

# Maciej Kozakiewicz

---

## Wkład biznesu i organizacji pozarządowych na rzecz społecznej odpowiedzialności biznesu w Polsce

---

Annales. Etyka w życiu gospodarczym 8/1, 379-387

---

2005

Artykuł został opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej [bazhum.muzhp.pl](http://bazhum.muzhp.pl), gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach  
dozwolonego użytku.

Maciej Kozakiewicz  
Uniwersytetu Łódzkiego  
e-mail: maciejko@uni.lodz.pl

## **Wkład biznesu i organizacji pozarządowych na rzecz społecznej odpowiedzialności biznesu w Polsce**

Teza: polskie organizacje pozarządowe, upowszechniając ideę odpowiedzialności biznesu w Polsce udowodniły, że sektor pozarządowy stanowi ważną i kluczową rolę w kształtowaniu postaw obywatelskich w społeczeństwie.

### **1. Uwagi wstępne**

Trzy sektory państwo, biznes i organizacje pozarządowe muszą ponownie, na początku XXI wieku, zdefiniować swoją tożsamość i wspierać się nawzajem w celu sprostania nadchodzącym wyzwaniom. W Polsce rola sektora pozarządowego wciąż jest niedostrzegana i marginalizowana przez administrację publiczną, biznes i samych obywateli. Jak już po kilkunastu latach ustroju wolnorynkowego wprowadza się prawodawstwo przyjazne dla rozwoju sektora (możliwość przekazania 1% swojego podatku na wybraną organizację), to tak, że obywatele muszą sami się o tej możliwości dowiadywać, a służby skarbowe mają pole do różnych interpretacji<sup>1</sup>.

Jednak zrozumienie przydatności sektora organizacji pozarządowych powinno się z każdym rokiem zwiększać. Tym bardziej, że wiele wskazuje na to (postępujący proces reengineeringu w sektorze produkcji usług), iż Jeremy Rifkin<sup>2</sup> w swojej słynnej publikacji „The End of Work” się nie myli i to właśnie ten sektor będzie się rozwijał najbardziej dynamicznie i zagospodaruje nadmiar rąk chętnych do pracy (wolontariat, praca w niepełnym wymiarze), służąc jednocześnie rozwiązywaniu negatywnych aspektów globalizacji w sferze pracy.

W tym artykule chciałbym się skoncentrować na dorobku sektora organizacji pozarządowych (non profit) w obszarze upowszechniania idei odpowiedzialności biznesu w Polsce. Dorobek kilku opisywanych w dalszej części organizacji, w zestawieniu z działaniami biznesu i administracji publicznej) wydaje się być doskonałym przykładem na mobilność, rzutkość i użyteczność sektora w obszarach wrażliwych społecznie. Oczywiście bez pozytywnych przykładów płynących z wielu firm nie byłoby tego dorobku, ale pamiętajmy też o tym, że wiele działań odpowiedzialnych biznesowo dużych firm wywołanych jest rów-

---

<sup>1</sup> W marcu i kwietniu 2004 w mediach drukowanych i elektronicznych ukazało się wiele komentarzy i artykułów na ten temat, m.in. w Gazecie Wyborczej.

<sup>2</sup> J. Rifkin, *Koniec pracy*, Wydawnictwo Dolnośląskie, Wrocław 2001.

niez nasilającą się krytyką ruchów obrońców praw człowieka, środowiska, konsumenckich, których znaczenie i rola w tworzeniu prawodawstwa oraz dobrowolnych standardów korporacyjnych jest wiodąca.

W mojej ocenie najmniejszy wkład, spośród trzech omawianych sektorów, w promowaniu CSR (*corporate social responsibility*) w Polsce wniosła dotychczas strona rządowa. Jednak wynika to z definicji, gdyż struktury administracyjne są najmniej elastyczne i mobilne. Należy pamiętać o tym, że poprzez swoje ustawodawstwo rząd może stymulować klimat dla zdrowej przedsiębiorczości; w spółkach kontrolowanych przez rząd można kreować postawy wzorcowe dla biznesu. Zresztą spółki z udziałem skarbu państwa (Elektrownia Opole, Elektrownia Łaziska) należą do jednych z pierwszych firm w Polsce, które wprowadziły standard SA 8000 (społecznej odpowiedzialności)<sup>3</sup>.

