjawisko podejmowania prób łączenia się polskich firm, organizacji branżowych, organizacji pracodawców, jak również organizacji pozarządowych, instytucji akademickich i rządowych w celu wspólnego wdrażania CSR w Polsce. Jednak są to jak na razie działania o charakterze wstępnym. Nie podjęto bowiem jak na razie żadnych konkretnych, systematycznych prac, które w sposób wymierny wpływałyby na kształtowanie się społecznej odpowiedzialności biznesu w Polsce⁸. Polscy przedsiębiorcy, a tym samym kadra menadżerska, bardziej skoncentrowani są na doraźnych problemach gospodarczych, głównie na pozyskiwaniu kapitału na rozwój, na skutecznym ściąganiu wierzytelności czy też „odnalezieniu” się w skomplikowanych i niejasnych przepisach prawnych regulujących działalność gospodarczą w Polsce. Jednakże firmy muszą mimo wszystko stawiać czoła rosnącym nieustannie wymogom w zakresie polityki zarządzania zagadnieniami pozafinansowymi⁹. Pozytywny wpływ na kształtowanie się i rozwój CSR w Polsce mają korporacje o charakterze ponadnarodowym działające w Polsce, a także partnerzy handlowi, głównie z innych państw członkowskich Unii Europejskiej, którzy wysuwają konkretne oczekiwania biznesowe. Najczęściej dotyczą one standardów związanych z zarządzaniem pracownikami, stosunków z władzami czy lokalną społecznością. Na podstawie badań przeprowadzonych w ramach Forum Odpowiedzialności Biznesu można stwierdzić, że to właśnie działające w Polsce firmy z kapitałem zagranicznym są głównym nośnikiem idei społecznej odpowiedzialności biznesu i to one najczęściej ją realizują niezależnie od tego, czy ich sytuacja ekonomiczna w danym momencie jest korzystna, czy też nie¹⁰. Rozwojowi CSR w Polsce nie sprzyja także brak regulacji prawnych w tym zakresie.

2. Przykłady La Caixa Group i PKN Orlen

La Caixa i PKN Orlen to dwie firmy, które wydają się rozumieć współczesne trendy w zakresie rozwoju CSR.

La Caixa jest wiodącym hiszpańskim bankiem i trzecią największą instytucją finansową w kraju. Zatrudnia ponad 32 tysiące pracowników, posiada ponad 12,9 mln klientów oraz sieć ponad 6 tysięcy oddziałów¹¹. Pierwszy filar CSR w Caixa ma wymiar gospodarczy. Wobec globalnego kryzysu finansowego La Caixa podejmuje działania i dokonuje operacji o charak-

⁶ Forum Odpowiedzialnego Biznesu, <http://www.odpowiedzialnybiznes.pl> (20.07.2014).

⁷ Ibidem.

⁸ C. Laszlo, *Firma Zrównoważonego Rozwoju*, Studio Emka, Warszawa 2008, s. 34; E. Albińska, M. Andrejczuk, M. Krawcewicz, K. Kurzyp, P. Oczyp, *Responsible business in Poland 2011. Good practices*, FOB 2012, Warszawa 2012.

⁹ J. Adamczyk, *Społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstw. Teoria i praktyka*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2009, s. 68

¹⁰ B. Rok, S. Stolorz, D. Stanny, *Menedżerowie 500 i odpowiedzialny biznes. Wiedza – podstawy – praktyka*, Forum Odpowiedzialnego Biznesu, Bank Światowy, Akademia Rozwoju Filantropii w Polsce, Warszawa 2003.

¹¹ La Caixa, <http://www.lacaixa.com> (20.07.2014).

terze zrównoważonym, co w istotny sposób przyczynia się do budowania wartości dodanej firmy i jej interesariuszy, w tym wartości całej Grupy, poczynając od pochodzenia funduszy i środków, poprzez ich zastosowanie oraz inwestycje. W działalności firmy pod uwagę brane są w szczególności następujące strategie zarządzania: odpowiedzialny biznes pod względem ekonomicznym i finansowym; odpowiedzialność wobec środowiska; zadowolenie klienta; tworzenie wartości dla akcjonariuszy; poszanowanie potrzeb i aspiracji swoich pracowników; relacje z dostawcami i współpracownikami; wpływ na społeczność i miejsca, w których firma jest obecna. Najważniejsze z nich zostały przedstawione poniżej.

