

Małgorzata Lotko

Spółeczna odpowiedzialność biznesu (CSR) : aktualny stan normalizacji

Ekonomiczne Problemy Usług nr 74, 709-719

2011

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, gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

dr MAŁGORZATA LOTKO
Politechnika Radomska

SPOŁECZNA ODPOWIEDZIALNOŚĆ BIZNESU (CSR) – AKTUALNY STAN NORMALIZACJI

Streszczenie

Spoleczna odpowiedzialność biznesu jest strategią zarządzania organizacją, która poprzez prowadzenie dialogu społecznego przyczynia się do wzrostu konkurencyjności przedsiębiorstw na poziomie globalnym oraz do realizacji założeń zrównoważonego rozwoju. W artykule zaprezentowano ewolucję idei społecznej odpowiedzialności biznesu oraz okoliczności powstania normy ISO 26000. Omówiono także skrótowo jej zawartość i potencjał dla usystematyzowania działań organizacji w omawianym zakresie oraz praktycznej realizacji idei zrównoważonego rozwoju.

Wstęp

Współcześnie w wielu organizacjach można zaobserwować wzrost zainteresowania zagadnieniami z zakresu społecznej odpowiedzialności biznesu (*Corporate Social Responsibility* – CSR). Zgodnie z tą koncepcją w organizacjach podejmowane są działania zmierzające do tego, aby dbałość o interesy ekonomiczne powiązana była z dbałością o przestrzeganie etycznych zasad odpowiedzialności względem społeczeństwa i środowiska naturalnego¹.

Przedsiębiorstwo poza realizacją podstawowych działań ekonomicznych, powinno realizować programy społeczne ze szczególnym uwzględnieniem działań ekologicznych. Kierownictwo organizacji powinno mieć także świadomość odpowiedzialności za postęp cywilizacyjny i związane z nim coraz częściej dostrzegane efekty uboczne. Społeczna odpowiedzialność biznesu przyczynia się do harmonijnego rozwoju całej gospodarki narodowej z uwzględnieniem związków biznesu z etyką, środowiskiem naturalnym i poszanowaniem zespołu

¹ B.R. Kuc, *Od zarządzania do przywództwa*, Wyd. Menedżerskie PTM, Warszawa 2004.

pracowników – zbiorowości jednostek ludzkich. Aktualny stan normalizacji w zakresie odpowiedzialności społecznej organizacji dokument ISO 26 000.

Ewolucja normalizacji CSR

Ewolucja społecznej odpowiedzialności biznesu została zapoczątkowana w latach dziewięćdziesiątych dwudziestego wieku rozwojem systemowego podejścia do zarządzania. Podejście to oparte jest na normach i wytycznych ISO 9000 dotyczących zarządzania jakością, ISO 14001 odnoszących się do zarządzania środowiskowego, SA 8000 związanych z odpowiedzialnością społeczną oraz OHSAS 18001 regulujących bezpieczeństwo i higienę pracy². Systemy te koncentrują się w praktyce na planowaniu i racjonalnej kontroli działań, w związku z czym niewiele uwagi zwraca się w nich na aspekty ludzkie i społeczny kontekst funkcjonowania organizacji. Takie racjonalne, a nawet mechanistyczne podejście w dłuższym okresie może prowadzić do powstania problemów w funkcjonowaniu organizacji – systemów złożonych, w których ludzie stanowią podstawowy wymiar działania, a dobre relacje z otoczeniem i interesariuszami stanowią o uzyskiwaniu przewagi konkurencyjnej. Najważniejszym czynnikiem każdego systemu zarządzania są bowiem ludzie. To właśnie ich postawy, kwalifikacje i wiedza decydują o jego skutecznym funkcjonowaniu. Należy pamiętać o istniejących normach zachowań i przekonaniach, które ludzie stosują, a które kształtują kulturę organizacji³.