## 2. Funkcje społeczeństwa obywatelskiego w demokratycznym państwie

Praktyka sprawowania władzy w państwach Zachodu waha się między dwoma biegunami polityki społecznej. Na jednym krańcu znajduje się model „państwa minimalnego” – chroniącego uznane za przyrodzone człowiekowi prawo do życia, wolności i własności oraz prawo do obrony tych praw przy zachowaniu jak najniższych podatków, podczas gdy życie społeczne i gospodarcze podlega grze sił rynkowych. Z drugiej strony popularna jest wizja „państwa opiekuńczego” – wyrastającego z założeń, że gospodarka rynkowa nie jest w stanie zaspokoić potrzeb wszystkich członków społeczeństwa, a państwo ma dbać nie tylko o bezpieczeństwo fizyczne, ale też o zdrowie, dobrobyt i edukację społeczeństwa jako całości i wszystkich jego członków osobno. W państwach Unii Europejskiej realizowane są modele polityki społecznej bliższe idei państwa opiekuńczego, w Stanach Zjednoczonych zaś bliższe są państwa minimalnego. Co ciekawe mimo, że koncepcja CSR wywodzi się z USA, gdzie państwa w gospodarce jest wyraźnie mniej, również znajduje się dla niej znaczące miejsce w polityce Komisji Europejskiej, mimo istniejącego silnego wsparcia socjalnego państwa oraz obecności w gospodarce. Wydaje się, że żadna z dotychczas funkcjonujących odmian narodowych gospodarki kapitalistycznej (wolnorynkowej), nie jest w stanie rozwiązać problemów ubóstwa, rozwarstwienia, bezpieczeństwa publicznego, zanieczyszczenia środowiska.

Z perspektywy kilkudziesięciu lat funkcjonowania kapitalizmu na świecie nie ulega wątpliwości, że jednym z najważniejszych przejawów demokratyzacji życia publicznego jest wzrastająca aktywność obywateli i ich udział w rozwiązywaniu problemów społecznych. Jednocześnie społeczeństwo obywatelskie stanowi nieodzowną część dobrze działającej demokracji. Cechą dojrzałych demokracji jest dobrowolna aktywność obywateli w rozwiązywaniu problemów, które oni sami uznają za uciążliwe dla swoich społeczności lub w osiąganiu celów, które uważają za ważne dla dobra publicznego. Ochotnicza działalność obywateli na rzecz dobra publicznego ma dla funkcjonowania ustroju demokratycznego podwójne znaczenie: po pierwsze – praktyczne, ponieważ służy polepszeniu różnych aspektów życia społecznego i indywidualnego; po drugie – systemowe, ponieważ urzeczy-

---

<sup>3</sup> Materiały informacyjne Elektrowni Opole oraz Elektrowni Łaziska.

wistnia demokratyczne prawa obywateli do stanowienia o własnych losach nie tylko „od wyborów do wyborów”<sup>4</sup>.

Według Weigle'a i Butterfielda społeczeństwo obywatelskie jest „*niezależną samoorganizacją społeczeństwa, którego członkowie dobrowolnie biorą udział w osiągnięciu indywidualnego, grupowego lub też narodowego celu w kontekście prawnie ustalonych stosunków między państwem a społeczeństwem obywatelskim*”<sup>5</sup>. Formy organizacyjne społeczeństwa obywatelskiego mieszczą się między organizacjami pozarządowymi, nie mającymi charakteru zarobkowego i ukierunkowanego na różne cele o charakterze ogólnym, do grup nacisku o wyraźnie sprecyzowanych interesach.

Współcześnie rola sektora pozarządowego, również w Polsce została już dość dobrze rozpoznana i zdefiniowana. Sektor ten jest niezwykle zróżnicowany w przejawach i relacjach z instytucjami państwa, stanowiąc jednocześnie najpełniejszy wyraz społeczeństwa obywatelskiego, bowiem:

- tworzą go organizacje nie nastawione na zysk,
- stworzone w oparciu o dobrowolne postanowienia,
- będące w stanie podejmować decyzje we własnych sprawach,
- niezależnie od władz sektora publicznego<sup>6</sup>.