Klienci są kluczowymi interesariuszami firmy. La Caixa oferuje szeroką gamę produktów i usług w celu zaspokojenia potrzeb jak największej liczby osób i grup społecznych. Stara się zapewnić indywidualną ofertę, która jest odrębna dla każdej z grup interesariuszy, takich jak młodzież, osoby starsze, prowadzący działalność na własny rachunek lub rolnicy. W tym celu La Caixa wspiera zrównoważone działania w ramach takich produktów bankowych, jak: wspólne rachunki depozytowe, społecznie odpowiedzialne fundusze inwestycyjne lub ekopożyczki. Ponadto firma wdraża zasady kodeksu dobrych praktyk dla wiarygodności zabezpieczonych hipoteką. Podejmuje również szereg działań mających na celu ochronę tych rodzin, które zagrożone są wykluczeniem społecznym oraz rodzin mających problemy ze spłatą rat kredytowych¹².

Pracownicy są z kolei podstawą działalności firmy oraz jej głównym atutem. La Caixa podejmuje działania rekrutacyjne mające na celu zatrudnienie najlepiej wykwalifikowanych pracowników i promowanie ich rozwoju zawodowego w kontekście przyjaznego środowiska pracy. Dobrze zmotywowani i zaangażowani pracownicy budują wartość firmy. Firma natomiast promuje ciągle innowacje poprzez inwestowanie w badania i rozwój (B + R), a także wspieranie uczestnictwa swoich pracowników w doskonaleniu umiejętności w zakresie procesów operacyjnych oraz projektowania produktów i ich dostosowania do oczekiwań interesariuszy. Kwestią kluczową dla CSR jest zapewnienie najlepszej obsługi klienta i osiągnięcie sukcesu w strategii biznesowej poprzez przyczynienie się do rozwoju społeczno-gospodarczego regionu¹³.

Kwestie ochrony środowiska są kolejną, istotną częścią CSR w La Caixa. Dzięki rygorystycznemu, odpowiedzialnemu i przejrzystemu procesowi podejmowania decyzji firma jest bardzo świadoma społecznych i środowiskowych skutków swojej polityki kredytowej. Przyjmując tzw. zasady równikowe (Equator Principles)¹⁴, firma zobowiązała się do zastosowania ich do wszystkich projektów, w których bierze udział, a które wymagają całkowitego finansowania powyżej dziesięciu milionów dolarów. Zgodnie z tymi zasadami, aby powyższe projekty mogły być zatwierdzone, muszą one posiadać pozytywną ocenę dokonaną zgodnie z normami określonymi przez International Finance Corporation (IFC). Oznacza to uwzględnienie w takiej ocenie czynników społecznych i środowiskowych.

La Caixa poprzez swoją Fundację La Caixa podejmuje różnego rodzaju działania społeczne i projekty, których łączna wartość wyniosła 500 mln euro w 2014 roku. Główna część tego budżetu (ponad 64%) jest przeznaczona na programy poświęcone likwidacji ubóstwa i ochronie grup społecznych zagrożonych wykluczeniem, takich jak dzieci z ubogich rodzin, ludzie w po-

¹² Caixabank, <http://www.caixabank.com> (20.07.2014).

¹³ Ibidem.

¹⁴ Caixabank, <http://www.caixabank.com> (20.07.2014).

deszłym wieku, imigranci z niskim poziomem integracji, osoby niepełnosprawne. Fundacja wspiera również programy ochrony środowiska i nauki, w tym inicjatywy na rzecz ochrony naturalnych ekosystemów oraz podnoszenia świadomości na temat znaczenia zrównoważonego rozwoju. Ponadto promowane są także programy kulturalne mające na celu ułatwienie dostępu do sztuki, muzyki, teatru dla wszystkich grup społecznych, a traktujących kulturę jako narzędzie osobistego rozwoju i integracji społecznej. Programy edukacyjne i badawcze są również istotnym elementem CSR w firmie. Są one realizowane m.in. w środowisku akademickim i przyjmują postać stypendiów studenckich. Dzięki nowemu modelowi bankowości społecznej zaspokojone są potrzeby różnych grup społecznych i zawodowych. Dostęp do wysokiej jakości usług finansowych przyczynia się do wspierania działalności produkcyjnej i tworzenia miejsc pracy poprzez finansowe wsparcie dla profesjonalistów i mikroprzedsiębiorstw prowadzących działalność na własny rachunek. Ponadto firma ułatwia samo zatrudnienie poprzez udzielanie mikrokredytów dla nowych przedsiębiorców. Integracja finansowa firmy sprzyja z kolei zdobyciu nowych klientów poprzez rozbudowaną sieć całej organizacji.