Społeczna odpowiedzialność oznacza wychodzenie poza wymogi prawne dotyczące jedynie kwestii zatrudnienia czy ochrony środowiska poprzez zwiększone, dobrowolne inwestowanie w kapitał ludzki, dbałość o środowisko i przyjazne relacje z kontrahentami. Także zapewnienie bezpiecznych warunków pracy oraz dbałość o dobry stan zdrowia pracowników należy do społecznych obowiązków firm i jest uważane za integralną część CSR. Społeczna Odpowiedzialność Biznesu definiowana jest zatem jako koncepcja dobrowolnego włączenia przez przedsiębiorstwa aspektów społecznych i środowiskowych do działalności gospodarczej i kontaktów z klientami zewnętrznymi⁴.

CSR definiuje się też jako podejście, za pomocą którego przedsiębiorstwa integrują społeczne i środowiskowe aspekty w swojej codziennej działalności oraz we wzajemnych stosunkach z klientami zewnętrznymi na zasadzie dobro-

² G. Zwetsloot, *From Management Systems to CSR*, „Journal of Business Ethics” 2003, No. 44, s. 201–207.

³ *Społeczna odpowiedzialność biznesu a bezpieczeństwo i higiena pracy*, Materiały Europejskiej Agencji Bezpieczeństwa i Zdrowia w Pracy, Luksemburg 2006, s. 13.

⁴ *Ibidem*, s. 7.

wolności⁵. Należy zauważyć, że nie chodzi tu jedynie o przestrzeganie przepisów prawa czy obowiązujących zasad, ale o świadome i niewymuszone inwestowanie w zapewnienie pracownikom dobrych warunków pracy oraz ograniczenie ingerencji w środowisko naturalne i uwzględnianie wpływu organizacji na bliższe i dalsze otoczenie biznesowe. Organizacja powinna angażować się w CSR zależnie od swoich kompetencji, zasobów, kontrahentów, tradycji kulturowych, sytuacji społecznej i ekologicznej obszaru, w którym funkcjonuje⁶. Za najważniejsze elementy społecznej odpowiedzialności biznesu uznaje się⁷:

- tworzenie nowych możliwości powiększania obszaru działalności oraz poprawy reputacji organizacji,
- skuteczną kontrolę zagrożeń w biznesie, która służy zapewnieniu ciągłości funkcjonowania organizacji.

A.B. Carroll opisał poziomy społecznej odpowiedzialności biznesu w formie piramidy. Piramida nawiązuje do hierarchii potrzeb Masłowa, gdyż tutaj również przechodzenie na wyższe poziomy odpowiedzialności jest warunkowane wypełnieniem powinności z niższych poziomów (którą zaprezentowano na rysunku 1).

Według tego autora istnieją cztery poziomy społecznej odpowiedzialności biznesu⁸:

- odpowiedzialność ekonomiczna, która stanowi podstawę piramidy odpowiedzialności. W jej zakres wchodzi takie powinności jak: maksymalizowanie zysków, utrzymywanie silnej pozycji konkurencyjnej, efektywność oraz trwałość rozwoju organizacji,
- odpowiedzialność prawna, czyli przestrzeganie przepisów prawa, wypełnianie zobowiązań z niego wynikających, dostarczanie produktów lub usług zgodnych z wymaganiami przepisów, które składają się na dochowywanie niepisanej umowy społecznej,
- odpowiedzialność etyczna, czyli przede wszystkim działanie zgodne z oczekiwaniami społecznymi, obyczajami i moralnością, etyczna spójność przedsiębiorstwa,