Jednym z mechanizmów pokonywania niedoskonałości gospodarki rynkowej, obok interwencjonizmu państwa, staje się aktywność sektora organizacji pozarządowych. Pozwala to grupom osób złączyć środki w celu tworzenia dobra zbiorowego według ich wspólnego życzenia. Nie powinno zatem dziwić, że od początku lat 80-tych wśród ważniejszych aktywności tego sektora pojawiła się również problemy, konsumenckie, ochrona środowiska, praw człowieka, czy ostatnio negatywnych skutków globalizacji oraz odpowiedzialności korporacji. Wszystkie te problemy mają bowiem wymierny wpływ na jakość życia obywateli.

Organizacje pozarządowe odgrywają znaczną rolę w upowszechnianiu zasadniczych wartości społecznych: wolności, pluralizmu i solidarności. Większość reform w amerykańskim społeczeństwie została zainicjowana w ramach sektora pozarządowego. Gdy przyglądamy się dynamice wzrostu zainteresowania problematyką corporate social responsibility w Polsce, też jesteśmy w stanie wysnuć wnioski, że swą popularność w ostatnich trzech latach zawdzięcza intensywnym programom edukacyjnym zainicjowanym przez kilka organizacji non profit.

Relacje między państwem a społeczeństwem obywatelskim mają złożony charakter. Nie jest łatwo precyzyjnie wyznaczyć pole działania sektora pozarządowego, ani określić charakter działających w nim organizacji, gdyż są one różne i uzależnione od tradycji poszczególnych krajów. Jednak liczby wskazujące na rozwój sektora pozarządowego są imponujące. Przy udziale w wysokości 4–5% w tworzeniu produktu krajowego brutto, sektor ten stanowi potężny element ekonomiczny w Unii Europejskiej. Liczby te są znaczące tym bardziej, że pracy milionów wolontariuszy nie przekłada się na „produktywny” udział społeczny i nie wlicza do produktu krajowego brutto. Jedno na osiem miejsc pracy we Francji, Niemczech lub Wielkiej Brytanii powstaje w obrębie tego sektora. Obliczono, że gdyby

---

<sup>4</sup> J. Szmagałski, *Trzeci sektor, organizacje pozarządowe, non-profit?* [w:] *Miejsce dla każdego*, Fundusz Współpracy Program Phare Dialog Społeczny – NGOs, Warszawa 1996, s. 10.

<sup>5</sup> D. Cahalen, *A Place to Stand: Social Movements and Civil Society in Poland*, “Polish Sociological Review” 1994, No. 3'94 Letter Quality, s. 32.

<sup>6</sup> Taka definicja znajduje się w materiale rządowym „*Organizacje pozarządowe partnerem samorządu terytorialnego. Zaproszenie do współpracy*”, Warszawa 1998.

brytyjskie organizacje pozarządowe przestały wykonywać swe zadania, rząd musiałby podnieść podatki o 12%<sup>7</sup>. Nie obliczono jeszcze ile zaoszczędził polski rząd na działaniach promujących odpowiednie postawy wśród polskich przedsiębiorstw, ale niewątpliwe korzyści z takich działań są i będą odczuwalne społecznie.

### 3. Wkład pozarządowych organizacji w rozwój idei CSR w Polsce

W Polsce istotną rolę i mobilność organizacji pozarządowych zaobserwować można wyraźnie chociażby na przykładzie promocji idei społecznej odpowiedzialności biznesu (corporate social responsibility – CSR). Pierwsze inicjatywy propagujące tę problematykę przygotowane zostały przez studenckie stowarzyszenie AIESEC oraz fundację Forum Liderów Biznesu Księcia Walii w połowie lat 90-tych poprzedniej dekady. Została wtedy wydana publikacja w języku polskim i angielskim opisująca koncepcję i wynikającą z niej korzyści, zostały zorganizowane warsztaty dla studentów i możliwość wyjazdu studialnego do Anglii. Z czasem problematyką zajęły się inne organizacje – powstałe po roku 1998 – takie jak Akademia Rozwoju Filantropii, Fundacja Komunikacji Społecznej czy Forum Odpowiedzialnego Biznesu. Wszystkie te organizacje uruchomiły wiele programów edukacyjnych oraz lobbingsowych a dzięki umiejętności pozyskania środków z zagranicy oraz krajowych źródeł publicznych i biznesowych przyczyniły się do stworzenia klimatu dla odpowiednich, etycznych zachowań polskiego biznesu, które służą rozwojowi całego społeczeństwa.

