

Magdalena Kielkowicz

Spółeczna odpowiedzialność biznesu wobec środowiska naturalnego w kontekście idei zrównoważonego rozwoju : analiza podstaw etycznych

Zarządzanie. Teoria i Praktyka nr 2 (16), 37-45

2016

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.

SPOŁECZNA ODPOWIEDZIALNOŚĆ BIZNESU WOBEC ŚRODOWISKA NATURALNEGO W KONTEKŚCIE IDEI ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU. ANALIZA PODSTAW ETYCZNYCH / CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY AND THE NATURAL ENVIRONMENT. AN ETHICAL ANALYSIS IN THE CONTEXT OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT

Adres do korespondencji:

e-mail: magdalenakielkowicz@gmail.com

STRESZCZENIE

Artykuł dotyczy problemu relacji między ideą zrównoważonego rozwoju (sustainable development) a społecznie odpowiedzialnym biznesem (corporate social responsibility, CSR). Punktem wyjścia jest kwestia „przeźroczystości środowiska”, czyli niedostrzeganie kosztów środowiskowych związanych z działalnością gospodarczą. Odwołując się do klasycznego modelu CSR zaproponowanego przez A. B. Carrola (tzw. piramidy Carrola) oraz do teoretycznych podstaw zrównoważonego rozwoju proponuję aksjologiczny model CSR. Model ten nie pozwala na zatarcie różnicy pomiędzy zrównoważonym rozwojem a CSR (co często ma miejsce w literaturze przedmiotu), ale jednocześnie czyni zrównoważony rozwój rzeczywistą podstawą dla CSR.

SŁOWA KLUCZOWE: SPOŁECZNA ODPOWIEDZIALNOŚĆ BIZNESU;
ZRÓWNOWAŻONY ROZWÓJ; ETYKA ŚRODOWISKOWA

JEL CLASSIFICATION: Q56

ABSTRACT

This article is about the relation between the idea of sustainable development and the conception of corporate social responsibility (CSR). I take the phenomenon called “transparency of the environment” as my point of departure; that is to say, the unawareness of environmental costs of entrepreneurship. Drawing on the classic “pyramid model” of CSR proposed by A. B. Carroll, as well as on the philosophical foundations of sustainable development, I set forth a new axiological model of CSR. This model does not allow for the difference between CSR and sustainable development to be blurred, yet it renders the former genuinely grounded in the latter.

KEY WORDS: CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY; SUSTAINABLE DEVELOPMENT; ENVIRONMENTAL ETHICS

1. WPROWADZENIE

Artykuł podejmuje problem relacji między ideą zrównoważonego rozwoju a społecznie odpowiedzialnym biznesem (*Corporate Social Responsibility* - dalej CRS), szczególnie w kontekście dzia-

łań wobec środowiska naturalnego¹. Niejednokrotnie pojęcia zrównoważonego rozwoju i CSR stosuje się zamiennie, co może być, w moim przekonaniu, przyczyną przynajmniej części nieporozumień dotyczących współczesnych wyzwań w obu tych dziedzinach. Uważam,

¹ W związku z tym, że angielski skrót CSR jest powszechnie przyjęty również w polskiej literaturze przedmiotu postanowiłam zastosować go w tym artykule.

że zrównoważony rozwój to kategoria znacznie szersza i jako taka wymaga podbudowy natury filozoficznej oraz etycznej. Jednocześnie, inkorporacja idei zrównoważonego rozwoju w obręb schematu pojęciowego CSR daje szansę na jego zasadniczą przebudowę i większą efektywność. Artykuł jest więc analizą podstaw etycznych CSR, zrównoważonego rozwoju oraz ich wzajemnej zależności, i z tą świadomością powinien być czytany przez teoretyków zarządzania i praktyków w tej materii².

Wiele spośród przykładów zamieszczonych w raporcie „Odpowiedzialny biznes w Polsce. Dobre praktyki” (Raport Odpowiedzialny Biznes w Polsce, 2014), wydaje się godnymi naśladowania, jednakże w rezultacie ich bliższej analizy można odnieść wrażenie, że zaangażowanie społeczne wzmiankowane w raporcie ma jedynie fasadowy charakter. Odpowiedzialność biznesu w kontekście środowiska naturalnego jest często jedynie elementem strategii marketingowej, a nie autentycznym działaniem w ramach obowiązującej polityki zrównoważonego rozwoju. Podobną opinię formułuje M. Urbaniak, pisząc że „zjawisko CSR, z jakim mamy do czynienia na co dzień, jest rozmiijającą się ze szczytnym zamiarem iluzją. Po między obserwowanym fenomenem odpowiedzialnego biznesu, a jego akademickim pojęciem nie ma zgodności, nie zachodzi korespondencja. Krótko mówiąc, pojęcie odpowiedzialności funkcjonujące w teorii CSR – czy lepiej, konotacja teorii CSR – nie posiada desygnatu” (Urbaniak, 2013:56). Opinia ta dotyczy całości skomplikowanego zagadnienia CSR, jednak trudno nie zgodzić się z nią w szczególności gdy chodzi o fasadowe zaangażowanie środowiskowe, które stanowi wyróżniony przedmiot mojego namysłu w tym miejscu. Podobne stanowisko, bezpośrednio odnoszące się do problemu rzetelnego raportowania przedstawiła J. Fijałkowska (Fijałkowska, 2015). Autorka zwróciła uwagę na fakt, że niektórzy przedsiębiorcy traktują raporty CSR jako narzędzie służące pewnej manipulacji, tj. selekcjonowania informacji w ten sposób, aby ukazać jedynie dobre strony własnej działalności i wyupuklić je w raportach.