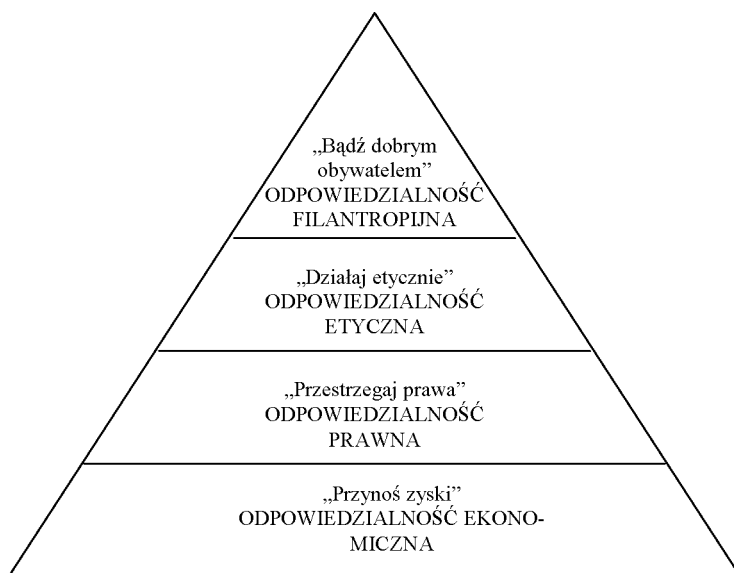
⁵ M. Żemigala, *Spoleczna odpowiedzialność przedsiębiorstwa – budowanie zdrowej, efektywnej organizacji*, Wolters Kluwer Polska, Kraków 2007, s. 90.

⁶ Ibidem, s. 100.

⁷ *Spoleczna odpowiedzialność biznesu a bezpieczeństwo i higiena pracy*, Materiały Europejskiej Agencji Bezpieczeństwa i Zdrowia w Pracy, Luksemburg 2006, s. 7.

⁸ <http://awcrabb.ae.wroc.pl/docs/csr/material%20dla%20studentow%20csr.pdf>.

- odpowiedzialność filantropijna, czyli szeroko rozumiana działalność dobroczynna, wspieranie sztuki i edukacji, podnoszenie jakości życia poprzez zaangażowanie na rzecz społeczności lokalnych.



Rys. 1. Piramida odpowiedzialności społecznej

Źródło: <http://awcrabb.ae.wroc.pl/docs/csr/material%20dla%20studentow%20csr.pdf>.

ISO 26000 – wytyczne w zakresie odpowiedzialności społecznej⁹

Międzynarodowa Organizacja Pracy w roku 2004 zainicjowała proces budowy standardu ISO 26 000. Dokument ten miał dotyczyć nie tylko firm, ale także innych instytucji i organizacji rządowych oraz pozarządowych. Projekt tej normy miał za zadanie standaryzację wiedzy na temat społecznej odpowiedzialności biznesu. Celem opracowania normy międzynarodowej ISO 26000 było uzyskanie ogólnościatowego porozumienia wszystkich zainteresowanych środowisk w zakresie¹⁰:

- definicji i zasad dotyczących odpowiedzialności społecznej,
- kluczowych obszarów i zagadnień dotyczących odpowiedzialności społecznej,
- wytycznych dotyczących włączania odpowiedzialności społecznej w działania całej organizacji.

⁹ Tłumaczenie autorki z uwagi na brak oficjalnego tłumaczenia PKN.

¹⁰ http://old.fob.org.pl/cms_a/upload/file/broszura_pkn_iso26000.pdf.

W procesie budowy dokumentu uczestniczyło 450 ekspertów z 99 krajów¹¹, którzy reprezentowali różne grupy interesariuszy oraz 42 organizacje międzynarodowe i regionalne zaangażowane w różne aspekty odpowiedzialności społecznej. Eksperti reprezentowali kilka grup interesariuszy: przemysł, instytucje rządowe, konsumentów, pracowników, organizacje pozarządowe oraz usługi, wsparcie, badania, naukę itp. W ramach przygotowywania standardu odbyło się 8 posiedzeń grupy roboczej, pierwsze w 2005, ostatnie w maju w 2010 r. w Kopenhadze, podczas których przeanalizowano ponad 25 000 uwag zgłoszonych do projektów na różnych etapach opracowania normy¹². 1 listopada 2010 roku opublikowano oraz oficjalnie zaprezentowano ponadstronicowy dokument ISO 26000 *Guidance on Social Responsibility* (Wytyczne w zakresie odpowiedzialności społecznej).