#### Wybrane działania Międzynarodowego Forum Biznesu Liderów Księcia Walii (IBLF)

Problematykę CSR wprowadziło niewątpliwie do Polski Międzynarodowe Forum Liderów Biznesu Księcia Walii (IBLF). Jest to międzynarodowa organizacja pozarządowa z siedzibą w Wielkiej Brytanii. W Polsce swoją działalność IBLF rozpoczął w 1993 roku, a zatem działa już ponad dziesięć lat. Forum wydało dotychczas w Polsce trzy raporty na temat korupcji w polskim biznesie: „**Rozwiązywanie problemu łapownictwa i korupcji**”, „**Podejście do korupcji w polskim biznesie – badanie 2002**” oraz „**Opinie polskiego biznesu na temat korupcji 2003**”. Celem przeprowadzonych przez IBLF w Polsce badań było poznanie opinii polskiego biznesu na temat korupcji, wykrycie jej wpływu na działania operacyjne firm oraz sprawdzenie przygotowania polskiego biznesu do rozwiązywania problemów korupcyjnych. Z ostatniego raportu opublikowanego w 2004 roku wynika, że: *„...Około 70 procent polskich przedsiębiorców uważa, że życie gospodarcze w Polsce jest bardziej skorumpowane niż w krajach Unii Europejskiej, podczas gdy 46 z tej grupy twierdzi, że Polska jest krajem znacznie bardziej skorumpowanym niż kraje obecnej piętnastki. Oznacza to sześciostopniowy wzrost w porównaniu z 8 procentami badanych, którzy odpowiedzieli na pytanie w taki sam sposób 12 miesięcy temu. Nieliczne firmy wprowadzają do polityki HR wspieranie nadzoru korporacyjnego. Mniej niż połowa ankietowanych firm*

---

<sup>7</sup> E. Kemp, *Polskie fundacje i stowarzyszenia w perspektywie europejskiej*, [w:] *Miejsce dla każdego*, Fundusz Współpracy Program Phare Dialog Społeczny – NGOs, Warszawa 1996, s. 27.

umieściła w umowach o pracę zakaz praktyk korupcyjnych. Jedynie 28 procent badanych organizacji przyznało, że prowadzi politykę ochrony „whistleblowers”! Co więcej, prawie dwie trzecie polskich firm nie zatrudnia nikogo, kto byłby odpowiedzialny za nadzór korporacyjny<sup>8</sup>. Warto tu zaznaczyć, że problemem korupcji w Polsce zajęła się jeszcze Fundacja Bato-rego. Polski rząd i same firmy nie wykazują determinacji w rozwiązaniu tego problemu.

## Wybrane działania Akademii Rozwoju Filantropii

Stowarzyszenie Akademia Rozwoju Filantropii w Polsce powstało w 1998 roku. Jest to największa w Polsce (blisko 7 mln złotych przekazanych w formie grantów i stypendiów)<sup>9</sup> organizacja promująca zaangażowanie społeczne przedsiębiorstw i filantropię. Prowadzi bardzo dużo programów, z których najbardziej znane to: Działaj lokalnie, Fabryka inicjatyw, Lokalne Organizacje Filantropijne, czy konkurs dla przedsiębiorstw Dobroczynca Roku. Konkurs jest największym programem promującym dobroczynność i społeczne zaangażowanie firm w Polsce. Celem konkursu jest nagradzanie dobroczynności przedsiębiorców, popularyzowanie skutecznych form współpracy organizacji społecznych z firmami, akcji i programów charytatywnych, wolontariatu, aktywności obywatelskiej społeczeństwa. Odbyło się już 7 edycji konkursu od 1997 roku.

Do 2001 roku, gdy konkurs obchodził pięćlecie zgłoszono do niego ponad 1.800 firm wspierających cele społeczne. Od 1997 do 2001 roku Kapituła Konkursu nadała tytuły „Dobroczynca Roku” 81 firmom. Ponad 30 różnych instytucji przyłączyło się do koalicji na rzecz organizacji Konkursu, a 24 patronów medialnych pomagało w promocji idei prospołecznego zaangażowania firm w Polsce. W edycji Konkursu w 2003 roku wyróżnione zostały w pięciu kategoriach następujące firmy: MASTERFOODS Polska z Sochaczewa, BANK SPÓŁDZIELCZY w Krokowej, BP Polska, SANPLAST ze Strzelna, WOKO Materiały Budowlane z Chorzowa, FUNDACJA DOBROCZYNNOSCI ATLAS<sup>10</sup>.

