



AGNIESZKA KOS

Witelon Collegium State University
in Legnica, Poland

ORCID iD: 0000-0001-7286-4076

JANUSZ GUDOWSKI

University of Economics and Innovation
in Lublin, Poland

ORCID iD: 0000-0001-7538-3884

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY IN LOCAL IMPLEMENTATION. A CASE OF REGIONAL POLAND

**SPOŁECZNA ODPOWIEDZIALNOŚĆ
BIZNESU - UWARUNKOWANIA PRAWNE
I LOKALNA PRAKTYKA GOSPODARCZA**

ABSTRACT

Corporate social responsibility is perceived primarily as a company management strategy. This, as a rule, results in the voluntary nature of the obligations assumed by a given entrepreneur. This does not mean, however, that corporate social responsibility is not of a legal nature. On the contrary, it is particularly important insofar as it constitutes the implementation of an axiology that results from legal norms.

This study discusses the evolution of the concept of corporate social responsibility and its interpretation in terms of various international institutions. The legal provisions regulating CSR and the standards contained in the SA 8000 and ISO 26000 standards were presented. It was found that many companies engage in activities in the social sphere in a manner consistent with the definition of CSR, while the differences in the applied activities are significant, depending on the scale of the organization or the size of the given market.

KEYWORDS: *CSR, implementation, research CSR, local practice of CSR*

STRESZCZENIE

Spółeczna odpowiedzialność biznesu jest postrzegana w odbiorze przede wszystkim jako strategia zarządzania firmą. Z tego wynika co do zasady woluntarystyczny charakter przyjmowanych przez danego przedsiębiorcę zobowiązań. Nie oznacza to jednak, że społeczna odpowiedzialność biznesu nie ma prawnego charakteru. Przeciwnie, jest ona szczególnie istotna w zakresie, w jakim stanowi realizację aksjologii, która wpływa z norm prawnych.

W niniejszym opracowaniu omówiono ewolucję pojęcia społecznej odpowiedzialności biznesu oraz jego interpretację w ujęciu różnych międzynarodowych instytucji. Przedstawiono ustalenia prawne regulujące CSR oraz standardy zawarte w normach SA 8000 i ISO 26000. Stwierdzono, że wiele firm angażuje się w działania w sferze społecznej w sposób zgodny z definicją CSR, natomiast różnice w stosowanych działaniach są znaczne, zależnie od skali organizacji czy wielkości danego rynku.

SŁOWA KLUCZOWE: *społeczna odpowiedzialność biznesu, stosowanie CSR, lokalna praktyka CSR*

WPROWADZENIE

Spółeczna odpowiedzialność biznesu (*Corporate Social Responsibility* – CSR) jest zagadnieniem interdyscyplinarnym, podejmowanym w pracach naukowych z różnych dziedzin, m.in. ekonomii, zarządzania, finansów, jak również filozofii, socjologii czy prawa. Jest to także nurt badawczy rozwijany w rachunkowości od lat siedemdziesiątych XX w. w ramach tzw. rachunkowości społecznej (*social accounting*), zgodnie z którym przedsiębiorstwa powinny gromadzić informacje o społecznych i środowiskowych konsekwencjach swoich działań i prezentować je interesariuszom. Należy przy tym zauważyć, że wzrost zainteresowania CSR w kontekście rachunkowości i sprawozdawczości finansowej nastąpił po kryzysie finansowym z 2008 r., gdy konieczne stało się odbudowanie zaufania inwestorów do rynku finansowego, czemu miało sprzyjać m.in. ujawnianie przez spółki bardziej szczegółowych informacji na temat zarządzania ryzykiem i społecznej odpowiedzialności biznesu.

Chociaż literatura na temat CSR jest bogata, wciąż świadomość społeczeństwa, w jaki sposób CSR jest realizowana w lokalnej praktyce gospodarczej jest ograniczona. Rodzi się przy tej okazji pytanie: co jest społeczną odpowiedzialnością biznesu i jak należy ją rozumieć? Niektóre działania nazywane CSR wywołują ironię, gdy – na przykład – wzięty producent ekskluzywnego obuwia zmusza klientki-celebrytki do zakupu dodatkowej pary *łapci* dla afrykańskiego dziecka. Być może właśnie ta częsta dowolność rozumienia tego pojęcia jest zachętą dla międzynarodowych instytucji, w tym także unijnych, aby uściślić jego zakres i wskazać obszary postępowania. Nie należy przy tym wykluczyć w przyszłości obligatoryjnego stosowania zasad CSR, biorąc pod uwagę skalę wyzwań cywilizacyjnych.

Uwzględniając powyższe uwagi można na potrzeby artykułu sformułować następującą hipotezę: chociaż wiele organizacji angażuje się w prace w sferze społecznej w sposób zgodny z definicją CSR, to istnieją zauważalne różnice w wyborze stosowanych działań. Różnice te w znacznym stopniu są zależne od skali organizacji oraz wielkości danego rynku.