Dokument ten definiuje społeczną odpowiedzialność biznesu jako „Odpowiedzialność organizacji za wpływ jej decyzji i działań (produkty, serwis, procesy) na społeczeństwo i środowisko”, poprzez przejrzyste i etyczne zachowanie, które¹³:

- przyczynia się do zrównoważonego rozwoju, zdrowia i dobrobytu społeczeństwa,
- bierze pod uwagę oczekiwania interesariuszy,
- jest zgodne z obowiązującym prawem i spójne z międzynarodowymi normami zachowania,
- jest spójne z organizacją i praktykowane w jej relacjach.

ISO 26000 jasno precyzuje często używane zamiennie pojęcia „zrównoważonego rozwoju” i „odpowiedzialności społecznej”. Zrównoważony rozwój to doktryna ekonomii politycznej zakładająca dążenie do jakości życia na poziomie, na jaki pozwala obecny rozwój cywilizacyjny. Społeczna odpowiedzialność natomiast skupia się na samej organizacji, a nie jej otoczeniu i jest ściśle związana ze zrównoważonym rozwojem, ponieważ celem społecznej odpowiedzialności organizacji powinien być wkład do idei zrównoważonego rozwoju. Społeczna odpowiedzialność biznesu nie musi stanowić dodatkowego czynnika kosztowego w organizacji, lecz stając się strategią prowadzenia biznesu, powinna być jednocześnie skutecznym mechanizmem tworzącym wartość dodaną poprzez stymulowanie innowacyjności i budowanie przewagi konkurencyjnej¹⁴.

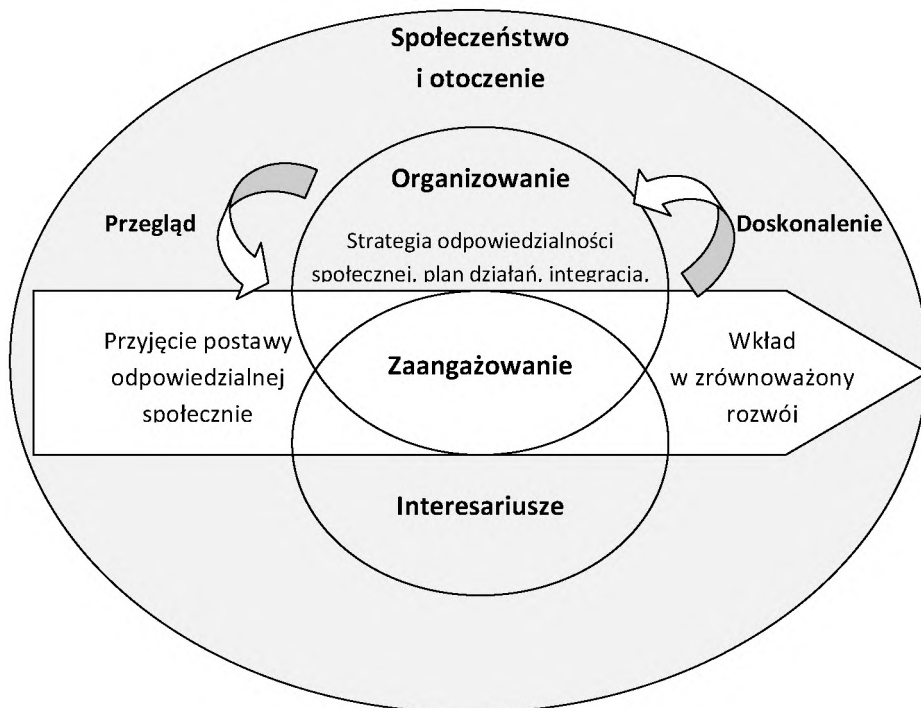
¹¹ *ISO 26000 – nareszcie precyzja definicja CSR*, www.csrinfo.org/pl/wiadomosci/artykuly/2590-iso-26000-nareszcie-precyzyjna-definicja-csr.