Akademia prowadzi również serwis Vademecum Dobroczyńcy skierowane do małych i średnich przedsiębiorstw. Eksperti Akademii Rozwoju Filantropii w Polsce oferują konsultacje, oparte o wnikliwą analizę potrzeb i możliwości firmy w zakresie zaangażowania społecznego. Akademia wydała również w 2004 roku poradnik „Przedsiębiorca w krainie działań społecznych”. W zależności od doświadczenia firmy konsultacje mogą polegać na pomocy w znalezieniu partnera realizacji programu, analizie potrzeb, dostosowania metod zaangażowania społecznego do misji firmy, bądź tworzeniu strategii działań prospołecznych firmy<sup>11</sup>.

## Wybrane działania Fundacji Komunikacji Społecznej

Misją, powstałej w 1998 roku, Fundacji Komunikacji Społecznej jest wspieranie rozwoju społeczeństwa obywatelskiego oraz stymulowanie demokratycznych zmian społecz-

---

<sup>8</sup> Aktualności na stronie internetowej [www.iblf.pl](http://www.iblf.pl).

<sup>9</sup> Materiały informacyjne Akademii Rozwoju Filantropii.

<sup>10</sup> Folder wydany z okazji konkursu w 2003 roku przez Akademię Rozwoju Filantropii.

<sup>11</sup> Materiały informacyjne Akademii Rozwoju Filantropii.

nych poprzez udostępnienie użytecznym inicjatywom i organizacjom społecznym narzędzi marketingu, PR i reklamy.

Pierwsze badania dotyczące reklamy społecznej zostały przeprowadzone z inicjatywy Fundacji przez Instytut badawczy GfK Polonia oraz dr Dominikę Maison z Wydziału Psychologii UW. Zbadana została skuteczność kampanii „Młodzi kierowcy” zrealizowanej przez agencję reklamy zewnętrznej Cityboard Media (link: [www.cityboard.pl](http://www.cityboard.pl)) w sierpniu 1999 roku.

Obecnie badania FKS prowadzone są w ramach Europejskiego Instytutu Marketingu Społecznego, który jest jednym z trzech programów Fundacji. W 2001 roku zostały przeprowadzone 3 badania fokusowe w celu dokonania oceny projektów reklam społecznych, przygotowanych do kampanii współtworzonych przez Fundację Komunikacji Społecznej. Wymierny wkład do problematyki CSR w Polsce fundacja wniosła poprzez realizację badań „Postawy wobec społecznej odpowiedzialności biznesu Polsce”. Celem badania było określenie jak ludzie definiują społecznie odpowiedzialne zachowania firm, oczekiwań przedsiębiorstw w zakresie CSR, kierunku działań w zakresie informowania o społecznie odpowiedzialnych zachowaniach przedsiębiorstw?

Według autorów badań „Postawy wobec społecznej odpowiedzialności biznesu” uzyskane wyniki badania ankietowego wskazują że „...Polacy oceniają przedsiębiorstwa głównie na podstawie jakości ich produktów oraz sposobu, w jaki traktują swoich pracowników i kooperantów. Relatywnie często jako kryterium oceny wymieniano także jakość obsługi klientów oraz uczciwość w informowaniu o swoich produktach i działalności. Etyczne i odpowiedzialne postępowanie, zaangażowanie działalność społeczna i charytatywna czy sposób postępowania firmy odniesieniu do środowiska naturalnego są uznawane za zagadnienia o drugorzędnym znaczeniu.

*Firmy są więc postrzegane przede wszystkim poprzez pryzmat podstawowych, codziennych ról – roli klienta, który chce kupić dobry produkt i być dobrze obsłużony, czy roli pracownika, który chce by go odpowiednio traktowano i uczciwie wynagradzano*<sup>12</sup>.

Autorzy oceniali w oparciu o pytanie: kiedy wypowiedzi Pani dobrą lub złą opinię o jakiejś firmie, to która z kwestii na tej liście ma największe znaczenie? A które kwestie są szczególnie ważne? Respondenci wskazali na pierwszym miejscu jakość wyrobów lub usług (odpowiednio 27%, 41%), sposób traktowania pracowników i dostawców (29% oraz 34%), jakość obsługi klientów (8%, 42%). Na drugim biegunie reputacja firmy w społeczeństwie (3% oraz 18%), sposób postępowania wobec środowiska naturalnego (1% oraz 20%) i na ostatnim miejscu wspieranie organizacji charytatywnych i społeczności lokalnych (3% oraz 18%). Podobną opinię mieli badani liderzy opinii. Uważali oni za najważniejsze: rzetelność, kondycję finansową, pozycję rynkową, długą tradycję.

