

Wojciech Leoński*
Uniwersytet Szczeciński

SPOŁECZNA ODPOWIEDZIALNOŚĆ I NIEODPOWIEDZIALNOŚĆ BIZNESU

Streszczenie

Artykuł przedstawia przegląd i analizę definicji społecznej odpowiedzialności biznesu (CSR – *corporate social responsibility*) oraz społecznej nieodpowiedzialności biznesu (CSI – *corporate social irresponsibility*). Głównym celem pracy jest wskazanie zasadniczych różnic między CSR a CSI, które znajdują odzwierciedlenie w obszarach, takich jak: zarządzanie zasobami ludzkimi, ochrona środowiska naturalnego, normy etyczne. W artykule przytoczono także przykłady CSR i CSI z życia gospodarczego.

Słowa kluczowe: społeczna odpowiedzialność biznesu (CSR), społeczna nieodpowiedzialność biznesu (CSI), strategia

Wprowadzenie

Zmiany gospodarcze, społeczne, kulturowe w otoczeniu przedsiębiorstw powodują, że stają one przed nowymi wyzwaniami. Obecnie działalność gospodarcza nie jest oceniana tylko w oparciu o zyskowność czy też efektywność. Społeczeństwo często patrzy na podmioty gospodarcze pod kątem ich działalności prospołecznej

* Adres e-mail: wleonski@wneiz.pl.

i proekologicznej. W celu skutecznego konkurowania na rynku wykorzystywane są różne metody i koncepcje zarządzania, np. społeczna odpowiedzialność biznesu (CSR – *corporate social responsibility*). Teoria z zakresu CSR jest stosunkowo dobrze rozpoznana, aczkolwiek istnieje potrzeba rozwijania niektórych jej aspektów, jak choćby pokrewnego zagadnienia – społecznej nieodpowiedzialności biznesu (CSI – *corporate social irresponsibility*). Celem artykułu jest wskazanie głównych różnic między CSR a CSI, a także przedstawienie wybranych przykładów stosowania tych koncepcji z praktyki gospodarczej.

1. Społeczna odpowiedzialność biznesu

W literaturze polskiej i zagranicznej istnieje wiele definicji CSR, które poruszają różne aspekty przedmiotowej koncepcji. Warto je przedstawić i poddać analizie. Rozpoczynając rozważania dotyczące CSR, trzeba przywołać pierwszą próbę jej zdefiniowania, która miała miejsce w artykule z 1953 r. *The Social Responsibilities of Buisnessman*. H. Bowen zdefiniował CSR jako zobowiązanie przedsiębiorcy do prowadzenia polityki, podejmowania decyzji i podążania za takimi kierunkami działania, które będą pożądanymi jako cele i wartości naszego społeczeństwa¹. Natomiast A. Carroll wprowadził cztery rodzaje odpowiedzialności biznesu: ekonomiczną, prawną, etyczną oraz filantropijną, wskazując, że znajdują się na różnych poziomach i przedsiębiorstwo powinno podchodzić do nich w odpowiedniej kolejności².

Współcześnie CSR można interpretować jako odpowiedzialność za podejmowanie decyzji i prowadzenie działań mających wpływ na społeczeństwo i środowisko. Zarządzanie przedsiębiorstwami w dużym stopniu musi być oparte na zachowaniu zgodności z prawem i zasadami etycznymi, odpowiedzialności za podejmowane decyzje oraz partnerstwie pomiędzy grupami interesu³. Niewątpliwie istotą CSR jest poczucie odpowiedzialności związane z ochroną przyrody, efektami społecznymi prowadzonej działalności gospodarczej, a także relacjami z różnymi członkami życia społeczno-gospodarczego. Warto dodać, że CSR jest coraz częściej postrzegana

¹ H. Bowen, *The Social Responsibilities of Buisnessman*, Harper, New York 1953, s. 6.