Małopolskie Obserwatorium Rozwoju Regionalnego przeprowadziło w 2011 i 2016 roku badania, których wyniki pozwolą naświetlić poruszony tu problem. W tych latach przebadano ponad 450 małopolskich przedsiębiorców, aby sprawdzić czy są oni świadomi tego, że ich działalność ma wpływ na środowisko naturalne. Okazało się, że świadomość ta jest wyjątkowo niska, co zosta-

ło wskazane w podsumowaniu raportu jako przyczyna dystansowania się przedsiębiorców wobec działań proekologicznych. Zwrócono uwagę, iż przeważają opinie, zgodnie z którymi działalność przedsiębiorstw nie wiąże się z żadnymi lub tylko niskimi kosztami środowiskowymi³. Zupełna nieświadomość zależności pomiędzy tymi sferami jest więc kwestią problematyczną. Ponadto, duża część firm nie deklarowała nawet zamiaru wprowadzenia szerszych zmian w tej kwestii w ciągu najbliższych lat.

Przyjmuję, że wymienione badania, a także empirycznie ugruntowane konkluzje sformułowane przez M. Urbaniaka i J. Fijałkowską stanowią egzemplifikację określonego sposobu myślenia o poruszonym problemie. Ten sposób myślenia, choć rzadko jest konceptualizowany przez samych przedsiębiorców w kategoriach etycznych, ma w istocie etyczny charakter i dlatego w tych ramach należy się doń odnosić. Istotą tego sposobu myślenia jest to, co proponuję nazwać *przeźroczyością problemu środowiskowego*. Jest to więc faktyczne niedostrzeżenie, a nawet – mocniej – *niedostrzeżalność* pewnych związków i zależności pomiędzy działalnością człowieka w ogóle, a więc także działalnością biznesową, a kondycją środowiska naturalnego. Problemy środowiskowe nie stanowią *przedmiotu, na który kieruje się myśl*. Deklarując działania o charakterze CSR, przedsiębiorca zauważa relację między działaniem *stricte* ekonomicznym a jego skutkami społecznymi, natomiast wpływ środowiskowy rzadziej pojawia się w polu refleksji⁴. Dzieje się tak pomimo tego, że właśnie to szeroko pojęte środowisko jest warunkiem możliwości – dosłownie *miejscem* – wszelkiej działalności, w tym działalności biznesowej. W konsekwencji przyjmuje się system wartości, w którym nie tyle środowisku odmawia się wartości, co w ogóle go *nie dostrzega*; jest więc ono niejako czymś przeźroczywym.

Źródeł tego problemu można opatrywać z jednej strony w relatywnej nowości idei środowiskowych; z drugiej strony – w niewłaściwym sposobie wprowadzania tych idei (idei zobowiązania w stosunku do środowiska) w obręb CSR.

2 Interdyscyplinarny charakter poniższych rozważań, sprawia, że dobór literatury siłą rzeczy również będzie miał takowy charakter, choć punktem ciężkości będą zagadnienia etyczne. Współcześnie bardzo bogata jest również literatura dotycząca zagadnienia zarządzania w relacji ekologii i gospodarki.

3 Z pełnym raportem można zapoznać się na stronie: www.obserwatorium.malopolska.pl/wp-content/uploads/2016/07/Zachowania-proekologiczne-oraz-dzia%C5%82ania-w-ramach-CSR.pdf

4 Pytanie o to, czy środowisko pojawia się jako przedmiot refleksji można różnorodnie operacjonalizować. Można na przykład argumentować, że spełnienie standardów ISO odnoszących się do zarządzania środowiskiem wskazuje na tego rodzaju refleksję. Sądzę jednak, że związek taki należałoby dopiero wykazać i nie ma powodu by przyjmować go a priori. Lepszym wskaźnikiem są tu badania ankietowe, które przytoczyłam na początku, gdyż dają możliwość zapytania przedsiębiorców wprost o ich postawy i działania względem środowiska.

2. SPOŁECZNA ODPOWIEDZIALNOŚĆ BIZNESU W KONTEKŚCIE HISTORYCZNYM

Analizę problemu rozpocznę od definicji CSR. Przyjmuję na tym etapie najprostsze określenie: *firma ma lub oczekuje się od niej, że będzie miała pewnego rodzaju zobowiązania wobec społeczeństwa; że może być pociągnięta do odpowiedzialności przez społeczeństwo*. Ponadto zakres owej odpowiedzialności, co jest istotne dla podejmowanego tu tematu, może zmieniać się w zależności od czasu i miejsca (badania w tym zakresie podjęli m.in. I. Freeman i A. Hasnaoui 2011). W kontekście CSR kwestia środowiska, ujętego nie tylko jako zasób środków produkcji, lecz jako przedmiot obowiązku pojawia się dość późno. Warto poświęcić chwilę tej sprawie.