## Wybrane działania Forum Odpowiedzialnego Biznesu (FOB)

Sukces FOB jest dość spektakularny, ale jednocześnie wskazuje na dobre wyczucie oczekiwań społecznych przez środowiska pozarządowe. Forum Odpowiedzialnego Biznesu jest pierwszą i jedyną organizacją w Polsce, która zajmuje się ideą odpowiedzialnego biz-

---

<sup>12</sup> A. Stafiej, *Raport z badań. Postawy wobec społecznej odpowiedzialności biznesu w Polsce*, Fundacja Komunikacji Społecznej, Warszawa 2003, s. 18.

nesu w kompleksowy sposób. Forum powstało w 1999 roku dzięki wsparciu merytorycznym i finansowym kilku firm międzynarodowych działających w Polsce (ABB, BP, Johnson&Johnson). Obecnie Forum ma 13 Partnerów Strategicznych, w oparciu o doświadczenia i dorobek których promowana jest w Polsce idea odpowiedzialnego biznesu: 3M, ABB, BP, DaimlerChrysler, Johnson&Johnson, Nestle, NovoNordisk, PricewaterhouseCoopers, Spedpol, Provident Polska, Danone, Shell i PKN Orlen.

Od 2002 roku Forum należy do sieci europejskich organizacji zajmujących się CSR prowadzonej pod egidą CSR Europe, organizacji, która rozwija odpowiedzialny biznes na poziomie europejskim. Tym samym jako pierwsza organizacja spoza UE Forum zostało jej narodowym partnerem.

Forum stworzyło m.in. portal edukacyjny dla środowisk biznesu oraz dziennikarzy i naukowców, spotkania w ramach Klubu Odpowiedzialnego Biznesu, szereg konferencji, podstawową edukację w kręgach rządowych oraz wydało kilka ważnych raportów: Raport Odpowiedzialny Biznes w Polsce w 2002 roku; „RESPO” – Magazyn Odpowiedzialnego Biznesu, Menedżerowie 500 i Odpowiedzialny Biznes – wiedza, postawy, praktyka.

Raporty są ważnym źródłem informacji o postępach upowszechniania się wśród polskich przedsiębiorstw idei CSR. Z raportu „Odpowiedzialny biznes w Polsce w 2003r. 100 dobrych przykładów” dowiadujemy się, że: „Rok 2003 upłynął w odpowiedzialnym biznesie pod znakiem:

1. **Zdobywania wiedzy** (wyniki badań dotyczące wzajemnych relacji biznesu i społeczeństwa prowadzone m.in. przez: Fundację Komunikacji Społecznej, Instytut Spraw Publicznych, Centrum Etyki Biznesu, Forum Odpowiedzialnego Biznesu, Fundację im. S. Batorego, Instytut Badań nad Gospodarką Rynkową, Deloitte Polska).
2. **Otwartych dyskusji i nowych rozwiązań wewnątrz branż:** spotkania i konferencje z udziałem kadry kierowniczej największych przedsiębiorstw, świata akademickiego i ekspertów, dyskusje branżowe dotyczące zasad etyki i odpowiedzialności społecznej (IT, energetyka, koncerny farmaceutyczne, tytoniowe, paliwowe).
3. **Doskonalenia systemów zarządzania:** wprowadzanie standardów społecznej odpowiedzialności: AA1000 (British American Tobacco), SA8000 (Thomson Żyrardów, Elektrownia Łaziska), Raport CSR (PKN Orlen), Kodeksy etyczne (PTK Centertel, TP S.A.), Rada Etyki (ABB).
4. **Rozwijania programów współpracy:** partnerska współpraca z organizacjami pozarządowymi w ramach istniejących i nowych programów na rzecz wspierania społeczności najbardziej potrzebujących (Danone i Polska Akcja Humanitarna, PTC i Akademia Rozwoju Filantropii w Polsce, PKN Orlen i UNDP, BP Polska i Pola Nadziei, Partnerstwo dla Środowiska, Spedpol i Fundacja Robinson Crusoe, DaimlerChrysler i Ministerstwo Zdrowia „Zapnij dziecko”, Provident Polska i Lokalne szkoły „Trampolina”, Johnson&Johnson i Wspólna Droga).
5. **Rozpoczęcia działalności Rządu i Sejmu RP** w zakresie: Polityki Ekologicznej Państwa, Polityki konsumenckiej, Strategii polskiej współpracy na rzecz rozwoju.
6. **Otwarcia na Unię Europejską:** udział przedstawicieli wielu organizacji i firm w wydarzeniach europejskich, a także udział przedstawicieli Komisji Europejskiej, ekspertów w programach CSR w Polsce m in.: Kampania Odpowiedzialnego Biznesu Szczyt Europejski na temat CSR w Wenecji.
7. **Zwiększania presji ze strony konsumentów:** Kampania Odpowiedzialnego Konsumenta, Akcja „Czysty Punkt”, Stowarzyszenie Sprawiedliwego Handlu.