² A.B. Carroll, *A Three-dimensional Conceptual Model of Corporate Performance*, „Academy of Management Review” 1979, No. 4 (4), s. 497–505.

³ W. Ociecek, B. Gajdzik, *Społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstw produkcyjnych*, Wydawnictwo Politechniki Śląskiej, Gliwice 2010, s. 6.

w kontekście zarządczym jako pewna filozofia działania oparta na zasadzie poszanowania interesów wszystkich podmiotów funkcjonujących w otoczeniu organizacji⁴. Zgodnie z inną definicją, CSR jest działaniem prospołecznym, nastawionym na podejmowanie lub wspieranie ważnych społecznie inicjatyw, udzielanie pomocy, czynienie dobra innym podmiotom gospodarczym, instytucjom, społeczności, niezależnie od przyjętej perspektywy czasowej oczekiwania na korzyści⁵.

Warto zauważyć, że różne podejście do interpretacji CSR uwidacznia się w nazewnictwie pojęcia. Koncepcja CSR jest bowiem określana między innymi jako: społeczna odpowiedzialność organizacji, społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstwa, społeczna odpowiedzialność biznesu czy też odpowiedzialność korporacyjna. Dokonując analizy przytoczonych definicji CSR, należy zwrócić uwagę na fakt, że kręgosłup koncepcji pozostaje praktycznie taki sam – jest nim postawa prospołeczna i proekologiczna przedsiębiorstwa. Większość definicji, niezależnie od tego, czy to pochodzą one z literatury polskiej, zagranicznej, czy też różnych instytucji, są zazwyczaj zgodne w kilku punktach. Firmy powinny uwzględniać w praktyce biznesowej oczekiwania interesariuszy, a także przestrzegać norm etycznych, prawnych i środowiskowych.

2. Społeczna nieodpowiedzialność biznesu

CSI jest terminem mało znanym w polskiej literaturze ekonomicznej. Znacznie częściej porusza się kwestie związane z CSR. Dlatego też warto porównać obie koncepcje. Zgodnie z definicją znajdującą się w popularnym słowniku języka polskiego nieodpowiedzialny to osoba, który nie poczuwa się do odpowiedzialności za swoje postępowanie⁶. Przenosząc tę definicję na grunt ekonomii i chcąc zdefiniować społeczną nieodpowiedzialność biznesu, można przyjąć, że jest nią brak odpowiedzialności przedsiębiorstwa za swoją działalność. Takim postępowaniem może być choćby brak troski o środowisko naturalne, złe traktowanie pracowników czy też lekceważenie społeczności lokalnej.

⁴ A. Rudnicka, *CSR – doskonalenie relacji społecznych w firmie*, Wolters Kluwer Polska, Warszawa 2012, s. 16.

⁵ G. Bartkowiak, *Społeczna odpowiedzialność biznesu w aspekcie teoretycznym i empirycznym*, Difin, Warszawa 2011, s. 20.

⁶ *Słownik języka polskiego*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2006, s. 508.

Pojęcie społecznej nieodpowiedzialności biznesu występuje w literaturze angielskojęzycznej, choć nie jest ono popularne. Jedną z nielicznych definicji CSI można znaleźć w artykule *Social Irresponsibility in Management*, który ukazał się pod koniec lat siedemdziesiątych ubiegłego wieku. Zgodnie z przedmiotową definicją CSI jest działaniem polegającym na akceptacji swoistej alternatywy, która jest związana z uzyskaniem korzyści przez przedsiębiorstwo kosztem całego systemu⁷.