UWARUNKOWANIA PRAWNE SPOŁECZNEJ ODPOWIEDZIALNOŚCI BIZNESU

Obecnie funkcjonuje wiele norm prawnych regulujących CSR, zapewne znaczny wpływ ma na to fakt, że jest to obszerne pojęcie, mówiące o działaniach ukierunkowanych na rozmaitych interesariuszy oraz na różne kwestie społeczne. Normy społecznej odpowiedzialności biznesu w niniejszym opracowaniu są badane pod kątem ich prawnego charakteru.

Źródeł społecznej odpowiedzialności biznesu można szukać w filozoficznej idei odpowiedzialności. Zakłada ona, że konsekwencją przypisania człowiekowi wolności jest nałożenie na niego odpowiedzialności. Uznaje się, że *autentyczna wolność świadoma jest swoich granic* (Jaspers, 1965, s. 186). Takie postawy, dotyczące treści ludzkich, są bliskie być może najstarszej wypowiedzi, którą moglibyśmy powiązać z CSR, dziś nie znanej bądź praktycznie zapomnianej encykliki *Rerum Novarum* papieża Leona XIII z 1891 r. w której *Pracodawcom nakazuje poszanowanie godności ludzkiej robotnika, zabrania traktować go jako niewolnika (...) rozsądnie odmierzając czas jego pracy i umożliwiać mu stworzenie domu i rodziny* (Seppelt, Löffler, 1936, s. 591).

Społeczna odpowiedzialność biznesu jest niekiedy definiowana jako idea, dzięki której przedsiębiorstwa integrują cele społeczne i środowiskowe z gospodarczymi i odpowiednio kształtują zarządzanie oraz relacje z udziałowcami w przypadku spółek. To podejście jest niesprzeczne z oczekiwaniami ze strony Unii Europejskiej. Komisja Europejska określiła społeczną odpowiedzialność biznesu jako *odpowiedzialność przedsiębiorstw za ich wpływ na społeczeństwo* (<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PL/TXT/HTML/?uri=CELEX:52011DC0681&from=EN>). Społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstw dotyczy podejmowanych przez nie działań wynikających z ich zobowiązań prawnych wobec społeczeństwa i środowiska oraz wykraczających poza nie. Pewne środki regulacyjne tworzą bardziej sprzyjające środowisko w przedsiębiorstwach, które dobrowolnie wypełniają zobowiązania wynikające z ich społecznej odpowiedzialności. Aby zmaksymalizować tworzenie wspólnych wartości, zachęca się przedsiębiorstwa do przyjęcia długoterminowego, strategicznego podejścia do CSR, a także zbadania możliwości opracowania innowacyjnych produktów,

usług i modeli biznesowych, które przyczynią się do dobrobytu społecznego i doprowadzą do lepszej jakości i bardziej produktywnych miejsc pracy. Aby sprostać tej odpowiedzialności przedsiębiorstwa powinny włączyć do swojej strategii w formie zintegrowanej elementy społeczne, środowiskowe, praktyki związane z pracą i zatrudnieniem, zaangażowanie oraz rozwój na szczeblu lokalnym, integracja osób niepełnosprawnych, zasady etyczne, czy przestrzeganie praw człowieka (European Commission, *A renewed EU strategy 2011-14*, 2011, s. 6).

Termin *społeczny(a)* często jest używany na gruncie prawa polskiego. Występuje on chociażby w Konstytucji RP w art. 2, gdzie mowa o Rzeczypospolitej Polskiej jako państwie urzeczywistniającym zasady sprawiedliwości społecznej. Sprawiedliwość społeczna zakłada równe traktowanie osób mających tę samą cechę charakterystyczną, istotną dla danej kategorii osób. W art. 20 Konstytucji RP jest mowa o społecznej gospodarce rynkowej jako podstawie ustroju gospodarczego Rzeczypospolitej Polskiej – gospodarki, która uwzględnia społeczne aspekty jej funkcjonowania (<https://www.sejm.gov.pl/prawo/konst/polski/kon1.htm>).

W dokumencie Komisji do Parlamentu Europejskiego, Rady Europejskiego Komitetu Ekonomiczno-Społecznego i Komitetu Regionów można zauważyć liczne dowody akceptacji nie tylko dobrowolności CSR, ale również swobody w interpretacji tego hasła, m.in. przedsiębiorstwa powinny same opracowywać CSR, przedsiębiorstwa muszą mieć swobodę działania inspirującą do innowacyjności oraz do wypracowania podejścia do CSR, które jest odpowiednie do ich sytuacji. Dla większości małych i średnich przedsiębiorstw, w szczególności mikroprzedsiębiorstw, mechanizm CSR być może pozostanie nieformalny i intuicyjny (Balcerak, 2015, s. 7-9).