8. **Aktywności mediów:** coraz większa liczba artykułów podejmujących problem wzajemnych relacji biznes – społeczeństwo w kontekście zasad odpowiedzialności społecznej oraz analiza publikacji CSR ukazujących się na polskim rynku wydawniczym (prowadzona przez Instytut Monitorowania Mediów).

Wydana przez Forum w 2002 roku książka pt.: „Więcej niż zysk czyli odpowiedzialny biznes” (red. B. Rok) przedstawia najważniejsze strategie i standardy odpowiedzialnego biznesu, które powstały w Stanach Zjednoczonych i w państwach Unii Europejskiej, a także doświadczenia zdobywane przez firmy w Polsce i stanowi pierwsze w Polsce kompleksowe opracowanie na ten temat.

## 7. Wnioski końcowe

Te cztery różne przykłady aktywności pozarządowych organizacji w upowszechnianiu odpowiedzialnych postaw w środowiskach polskiego biznesu nie wyczerpują całego wachlarza prowadzonych już obecnie przez nie działań. Jednak i tak ich dorobek jest bardzo wymierny. Organizacje te:

- stworzyły lub wyprodukowały narzędzia edukacyjne: podręczniki, poradniki, portal internetowy, oferta konsultingowa, studia przypadków;
- przeprowadziły badania;
- zorganizowały szkolenia dla przedsiębiorców, dziennikarzy i urzędników;
- stworzyły odpowiedni klimat w mediach i opinii publicznej;
- zmobilizowały przedsiębiorstwa różnej wielkości do pokazania swoich dobrych praktyk;
- zgromadziły zasób wiedzy dla zainteresowanych rozwojem w tym obszarze.

Co ważne działania te były finansowane głównie ze źródeł prywatnych, które organizacje potrafiły pozyskać od firm lub fundacji zagranicznych. Sponsorem większości działań Forum Odpowiedzialnego Biznesu jest kilka dużych korporacji: 3M, ABB, BP, Daimler-Chrysler, Johnson&Johnson, Nestle, NovoNordisk, PricewaterhouseCoopers, Spedpol, Provident Polska, Danone, Shell i PKN Orlen, a Akademii Rozwoju Filantropii wiele znaczących funduszy: Fundacja im. Stefana Batorego, Polsko-Amerykańska Fundacja Wolności, The C.S.Mott Foundation, Ford Foundation, Citigroup, Rockefeller Brothers Fund

i inne<sup>13</sup>. Dzięki temu wiele z działań organizacji jest bezpłatnych i dostępnych praktycznie dla wszystkich zainteresowanych. A w polskich warunkach jest to z pewnością ważne.

Na pierwszych spotkaniach z przedsiębiorcami w ostatnich latach często można było usłyszeć słowa, iż *polских przedsiębiorców nie stać na odpowiedzialność i etykę, że najpierw zarabia się na mercedasa i willę, a później dopiero kupuje obrazy*<sup>14</sup>. Stan świadomości o roli firm wydawał się bliski myśleniu kapitalistów z lat 60. i 70. Praktycznie w latach 90. żadna organizacja biznesowa (BCC, PKPP, KIG) nie uruchomiła własnego programu promującego CSR. W otoczeniu Krajowej Izby Gospodarczej powstał konkurs „Przedsiębiorstwo Fair Play”, ale początkowo nie zawierał zbyt wielu aspektów problematyki społecznej, a kładł nacisk na problem rzetelności kupieckiej, terminowej wypłacalności zobo-

---

<sup>13</sup> Raport z działalności akademii rozwoju filantropii w Polsce, kwiecień 1998–lipiec 2001, Akademia Rozwoju Filantropii, Warszawa 2001, s. 36–37.