CSI rozpatrywana jest także jako działalność przedsiębiorstwa, która skutkuje potencjalnymi szkodami wyrządzonymi innym podmiotom. Ponadto akt społecznej nieodpowiedzialności często powiązany jest z naruszeniem prawa⁸. Inni autorzy zwracają uwagę na fakt, że firma nieodpowiedzialna społecznie działa zgodnie z prawem, jednakże nie widzi dla siebie roli społecznej w otoczeniu, w którym funkcjonuje⁹. Kolejna definicja przedstawia społeczną nieodpowiedzialność biznesu jako brak podporządkowania się przedsiębiorstwa odpowiednim standardom prawnym i etycznym¹⁰. Pojęcie CSI może być także zdefiniowane w odniesieniu do kontaktów z interesariuszami. W tym miejscu społeczna nieodpowiedzialność pojawia się w przypadku, gdy kontakty z interesariuszami przestają być uczciwą, neutralną praktyką, ale stają się działaniem bazującym na oszustwach i manipulacji¹¹. Natomiast J.S. Armstrong i K.C. Green zwracają uwagę, że CSI pojawia się, kiedy menadżer podejmuje decyzję będącą nieetyczną z punktu widzenia jego osobistych wartości lub wartości innych osób¹².

W celu prawidłowej identyfikacji CSI warto poddać analizie główne różnice między CSR a CSI, które zaprezentowano w tabeli 1. Warto zauważyć, że złasz-

⁷ J.S. Armstrong, *Social Irresponsibility in Management*, „Journal of Business Research” 1997, No. 5 (3), s. 185–213.

⁸ N. Lin-Hi, K. Müller, *The CSR Bottom Line: Preventing Corporate Social Irresponsibility*, „Journal of Business Research” 2013, No. 66, s. 1928–1936.

⁹ P.E. Murphy, B.B. Schlegelmilch, *Corporate Social Responsibility and Corporate Social Irresponsibility: Introduction to a Special Topic Section*, „Journal of Business Research” 2013, No. 66, s. 1807–1813.

¹⁰ D. Windsor, *Corporate Social Responsibility and Irresponsibility: A Positive Theory Approach*, „Journal of Business Research” 2013, No. 66, s. 1937–1944.

¹¹ M. Greenwood, *Stakeholder Engagement: Beyond the Myth of Corporate Responsibility*, „Journal of Business Ethics” 2007, No. 74, s. 324.

¹² J.S. Armstrong, K.C. Green, *Effects of Corporate Social Responsibility and Irresponsibility Policies*, „Journal of Business Research” 2013, No. 66, s. 1922–1927.

cza w obszarach takich jak: etyka, odpowiedzialność za środowisko, a także zasoby ludzkie istnieją największe różnice pomiędzy CSR a CSI.

Tabela 1. Główne różnice pomiędzy CSR i CSI

CSR	CSI
istnieje możliwość uniknięcia degradacji środowiska i zanieczyszczenia, należy podnosić świadomość ekologiczną	degradacja środowiska i jego zanieczyszczenie są nieuchronne
pracownicy są cenionym zasobem	pracownicy są zasobem, który się wykorzystuje
maksymalne konsultacje społeczne i zaangażowanie	minimalne konsultacje ze społeczeństwem i zaangażowanie
prowadzenie akcji i działań związanych z CSR bez względu na przepisy związane z CSR	tylko podstawowe i czasami niechętnie podporządkowanie się przepisom prawa związanym z CSR
kwestie etyczne są bardzo istotne	kwestie etyczne są na marginesie
konieczność rozwijania i testowania nowych technologii oraz wdrażania ich tylko w przypadku gdy, nie szkodzą środowisku	konieczność rozwijania nowych technologii i wprowadzania ich na rynek
uczciwe traktowanie klientów i dostawców	nieuczciwe traktowanie dostawców i odbiorców
zysk jest jednym z wielu celów przedsiębiorstwa i powinien być osiągnięty, ale nie za wszelką cenę	zysk jest najważniejszym celem przedsiębiorstwa i powinien być osiągnięty bez względu na ewentualne koszty

Źródło: P.E. Murphy, B.B. Schlegelmilch, *Corporate Social Responsibility and Corporate Social Irresponsibility: Introduction to a Special Topic Section*, „Journal of Business Research” 2013, No. 66, s. 1807–1813.