Podsumowując, należy uznać, że La Caixa wywiera istotny wpływ na rozwój gospodarki. Dzięki uwzględnieniu czynników etycznych, społecznych i środowiskowych w procesie zarządzania firma przyczynia się w istotny sposób do przyjaznego i zrównoważonego rozwoju oraz spójności społecznej i zwiększenia poziomu dobrobytu wielu podmiotów, zwłaszcza najbardziej zagrożonych grup społecznych.

Polski Koncern Naftowy Orlen jest czołowym polskim przedsiębiorcą w branży paliwowej. Firma jest obecnie jedną z największych korporacji przemysłu naftowego w Europie Środkowo-Wschodniej oraz wiodącym producentem i dystrybutorem produktów rafineryjnych i petrochemicznych. Sieć detaliczna PKN Orlen obejmuje około 2700 placówek, oferujących usługi w Polsce, Niemczech, Czechach i na Litwie¹⁵.

Od wielu lat działania firmy podejmowane są zgodnie z zasadami ładu korporacyjnego i społecznej odpowiedzialności biznesu. PKN Orlen prowadzi wiele działań w obszarze społecznej odpowiedzialności. Większość z nich została uznana w raporcie rocznym „Odpowiedzialny Biznes w Polsce” za dobre praktyki CSR¹⁶. Szczególne znaczenie ma udział firmy w programie Odpowiedzialność i Troska (Responsible Care). Od ponad piętnastu lat w ramach tego programu PKN Orlen świadomie i dobrowolnie zobowiązuje się do działania na rzecz zmniejszenia jego uciążliwości dla środowiska, poprawy bezpieczeństwa i zdrowia pracowników, a także społeczności lokalnej. Program stał się integralną częścią zarządzania środowiskiem naturalnym. PKN Orlen jest firmą, która wydaje się rozumieć współczesne trendy w tym zakresie. To właśnie ta firma jako jedna z pierwszych na polskim rynku zaczęła działać zgodnie z koncepcją odpowiedzialności społecznej. Pozwoliło to na jej dynamiczny rozwój, jak również przyczyniło się do zbudowania wizerunku biznesu przyjaznego środowisku. Firma określa trzy główne kierunki dla realizacji założeń CSR: pracownicy, środowisko naturalne, środowisko społeczne.

Pracownicy są najważniejszą grupą interesariuszy spółki. PKN Orlen jako pracodawca zwraca szczególną uwagę na tych, którzy przyczyniają się do budowania wartości firmy. Działania obejmują cały zakres aktywności związanych z funkcjonowaniem pracownika w firmie – od rekrutacji, poprzez rozwój zawodowy, bezpieczeństwo miejsc pracy, po integrację.

¹⁵ Polski Koncern Naftowy, PKN Orlen, <http://www.orklen.pl> (20.07.2014).

¹⁶ Forum Odpowiedzialnego Biznesu... (20.07.2014).

Środowisko naturalne to kolejny filar CSR w firmie. PKN Orlen ma świadomość swoich szczególnych obowiązków wobec kwestii ochrony środowiska naturalnego. Za szczególnie istotne uznać należy utrzymanie równowagi pomiędzy działalnością przemysłową a środowiskiem naturalnym. Świadomość ta przekłada się na zaangażowanie w dialog z organizacjami i instytucjami, które pomagają osiągnąć zgodność z zasadami zrównoważonego rozwoju. Firma dąży do tego poprzez inicjatywy zapobiegania zanieczyszczeniom oraz naprawę szkód wyrządzonych przez jej działalność. PKN Orlen wykazuje także zaangażowanie w rozwój innowacji związanych z tzw. zielonymi inwestycjami, takimi jak budowa urządzenia HON VII przeznaczonego do hydrotorafinacji oleju napędowego. Inwestycje proekologiczne firmy, podjęte w ostatnich latach, pozwoliły na zmniejszenie emisji zanieczyszczeń przy jednoczesnym zwiększeniu produkcji¹⁷.

