

Przykłady firm CSR stosujące koncepcje biznesu społecznie odpowiedzialnego.

Koncepcja biznesu społecznie odpowiedzialnego ma charakter interdyscyplinarny. Oznacza to, że łączy w sobie czynniki ekonomiczne, społeczne, kulturowe, demograficzne, czy ekologiczne. W zależności od profilu danego podmiotu gospodarczego i rynku, na którym funkcjonuje można wyszczególnić różnorodne działania wpisujące się w globalną koncepcję CSR. W zależności od badanego obszaru wyróżnia się działania biznesu społecznie odpowiedzialnego w sektorach: biznes i edukacja, rynek i marketing, miejsce pracy, zaangażowanie społeczne biznesu.

²⁹ Wybrane podmioty realizujące się w tych sektorach wyszczególniono na rysunku 3.

Rysunek 1. Przykłady firm CSR stosujące koncepcje biznesu społecznie odpowiedzialnego.



Źródło: Opracowanie własne na podstawie: I. Kuraszko, S. Augustyniak, *15 polskich przykładów społecznej odpowiedzialności biznesu*, Forum Odpowiedzialnego Biznesu, Warszawa 2014, s. 7.

Wśród wyszczególnionych podmiotów CSR znajdują się największe korporacje będące liderami swoich branż. Wynika to przede wszystkim ze skali ich działalności

²⁹ I. Kuraszko, S. Augustyniak, *15 polskich przykładów społecznej odpowiedzialności biznesu*, Forum Odpowiedzialnego Biznesu, Warszawa 2014, s. 7.

oraz zdolności do inwestowania w obszar public relations. Zdecydowanie największą grupę firm w gronie biznesu społecznie odpowiedzialnego pochodzi z sektora bankowego, co wiąże się z wzbudzaniem zaufania społecznego.

Pierwszym przykładem przedsiębiorstwa CSR działającego na polu biznesu i edukacji jest BRE Bank, który został założony w 1986 roku. Jest to największy w Polsce bank dla przedsiębiorstw eksportowych oraz największy bank internetowy w Polsce. Była to również pierwszy sprywatyzowany bank w historii. Od 1992 roku spółka notowana jest na giełdzie. Bank świadczy usługi bankowości korporacyjnej i detalicznej w Polsce. W przypadku BRE Banku społeczna odpowiedzialność związana jest przede wszystkim z wspieraniem i popularyzowaniem edukacji ekonomicznej ze szczególnym uwzględnieniem wiedzy biznesowej oraz innowacyjnych postaw i modeli biznesowych wśród przedsiębiorców.

BRE Bank w 1994 roku stworzył specjalną fundację, której celem jest organizowanie seminariów i spotkań tematycznych dla młodzieży, podczas których przekazywane są informacje o finansach i bankowości. Fundacja prowadzi również szereg inicjatyw promujących przedsiębiorczość, m.in. konkursy na biznesplany. Fundacja BRE Bank w 2006 roku zapoczątkowała również Program Stypendiów Pomostowych Fundacji Edukacyjnej Przedsiębiorczości, które umożliwiają młodzieży ze wsi i małych miejscowości na podejmowanie studiów. Innym powszechnie znanym konkursem jest konkurs dla studentów finansów i bankowości. Ponadto należy wskazać, że Fundacja od 2006 roku rozdysponowała już 240 stypendiów.

Najsłynniejszym działaniem Fundacji BRE Banku jest stworzenie Rankingu Najbardziej Innowacyjnych Firm oraz „Raportu o innowacyjności polskiej gospodarki”. Jego celem jest promowanie dobrych praktyk oraz upowszechnianie najlepszych i najbardziej innowacyjnych modeli biznesowych. Ranking ma przyciągać uczestników stwarzając im szansę promocji oraz sprawdzenia własnych zasobów i porównania swoich praktyk z doświadczeniami innych, innowacyjnych przedsiębiorstw. Ranking należy do jednego z najbardziej prestiżowych i uzyskanie w nim odpowiedniego miejsca świadczy o dużym poziomie innowacyjności danej firmy. Główną korzyścią z opisanych działań dla BRE Banku jest przede wszystkim zbudowanie wizerunku promotora innowacyjnych rozwiązań gospodarczych.