Analizując informacje zawarte w tabeli 1, można stwierdzić, że działania CSR są przeciwieństwem działań CSI. Jedną z podstawowych różnic jest podejście do zasobów ludzkich. Na zasoby ludzkie składają się cechy psychiczne i fizyczne pracowników, ich charaktery i witalność. Elementy te wpływają na poziom kompetencji, w tym na umiejętności, wiedzę i doświadczenie pracowników¹³. Brak dialogu z pracownikami występujący w CSI zakłóca efektywne funkcjonowanie przedsiębiorstwa, a także hamuje osiąganie przez pracowników ich celów oraz nabywanie nowych umiejętności i wiedzy.

¹³ *Podstawy nauki o organizacji. Przedsiębiorstwo jako organizacja gospodarcza*, red. S. Marek, M. Białasiewicz, PWE, Warszawa 2011, s. 191.

Kolejną zauważalną różnicą między CSR a CSI są kwestie związane z etyką. W tym miejscu należy przywołać stosunek firmy do swoich klientów i dostawców. Zgodnie z koncepcją CSR dostawcy nie pełnią jedynie funkcji wykonawcy zlecenia, traktuje się ich jako równorzędnych partnerów przekazujących przedsiębiorstwu cenne wskazówki i nową wiedzę¹⁴. Nieuczciwe podejście do dostawców może zakłócić realizację podstawowych celów przedsiębiorstwa, a także negatywnie wpłynąć na jego konkurencyjność. Natomiast rozpatrując stosunek przedsiębiorstwa do odbiorców, należy podkreślić, że klienci są zaliczeni do najważniejszej grupy interesariuszy. Stanowią oni podstawę funkcjonowania każdego podmiotu gospodarczego. W koncepcji CSR dialog i budowanie trwałych relacji z konsumentami ma fundamentalne znaczenie.

Dialog oznacza otwarcie się przedsiębiorstwa na trwałe rozpoznanie potrzeb i oczekiwań klientów, etykę, transparentność zasad i wartości, przyjmowanie informacji zwrotnej poprzez regularne przeprowadzanie badań konsumenckich. Odpowiednia komunikacja z odbiorcą to głównie uczciwość i przestrzeganie zasad etycznych w przekazach, które są do niego skierowane¹⁵. W przypadku CSI taka sytuacja nie ma miejsca. Przedsiębiorstwo nie angażuje się w dialog z klientem i nie traktuje go jako ważnego partnera. Obszary takie jak obsługa klienta czy marketing pozostawiają w tym przypadku wiele do życzenia. Przedsiębiorstwa nieodpowiedzialne społecznie mogą przedstawiać swoje produkty i usługi w sposób nieuczciwy i nierzetelny, mając na celu wprowadzenie potencjalnego klienta w błąd lub zatajenie pewnych kwestii.

Różnice między koncepcją CSR a CSI są zwłaszcza widoczne w podejściu do środowiska naturalnego. W przypadku CSI wychodzi się z założenia, że działalność gospodarcza człowieka prowadzi nieuchronnie do przekształceń środowiska naturalnego, w tym do jego zanieczyszczenia i degradacji. Taki stosunek do spraw ekologii może wynikać z faktu, że odbudowa i ochrona środowiska wymagałaby dużych nakładów finansowych oraz istotnych zmian w funkcjonowaniu danego przedsiębiorstwa. Koncepcja CSI zakłada, że cel przedsiębiorstwa powinien być osiągnięty za wszelką cenę. W tej sytuacji kosztem osiągnięcia zysku może być zanieczyszczenie i dewastacja środowiska naturalnego – zatrucie gleby i wody poprzez kwaśne deszcze, odpady, ścieki, a także zatrucie powietrza różnymi pyłami i gazami. Dodat-

¹⁴ <http://interesariusze.pl/artykuly/definicja-lancucha-dostaw/?m=dostawcy> (1.09.2014).