Trzeci filar CSR w PKN Orlen to zaangażowanie firmy w środowisko społeczne. Od wielu lat firma wspiera inicjatywy służące ochroni zdrowia i życia ludzi. Ponieważ wiele produktów firmy związanych jest z przemysłem motoryzacyjnym, spółka w szczególny sposób wspiera instytucje i organizacje, których zadaniem jest ratowanie życia ofiar wypadków oraz zapewnienie bezpieczeństwa na drogach. Oferuje również pomoc tym jednostkom, których zadaniem jest zwalczanie klęsk żywiołowych, pożarów i innych zagrożeń. Jako elastyczna i nowoczesna firma paliwowa PKN Orlen zdaje sobie sprawę, jak ważny jest rozwój wiedzy, jakość kształcenia i jego dostępność. W tym celu finansuje inicjatywy, które mają na celu pomoc w edukacji. Działanie to dotyczy przede wszystkim finansowania stypendiów naukowych.

PKN Orlen jako firma odpowiedzialna społecznie, dzięki zaangażowaniu w organizacje branżowe, koncentruje się na działaniach dotyczących innowacji w zakresie zdrowia, bezpieczeństwa i ochrony środowiska, ze szczególnym uwzględnieniem problemów związanych z wpływem produktów ropy naftowej i przemysłu petrochemicznego. Ponadto monitoruje oceny ryzyka związanego ze stosowaniem substancji chemicznych, ma dostęp do wyników badań naukowych dotyczących wpływu przemysłu rafineryjnego i produktów naftowych na środowisko naturalne, a także do nowych technologii i produktów rafinacji ropy naftowej. Jej członkostwo w licznych organizacjach to doskonałe forum do wymiany poglądów i okazja do wzmocnienia wizerunku spółki jako odpowiedzialnego partnera biznesowego i pracodawcy. Poprzez zapewnienie doradztwa i wyrażanie opinii na temat projektów aktów prawnych przedstawionych przez rząd lub parlament jest w stanie wpływać na ostateczny kształt regulacji prawnych¹⁸.

Podsumowanie

Zarządzanie w zakresie społecznej odpowiedzialności w biznesie jest w istocie zbliżone do każdego innego aspektu zarządzania organizacją. Menedżerowie mogą w tym zakresie oferować nowe, innowacyjne produkty i usługi, które przyczyniają się do poprawy reputacji i przewagi konkurencyjnej przedsiębiorstwa w oparciu o odpowiedzialność. Studium przypadku przedsiębiorstw La Caixa oraz PKN Orlen wskazuje na liczne podobieństwa w zakresie wdrażania zasad społecznej odpowiedzialności w obydwu przedsiębiorstwach. Podobne są również przesłanki jak i założenia strategiczne w tym zakresie. Powyższe przypadki wskazują na fakt, że wspieranie celów biznesowych przedsiębiorstwa może być

¹⁷ Polski Koncern Naftowy... (20.07.2014).

¹⁸ Ibidem.

dokonywane z powodzeniem poprzez budowanie relacji z kluczowymi interesariuszami. Działania takie przyczyniają się w znaczący sposób do zwiększenia efektywności przedsiębiorstwa i budowy jego wizerunku.

Prowadzenie odpowiedzialnego, zrównoważonego biznesu może być potężnym impulsem dla innowacji, gdyż otwiera przedsiębiorstwa na nowy sposób myślenia, a także poszerza horyzont innowacji i zwraca uwagę na niezauważalne możliwości rynków. Niektóre hiszpańskie i polskie firmy, w tym La Caixa i PKN Orlen, uświadamiają sobie ten fakt, postrzegając koncepcję CSR jako źródło innowacji i zrównoważonego rozwoju. Nie jest to jednak zjawisko powszechne. Wydaje się, że szerokie zastosowanie CSR i zasad zrównoważonego rozwoju w procesach wdrażania innowacji w firmach w Hiszpanii i Polsce jest jednak kwestią dalszej przyszłości, pomimo stale rosnącego i widocznego zainteresowania tymi trendami.