W 1986 r. pod nazwą Caux Round Table powstała międzynarodowa sieć liderów biznesu z Europy, Japonii i Stanów Zjednoczonych, której głównym celem stało się łagodzenie napięć w sferze działalności gospodarczej. Zgodnie z przyjętym stanowiskiem Okrągłego Stołu w Caux światowe koła biznesu są odpowiedzialne za utrzymanie globalnego pokoju i stabilizacji, wspólne przywództwo jest niezbędne dla większego ożywienia i zharmonizowania gospodarki światowej, wzajemne zrozumienie i współpraca powinny być oparte o najważniejsze wartości moralne i odpowiedzialne działanie jednostek. Jako główne zadanie Okrągłego Stołu wyznaczono rozwinięcie konstruktywnych

stosunków ekonomicznych i społecznych między krajami reprezentowanymi przez uczestników Okrągłego Stołu, przyjęcie wspólnych zobowiązań wobec reszty świata np. przyjęcie w 1994 r. wspólnych Zasad prowadzenia działalności gospodarczej (<https://www.cauxroundtable.org>). W ramach przyjętych zasad definiuje się podstawowe obowiązki konkurentów i wspólnot lokalnych, promuje się m.in. rzetelne zachowanie biznesowe, odpowiedzialność wobec interesariuszy, poszanowanie dla reguł prawnych o ochrony środowiska. Dokument nawiązuje do koncepcji CSR w kontekście zmian zachodzących w sferze społecznej, politycznej i ekonomicznej na całym świecie. Definiuje kluczowe obowiązki konkurentów i wspólnot lokalnych. Wśród głównych zasad prowadzenia działalności gospodarczej wymienia m.in.: odpowiednie zachowania biznesowe, odpowiedzialność wobec interesariuszy, działania zgodne z prawem, poszanowanie dla środowiska, wielostronną wymianę handlową, wspieranie działań innowacyjnych.

Z kolei WBCSD (World Business Council for Sustainable Development) ujmuje społeczną odpowiedzialność biznesu w kategoriach *ciągłego zobowiązania środowiska biznesu do pobudzania rozwoju gospodarczego na drodze poprawy jakości życia zatrudnianych kadr oraz ich rodzin, a także wspólnoty i społeczeństwa jako całości lub jako zobowiązanie biznesu do przyczyniania się do zrównoważonego rozwoju ekonomicznego, współpracy z pracownikami, ich rodzinami, społecznością lokalną i społeczeństwem jako ogółem dla poprawy jakości ich życia* (<http://www.wbcsd.org/DocRoot/IunSPdIKvmYH5HjbN4XC/csr2000.pdf>).

Natomiast CSR w interpretacji UNIDO (United Nations Industrial Development Organization) wpisuje się silnie w domenę zarządzania w biznesie, sprowadzającego się w tym przypadku do umiejętnego skonfigurowania aspektów społecznych i środowiskowych w ramach codziennej działalności operacyjnej, a także interakcji z interesariuszami. W konsekwencji, poprzez wdrożenie koncepcji CSR, przedsiębiorstwo zyskuje możliwość zrównoważenia imperatywów gospodarczych, środowiskowych i społecznych, wychodząc jednocześnie naprzeciw oczekiwaniom tudzież roszczeniom interesariuszy i inwestorów. Zasadne wydaje się zatem rozgraniczenie CSR w ujęciu UNIDO – swoistej koncepcji zarządzania strategicznego – oraz klasycznych form filantropii czy sponsoringu. Szerokie rozumienie CSR oznacza bowiem w tym przypadku

wyjście poza standardowe rozumienie implikacji aktywności prospołecznej dla poprawy reputacji czy budowy marki korporacyjnej (Rybak, 2004, s. 43-44).

Największa na świecie inicjatywa obywatelstwa korporacyjnego, wyrażająca się w zasadach, wynikających z Powszechnej Deklaracji Praw Człowieka, działająca od 2010 r. jako koncepcja Sekretarza Generalnego ONZ – Inicjatywa ONZ Global Compact (United Nations Global Compact) ukierunkowana na wprowadzenie w globalnym środowisku biznesu koncepcji zrównoważonego rozwoju i odpowiedzialności społecznej wśród najważniejszych zasad wymienia: wsparcie i poszanowanie międzynarodowych praw człowieka, przestrzeganie wolności zrzeszania się, możliwość zawierania układów zbiorowych, likwidację pracy przymusowej i zatrudniania dzieci, zakaz dyskryminacji, profilaktyka zapobiegania zmianom środowiskowym, popieranie działań ekologicznych, promowanie rozkwitu nowych technologii dogodnych dla poprawy środowiska naturalnego czy walka z korupcją.

Z kolei Światowa Rada na Rzecz Zrównoważonego Rozwoju (World Business Council for Sustainable Development) podkreśla, że chociaż ostatecznym celem działalności gospodarczej jest zysk oraz rozwój gospodarczy, to jednak nie wolno pomijać wpływu działalności gospodarczej na społeczeństwo. W ujęciu tej organizacji społeczna odpowiedzialność biznesu oznacza *ciągłe zaangażowanie biznesu w etyczne postępowanie i w rozwój, przy następującej poprawie poziomu życia zatrudnionych, a co za tym idzie także społeczności lokalnych i całego społeczeństwa* (Leśna-Wierszołowicz, 2016, s. 57).