¹⁵ <http://interesariusze.pl/artykuly/dialog-z-konsumentem/?m=konsument> (1.09.2014).

kowo przedsiębiorstwa nieodpowiedzialne społecznie są zwolennikami rozwijania nowych technologii i wdrażania ich w życie, nawet gdy powodują dewastację środowiska naturalnego.

W sytuacji koncepcji CSI zaangażowanie społeczne przedsiębiorstwa, a także konsultacje z lokalną społecznością są na minimalnym poziomie i nie mają większego znaczenia dla decyzji podejmowanych przez podmiot gospodarczy. Działalność przedsiębiorstwa ma przede wszystkim przynosić korzyści firmie, nie zaś społeczeństwu. Dlatego też problemy lokalnej społeczności nie są brane pod uwagę w planowaniu i realizacji celów przedsiębiorstwa.

Podsumowując, w celu prawidłowej identyfikacji społecznej nieodpowiedzialności biznesu warto zwrócić uwagę na zasadnicze różnice pomiędzy CSR a CSI. Dzięki takim ustaleniom łatwiejsze staje się zrozumienie istoty CSI, którą można określić jako przeciwieństwo społecznej odpowiedzialności biznesu.

3. Przykłady CSR i CSI

Normy CSR są określane nie tylko przez organizacje międzynarodowe, ale także przez same przedsiębiorstwa, które tworzą odrębne kodeksy związane z omawianą koncepcją. Dlatego też warto przyjrzeć się bliżej wybranym przykładom firm, które na co dzień stosują CSR. Przykładem firmy zaangażowanej społecznie jest Timberland, który w ramach programu Path of Service udziela wsparcia różnym inicjatywom i pomysłom swoich pracowników dotyczących pomocy i wolontariatu. Pomoc ta ukierunkowana jest zarówno na organizacje pożytku publicznego, jak i lokalne społeczności. Każdy pracownik przedsiębiorstwa może przeznaczyć 40 godzin pracy rocznie na wolontariat, a wszelkie koszty z tym związane pokrywa przedsiębiorstwo¹⁶. Niewątpliwie dzięki takim działaniom firma może przyciągnąć, a także zatrzymać najlepszych pracowników.

Innym przedsiębiorstwem, które stosuje koncepcję CSR w wielu obszarach, jest Cemex. Kluczowe zaangażowanie firmy jest związane z założoną fundacją Budujemy Przyszłość. Główne obszary jej działania to: ekologia, ochrona środowiska, ratowanie zagrożonych gatunków, rozwój lokalnych społeczności, nauka i edukacja, promocja i ochrona zdrowia, pomoc osobom niepełnosprawnym i ofiarom klęsk żywiołowych. Szczególną uwagę w firmie zwraca się na ochronę środowiska,

¹⁶ http://e-timberland.pl/cms/timberland_wspiera.bhtml (1.09.2014).

czego przykładem jest udział w akcji „Sprzątanie świata”, w trakcie której prawie 600 pracowników firmy Cemex i ich rodziny sprzątało lasy¹⁷.

Przedstawiając przykłady firm stosujących praktyki CSR należy odwołać się do IX Rankingu odpowiedzialnych firm przygotowanego dla „Dziennika Gazety Prawnej”. W 2015 r. liderem CSR została firma DB Schenker Logistics, która angażuje się w inicjatywy o charakterze proekologicznym oraz w akcje społeczne i charytatywne. Firma aktywnie uczestniczy również w życiu lokalnych społeczności, np. poprzez realizację różnorodnych projektów wolontariatu pracowniczego. W poszczególnych branżach zwycięzcami omawianego rankingu zostały następujące przedsiębiorstwa¹⁸:

- Bank Handlowy SA w Warszawie (bankowość, sektor finansowy i ubezpieczeniowy),
- Coca-Cola HBC Polska Sp. z o.o. (dobra konsumpcyjne),
- Polpharma (farmacja i medycyna),
- Grupa Lotos S.S. (paliwa, energetyka),
- Volkswagen Poznań Sp. z o. o. (branża przemysłowa i chemiczna),
- Orange Polska (telekomunikacja, technologia, media i rozrywka).