Drugim podmiotem CSR z sektora bankowego w dziedzinie biznesu i nauki jest Euro bank S.A. Jest to bank założony w Polsce w 2003 roku, którego podstawę stanowi bogata oferta kredytowa. Firma ta była pionierem w zakresie szybkich pożyczek

i kredytów. Jako pierwsi wprowadzili szybkie kredyty na dowód osobisty. Głównym klientem banku są klienci detaliczni. W przypadku firmy Euro Bank S.A. powodem dla wprowadzenia koncepcji biznesu społecznie odpowiedzialnego było utrzymanie wysokiej pozycji na rynku kredytowym i odróżnienie się od innych banków

Podobnie, jak w przypadku BRE Banku - Euro bank S.A. skupia się na promowaniu przedsiębiorczości i innowacyjności poprzez przyznawanie stypendiów dla pracowników wykazujących się innowacyjnością. Bank dzięki swojej działalności uzyskał tytuł Mecenasa Akademickich Inkubatorów Przedsiębiorczości. Innym charakterystycznym działaniem CSR dla tego podmiotu jest edukacja finansowa konsumentów. W 2007 roku uruchomiony został projekt zatytułowany „Domowy budżet z eurobankiem”, a którym wysoko wykwalifikowani eksperci doradzają klientom banku w zakresie poszczególnych usług finansowych.

Euro bank S.A. wspiera inkubatory przedsiębiorczości zarówno finansowo, jak też biznesowo i merytorycznie. Ponadto, korzystają one ze szkoleń prowadzonych przez pracowników banku na tematy związane m.in. z marketingiem i kreowaniem wizerunku organizacji, zarządzaniem projektami i zarządzaniem ryzykiem. Aktywne wspieranie inicjatyw powoduje, że w firmie utrwalany jest wzorzec zaangażowania w rozwój bankowości. Ponadto jest to silny bodziec do rozwoju dla pracowników, który nieustannie muszą podnosić swoje kompetencje, aby wspierać poszczególne inicjatywy.

Realizowane przez bank projekty w zakresie społecznej odpowiedzialności biznesu generuje szereg korzyści. Najważniejszą z nich jest wzmacnianie tożsamości firmy i budowanie silnej relacji z jej pracownikami. Obecność banku na uczelniach ekonomicznych, jako współorganizatora konkursów wpływa na wzrost rozpoznawalności banku wśród studentów, a także na postrzeganie banku jako instytucji kojarzonej z innowacyjnością i przedsiębiorczością.

Trzecim przedsiębiorstwem realizującym CSR w obszarze biznesu i nauki jest francuski koncern kosmetyczny L'Oreal. Jest to największy na świecie producent kosmetyków masowych i profesjonalnych kosmetyków do pielęgnacji włosów, skóry twarzy, ciała. Od lat w swojej ofercie posiada również kosmetyki do makijażu oraz perfumy. Posiada filie w 58 krajach.

Firma nastawiona jest a działania proekologiczne. Otwarcie wyznaje również kodeks etyczny, sprawiedliwość handlu oraz nastawia się na wspieranie mniejszości, poprawianie bezpieczeństwa pracy w fabrykach i oferowanie szkoleń. Jednym z ciekawszych projektów jest program stypendialny skierowany do młodych kobiet

naukowców. Wspomaganie finansowe prac naukowych przyczynia się do podejmowania nauki na studiach doktoranckich oraz habilitacyjnych przez młode kobiety. Innym przedsięwzięciem jest program pod nazwą "piękniejsze życie" pomagający kobietom chorym na choroby nowotworowe.