Jeden z pierwszych standardów w obszarze międzynarodowej odpowiedzialności społecznej, Social Accountability International: SA 8000 Standard, bazuje na uniwersalnych wartościach wynikających z międzynarodowych konwencji praw człowieka, opracowanych z inicjatywy ONZ. Należą do nich Powszechna Deklaracja Praw Człowieka, Konwencja Narodów Zjednoczonych w sprawie likwidacji wszelkich form dyskryminacji kobiet i Konwencja Narodów Zjednoczonych o prawach dziecka. Struktura standardu SA 8000 jest zbliżona w ogólnym zarysie do normy ISO z zakresu zarządzania jakością, a wymagania odnoszące się do CSR wynikają z przedstawionych konwencji. Norma SA 8000 w odróżnieniu od ISO 26000 stanowi podstawę do certyfikacji. Otrzymanie certyfikatu wiąże się z koniecznością poddania się przez przedsiębiorstwo audytowi przez jednostkę akredytowaną przez SAI

(Social Accountability International). W odróżnieniu od ISO 26000 norma SA 8000 kładzie nacisk na warunki pracy i pomija kwestie związane z klientami i inwestorami. System zarządzania CSR zgodnie z tą normą może być połączony z innymi obszarami zarządzania (Skrzypek, 2015, s. 210).

Każde z państw członkowskich ONZ zobowiązane jest do opracowania Krajowego Planu Działania na rzecz implementacji Wytycznych ONZ dotyczących biznesu i praw człowieka. W październiku 2021 r. przyjęto Krajowy Plan Działania na rzecz wdrażania Wytycznych ONZ na lata 2021-2024. KPD został stworzony w oparciu o 3 filary zawarte w Wytycznych ONZ dot. biznesu i praw człowieka.

W Europie znaną organizacją jest CSR Europe – europejska sieć zrzeszająca przedsiębiorców europejskich. Misją CSR Europe jest wspieranie stowarzyszonych przedsiębiorców w codziennej działalności gospodarczej. Duże znaczenie odgrywa również Europejski Sojusz na rzecz CSR (The European Alliance for CSR), skupiający duże i średnie przedsiębiorstwa w celu promowania innowacyjnych i odpowiedzialnych praktyk biznesu (<http://www.csreurope.org/pages/en/alliance.html>).

Innym przykładem prawa międzynarodowego natury *soft law* odnoszącym się do działań przedsiębiorców w sferze społecznej odpowiedzialności biznesu są Wytyczne dla przedsiębiorstw wielonarodowych Organizacji Współpracy Gospodarczej i Rozwoju (ang. OECD Guidelines for Multinational Enterprises).

Powyższe założenia można uznać za najbardziej kompleksowy przykład regulacji społecznej odpowiedzialności biznesu na poziomie międzynarodowym, na który składa się szczegółowy katalog zobowiązań przedsiębiorców i system kontroli ich wdrażania (<http://www.oecd.org/dataoecd/56/36/1922428.pdf>).

Wytyczne OECD to zbiór akceptowanych dobrowolnie zasad i praktyk w obszarze zatrudnienia i praw związkowych, praw człowieka, ochrony środowiska, ujawniania informacji, korupcji i zobowiązań podatkowych, ochrony konkurencji i konsumentów oraz środowiska naturalnego. Przestrzeganie Wytycznych deklarują przedsiębiorcy, prowadzący działalność gospodarczą w krajach OECD lub z nich pochodzący (w przypadku inwestycji zagranicznych, poza obszarem OECD). Podstawowym odbiorcą wytycznych OECD są przedsiębiorstwa wielonarodowe, rozumiane jako przedsiębiorstwa inwestujące lub posiadające własne oddziały lub spółki-córki w innych państwach.

Kolejny zestaw globalnych wytycznych, o naturze wszechstronnej (jakie mogą być zastosowane w wielu typach organizacji, niezależnie od ich wielkości i lokalizacji, działających w krajach rozwiniętych i rozwijających się) stworzony przez Międzynarodową Organizację Normalizacyjną ISO stanowiących holistyczne podejście do koncepcji odpowiedzialności społecznej i zrównoważonego rozwoju można dostrzec w dokumencie ISO 26000: Social Responsibility, gdzie wyszczególniono takie obszary jak dobre praktyki zatrudnienia, dbanie o środowisko, przestrzeganie praw człowieka, praktyki uczciwego działania, prawa konsumentów, zaangażowanie i rozwój wspólnoty. Zgodnie z ISO 26000 postrzeganie organizacji jako społecznie odpowiedzialnej oraz jej rzeczywiste działania w zakresie CSR mogą mieć wpływ m.in. na reputację organizacji, przewagę konkurencyjną, zdolność pozyskiwania i utrzymania zasobów ludzkich, konsumentów, klientów, morale, zaangażowanie i wydajność pracowników, stanowisko inwestorów, właścicieli, sponsorów, relacje organizacji z przedsiębiorcami, instytucjami rządowymi, dostawcami, mediami, klientami, społecznością. Jest to szczególna norma, rekomendowana przez Komisję Europejską przedsiębiorstwom do wdrożenia społecznej odpowiedzialności, ponieważ nie zawiera wymagań i nie jest przeznaczona do certyfikacji ani do zastosowania w celach regulacyjnych lub związanych z umowami (Jastrzębska, 2022, s. 54).