Dokonując analizy przykładów firm nieodpowiedzialnych społecznie, warto posłużyć się corocznym konkursem organizowanym przez Greenpeace – Public Eye Awards, który wskazuje najbardziej nieodpowiedzialne przedsiębiorstwa. Celem konkursu jest krytyka niewłaściwych praktyk w biznesie oraz przygotowanie fundamentów do dyskusji nad przykładami naruszania praw człowieka i praw pracowniczych, dewastacji środowiska naturalnego i korupcji. Ponadto konkurs ma za zadanie uzmysłowienie przedsiębiorstwom, że zarówno ekonomiczne, jak i społeczne konsekwencje ich działalności oddziałują nie tylko na środowisko naturalne i ludzi, ale mają także istotny wpływ na ich reputację. W 2014 r. „wyróżnione” zostały firmy Gazprom (głosowanie publiczności) oraz GAP (głosowanie jury). Wysokie miejsca zajęły firmy: Syngenta, Bayer i BASF¹⁹. Amerykański koncern GAP otrzymał Public Eye Award, gdyż stale odmawia wprowadzenia reform w przemyśle odzieżowym. Po

¹⁷ 15 polskich przykładów społecznej odpowiedzialności biznesu, cz. 2, Forum Odpowiedzialnego Biznesu, Warszawa 2012, s. 13–20.

¹⁸ <http://odpowiedzialnybiznes.pl/wp-content/uploads/2015/04/Ranking-Odpowiedzialnych-Firm-2014.pdf> (26.11.2015).

¹⁹ www.greenpeace.org/poland/pl/wydarzenia/swiat/Public-Eye-Award---nagrada-wstydu-na-Forum-w-Davos-dla-firm-Gazpromu-i-GAP-Na-podium-take-Bayer-Syngenta-i-BASF/ (1.09.2014).

wypadku w Bangladeszu w 2013 r. (zawaleniu się fabryki odzieży, w wyniku czego zginęło ponad 1000 osób) firma sprzeciwiała się podpisaniu porozumienia Accord on Fire and Building Safety in Bangladesh, które miało zagwarantować poprawę warunków pracy w fabrykach w Bangladeszu. Greenpeace zwrócił także uwagę na koncern Gazprom, głównie z powodu wydobycia ropy z Arktyki. Warto zaznaczyć, że firma nie spełnia także elementarnych wymogów bezpieczeństwa przy takich działaniach. Przedsiębiorstwa Syngenta, Bayer i BASF zostały uznane za nieodpowiedzialne społecznie, gdyż zajmują się m.in. produkcją pestycydów zabójczych dla pszczoł i nie zgadzają się z wynikami badań na temat szkodliwości tych substancji.

Rozpatrując przykłady firm CSI, należy zwrócić uwagę, że firmy te postępują nieodpowiedzialnie zazwyczaj tylko w niektórych obszarach, np. ekologii. Mimo że nieodpowiedzialne zachowanie dotyczy wybranych fragmentów działalności, to wywiera ono wpływ na reputację i wizerunek całego przedsiębiorstwa.

Podsumowanie

Koncepcja CSR jest coraz częściej stosowana w praktyce gospodarczej. Niemniej jednak istnieją przedsiębiorstwa, które nie są odpowiedzialne społecznie. Od różniczenie działań CSR od CSI wydaje się dość łatwe, gdyż oba pojęcia stanowią swoje przeciwieństwa. Analizując takie obszary, jak ochrona środowiska, kapitał ludzki czy etyka można wskazać najistotniejsze rozbieżności między CSR a CSI. Ponadto, różnice są widoczne w skutkach stosowania działań CSR i CSI, takich wzrost i spadek reputacji, a także polepszenie lub pogorszenie wizerunku w otoczeniu. Jednakże nie należy zapominać, że część podmiotów gospodarczych może równocześnie stosować zarówno elementy CSR, np. w obszarze zarządzania zasobami ludzkimi, jaki i CSI, np. w obszarze ekologii.