¹² http://old.fob.org.pl/cms_a/upload/file/broszura_pkn_iso26000.pdf.

¹³ *ISO 26000*, <http://www.odpowiedzialnafirma.pl/o-csr/iso-26000>.

¹⁴ *Ibidem*.

Na rysunku 2 przedstawiono relacje odpowiedzialności społecznej w połączeniu z zasadami zrównoważonego rozwoju.



Rys. 2. Wdrażanie zasad odpowiedzialności społecznej

Źródło: ISO 26000:2010 *Guidance standard on social responsibility*.

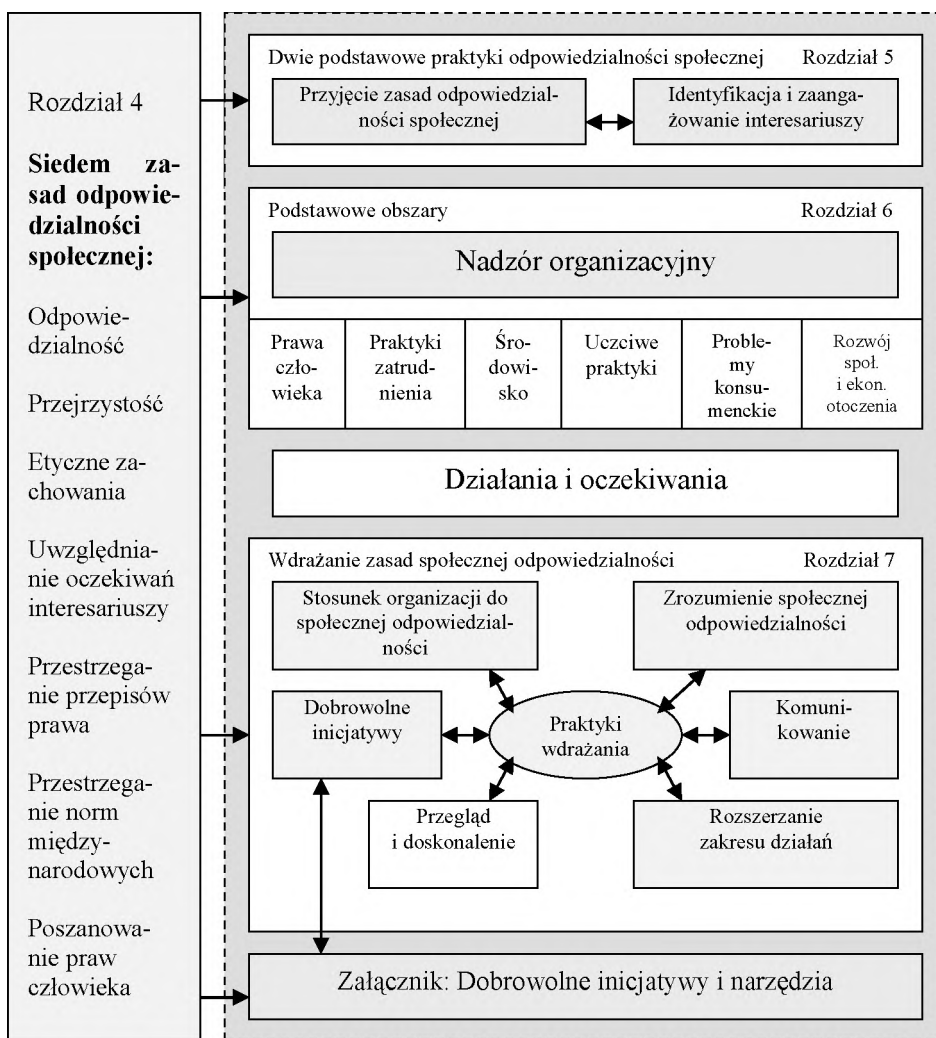
ISO 26000 jest normą zawierającą wytyczne dotyczące odpowiedzialności społecznej. Nie zawiera wymagań i nie jest przeznaczona ani właściwa do stosowania do celów certyfikacji. Ma zastosowanie do wszystkich rodzajów organizacji bez względu na ich wielkość i lokalizację. Norma zawiera wytyczne dotyczące¹⁵:

- terminów i definicji związanych z odpowiedzialnością społeczną,
- podstaw, trendów oraz charakterystyk odpowiedzialności społecznej,
- zasad i praktyk odnoszących się do odpowiedzialności społecznej,
- kluczowych obszarów odpowiedzialności społecznej,

¹⁵ http://old.fob.org.pl/cms_a/upload/file/broszura_pkn_iso26000.pdf.

- wdrażania i promowania zachowania odpowiedzialnego społecznie w organizacji, jak i w jej politykach i praktykach w obrębie jej sfery wpływu,
- identyfikowania interesariuszy,
- komunikowania zobowiązań, osiągnięć oraz innych informacji związanych z odpowiedzialnością społeczną.

Na rysunku 3 zaprezentowano siedem zasad odpowiedzialności społecznej.



Rys. 3. Siedem zasad odpowiedzialności społecznej

Źródło: www.csrinfo.org/pl/wiadomosci/artykuly/2594-inauguracja-iso-26000-relacja-z-konferencji.

Zgodnie w piramidą odpowiedzialności według Carrola główna część standardu poświęcona jest obszarom społecznej odpowiedzialności biznesu, do których należą¹⁶:

- ład organizacyjny,
- prawa człowieka,
- stosunki pracy,
- ochrona środowiska naturalnego,
- relacje organizacji z innymi podmiotami rynkowymi,
- zaangażowanie społeczne.

Pierwszym z obszarów społecznej odpowiedzialności biznesu, które scharakteryzowane są w dokumencie ISO 26000, jest ład organizacyjny, czyli zasady oraz normy odnoszące się do zarządzania firmą. Dobre praktyki z tego obszaru powinny mieć za zadanie poprawę efektywności zarządzania organizacją w każdym jej obszarze z uwzględnieniem interesu społecznego, poszanowania interesariuszy oraz zasad etycznych.

Drugim obszarem są prawa człowieka. Według normy, każda organizacja powinna działać w poszanowaniu wszystkich praw człowieka oraz jego godności, a w szczególności praw obywatelskich, politycznych, ekonomicznych, społecznych i kulturowych.

Obszar trzeci stanowią stosunki pracy, które istnieją w każdej organizacji, niezależnie od profilu jej działalności. Obejmują one pozyskiwanie i utrzymanie kapitału ludzkiego na zasadach kontraktowania, tworzenia aliansów, nabywania lub rozwijania. Pierwszy model dotyczy takich form zatrudnienia jak praca czasowa czy leasing pracownicy. Drugi oznacza wykorzystywanie i przenoszenie wiedzy pracowników dla uzyskania efektu synergii. Nabywanie kapitału ludzkiego ma miejsce w sytuacji, gdy wiedza i umiejętności pracowników są łatwe do przenoszenia i nie wymagają dalszego rozwoju. Wreszcie rozwijanie kapitału ludzkiego jest stosowane wobec pracowników o unikalnych i szczególnie wartościowych kompetencjach poprzez ich motywowanie i umożliwianie rozwoju oraz zapewnianie satysfakcji z pracy¹⁷. Z punktu widzenia CSR najważniejszy jest ten ostatni model.

W ramach obszaru czwartego, to jest ochrony środowiska naturalnego, uwzględnia się przede wszystkim aspekty zmniejszenia i adaptacji zmian klimatycznych oraz ochronę i regenerację środowiska naturalnego. Dobre praktyki

¹⁶ ISO 26000 – nareszcie precyzja definicja CSR, www.csrinfo.org/pl/wiadomosci/artykuly/2590-iso-26000-nareszcie-precyzyjna-definicja-csr; www.odpowiedzialnafirma.pl/o-csr/iso-26000.