Z kolei Norma AA 1000 jest standardem narzędziowym, ułatwiającym określenie i ocenę osiągnięcia celów strategicznych i przeprowadzanie audytu do oceny zgodności. Struktura standardu AA 1000 obejmuje trzy części. Pierwsza to założenia ramowe, które zwracają uwagę na podstawowe zasady: zasadę reagowania, zasadę transparentności oraz zasadę zgodności. Druga to norma zapewnienia, która jest wykorzystywana na etapie oceny i zapewnienia jakości oraz wiarygodności. Ostatnia część dotyczy zaangażowania interesariuszy (Adamczyk, 2011, s. 23). Norma AA 1000 stanowi wsparcie dla każdego przedsiębiorstwa, gdyż obszar interesariuszy jest złożony, a pełna ich identyfikacja i uwzględnienie różnych oczekiwań stanowią wyzwanie dla każdej organizacji (Skrzypek, 2015, s. 210).

Norma ISO 14001, obejmuje systemy zarządzania środowiskowego, a także problemy związane z długością cyklu życia produktów, komunikacji oraz skutecznego przywództwa. Ważność tego obszaru wiąże się również z faktem, że zachowanie równowagi środowiska naturalnego tworzy unikatową wartość

społeczno-gospodarczą. Jakość środowiska przekłada się na komfort naszego życia, a dostępność zasobów środowiska naturalnego na rozwój biznesu. Ochrona środowiska musi zajmować zatem specjalne miejsce we wdrażaniu koncepcji społecznej odpowiedzialności biznesu (Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (WE) nr 1221/2009 z 25 listopada 2009 r. w sprawie dobrowolnego udziału organizacji w systemie ekozarządzania i audytu we Wspólnocie (EMAS), uchylające rozporządzenie (WE) nr 761/2001 oraz decyzje Komisji 2001/681/WE i 2006/193/WE).

Najbardziej popularne wytyczne w zakresie raportowania społecznego odszukać można w standardach z zakresu sprawozdawczości, które zawierają ogólne zasady raportowania oraz szczegółowe zalecenia odnośnie zawartości raportu tzw. GRI G.4. – Global Reporting Initiative (GRI). Celem Ramowych Zasad Raportowania GRI jest stworzenie ogólnie przyjętych ram dla raportowania ekonomicznych, środowiskowych oraz społecznych aspektów funkcjonowania organizacji. Form zaprojektowanych do użytku przez organizacje dowolnego rozmiaru, sektora oraz o dowolnej lokalizacji.

U podstaw raportowania CSR leży zaspokajanie potrzeb informacyjnych interesariuszy, a organizacja w ten sposób sygnalizuje swoją otwartość do podjęcia społecznej odpowiedzialności, rozwoju swoich zdolności do słuchania i dialogu z interesariuszami (Wróbel, 2016, s. 85). Do najpopularniejszych narzędzi raportowania CSR, potwierdzających prowadzenie biznesu w sposób odpowiedzialny, można zaliczyć: wytyczne Światowej Inicjatywy Sprawozdawczej (Global Reporting Initiative – GRI), wytyczne OECD dla przedsiębiorstw wielonarodowych, wytyczne UN Global Compact (United Nations Global Compact Principles), zasady odpowiedzialnego inwestowania (Guide to Responsible Investment), normę ISO 26000 w zakresie społecznej odpowiedzialności, normę SA 8000, standardy z serii AA (Adamczyk, 2013, s. 8).

Z przedstawionej analizy prawa międzynarodowego poświęconego społecznej odpowiedzialności biznesu wynika, że istnieje zbiór norm międzynarodowych społecznej odpowiedzialności biznesu. Choć zasadą jest, że prawo międzynarodowe dotyczy relacji między państwami, to normy te wywierają także pośredni skutek na samych przedsiębiorców. Istnieje wiele potencjalnych obszarów działań, które stwarzają pole do włączenia się administracji publicznej w wysiłki na rzecz wdrażania w Polsce zasad społecznej

odpowiedzialności przedsiębiorstw. Pierwsze takie działania administracji na rzecz powołania Zespołu ds. CSR w Ministerstwie Pracy i Polityki Społecznej (obecnie Ministerstwo Rodziny i Polityki Społecznej) miały miejsce w 2004 r.

SPOŁECZNA ODPOWIEDZIALNOŚĆ BIZNESU W PRAKTYCE GOSPODARCZEJ

Według portalu pozytek.gov.pl/spolecznaodpowiedzialnoscbiznesu, ponad 60 % menedżerów największych firm w Polsce zna koncepcję odpowiedzialnego biznesu. W corocznym raporcie *Odpowiedzialny biznes w Polsce*, wydawanym przez Forum Odpowiedzialnego Biznesu, można znaleźć informacje o praktykach CSR stosowanych przez poszczególne firmy. Liczba zgłoszeń tych praktyk do Raportu wynosi rocznie od kilkuset do 2000. Czy jest to dużo? Chyba wciąż jednak nie, skoro liczba firm realizujących dobre praktyki przy współpracy z Forum wynosi zaledwie 700.