Bibliografia

- Adamczyk J., *Spółeczna odpowiedzialność przedsiębiorstw. Teoria i praktyka*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2009.
- Albińska E., Andrejczuk M., Krawcewicz M., Kurzyp K., Oczyp P., *Responsible business in Poland 2011. Good practices*, FOB, 2012
- Caixabank, <http://www.caixabank.com>.
- Forum Odpowiedzialnego Biznesu, <http://www.odpowiedzialnybiznes.pl>.
- Gallardo-Vázquez D., Sánchez-Hernández M.I., *Measuring Corporate Social Responsibility for competitive success at a regional level*, "Journal of Cleaner Production" 2014, nr 72.
- La Caixa, <http://www.lacaixa.com>
- Laszlo C., *Firma Zrównoważonego Rozwoju*, Studio Emka, Warszawa 2008
- Ley 15/2010, de 9 de diciembre, de responsabilidad social empresarial en Extremadura, <http://www.boe.es>.
- Mele D., *Corporate social responsibility in Spain: an overview*, Working paper nr 543, IESE Business School, 2014.
- Polski Koncern Naftowy, PKN Orlen, <http://www.orken.pl>.
- Prado-Lorenzo J. M., Gallego-Álvarez I., García-Sánchez I.M., Rodríguez-Domínguez L., *Social responsibility in Spain: practices and motivations in firms. Management Decision*, 46(8), 2008.
- Real Decreto 221/2008, de 15 de febrero, por el que se crea y regula el Consejo Estatal de Responsabilidad Social de las Empresas, <http://www.boe.es>.
- Rok B., Stolorz S., Stanny D., *Menedżerowie 500 i odpowiedzialny biznes. Wiedza – podstawy – praktyka*, Forum Odpowiedzialnego Biznesu, Bank Światowy, Akademia Rozwoju Filantropii w Polsce, Warszawa 2003.
- Sánchez-Hernández M.I., Gallardo-Vázquez D., Dziwinski P., Barcik A., *Sustainable development at enterprise level: CSR in Spain and Poland*, "Journal of Security & Sustainability Issues", 2012, 2 (1).

Nota o Autorach:

Piotr Dziwiński – adiunkt na Wydziale Zarządzania, Informatyki i Nauk Społecznych w Wyższej Szkole Biznesu w Dąbrowie Górniczej

Agnieszka Barcik – adiunkt na Wydziale Zarządzania i Transportu w Akademii Techniczno-Humanistycznej w Bielsku-Białej

M. Isabel Sánchez-Hernández – profesor na Wydziale Nauk Ekonomicznych i Biznesu w Uniwersytecie Extremadura w Badajoz

Dolores Gallardo-Vázquez – profesor na Wydziale Nauk Ekonomicznych i Biznesu w Uniwersytecie Extremadura w Badajoz

Author`s resume:

Piotr Dziwiński – Assistant professor at the Faculty of Management, IT and Social Studies at the University of Dąbrowa Górnicza

Agnieszka Barcik – Assistant professor at the Faculty of Management and Transport at the University of Bielsko-Biała

M. Isabel Sánchez-Hernández – Professor at the Faculty of Economic Sciences and Business Administration at the University of Extremadura in Badajoz

Dolores Gallardo –Vázquez - Professor at the Faculty of Economic Sciences and Business Administration at the University of Extremadura in Badajoz

Kontakt/Contact:

dr Piotr Dziwiński

Wydział Zarządzania, Informatyki i Nauk Społecznych, Wyższa Szkoła Biznesu w Dąbrowie Górniczej,
ul. Cieplaka 1C, 41-300 Dąbrowa Górnicza
pdziwinski@wsb.edu.pl

dr Agnieszka Barcik

Wydział Zarządzania i Transportu, Akademia Techniczno- Humanistyczna w Bielsku-Białej,
ul. Willowa 2, 43-309 Bielsko-Biała
abarcik@ath.bielsko.pl

Prof. M. Isabel Sánchez-Hernández

Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad de Extremadura
Avda. de Elvas s/n, 06071 Badajoz
isanchez@unex.es

Prof. Dolores Gallardo-Vázquez

Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad de Extremadura
Avda. de Elvas s/n, 06071 Badajoz
dgallard@unex.es