¹⁷ D. Jemielniak, A. Koźmiński, *Zarządzanie wiedzą*, WAIp, Warszawa 2008, s. 375–376.

z tego obszaru powinny być ukierunkowane na mierzoną obiektywnie dbałość o jak najmniejszą skalę zanieczyszczeń emitowanych do środowiska oraz podejmowanie wszelkich kroków zmniejszających poziom zużycia zasobów naturalnych, będącego wynikiem działalności organizacji.

Kolejny obszar zainteresowania wskazywany w normie ISO 26000 to relacje organizacji z innymi podmiotami rynkowymi. W zakresie uczciwych praktyk rynkowych mieszczą się etyczne zachowania firmy w relacjach z innymi organizacjami, w szczególności z organizacjami rządowymi, partnerami biznesowymi, dostawcami, wykonawcami, konkurencją oraz zrzeszeniami, których jest członkiem. Każda organizacja działająca zgodnie z zasadami odpowiedzialności społecznej powinna realizować dobre praktyki w obszarze przeciwdziałania nieuczciwej konkurencji oraz w poszanowaniu praw własności, jak również w zakresie uczciwej współpracy z innymi jednostkami funkcjonującymi na rynku. Bardzo ważne są również relacje z konsumentami oraz właściwa postawa względem tej grupy interesariuszy. Bardzo ważne jest także zastosowanie uczciwych praktyk w obszarze marketingu oraz rzetelna informacja dla klientów, uczciwe rozpatrywanie reklamacji oraz edukacja rynku.

Ostatni obszar stanowi zaangażowanie społeczne, w ramach którego organizacja aktywnie wspiera społeczności lokalne, przyczyniając się do rozwiązywania ich problemów, szczególnie takich, które dotyczą jej pracowników i innych interesariuszy. Dobre praktyki z tego obszaru powinny być ukierunkowane na prowadzenie dialogu społecznego, który z kolei angażować będzie organizacje w proces planowania i realizacji projektów społecznych. Przy wyborze kierunków zaangażowania realnych potrzeb społecznych należy rozważać podejmowanie inwestycji społecznych w takich obszarach, jak edukacja i kultura, zdrowie, rozwój i dostęp do technologii.

Wnioski – korzyści z wprowadzenia normy

Współcześnie wiele organizacji zauważa korzyści płynące z wdrażania społecznie odpowiedzialnych strategii, traktując działania tego rodzaju jako długofalowe, niezbędne inwestycje strategiczne, które powinny przekładać się na rzeczywiste praktyki w działalności gospodarczej.

Spółeczna odpowiedzialność biznesu rozumiana jako efektywna strategia zarządzania organizacją poprzez prowadzenie dialogu społecznego może przyczynić się do wzrostu konkurencyjności przedsiębiorstw na poziomie globalnym oraz do realizacji założeń zrównoważonego rozwoju. Współcześnie odpowiedzialne zarządzanie organizacją to podejście długofalowe, strategiczne,

oparte na zasadzie dialogu społecznego oraz poszukiwaniu rozwiązań korzystnych zarówno dla przedsiębiorstwa, jak i dla wszystkich interesariuszy – całego otoczenia, w którym organizacja funkcjonuje.

Adaptacja społecznie odpowiedzialnych zachowań jest domeną środowiska biznesowego, tworzącego na bieżąco relacje ze swymi interesariuszami. Społeczna odpowiedzialność przyczynia się do tworzenia wartości społecznej poprzez oddziaływanie w kierunku zrównoważonego rozwoju. Powinna zatem wchodzić w zakres zainteresowania władz publicznych w promocji pozytywnych praktyk na rzecz środowiska i społeczeństwa kreowanych przez przedsiębiorstwa.