Rozwój idei środowiskowej przywołuje na myśl model tzw. rozszerzających się kręgów moralności A. Leopolda (Leopold, 2004). Autor opiera się na trafnych spostrzeżeniach historycznych. Twierdzi on bowiem, że z upływem czasu powiększa się krąg *przedmiotów moralnego odniesienia*. Inaczej mówiąc, zwiększa się zakres bytów i zjawisk, za które człowiek czuje się odpowiedzialny w etycznym tego słowa znaczeniu. Na przykład, dawniej ludzie nie czuli się odpowiedzialni za warunki, w których przebywają hodowlane zwierzęta, teraz zaś staje się to przedmiotem moralnej refleksji. Podobne przejście miało miejsce jeśli chodzi np. o niewolnictwo, pracę dzieci i w ogóle warunki pracy. W analogiczny sposób rozszerza się krąg zainteresowania CSR, w rezultacie czego przedmiotem obowiązku ze strony przedsiębiorcy staje się także środowisko naturalne.

Ciekawego podsumowania w tej materii dokonali A. B. Carroll i K. M. Shabana (Carroll i Shabana, 2010). Wskazali, iż pierwsze próby myślenia o społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstwa miały miejsce w latach 1945 - 1960. Pojawiło się wówczas kilka artykułów oraz znaczących książek (m.in. praca Howarda R. Bowena *Social Responsibilities of the Businessman* z 1953) stawiających pytanie, jakiego *dobra* może przysporzyć społeczeństwu przedsiębiorca. Według autorów, w pierwszym etapie rozwoju tej dziedziny, choć współcześnie wydaje się to zaskakujące, wcale owego dobra społecznego nie łączyło bezpośrednio z zyskiem przedsiębiorcy. Następny etap rozwoju przyniosły lata 60-te wraz z ogromnymi zmianami społecznymi tego okresu. Zrodziła się wtedy świadomość, że relację między przedsiębiorstwem a społeczeństwem można różnorodnie kształtować, zaś problemy społeczne nie pozostają jedynie w gestii rządzących. Biznes siłą rzeczy także nie mógł pozostać obojętny na te trendy. Wydaje się więc, że rozpoczęta wtedy dyskusja

miała autentyczny charakter, będąc konsekwencją intensyfikacji zmian społecznych. Następane lata to uściślanie terminologii stosowanej w CSR, badania empiryczne, i równoległy rozwój refleksji etycznej. Dostrzeżenie katastrofalnych dla przyrody skutków cywilizacji przemysłowej daje wówczas początek *etyce środowiskowej*, będącej próbą przeorientowania myślenia o moralności tak aby człowiek nie stanowił dla niej jedyne punktu odniesienia. Początek nowego tysiąclecia przynosi pewną syntezę tych wszystkich trendów, a więc ideę *zrównoważonego rozwoju*. Wraz z nią wątek zobowiązań *wobec środowiska* wchodzi w obręb refleksji już nie tylko moralnej, lecz także ekonomicznej i politycznej.

Pomimo takiej zasadniczej zmiany, kwestia środowiska naturalnego ciągle jest tylko nieznaczną częścią działań w ramach CSR. Jak zauważa Zeitley Karmilla Kaman (Kaman, 2015), *zobowiązania środowiskowe* wciąż wydają się tematem obcym na tym polu. Autorka prześledziła szereg modeli CSR, które pojawiły się w literaturze przedmiotu w latach 1998 - 2014. Wymieniła dwanaście propozycji - w jej opinii najistotniejszych - które następnie przeanalizowała pod kątem ich zaangażowania w kwestię środowiska naturalnego⁵. Zauważyła, że w nielicznych propozycjach obowiązek w stosunku do środowiska został w ogóle wyszczególniony. Ponadto, znacząca większość spośród proponowanych modeli podkreśla przede wszystkim aspekt odpowiedzialności ekonomicznej przedsiębiorcy, na którą nakładane są niejako zobowiązania etyczne. Ciągle więc obowiązuje trend, w którym maksymalizacja zysku jest nadrzędną wartością, reszta zaś stanowi niejako naddatek, ewentualnie ramę dla owego trendu.

Warto podkreślić, że ideą, która przyświeca krytyce nie jest oczywiście zastąpienie działalności nakierowanej na zysk działalnością filantropijną. Chodzi raczej o redefinicję samego zysku; tak aby *zysk maksymalny i obojętny na kontekst* (a więc, w uproszczeniu, odnoszący się *jedynie* do kwoty, która pozostaje po odjęciu kosztów od całości przychodów) zastąpić zyskiem optymalnym i odpowiadającym określonym kontekstowi środowiskowemu i społecznemu (zysk będzie więc znaczył zawsze zysk dla kogoś, dla określonej społeczności, w określonym środowisku, w określonym czasie, itd.). Nadzieję na wzbogacenie CSR jest w tym zakresie właśnie zrównoważony rozwój. Na drodze do rozwoju CSR w tym kierunku

5 Kaman wymienia m.in.: *Ripple Effect Model* (Marsden i Andriof z 1998), *Model of Sustainable Development* (Aras i Crowther z 2009), *CSR 2.0* (Visser 2010), *Kanji-Chopra Corporate Social Responsibility Model* czyli *KCCSRM* (Kanji i Chopra z 2010), *CSR model with best-goodness-of-fit* (Chen z 2011), *CR-model* (Ketola z 2008), *Analityczal Model* (Daza z 2009), *4Es* (Agyekum-Mensah z 2012), *Universal Model* (Nalband i Al Kelabi z 2014) i kilka innych.

stoją jednak, w moim przekonaniu, dwie przeszkody: a) niewłaściwe ujęcie zależności między zobowiązaniami etycznymi oraz ekonomicznymi; b) wąskie rozumienie koncepcji zrównoważonego rozwoju. Poniżej omówię te dwie kwestie.