Podejmowane działania przez firmę L'Oreal sprawiają, że jest ona kojarzona z rozwojem nauki oraz dbałością o zdrowie kobiet. W badaniu przeprowadzonym w 2008 r. przez Uniwersum wśród 10 tys. studentów z 30 wyższych uczelni na całym świecie, L'Oréal został wskazany jako najlepsze miejsce do pracy wśród firm naukowych.

W zakresie rynku i marketingu pierwszą firmą CSR jest jedna z największych na świecie firm kurierskich DHL, która zajmuje się międzynarodową i lokalną dystrybucją przesyłek. Do tego celu wykorzystywana jest zarówno poczta morska, jak i lotnicza. Od wielu lat korporacja DHL kojarzona jest z biznesem społecznie odpowiedzialnym. Jest to jedna z pierwszych firm, która wdrożyła dialog społeczny w poszukiwaniu nowych rozwiązań. Wszelkie zmiany wpływające na otoczenie bliższe i dalsze konsultowane jest z pracownikami, klientami i społecznością lokalną. W 2005 roku zarząd firmy DHL ustanowił i przedstawił dokument zatytułowany Polityka Jakości, Odpowiedzialnego Biznesu, Bezpieczeństwa i Higieny Pracy oraz Zarządzania Środowiskowego. Firma zobowiązała się w nim do uwzględniania CSR we wszystkich aspektach działalności.

DHL aktywnie realizuje i promuje ideę biznesu społecznie odpowiedzialnego w swojej działalności. Sporządził również specjalną długoterminową strategię w tym zakresie CSR, która podzielona została na trzy obszary. Pierwszy z nich jest inwestowanie w pracowników, aby stale mogli podnosić swoje kwalifikacje w celu sprostania nowym wyzwaniom biznesowym. Drugim obszarem jest doskonalenie jakości firmy u usprawnianie poszczególnych procesów, aby przyspieszać swoje usługi i czynić je bardziej innowacyjnymi i konkurencyjnymi. Szczególnym aspektem w działalności tej firmy są rozwiązania ograniczające negatywny wpływ działalności na środowisko naturalne. Na rynek wprowadzane są usługi przyjazne środowisku, firma wdraża technologie służące ograniczeniu emisji zanieczyszczeń i odpadów, optymalizowane są trasy kurierskie. Trzecim obszarem CSR w działalności firmy DHL Express jest pełne zaangażowanie się w akcje społeczne związane z bezpieczeństwem w ruchu drogowym.

Jednym z najlepszych projektów w ramach strategii CSR było zainicjowanie Biura First Choice, w którym pracownicy firmy mają wpływ na zarządzanie firmą,

wspólne rozwiązywanie problemów i realizowanie celów firmy. Włączenie pracowników do zarządzania przedsiębiorstwem umożliwia tworzenie systemowych rozwiązań dotyczących realizacji strategii oraz motywuje pracowników do innowacyjności. Firma w ten sposób usprawnia swoje procesy, a pracownicy mają szansę wykazania się i zwiększają swoje poczucie wartości.

Kolejnym przedsiębiorstwem jest jeden z największych producentów energii elektrycznej - Grupa RWE. Głównym powodem reorganizacji firmy względem koncepcji biznesu społecznie odpowiedzialnego było poszerzenie udziałów w rynku oraz wzmocnienie pozycji konkurencyjnej i kształtowanie lojalności dotychczasowych klientów. Swoją pozycję RWE buduje, jako innowator w dziedzinie technologii energooszczędnych, w szczególności w redukcji emisji CO² i jego wychwytywaniu. Dużą wagę przywiązuje również do etyki w biznesie wobec wszystkich interesariuszy.