Korzyści wynikające z wdrożenia oraz zastosowania zasad społecznej odpowiedzialności biznesu to¹⁸:

1. Dobra reputacja organizacji – konsekwentnie wdrażana i praktykowana koncepcja społecznej odpowiedzialności buduje pozytywny wizerunek organizacji zarówno wśród konsumentów, pracowników, jak i w społecznościach lokalnych. Przekłada się później na wzrost lojalności w stosunku do przedsiębiorstwa.
2. Wyróżnienie się wśród konkurentów – podejmowanie działań o charakterze ekologicznym lub mających cechy wrażliwość społecznej może stać się znakiem firmowym organizacji, który wyróżnia przedsiębiorstwo oraz jego produkty w otoczeniu, w którym funkcjonuje.
3. Zainteresowanie inwestorów – w ostatnich dziesięciu latach bardzo dynamicznie rozwinął się rynek społecznie odpowiedzialnych inwestycji (ang. *Socially Responsible Investing* – SRI). Fundusze inwestycyjne coraz chętniej wybierają przedsiębiorstwa prowadzące działalność w sposób przejrzysty i odpowiedzialny jako przedmioty swojego zainteresowania. Organizacje takie mają często łatwiejszy dostęp do finansowania. Równocześnie w krajach, w których obywatele sami decydują o sposobie inwestowania swoich funduszy emerytalnych coraz powszechniejsze jest poczucie, że obywatele ci mają coraz większy wpływ na zachowania przedsiębiorstw.
4. Oszczędności – najczęściej wskazywane są te wynikające z zastosowania nowoczesnych technologii z uwzględnieniem rozwiązań proekologicznych lub nowych praktyk zarządzania zmniejszających zużycie zasobów oraz z redukcji kosztów transakcyjnych, wynikającej z zaufania i partnerstwa budowanego z interesariuszami firmy.

¹⁸ <http://awcrabb.ae.wroc.pl/docs/csr/material%20dla%20studentow%20csr.pdf>.

5. Podniesienie morale pracowników oraz dobre relacje z interesariuszami, bowiem postępowanie społecznie odpowiedzialne, sprzyja budowaniu kultury organizacyjnej opartej na zaufaniu, zaangażowaniu, przejrzystości i uczciwości. W ten sposób przyczynia się do tworzenia kapitału społecznego przedsiębiorstwa. Postawa odpowiedzialnego zarządzania zwiększa zaufanie interesariuszy do organizacji, wspierając tworzenie kapitału społecznego oraz zdolność do współdziałania i realizowania celów i misji organizacji.
6. Ograniczenie ryzyka działalności – wzrost kompleksowości i dynamiki otoczenia, w którym funkcjonują organizacje, sprawił, że ryzyko stało się obszarem zarządzania zyskującym ogromne zainteresowanie dużych przedsiębiorstw. Zarządzanie odpowiedzialne może pomóc organizacji uniknąć sytuacji kryzysowych wynikających z protestów różnych grup interesariuszy (np. pracowników lub organizacji ekologicznych), bojkotów konsumenckich, wypadków przemysłowych i spraw sądowych.

Norma ISO 26000 nie jest certyfikowana. Mimo to, dzięki szerokim konsultacjom przeprowadzonym podczas jej przygotowywania, ma szansę ujednoczyć nomenklaturę i definicję społecznej odpowiedzialności biznesu na świecie. Stanowi przewodnik i narzędzie dla organizacji w realizowaniu idei zrównoważonego rozwoju. Stosowanie normy przyczynia się do zwiększenia świadomości z zakresu odpowiedzialności społecznej, ukierunkowania na zdobycie i utrzymanie zaufania klientów oraz interesariuszy organizacji, ich zadowolenia, a także poprawy wizerunku firmy.

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY – PRESENT STATE OF STANDARDIZATION

Summary

Corporate Social Responsibility is a strategy of organization management which contributes to enterprise competitive growth on global level and to realize sustainable development guidelines by running social dialogue. In the paper the evolution of Corporate Social Responsibility idea and circumstances of ISO 26000 standard birth is presented. The content of the standard and its potential for systematizing organizational activities in this area and for practical realization of sustainable development idea are discussed.