Literatura

- 15 polskich przykładów społecznej odpowiedzialności biznesu*, cz. 2, Forum Odpowiedzialnego Biznesu, Warszawa 2012.
- Armstrong J.S., Green K.C., *Effects of Corporate Social Responsibility and Irresponsibility Policies*, „Journal of Business Research” 2013, No. 66.

- Armstrong J.S., *Social Irresponsibility in Management*, „Journal of Business Research” 1997, No. 5 (3).
- Bartkowiak G., *Spoleczna odpowiedzialność biznesu w aspekcie teoretycznym i empirycznym*, Difin, Warszawa 2011.
- Bowen H., *The Social Responsibilities of Buisnessman*, Harper, New York 1953.
- Carroll A.B., *A Three-dimensional Conceptual Model of Corporate Performance*, „Academy of Management Review” 1979, No. 4 (4).
- Greenwood M., *Stakeholder Engagement: Beyond the Myth of Corporate Responsibility*, „Journal of Business Ethics” 2007, No. 74.
http://e-timberland.pl/cms/timberland_wspiera.bhtml (1.09.2014).
<http://interesariusze.pl/artykuly/definicja-lancucha-dostaw/?m=dostawcy> (1.09.2014).
<http://interesariusze.pl/artykuly/dialog-z-konsumentem/?m=konsumenci> (1.09.2014).
<http://odpowiedzialnybiznes.pl/wp-content/uploads/2015/04/Ranking-Odpowiedzialnych-Firm-2014.pdf> (26.11.2015).
- Lin-Hi N., Müller K., *The CSR Bottom Line: Preventing Corporate Social Irresponsibility*, „Journal of Business Research” 2013, No. 66.
- Murphy P.E., Schlegelmilch B.B., *Corporate Social Responsibility and Corporate Social Irresponsibility: Introduction to a Special Topic Section*, „Journal of Business Research” 2013, No. 66.
- Ocieczek W., Gajdzik B., *Spoleczna odpowiedzialność przedsiębiorstw produkcyjnych*, Wydawnictwo Politechniki Śląskiej, Gliwice 2010.
- Podstawy nauki o organizacji. Przedsiębiorstwo jako organizacja gospodarcza*, red. S. Marek, M. Białasiewicz, PWE, Warszawa 2011.
- Rudnicka A., *CSR – doskonalenie relacji społecznych w firmie*, Wolters Kluwer Polska, Warszawa 2012.
- Słownik języka polskiego*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2006.
- Windsor D., *Corporate Social Responsibility and Irresponsibility: A Positive Theory Approach*, „Journal of Business Research” 2013, No. 66.
- www.greenpeace.org/poland/pl/wydarzenia/swiat/Public-Eye-Award---nagroda-wstydnia-Forum-w-Davos-dla-firm-Gazpromu-i-GAP-Na-podium-take-Bayer-Syngenta-i-BASF/ (1.09.2014).

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY AND CORPORATE SOCIAL IRRESPONSIBILITY

Abstract

This article presents an overview of definitions of CSR (corporate social responsibility) and CSI (corporate social irresponsibility). The author proposes a definition of CSI. Moreover, the article shows main differences between both conceptions which can be easily noticed in areas such as: human resource management, ecology and ethics. In the last part of article the author shows some examples of CSR and CSI.

Translated by Wojciech Leoński

Keywords: Corporate Social Responsibility, Corporate Social Irresponsibility, strategy

JEL Codes: M21, M31, M14