Flagowym projektem w zakresie CSR jest Fundacja RWE, która nieprzerwanie funkcjonuje od 2005 roku. Prowadzi ona liczne konsultacje społeczne oraz prowadzi działalność edukacyjną w zakresie racjonalnego korzystania z energii elektrycznej. Firma popularyzuje energooszczędne urządzenia i żarówki oraz uczy klientów oszczędzania kosztów za energię elektryczną. W ramach społecznej odpowiedzialności biznesu zobowiązali się do ograniczenia emisji dwutlenku węgla oraz wzrost wykorzystania energii odnawialnej. Z jednej strony firma RWE generuje oszczędności z powodu mniejszego zużycia poprzez wdrażanie nowych rozwiązań w swojej działalności oraz utożsamiana jest z marką dbającą o środowisko naturalne. Ma również dobrą opinię wśród klientów ponieważ upowszechnia metody oszczędzania na energii.

Trzecią firmą realizującą praktyki CSR w ramach biznesu i marketingu jest największy operator telekomunikacyjny w Polsce – Grupa TP S.A. Z usług tego podmiotu korzysta blisko 7,5 mln klientów telefonii stacjonarnej, a kolejne 1,1 mln korzysta z jej łączności za pośrednictwem innych operatorów. Grupa posiada 40-proc. udział w rynku szerokopasmowego dostępu do Internetu, łącznie korzysta z niego ponad 2,5 mln klientów. Z usług Orange korzysta niemal 13,8 mln klientów.

Głównym celem podejmowania inicjatyw społecznie odpowiedzialnych jest uzyskanie statusu wiodącej firmy na rynku zarówno w zakresie telefonii stacjonarnej, komórkowej, jak i Internetu szerokopasmowego. Grupa TP S.A. od samego początku bardzo aktywnie działa w obszarze CSR. Firma podejmuje dialog społeczny w wielu dziedzinach – m.in. bezpieczeństwo dzieci korzystających z sieci, Czu usprawnianie standardów obsługi klienta. W 2005 roku wprowadzony został w tej firmie kodeks

etyczny. Od wielu lat funkcjonuje również Fundacja Orange, która wspiera i finansuje wiele inicjatyw społecznych. Ważnym przedsięwzięciem było zainicjowanie ogólnokrajowego programu pt. „Edukacja z Internetem TP”, którego celem było udostępnienie szkołom podstawowym, gimnazjalnym i ponadgimnazjalnym dostępu do szerokopasmowego Internetu na preferencyjnych warunkach. Następnie specjaliści Grupy TP S.A. jeździli po szkołach propagując dobre praktyki w zakresie korzystania z zasobów sieci i ochrony przed potencjalnymi zagrożeniami.

Marka ta znana jest z dbałości o bezpieczeństwo najmłodszych uczestników sieci. Od blisko 10 lat funkcjonuje specjalny telefon interwencyjny, gdzie dzieci mogą zgłaszać wszystkie niepokojące wydarzenia zaobserwowane w sieci. Z działań CSR korzystają również pracownicy firmy. Od 2008 roku wdrożono program wolontariatu pracowniczego. Grupa TP S.A. wydała również przewodnik na temat zabezpieczenia się przed atakami w sieci. Kolejną innowacją było stworzenie platformy e-learningową, zawierająca szkolenia z zasad bezpiecznego korzystania z Internetu.

Grupa TP S.A. za pomocą swoich działań we wdrażaniu biznesu społecznie odpowiedzialnego uzyskało renomę firmy dbającej o bezpieczeństwo klientów. Ponadto umożliwili rozwój firmy o zdobycie kolejnych grup klientów poprzez usuwanie przyczyn obawy przed korzystaniem z Internetu (rodzice, dzieci). Kolejną korzyścią jest poprawa relacji ze społecznością lokalną i wzrost zaangażowania pracowników – poprzez program wolontariatu.

Następnym ważnym obszarem w zakresie realizowania działań CSR jest tworzenie przyjaznej kultury organizacyjnej i dobrego miejsca pracy. Jedną z najlepszych firm w tym zakresie jest Bank Citi Handlowy S.A. Jest najstarszym bankiem komercyjnym w Polsce i jednym z najstarszych w Europie. Citigroup obsługuje około 200 mln klientów indywidualnych, korporacyjnych, rządowych i instytucjonalnych w ponad 100 krajach. Firma oferuje produkty i usługi finansowe, takie jak: bankowość komercyjna i inwestycyjna, bankowość detaliczna, kredytowanie, ubezpieczenia, usługi na rynku papierów wartościowych i zarządzanie aktywami.