3. SPOŁECZNIE ODPOWIEDZIALNY BIZNES

Punktem wyjścia dla nieomal każdej dyskusji dotyczącej CSR jest tzw. piramida A. B. Carolla (Caroll 1991).

Rysunek 1. Piramida Carolla



Źródło: Carroll, A. B. (1991). The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders, *Business Horizons* (July-August 1991), s. 42

Piramida Carolla, zwana „piramidą odpowiedzialności”, przedstawia 4-poziomowy model. W istocie jest to ilustracja struktury wymagań i oczekiwań, zarówno przedsiębiorstwa, jego akcjonariuszy, jak i całego społeczeństwa (*interesariuszy*). Dwa najniższe poziomy – ekonomiczny i prawny – scharakteryzowane są jako *wymagane* przez społeczeństwo. Podstawowym zadaniem przedsiębiorstwa jest więc przynoszenie zysku, ten jest bowiem nie tylko dobrem dla samego przedsiębiorcy ale i dla społeczeństwa. Druga warstwa, tj. odpowiedzialność prawna, związana jest natomiast z przestrzeganiem odpowiednich przepisów prawa stanowionego. Tutaj autor rozróżnia trzy rodzaje działania: (1) zgodność z prawem (2) unikanie ewentualnych sporów, oraz (3) przewidywanie prawa. Kolejna warstwa ma charakter etyczny i jest nie tyle przez społeczeństwo wymagana, co *oczekiwana*. Działalność filantropijna wreszcie jest *pożądana*; ten poziom jest już jedynie działalnością dodatkową i niekonieczną. Z tego modelu można wyciągnąć ciekawy wniosek. Okazuje się bowiem, że nie każde działanie firmy, które wydaje się etyczne, będzie nim faktycznie. Przykładowo, jeśli firma decyduje się na zaprzestanie produkcji wyrobów niebezpiecznych lub

wycofuje produkty nieprzyjazne dla środowiska, nie będzie to oznaczało z konieczności działania o etycznym charakterze; może ono bowiem mieć charakter dostosowania się do odpowiedniego prawa stanowionego i mieć na celu uniknięcie ewentualnego sporu. Należy więc przyjąć, że nie każde działanie, które ma charakter etyczny w potocznym odczuciu, bądź ma skutki etycznie nieoobjętne, będzie miało etyczny charakter w omawianym modelu. Poszczególne warstwy bowiem nie zachodzą na siebie – jeśli coś przynależy do jednej, to nie przynależy do innych. Owa nieintuicyjność stanowi, w moim przekonaniu, poważny mankament propozycji Carolla.

Z drugiej strony słuszne zdaje się to, że wszystkie te warstwy w ujęciu Carolla, należą do zakresu społecznej odpowiedzialności, tak iż społeczna odpowiedzialność nie zaczyna się dopiero od poziomu zobowiązań etycznych. Każdy z poziomów ma swój niepowtarzalny wkład w budowanie społecznego dobra. Można jednak w związku z tym zadać pytanie, czym różni się w istocie działanie etyczne od działania ujętego w ramy prawne lub od działania ekonomicznego? Tutaj znów wyraźne stają się ograniczenia rzeczony piramidy. Wydaje się bowiem, że wkroczenie w dziedzinę etyczną ma miejsce wówczas gdy podejmuje się działanie *świadomie wykraczające poza*, a więc *transcendujące* obszar zobowiązań ekonomicznych czy prawnych. To miejsce, w którym świadomie ustanawia się normy i podejmuje działania, które będą następnie służyć jako wzory i ramy dla działań we wcześniejszych warstwach. Tym samym będą miały pewną, moc w szczególności w stosunku do działań ekonomicznych, czyli zdolność ich modyfikacji w kierunku zgodnym z przyjętymi normami. Poziom etyczny, jako jeden z obszarów odpowiedzialności CSR musi mieć charakter normatywny dla poprzednich warstw, tzn. należy tam wskazać jak *należy postępować*, jakie są kryteria oceny działania oraz jego uzasadnianie. Na tym poziomie jest miejsce na realizację współczesnych wyzwań zrównoważonego rozwoju.