Druga kwestia, na którą należy zwrócić uwagę, dotyczy interpretacji – rozumienia – istoty CSR przez przedsiębiorców. Otóż zauważalna jest tu rozbieżność interpretacji, w której pojawia się z jednej strony wymóg zmniejszenia presji na środowisko przyrodnicze oraz stosowania technologii bezpiecznych dla środowiska, w tym alternatywnych źródeł energii, z drugiej natomiast kształtowanie wzajemnie korzystnych relacji ze wszystkimi interesariuszami oraz przestrzeganie norm etycznych w działalności firmy, w tym na przykład regularne i sprawiedliwe wynagradzanie pracowników (Wołowicz, Skrzypek – Ahmed, 2022, s. 61-80). Jeśli traktować rozbieżne kierunki działań w zakresie CSR jako realizację poszczególnych obszarów działań wymienionych w normie ISO 26000, to faktycznie można twierdzić o sukcesie we wdrażaniu CSR w gospodarce. Jednakże autorzy niniejszego tekstu, przeciwnie do opinii wyrażanych we wspomnianych raportach, są ostrożni w formułowaniu pozytywnych wniosków, zwłaszcza jeśli chodzi o rynki lokalne. Badania podstawowe, których wyniki są przedstawione w dalszej części artykułu, świadczą o wciąż niewielkim zasięgu w zakresie praktyki CSR na poziomie lokalnym.

Badania te, dotyczące stosowania zasad społecznej odpowiedzialności biznesu były realizowane w formie pilotażu w latach 2012 – 2018 w województwie lubelskim, a próba objęła ponad 400 firm. Celem ich było stwierdzenie, w jakim stopniu przedsiębiorcy działający na lokalnych rynkach orientują się w wyzwaniach stojących przed firmami, które zamierzają realizować zadania w ramach CSR, oraz czy praktyki CSR wpływają na poprawę konkurencyjności. Badania te wykazały, że świadomość celów CSR na poziomie przedsiębiorstwa jest jednak nadal niska. Większość rozmówców przez pojęcie społecznej odpowiedzialności biznesu rozumie pomoc potrzebującym, która ich zdaniem powinna być jednak realizowana przez państwo i organizacje pozarządowe. Dla części ankietowanych pojęcie CSR kojarzy się z działalnością charytatywną, w tym zwłaszcza w sytuacji jakiegoś zagrożenia, ponadto z zaangażowaniem pracowników firmy w rozwiązywanie problemów społeczności lokalnej, a także z rozwiązywanie problemów firmy w zakresie praw pracowniczych. W rozmowach pojawił się także motyw rozwoju zrównoważonego (recykling, oszczędność energii).

Pomimo stosunkowo niskiej świadomości wyzwań, jakie niesie ze sobą realizacja CSR, blisko połowa respondentów stwierdziła, że w ich przedsiębiorstwach działania na rzecz społecznej odpowiedzialności są realizowane. Dotyczą one, między innymi, wspierania lokalnych akcji kulturalnych (pikniki, wystawy, akademie), udział w akcjach charytatywnych, pomoc dla osób znajdujących się ciężkiej sytuacji, ochrona środowiska i stosowanie norm etycznych biznesu. Jako najczęstszą przyczynę stosowania reguł CSR wskazywano przesłanki etyczne lub chęć wyróżnienia się na rynku.

Co jest szczególnie istotne, to fakt, że zdaniem blisko połowy respondentów działania zgodne z CSR poprawiają wizerunek firm. Podejmowanie tych działań na rzecz mieszkańców danego regionu bądź bliskiego otoczenia firmy jest istotne z punktu widzenia małych i średnich przedsiębiorstw, dla których lokalna społeczność w dużej mierze stanowi grupę docelowych odbiorców.

Wypowiedzi niektórych przedsiębiorców były zaskakujące, np. gdy respondent stwierdził, że przejawem społecznej odpowiedzialności biznesu jest uczciwe płacenie podatków, a inny że jest to tworzenie wspólnoty narodowej, społecznej i pracowniczej. Jeszcze inne stwierdzenia świadczyły o wrażliwości społecznej, jak prowadzenie żłobka nie z chęci zysku, ale z powodu braku żłobka w okolicy.