Bank Citi Handlowy S.A. posiada korporacyjną fundację powołaną dla realizowania przyjętej długoterminowej polityki biznesu społecznie odpowiedzialnego. Fundacja Kronenberga funkcjonuje nieprzerwanie od 1996 roku. Najbardziej znanym projektem tej fundacji jest przyznawanie dotacji dla projektów związanych z edukacją i rozwojem lokalnym. Posiada również wiele patronatów w szczególności nad wydarzeniami z zakresu ekonomii i finansów. Fundacja Kronenberga zainicjowała

również wolontariat pracowniczy będący oddolną inicjatywą zatrudnionych pracowników banku. Dotychczas aktywny udział wzięło w nim blisko 40% całej kadry. Wolontariat pracowniczy odbywa się poprzez prowadzenie szkoleń wewnętrznych dla nowozatrudnionych pracowników, tworzenie nowych inicjatyw i projektów, czy organizację wydarzeń specjalnych (m.in. Światowego Dnia Citi dla Społeczności).

Działania podjęte przez Bank Citi Handlowy S.A. zdecydowanie poprawiły atmosferę wewnątrz firmy i zacieśniła współpracę między pracownikami. Jest to również dobrze postrzegany pracodawca, ponieważ dba o dobry start dla nowozatrudnionych pracowników. Ponadto usprawnia to wewnętrzną komunikację w firmie. Przez kilkanaście lat działań CSR bank zdecydowanie poprawił relacje ze społecznością lokalną i stworzył już szerokie portfolio dofinansowanych projektów.

Drugim aktywnie działającym podmiotem w biznesie społecznie odpowiedzialnym (miejsce pracy) jest Provident Polska. Jest to największa i najbardziej rozpoznawalna firma w Polsce zajmująca się pożyczkami krótkoterminowymi. Charakterystyczną cechą oferty tej firmy jest brak konieczności posiadania żyrantów i zabezpieczeń finansowych, a pożyczki spłacane są cotygodniowo. Firma Provident była pionierem w zakresie szybkich pożyczek w domu klienta. Dużym problemem tego przedsiębiorstwa jest negatywny wizerunek z uwagi na stosunkowo wysokie oprocentowanie. Provident od wielu lat prowadzi specjalne kampanie, w których kieruje się następującymi wytycznymi: jasno i przejrzysto określone zasady działania oraz szacunek wobec klientów i pracowników.

Od lat Provident Polska jest jednym z najaktywniejszych podmiotów w zakresie aktywizowania wolontariatu pracowniczego oraz wspierania inicjatyw lokalnych i społeczności. Marka realizuje szereg programów prospołecznych i edukacyjnych, m.in.: „Provident bez barier” dla osób niepełnosprawnych, „Zielony Provident” – program dotyczący edukacji ekologicznej, „Firma przyjazna rodzicom” dla popularyzacji godzenia pracy zawodowej z życiem rodzinnym. Najbardziej popularnym przedsięwzięciem jest jednak program „Tak! Pomagam” to realizowany od 2006 roku. Jest to cykliczny konkurs, w którym nagradzane są najlepsze inicjatywy pracownicze związane z szeroko pojętym wolontariatem. Zwycięzcy konkursów otrzymują dofinansowanie nawet w wysokości 100 tysięcy złotych. Provident wspiera w ten sposób działania niekomercyjne i dobrowolne skierowane do dzieci i młodzieży, osób niepełnosprawnych oraz osób starszych.