Pytanie jakie należy teraz postawić jest następujące: co stanowi siłę motywującą bądź napędzającą działanie i zarazem stanowiącą jego uzasadnienie w warstwie etycznej? W warstwie ekonomicznej jest to maksymalizacja zysku; w prawnej chęć uniknięcia konfliktu. W warstwie etycznej można zaproponować trzy podejścia: *aksjologiczne* (funkcję motywującą i uzasadniającą pełnią wartości); *deontologiczne* (w omawianej roli występują powinności i rozpoznanie obowiązku); *aretologiczne* (odwołujące się do pojęcia cnoty [gr. *areté*], czyli wyuczonej, swoście wytrenowanej trwałej dyspozycji do działania dobrego). Przyjęcie dowolnego z tych sta-

nowisk może stanowić punkt oparcia dla tworzenia kodeksów etycznych w ramach CSR. Kluczowe w takim postawieniu sprawy jest jednak to, że kodeksy te nie są jedynie reakcją, bądź czymś nadbudowanym nad wymaganiami ekonomicznymi i prawnymi. Gdy pada pytanie o właściwą dla warstwy etycznej siłę napędzającą i źródła uzasadnienia, to z konieczności postuluje się jej względną autonomię od warstw wcześniejszych. Trudno jednak tę autonomię zobrazować w modelu Carrolla, w którym każda kolejna warstwa przyjmuje niejako u podstaw warstwę poprzednią i nie ma na nią realnego wpływu.

W tych ramach można powrócić do kwestii odpowiedzialności w stosunku do środowiska. Otóż staje się tu wobec podwójnego problemu – istotne jest już nie tylko odpowiedzenie na pytanie jaka powinna być relacja między warstwą etyczną a pozostałymi warstwami, lecz także jakie jest miejsce zobowiązań środowiskowych w samej warstwie etycznej.

W tym miejscu należy poświęcić kilka zdań etyce środowiskowej jako takiej, a w istocie tej zasadniczej zmianie, którą ona przynosi dla etyki i aksjologii wziętych w ogólności. Mówi się tam np. o tzw. nowym łądzie ekologicznym, czy też humanizmie ekologicznym. Twierdzi się, że błędne było dotychczasowe podejście pozytywistyczne, opierające się na optymizmie w stosunku do osiągnięć człowieka, wierze w nieustanny rozwój jego natury przy jednoczesnej separacji świata specyficznie ludzkiego (antroposfery) od zależności biologicznych. Rozwój nauk przyrodniczych, w szczególności dziedzin biologicznych, pokazał coś przeciwnego – ciągłość pomiędzy naturą i kulturą. Weźmy za przykład chociażby badania nad ewolucyjnymi źródłami umysłu i moralności. Obecnie proponowane podejście traktuje antroposferę, w tym każdy przejaw ludzkiej kultury, jako wytwór mechanizmów adaptacyjnych powstałych w procesie ewolucji. Człowiek nie jest *poza* czy *obok* środowiska. To środowisko jest – zupełnie analogicznie jak w przypadku innych zwierząt – polem jego działania.

Dopiero na takim gruncie można budować nową skalę wartości. Przede wszystkim pojawi się w niej wartość witalna, przez etyków środowiskowych rozumiana jako umożliwienie realizacji wpisanego w strukturę organizm specyficznego „celu” jakim jest samo *trwanie* owej struktury. Nie oznacza to degradacji interesów człowieka i wartości specyficznie ludzkich. Podejście środowiskowe chce jednak zmniejszyć skalę wykorzystania innych organizmów i surowców, uwzględniając ich szeroko pojęte interesy. Ujrzenie wartości nie tylko po stronie podmiotów moralnego działania, ale także po stronie przed-

miotów moralnego odniesienia, nakłada bowiem nowe obowiązki na ów podmiot.

Na tej solidnej podstawie filozoficznej należałoby budować system relacji przedsiębiorca-środowisko, pisać kodeksy etyczne, schematy podejmowania decyzji; kształtować dobre nawyki (arystotelesowskie *cnoty*) i budować wewnętrzną motywację do dobrego działania. Rozwinięcie takiego rozumienia CSR jest celem niniejszego artykułu. Do poruszonych w tym punkcie wątków powracam w ostatniej części.

4. ZRÓWNOWAŻONY ROZWÓJ

A. Papuziński trafnie zauważył, że „zrównoważony rozwój jest od samego początku tej idei obecny w filozofii z uwagi na to, że szereg kwestii wyłaniających się przed naukowcami zajmującymi się tym zagadnieniem ma charakter *stricte* filozoficzny. Najważniejsze z nich, jak jakość życia, sprawiedliwość, racjonalność, postęp i utopia należą do starych tematów filozoficznych” (Papuziński, 2006: 29). Tak więc korelacja między problemami filozoficznymi a zrównoważonym rozwojem jest jasna. Pogodzenie interesów społecznych, gospodarczych i środowiskowych wymaga bowiem opracowania podstawowych, abstrakcyjnych kategorii, które nie mieszczą się w obrębie *zainteresowania* żadnej z dyscyplin szczegółowych, choć są one przez te dyscypliny *stosowane*. Jeśli więc określony abstrakcyjny *model postępowania* – a takim jest z pewnością model zrównoważonego rozwoju – ma przynieść zamierzony rezultat, to, jak pisze S. I. Fiut, niezbędne jest „podstawowe przemyślenie nie tylko samej tej kategorii, ale również innych (pojawiających się w naukach przyrodniczych, ekonomicznych i humanistycznych), bo od nich w znaczącej mierze zależy efektywne działanie w urzeczywistnianiu programów gospodarczych, określanych mianem zrównoważonego rozwoju” (Fiut, 2006: 33).