Śledząc różnorodne wypowiedzi na temat społecznej odpowiedzialności biznesu można zaryzykować stwierdzenie, że różnice w stosowaniu działań na rzecz CSR w znacznym stopniu zależą od lokalizacji przedsiębiorstwa, a więc czy będzie to rynek centralny (wielkomiejski), czy rynek lokalny. W pierwszym przypadku obserwowana działalność w sferze CSR wydaje się szersza, bardziej kompletna. Przykładem może być świadczenie usług prawniczych *pro bono* przez kancelarie prawne oraz indywidualnych prawników przy współpracy organizacji pozarządowych. Przykładem jest firma Clifford Chance, Janicka, Krużewski, Namiotkiewicz i wspólnicy sp. k., która jest warszawskim biurem globalnej sieci Clifford. Jej kierunki CSR są wyznaczane przez wartości, jakie firma zdecydowała się realizować, tj. działania na rzecz środowiska, działania na rzecz wspólnoty, działania na rzecz ludzi (w tym dbałość o własnych pracowników oraz obywateli w ogóle, np. poprzez organizowanie edukacji prawnej dla obywateli). Na podstawie tych wartości warszawskie biuro firmy wypracowało dla warunków lokalnych strategię działań *pro bono*. W jej ramach realizuje misję wspierania rozwoju społeczeństwa obywatelskiego w Polsce. Współpracuje w sposób stały z organizacjami i inicjatywami społecznymi, które podejmują próby przeprowadzania zmian systemowych, oraz wspiera je finansowo. Kancelaria Clifford Chance i Muzeum Historii Żydów Polskich zawarły umowę, której przedmiotem jest świadczenie przez prawników kancelarii nieodpłatnej pomocy prawnej (do 200 godzin rocznie) na rzecz Muzeum. Współpraca ta obejmuje porady z zakresu partnerstwa publiczno-prywatnego, prawa nieruchomości, prawa własności intelektualnej, ochrony danych osobowych oraz prawa pracy. W firmie prężnie działa także wolontariat pracowniczy, do głównych inicjatyw lokalnych zaliczyć można: zainicjowanie i koordynacja zbiórki pieniędzy na rzecz ofiar trzęsienia ziemi na Haiti oraz rekonstrukcji wyspy, pomoc logistyczna przy zorganizowaniu konferencji w szkole wiejskiej w Głotowie, w związku z przyznaną jej nagrodą MEN (na zlecenie Fundacji Talizman), organizacja i przeprowadzenie charytatywnej aukcji sztuki na rzecz Fundacji *Prawo do Pomocy*, zbiórka starych telefonów komórkowych na rzecz Fundacji Rozwoju Kapitału Społecznego oraz zbiórka na rzecz akcji Szlachetna Paczka.

Kolejny przykład szerokiej praktyki CSR prezentuje Deloitte Polska. Jest to grupa spółek zatrudniająca w Polsce łącznie ponad tysiąc osób. Deloitte Polska

jest firmą doradczą, świadczącą usługi profesjonalne w obszarach audytu, doradztwa podatkowego, doradztwa prawnego, konsultingu strategicznego oraz technologicznego, zarządzania ryzykiem i doradztwa finansowego. Deloitte Polska realizuje na poziomie lokalnym globalną strategię CSR firmy Deloitte. Działania te obejmują wszystkie spółki w grupie. Do kluczowych obszarów zaangażowania firmy należą: dzielenie się wiedzą ekspercką z rynkiem (media, klienci, rynek ogólnie) oraz ze studentami (budowanie/kształtowanie społeczności przyszłych liderów biznesu), działania adresowane do pracowników, działania na rzecz rozwijania idei CSR na rynku. Do najważniejszych inicjatyw CSR firmy Deloitte Polska należą: działania adresowane do pracowników, wsparcie aktywności sportowej pracowników, zorganizowanie zbiórki krwi wśród pracowników – promowanie honorowego krwiodawstwa, polityka pracownicza, m.in.: promowanie wśród pracowników filozofii odnoszącej się do wartości firmy, jednakowe traktowanie kobiet i mężczyzn w rozwoju zawodowym, organizowanie szkoleń dla pracowników. Ważną podkreślenia formą CSR jest także współpraca z organizacjami pozarządowymi m.in. Fundacją im. Lesława A. Pagi, której Deloitte jest partnerem przy współfinansowaniu stypendium im. L.A. Pagi, Fundacja Awangarda, zajmująca się promocją sztuki osób z niepełnosprawnością intelektualną. Przed świętami Bożego Narodzenia Deloitte do swoich partnerów oraz klientów wysyła kartki świąteczne wykonane przez podopiecznych Fundacji, wsparcie podopiecznych Domu Dziecka w Warszawie-Białołęce oraz Fundacji Pomocy Dzieciom w Tenczynku (Akcja Wesoły Dzieciak). Deloitte przeprowadza także akcje doraźne, np. wsparcie finansowe powodzian, ofiar trzęsienia ziemi w Japonii. Często działania CSR skierowane są do studentów. W ramach współpracy z uczelniami Deloitte wspiera koła naukowe i prowadzi warsztaty dla studentów (np. Akademia Biznesu, International Student Business Forum). Firma jest obecna podczas targów pracy, organizuje konkursy adresowane do studentów. W ramach tzw. programu partnerstwa wspiera Szkołę Główną Handlową w Warszawie.

ZAKOŃCZENIE

Zdaniem autorów podstawową przesłanką społecznej odpowiedzialności biznesu jest uwzględnianie przy prowadzonej działalności gospodarczej interesów różnych kontrahentów, w szczególności społeczności lokalnych i uczestników społeczeństwa obywatelskiego. Powinno się to wiązać z koniecznością uwzględniania w planach i skutkach swojej inwestycji interesów lokalnej społeczności.