Provident Polska za pomocą działań społecznej odpowiedzialności biznesu całkowicie poprawił swój wizerunek stają się postrzeganą firmą w społecznościach lokalnych i kojarzona z inwestowaniem w projekty wolontariacie. Ponadto sprzyja to lepszej identyfikacji pracowników z firmą oraz pozyskiwaniu lojalności klientów. Za sprawą podejmowanych działań Provident dokonuje również integracji pracowników z różnych działów firmy i budowania kultury organizacyjnej w obrębie inicjatyw prospołecznych.

Z działań prospołecznych w zakresie miejsca pracy znany jest również inny potentat – firma Procter&Gamble. Jest to jedna z największych firm na świecie, która zajmuje się branżą FMCG (szybko zbywalnych dóbr konsumenckich). Firma ta jest liderem rynku detergentów, produktów do pielęgnacji dzieci, kosmetyków do pielęgnacji włosów oraz pasty do zębów. W Polsce sprzedaje produkty łącznie 60 marek. Jest to podmiot, który jako jeden z pierwszych na świecie wprowadził koncepcję biznesu społecznie odpowiedzialnego. W strategii rozwoju posiadają zapisy dotyczące poczucia odpowiedzialności, uczciwości i budowy wzajemnego zaufania współpracowników, klientów i konsumentów. Charakterystycznym projektem społecznym w ramach działań CSR jest program P&G – „Żyj, poznawaj, rozwijaj się” skierowany na tworzeniu zdrowych warunków do życia oraz pomocy w rozwijaniu szczególnych uzdolnień i talentów. Innym osiągnięciem firmy na polu prospołecznym jest cykliczna akcja „Podaruj Dzieciom Słońce”.

Jedną z najnowszych inicjatyw firmy P&G jest projekt „Klub Dzieci Targówka – Dzielimy się pasją”. Została ona zainicjowana przez oddolny pomysł pracowników, którzy w ramach wolontariatu pracowniczego organizując w szkołach zajęcia pozalekcyjne dla dzieci z zakresu edukacji i sportu. Dzieciom organizowane są zajęcia tematyczne, wycieczki i korepetycje.

Dbłość i dzieci powoduje, że wizerunek firmy kojarzony jest z działalnością społeczną. Fakt stworzenia inicjatywy pracowniczej również powoduje, że podmiot ten uważany jest za dobrego pracodawcę. Wolontariat daje możliwość rozwoju zdolności przywódczych i umiejętności zarządzania projektami. Jest elementem integracji zespołu, a także realizacji osobistych pasji pracowników firmy.

Czwartym obszarem biznesu społecznie odpowiedzialnego jest zaangażowanie społeczne. Pierwszą firmą, która realizuje działania w tym zakresie jest międzynarodowy koncern farmaceutyczny GlaxoSmithKline, który znany jest z propagowania postawy prozdrowotnej. Jest to największy globalny producent leków

przeciwko chorobom układu oddechowego, onkologicznych, neurologicznych czy szczepionek.

GSK z racji specyficznego rynku, na którym funkcjonuje od początku funkcjonowania przyjęło strategię współpracy z władzą centralną i samorządami w zakresie poprawy stanu zdrowia obywateli poprzez działania nastawione na edukację i profilaktykę zdrowia. Wśród wybranych akcji społecznych znajdują się min. „Żółty Tydzień”, „STOP rakowi szyjki macicy”, „Mam Haka na Raka”. Firma GSK jest również powszechnie znana z organizowania konferencji dla środowiska farmaceutycznego, gdzie prezentowane są najnowsze informacje i technologie. Jest to również bardzo aktywny pracodawca w zakresie umożliwiania pracownikom warunków do rozwoju. GlaxoSmithKline ciągle modernizuje swoje technologie oraz tworzy atmosferę przyjaznej pracy poprzez wprowadzenie kodeksu etycznego. Charakterystycznym dla tej firmy jest delegowanie uprawnień dla pracowników i umożliwienie im współpracy przy określaniu strategii firmy. Zauważyć należy również, że podmiot ten propaguje rozwiązania przyjazne dla środowiska, o czym świadczy Uzyskanie standardu ISO 14001 i OHSAS 18 001. Firma wprowadza inicjatywy m.in. w zakresie zmniejszania emisji freonów z urządzeń chłodniczych oraz klimatyzacyjnych, zmniejszania zużycia wody oraz ilości odpadów.