Filozofia problematyzuje paradygmaty myślenia, które poza filozofią przyjmowane są *a priori*, z reguły nieświadomie; paradygmaty, które kształtują postrzeganie relacji między dowolnymi dziedzinami – w tym wypadku między człowiekiem, społeczeństwem i środowiskiem naturalnym. A. Papuziński pisze:

Na filozoficzne podstawy zrównoważonego rozwoju składają się rozmaite przekonania ontologiczne, antropologiczne, aksjologiczne i historiozoficzne naukowców. To one w odmienny sposób konkretyzują kwestie istotne dla interpretacji zrównoważonego rozwoju, jak np.: podejście do relacji człowieka i przyrody, rozumienie miejsca człowieka we wszechświecie, sposób pojmo-

wania człowieka i ludzkich społeczności, granica między sprawiedliwością wewnątrz- i międzypokoleniową, różnica między rozwojem a wzrostem, w końcu wymóg trwałości rozwoju. Razem tworzą one filozofię zrównoważonego rozwoju na usługach prowadzonych przez

naukowców badań i rozwijanych przez nich koncepcji (Papuziński, 2006: 26)

A. Papuziński zaproponował rozróżnienie trzech filozoficznych koncepcji zrównoważonego rozwoju: konserwatorską, pragmatyczną i systemową. Poniższa tabela zwięźle tę ideę podsumowuje:

Tabela 1. Koncepcje zrównoważonego rozwoju

Charakter założeń:	Pragmatyczna	Konserwatorska	Systemowa
ontologiczne	człowiek ujmuje przyrodę instrumentalnie	człowiekowi przysługuje w świecie uprzywilejowane miejsce	człowiek nie ma wyróżnionej pozycji w świecie
antropologiczne	człowiek realizuje się jedynie w społeczeństwie	człowiek jest rozumnym egoistą	człowiek jest jednocześnie istotą społeczną i przyrodniczą
aksjologiczne	najważniejszą wartością jest solidarność z innymi ludźmi	najważniejszą wartością jest „więcej mieć”, prymat dóbr materialnych	najważniejszą wartością jest życie w każdej postaci (solidarność świata ludzkiego i świata przyrody)
historiozoficzne	ludzkość jest predestynowana do rozwoju i postępu	postęp ludzkości jest tożsamy z jej bogactwem	każda istota jest rezultatem tego samego procesu ewolucji

Źródło: opracowanie własne na podstawie (Papuziński, 2006)

Jeśli jeszcze pomiędzy stanowiskami konserwatorskimi i pragmatycznymi widać znaczące podobieństwa, to wydaje się, że przekonania związane ze stanowiskami systemowymi stanowią zupełnie nowy punkt widzenia. Każde z nich może jednak stanowić podstawę dla realizacji celów zrównoważonego rozwoju. Jednakże przyjęcie, że w relacji człowieka i przyrody ta druga ma jedynie wartość instrumentalną prowadzi do działań, w których antroposfera będzie miała zawsze prymat nad biosferą. Ktoś mógłby więc pytać, na jakiej podstawie oczekiwać efektywności działań pro-środowiskowych, jeśli na wstępie przyjmuje się przesłanki, które wcześniej doprowadziły zachodnią cywilizację do środowiskowego kryzysu? W tej sytuacji podejście systemowe zdaje się obiecywać lepsze efekty. Można więc spróbować jego implementacji do CSR.

5. RELACJA POMIĘDZY CSR A ZRÓWNOWAŻONYM ROZWOJEM

D. Ebner i R. J. Baumgartner (Ebner i Baumgartner, 2006) porównali 55 artykułów z lat 1998-2006 pod kątem zależności jakie zachodziły w nich między CSR a zrównoważonym rozwojem. W efekcie autorzy wyróżnili 5 głównych grup interpretacji – (1) interpretacje przyjmujące jedynie definicję zrównoważonego rozwoju zaproponowaną przez Światową Komisję ds. Środowiska i Rozwoju, bez bezpośredniego odwołania do CSR; (2) koncepcje, w których podkreślone zostaje jedynie społeczny wymiar zrównoważonego rozwoju oraz rola CSR w jego realizacji; (3) propozycje, w których zrównoważony rozwój staje się etycznym konceptem, na podsta-

wie którego realizowane są założenia CSR; (4) artykuły w których mówi się o CSR i zrównoważonym rozwoju właściwie zamiennie. Wreszcie (5) to prace, w których nie było jednoznacznego wskazania jaki rzeczona relacja ma charakter. Autorzy wskazali, że blisko połowa przeanalizowanych artykułów przyjmuje (4), tzn. uznaje równoznaczność CSR i zrównoważonego rozwoju. Na czym opiera się takie przekonanie?