Dokumentem stanowiącym niejako drogowskaz przy realizacji CSR jest norma ISO 26000 i jej kolejne uzupełnienia. Praktyka wykazuje, że poszczególne obszary wymienione w normie są różnie traktowane. W niektórych przypadkach uwaga organizacji skupia się na aspektach środowiskowych, zgodnie z ideą rozwoju zrównoważonego. Nie mniej liczne są działania w obszarze etyki, polegające na przykład na skrupulatnym i uczciwym rozliczaniu się z pracownikami czy wspieraniu zatrudnionych przez rozmaite akcje i fundusze. Te ostatnie działania nie stanowią w rzeczywistości żadnego *novum*. Wiele instytucji dba poprzez fundusze socjalne o wypoczynek pracowników i dostęp do dóbr kultury. Podobnie jest w przypadku etyki: była ona realizowana od dawien dawna, choć oczywiście nie w każdym przypadku. Można więc stwierdzić, że CSR stanowi tu wartościowe, choć *de facto* przypomnienie klasycznych wzorców w zakresie etyki pracy i gospodarowania.

Wyniki badań podstawowych przedstawione w artykule potwierdzają hipotezę, mówiącą o różnicach w stosowanych działaniach, w znacznym stopniu zależnych od skali organizacji czy wielkości oraz lokalizacji danego rynku.

Istotną bolączką jest utrzymujący się brak wiedzy na temat CSR wśród części przedsiębiorców w Polsce, wbrew wynikom raportów centralnych instytucji. Życie gospodarcze kraju skupia się w rękach przeważającej grupy małych i średnich przedsiębiorstw, działających na lokalnych rynkach. Tam właśnie należałoby popularyzować ideę CSR.

BIBLIOGRAFIA/ REFERENCES

- Adamczyk, J. (2011). *Działania normalizacyjne w zakresie społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw*, *Przegląd Organizacji*, nr 7.
- Adamczyk, J. (2013). *Raportowanie społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw*, *Przegląd Organizacji*, nr 4.
- Balcerak, A. (2015). *Metamorfozy modnych koncepcji zarządzania na przykładzie Społecznej Odpowiedzialności Biznesu*, *Organizacja i Kierowanie*, nr 3.
- Chandler, David. (2022). *Strategic Corporate Social Responsibility: Sustainable Value Creation*, SAGE Publications.
- European Commission. (2011). *A renewed EU strategy 2011-14 for Corporate Social Responsibility*, Brussels.
- Jastrzębska, E. (2021). *Społeczna odpowiedzialność biznesu w Polsce w czasie pandemii COVID-19 a cele Zrównoważonego Rozwoju ONZ*, *Annales Universitatis Mariae Curie-Skłodowska*, nr 3.
- Leśna-Wierszołowicz, E. (2016). *Społeczna odpowiedzialność biznesu jako element budowania przewagi konkurencyjnej*, *Studia i Prace WNEiZ US*, nr 43/1.
- Orleańska, D. (2007). SA 8000. Standard Odpowiedzialności społecznej drogą do zrównoważonego rozwoju organizacji, *ABC Jakości*, nr 3/4.
- Raport Społecznej Odpowiedzialności Biznesu Polskiej Korporacji Recyklingu sp. z o.o. 2013-2014*, (2014). Lublin.
- Seppelt, F., Loeffler, K. (1936). *Encyklika Rerum Novarum papieża Leona XIII z 1891 r.*, Poznań.
- Skrzypek, E. (2015). *Społeczna odpowiedzialność – standardy i raportowanie*, *Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu*.
- Urban, W. (2014). *Społeczna odpowiedzialność biznesu w warunkach stosowania Lean Management* [w:] *Innowacje i ryzyko w nowej gospodarce*, red. E. Skrzypek, Wydawnictwo UMCS w Lublinie, Lublin.
- Wołowicz, T., Skrzypek-Ahmed, S. (2022). *The impact of the ethical instruments on the company's social image. A case of British American Tobacco Polska*, [w:] *Theoretical and practical aspects of CSR implementation by foreign investors*, red. J. Gudowski, R. Piasecki, Wyższa Szkoła Ekonomii i Innowacji w Lublinie, Lublin.
- Wróbel, M. (2016). *Raportowanie społecznej odpowiedzialności w Polsce w świetle unormowań Dyrektywy Parlamentu Europejskiego i Rady 2014/95/UE*, *Zeszyty Naukowe WSH Zarządzanie*, nr 4.

ŹRÓDŁA INTERNETOWE

- Forum Odpowiedzialnego Biznesu, *Raport Odpowiedzialny biznes w Polsce 2020. Dobre praktyki*, www.odpowiedzialnybiznes.pl, data dostępu: 15.03.2022 r.
- <https://www.cauxroundtable.org/>, data dostępu: 01.03.2022 r.
- <https://www.pkn.pl/informacje/2013/09/iso-26000>, data dostępu: 10.03.2022 r.
- <http://www.dialog.gov.pl/dialog-miedzynarodowy/spoleczna-odpowiedzialnosc-przedsiębiorstw-csr/zespol-ds-csr/>, data dostępu: 15.03.2022 r.