Za pomocą działań CSR marka GSK kojarzona jest z innowacyjnym podejściem do zarządzania firmą. Jest również często stawiana za wzór motywowania pracowników. Firma uzyskała wiele nagród za swoją działalność społeczną i środowiskową, co również korzystnie wpływa na wizerunek firmy zarówno w oczach klientów, jak i innych grup interesariuszy.

Innym podmiotem słynącym z działań prospołecznych jest Kompania Piwowarska S.A., która stanowi największe przedsiębiorstwo piwowarskie w Polsce. Jest to bardzo specyficzna branża z uwagi na liczne niekorzystne zmiany prawne ograniczające rozwój tego sektora – np. regulacje wprowadzające ograniczenia reklam. Marka w swojej działalności propaguje odpowiedzialną konsumpcję alkoholu. Jest to odpowiedź na alkoholizm będący dużym problemem społecznym. Kompania Piwowarska S.A. ukazuje w ten sposób, że nie tylko nastawiona jest na komercyjny zysk, ale stara się również inicjować przedsięwzięcia prospołeczne. Wiele przedsięwzięć podejmowanych jest przez tę firmę również na polu ekologicznym poprzez zmniejszanie zużycia energii i emisji dwutlenku węgla, odzysk i recykling odpadów opakowaniowych oraz odpowiedzialną gospodarkę odpadami, minimalizację

odpadów przekazywanych na wysypisko. Dużą wagę firma przywiązuje również do praw człowieka oraz zrównoważonego rozwoju, który jest głównym elementem przyjętej strategii firmy.

Dużą inicjatywą firmy jest projekt „Warto być za!” ukierunkowany na walkę z bezrobociem, alkoholizmem i wykluczeniem społecznym. Jego celem jest aktywizacja i wsparcie organizacji pozarządowych w realizacji projektów adresowanych do najbiedniejszych. Korporacja przeznaczająca na ten cel ok. 1,5 mln złotych rocznie i dofinansowuje projekty wpływające na poprawę jakości życia osób potrzebujących.

Działania CSR mają w tym przypadku przynieść korzyści głównie wizerunkowe. Jest to również nastawione na budowanie relacji z samorządami lokalnymi oraz organizacjami pozarządowymi. Kompania Piwowska S.A. znana jest z działań skierowanych przeciwko wykluczeniu społecznemu i ubóstwu, co wpływa na jej pozytywne postrzeganie w środowisku.

Ostatnią z wymienionych firm, która jest jednym z liderów biznesu społecznie odpowiedzialnego w Polsce jest Polkomtel S.A. Jest to wiodący operator komórkowy, który obsługuje ok. 13 milionów abonentów. Marka ta znana jest z wprowadzania innowacyjnych rozwiązań w branży informatycznej i telekomunikacyjnej. Firma wspiera inicjatywy i projekty związane z kulturą, ochroną zdrowia, edukacją, sportem i bezpieczeństwem. Największą inicjatywą firmy Polkomtel S.A. było stworzenie zintegrowanego systemu ratownictwa dla jednostek GOPR, TOPR i WOPR. Korporacja uruchomiła specjalne telefony alarmowe oraz przekazuje na rzecz tych jednostek najnowocześniejszy sprzęt ratunkowy, zabezpiecza całą łączność komórkową i organizuje różnorodne akcje na rzecz bezpiecznej turystyki.