Swoistym pośrednikiem pomiędzy CSR a zrównoważonym rozwojem stała się zasada TBL (*triple-bottom line* lub inaczej *3P – people, profit, planet*) wprowadzona przez J. Elkingtona (Elington, 1997). Stała się ona właściwie obowiązującym modelem przyjmowanym przez przedsiębiorców w charakterze wzoru postępowania. Upraszczając, TBL stanowi przekład idei zrównoważonego rozwoju w na kategorii *mierzalne*. TBL przyjmuje, że podobnie jak zysk i stratę w warstwie ekonomicznej piramidy Carrolla, tak i zysk i stratę w warstwie etycznej można przedstawić w postaci odpowiednich wskaźników. Przykładowe, mierzalne składowe TBL to: dochód osobisty, liczba miejsc pracy lub zatrudnienie według sektorów (dla warstwy ekonomicznej); stopa bezrobocia, ubóstwo relatywne czy średnia długość życia (społeczna odpowiedzialność w warstwie moralnej); oraz zużycie paliw kopalnych, stężenie dwutlenku siarki i tlenków azotu (odpowiedzialność środowiskowa w warstwie moralnej). Tak więc, zrównoważony rozwój, aby być realizowanym jako strategia przedsiębiorstwa, został de facto włączony do CSR przez zastosowanie mierzalnych wskaźników TBL.

Ostatecznie, sprowadzono więc szeroki program zrównoważonego rozwoju, poprzez mierzalne wskaźniki zaproponowanych przez TBL, do CSR. W rezultacie obecnie przeważa pogląd, iż społecznie odpowiedzialny biznes jest tym samym co zrównoważony rozwój. Problem w tym, że ten pierwszy opiera się na przewadze czynnika ekonomicznego, zaś zrównoważony rozwój na zagadnieniach środowiskowych w połączeniu z kwestiami społecznymi i szerzej rozumianym *rozwojem* (a nie jedynie *wzrostem* produkcji czy zysku) ekonomicznym. Zrównoważony rozwój zawsze patrzy w stronę przyszłych działań podczas gdy CSR jest przede wszystkim reakcją na to co się *już wydarzyło*. Odmienne są również grupy docelowe – dla biznesu to przede wszystkim politycy, grupy nacisku i media. Dalej, kwestia, by tak rzec, ukierunkowania. Gdy bowiem zrównoważony rozwój skupia się na rynkach wschodzących, to CSR koncentruje swoje siły na zachowaniu reputacji przedsiębiorstwa na rynkach rozwiniętych. Brak efektywności CSR bierze się, moim zdaniem, przede wszystkim z niedostrzegania tych różnic lub wręcz z ich negacji.

W świetle tego co zostało do tej pory powiedziane, można stwierdzić, że współczesne teorie zarządzania firmą w ramach CSR przyjmują w odniesieniu do środowiska naturalnego błędne założenia wyjściowe, co prowadzi do nieefektywnej realizacji CSR w odniesieniu do środowiska. Można tu wymienić m.in.:

- 1) przyjmowanie hierarchicznego modelu opartego na piramidzie A. B. Carrolla, który słabo radzi sobie z ujęciem wielokierunkowych relacji między poszczególnymi warstwami piramidy i nie dostrzega specyfiki środowiskowych zobowiązań;
- 2) wąskie i bez-kontekstowe rozumienie kategorii zrównoważonego rozwoju (jedynie poprzez czynniki ekonomiczne i TBL, bez powiązania ich z zagadnieniami etycznymi), w tym zależności środowiska i człowieka;

Rozwiązaniami, idącymi w dobrym kierunku byłoby natomiast:

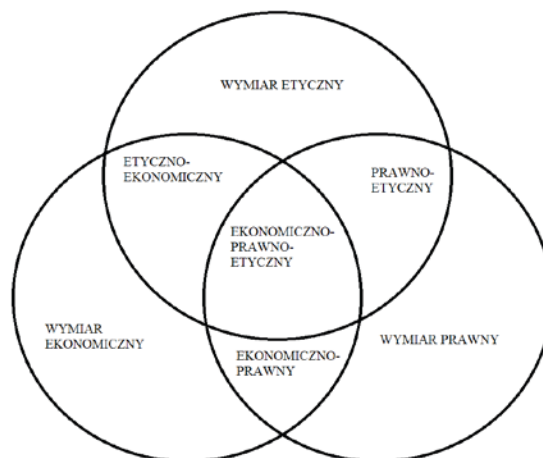
- 1a) zmiana modelu hierarchicznego na model podkreślający wzajemne relacje pomiędzy poszczególnymi składowymi bądź obszarami CSR.
- 2a) holistyczne i systemowe podejście do zrównoważonego rozwoju, świadome zakorzenianie w kategoriach etycznych; podejście, który może stać się podstawą dla budowania CSR.

W nowszej literaturze próbuje się poszerzyć pole odpowiedzialności w CSR, wprowadzając obok zagadnień społecznych również zagadnienia środowiskowe (które

są z kolei kluczowe dla zrównoważonego rozwoju), w ten sposób wzbogacając dziedzinę przedmiotów moralnego odniesienia. Jednak sposób w jaki się to czyni sprawia, że pytanie o zysk ciągle zdaje się bardziej podstawowe od zobowiązań etycznych. Dzieje się tak dlatego, że piramida Carrolla nie daje zbyt wielkiego pola manewru. Wydaje się, że realizacja postulatów 1a) i 2a) wymaga odmiennego modelu.

Schwartz we współpracy z A. B. Carrollem (Schwartz i Carrol, 2003), zaproponował model oparty na tzw. diagramach Venna, które są przede wszystkim narzędziem służącym do ukazywania zależności między zbiorami. Uzyskujemy zasadniczo odmienny obraz, gdzie trzy podstawowe elementy (autorzy filantropię włączyli do działań etycznych) wzajemnie się przenikają, obrazując ich współzależności. Nie ma tu miejsca na jednokierunkową hierarchię (rysunek 2).