<sup>14</sup> Rozmowa autora z jednym z dyrektorów Business Center Club.

wiązań. Dopiero intensywne działania czterech opisywanych organizacji sprawiły, że środowiska opiniotwórcze w Polsce dostrzegły wagę problematyki i nauczyły się o niej mówić.

Polski rząd, jak wspominałem na wstępie, nie odegrał dotychczas znaczącej roli we wspieraniu idei. Odbyło się kilka konferencji w Ministerstwie Pracy, Ministerstwie Środowiska, Ministerstwie Gospodarki, Parlamencie, ale przecież nie można ich uznać za skuteczne i przełomowe. Mimo wszystko już coraz bliższe wydaje się powołanie przy ministerstwie pracy Narodowej Rady Społecznej Odpowiedzialności Biznesu<sup>15</sup>. Może z czasem zostanie nawet powołany, podobnie jak w Wielkiej Brytanii, specjalny minister odpowiadający za zagadnienia CSR.

W raporcie Forum Odpowiedzialnego Biznesu z 2003 roku możemy przeczytać: „Jeszcze w roku 1998, w badaniach „Etyka w polskiej gospodarce”, prowadzonych przez prof. Annę Lewicką-Strzałecką, 93% respondentów odpowiadało, że głównym zadaniem przedsiębiorstwa jest przynoszenie zysku. W roku 2003, przynoszenie zysku spadło na 8. Miejsce w rankingu ważności zadań przedsiębiorstwa<sup>16</sup>. Z kolei z badań „Menedżerowie 500 i odpowiedzialny biznes”<sup>17</sup> przeprowadzonych w październiku 2003 r. przez Forum zaskakująco 99% menedżerów największych polskich firm wskazuje, że jest ważne lub bardzo ważne, aby ich firma kierowała się zasadami etycznymi w biznesie.

Zaryzykuję stwierdzenie, że wynik tych badań, to w przeważającej mierze zasługa opisywanych organizacji. Wydaje się, że rola organizacji pozarządowych w upowszechnieniu i zachęceniu biznesu do postaw etycznych i odpowiedzialnych była bardzo duża. Na omawianych przykładach chciałem udowodnić, że państwo byłoby uboższe bez aktywności obywatelskiej, która nie kierując się zyskiem, a jednocześnie będąc najbliższą ludzkich spraw, często wyręcza administrację publiczną w rozwiązywaniu problemów społecznych, realizując zadania, które dla biznesu są nieopłacalne ekonomicznie.

## **Business and Non-Governmental Organisations for the Idea of Corporate Social Responsibility**

### **Summary**

Thesis: Polish non-governmental organisations prove a very important role by promoting CSR conception in Poland and creating public participation.

Three sectors – government, business and non governmental organisations – must rebuild their roles for cooperations and solve social and economical problems of the twenty-first century. One of the best example for usefulness of non-profit sector in Poland for development of democracy is CSR. NGOs in Poland created a positive climate for CSR idea for business, government and mass media in the last five years. The key role was played by: International Business Leaders Forum, Forum for Social Responsibility, Academy of Philanthropy in Poland and The Foundation for Social Communication.

In author's opinion these four NGOs laid the foundations for the CSR concept in Poland by creating tools, monitoring the CSR market, raising awareness, supporting education and international co-operation.

---

<sup>15</sup> Wywiad z Prezesem Forum Odpowiedzialnego Biznesu na portalu [www.ngo.pl](http://www.ngo.pl) w dniu 31 III 2004 r.

<sup>16</sup> B. Rok, CSR wchodzi na salony, [w:] Raport: Odpowiedzialny biznes w Polsce, 100 dobrych przykładów, Forum Odpowiedzialnego Biznesu, Warszawa 2004, s. 5.

<sup>17</sup> *Menedżerowie 500 i odpowiedzialny biznes*, Forum Odpowiedzialnego Biznesu, Warszawa 2003, s. 5.