BIBLIOGRAFIA

- Adamczyk J., *Społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstw*, PWE, Warszawa 2009.
- Bakalarska J., *Marketing wartości*, Wydawnictwo Słowa i Myśli, Warszawa 2016.
- Bernatt M., *Społeczna odpowiedzialność biznesu: wymiar konstytucyjny i międzynarodowy*. Wydawnictwo Naukowe Wydziału Zarządzania Uniwersytetu Warszawskiego.
- Brzeziński S., *Czynniki kształtujące orientację rynkowej odpowiedzialności społecznej*, Marketing i Rynek 2012 nr 11.
- Dąbrowski T., *Cause-related marketing w kreowaniu i komunikowaniu polityki społecznej odpowiedzialności biznesu*, Marketing i Rynek 2011 nr 3.
- Drucker P. F., *Praktyka zarządzania*, Wydawnictwo MT Biznes, Warszawa 2008.
- Filek J., *Odpowiedzialny biznes może przynosić zyski*, „Rzeczpospolita” nr 83, 2007.
- Filek J., *Społeczna odpowiedzialność biznesu jako nowa wersja umowy społecznej*, Księgarnia Akademicka Warszawa 2013.
- Gasparski W., *Biznes, etyka, odpowiedzialność*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2013.
- Kisil A., *Zarządzanie przez odpowiedzialność. Podstawa odpowiedzialnego biznesu*, Wydawnictwo Difin, Warszawa 2013.
- Kolarska-Bobińska L. (red.), *Świadomość ekonomiczna społeczeństwa i wizerunek biznesu*, Instytut Spraw Publicznych, Warszawa 2004.
- Kosson G., *Cele Społeczne firmy*. Marketing w Praktyce 2006 nr 2.
- Kostera M., *Nowe kierunki w zarządzaniu: podręcznik akademicki*, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne Warszawa 2008.
- Krukowska M., *Jak oceniać odpowiedzialność społeczną biznesu?*, Wydawnictwo Scriptorium, Warszawa 2012.
- Kuraszko A., Augustyniak S., *15 polskich przykładów społecznej odpowiedzialności biznesu*, Forum Odpowiedzialnego Biznesu, Warszawa 2014.
- Lewicka-Strzałecka A., *Odpowiedzialność moralna w życiu gospodarczym*, Wyd. IFiS PAN, Warszawa 2006.
- Lorecka K., *Wolontariat pracowniczy w praktyce*, Mazowieckie Centrum Polityki Społecznej, Warszawa 2011.

Paliwoda-Madiolańska A., *Odpowiedzialność społeczna w procesie zarządzania przedsiębiorstwem*, Wydawnictwo C.H. Beck, Warszawa 2009.

Rok B., *Podstawy odpowiedzialności społecznej w zarządzaniu*, Wydawnictwo Poltext, Warszawa 2013.

Rudnicka A., *CSR doskonalenie relacji społecznych w firmie*, Wydawnictwo Wolters Kluwer Polska, Warszawa 2012.

Rybiak M., *Společna odpowiedzialność biznesu - idea i rzeczywistość*, Gospodarka Narodowa 3/2001, Wyd. Szkoła Główna Handlowa, Warszawa 2001.

Rymaniak J., *Współczesne domeny zarządzania*, Wydawnictwo CeDeWu, Warszawa 2016.

Szydzińska K., *Prospołeczna firma*, Marketing w Praktyce 2005 nr 11.

Witek-Crabb A., *Společna odpowiedzialność biznesu jako źródło przewagi konkurencyjnej*, w: Zarządzanie strategiczne w badaniach teoretycznych i w praktyce, Prace Naukowe AE we Wrocławiu, Wrocław 2006.

Witek-Crabb A., *Europejska kampania na rzecz społecznej odpowiedzialności biznesu jako wyzwanie dla małych i średnich przedsiębiorstw*, [w:] PN AE nr 1030, Przedsiębiorczość i innowacyjność małych i średnich przedsiębiorstw – wyzwania współczesności, Wrocław, 2004.

Żemigła M., *Společna odpowiedzialność przedsiębiorstwa. Budowanie zdrowej, efektywnej organizacji*, Wydawnictwo Wolters Kluwer SA, Warszawa 2007.