Rysunek 2. Diagramy Schwartza



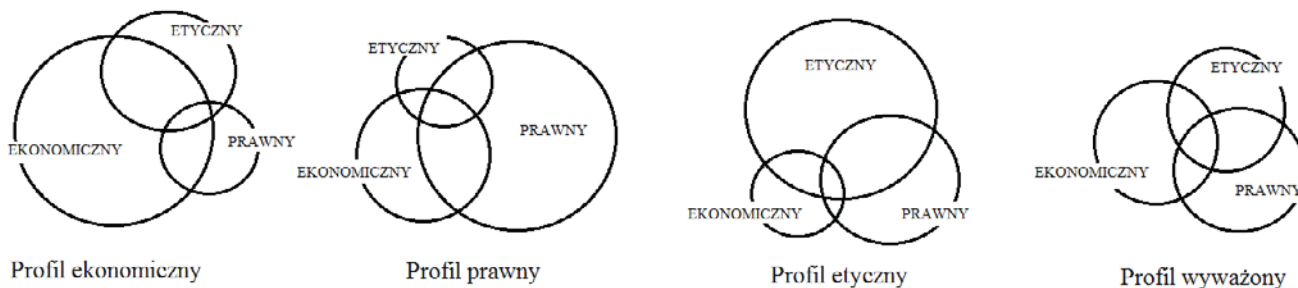
Źródło: Mark S. Schwartz i Archie B. Carroll, *Corporate Social Responsibility: A Three-Domain Approach* (Schwartz i Carroll 2003)

Mamy więc trzy podstawowe wymiary: etyczny; ekonomiczny i prawny. Następnie odpowiednie iloczyny (części wspólne) zbiorów symbolizują wymiary mieszane: ekonomiczno-etyczny; ekonomiczno prawny; prawno-etyczny; wreszcie część wspólna wszystkich trzech wymiarów, tj. wymiar ekonomiczno-prawno-etyczny.

W takim modelu wyeksponowanie poszczególnej części zależy od aktualnego kontekstu, tzn. cały model może mieć charakter dynamiczny. Profil firmy jest więc budowany w oparciu o te podstawowe wymiary, jednak układ między nimi stanowi punkt wyjścia do balansowania trzech sfer a nie ich nadbudowywania. Taki model może posłużyć jako narzędzie budowania CSR nie tylko jako sposobu zarządzania, w którym wszystko musi zaczynać

się od (rzekomo przyrodzonej człowiekowi) chęci zysku; pozwala na różnorodne scenariusze o różnorodnych

Rysunek 3. Diagramy Schwartza – zastosowanie



Źródło: Mark S. Schwartz and Archie B. Carroll, *Corporate Social Responsibility: A Three-Domain Approach* (Schwartz i Carroll 2003)

Wraz z tym dynamicznym modelem możliwe jest dopiero planowanie działania w zależności od zaistniałych okoliczności, a nie jedynie swoiście mechaniczna reakcja, która bez względu na kontekst każe stawiać zysk przedsiębiorcy u podstaw całej struktury.

Ten dynamiczny model zdaje się doskonale skrojony dla CSR. W jakimś sensie właśnie u podstaw CSR leży postulat adekwatnej odpowiedzi na zaistniałe okoliczności, wymagającej wzięcia pod uwagę wpływu określonej działalności gospodarczej na społeczeństwo i środowisko. U podstaw jest więc idea pewnej elastyczności w działaniu, która nijak nie pasuje do hierarchicznego modelu Carolla.

Poniżej przedstawiam zarys rozbudowanego modelu CSR opartego o systemowe podejście opisane przez Papuzińskiego do idei zrównoważonego rozwoju. Model ten składa się z trzech etapów, z których każdy opatrzony jest hasłową etykietą: *zrozumienie*, *tworzenie* i *realizacja*:

I. Zrozumienie jako działanie podstawowe

1. Podstawa aksjologiczna: wyjście poza paradygmat pragmatyczny i konserwatorski w kierunku myślenia systemowego wspartego ideą zrównoważonego rozwoju.
2. Podstawa ontologiczna: ontologia wartości obejmująca środowisko naturalne i jego problemy.

II. Tworzenie: CSR plus

3. Działania *wskazujące* – na omówionej wyżej podstawie budowa systemu normatywnego (etyki), kodeksów postępowania, schematów podejmowania decyzji w przedsiębiorstwach, itd.

punktach wyjścia, czy też o różnorodnym rozłożeniu nacisku. W pierwszej kolejności można wyróżnić:

III. Realizacja

4. Działanie utrwalające (idea bliska arystotelesowskiej *etyce cnoty*) – dobra praktyka budująca dobre nawyki i obyczaje; swoista internalizacja określonych systemów normatywnych i kodeksów postępowania w środowiskach przedsiębiorców;
5. Właściwa realizacja w codziennej praktyce podejmowania decyzji przez przedsiębiorców (ten punkt jest ośrodkiem całej konstrukcji; chodzi przecież o to właśnie jaka będzie ta codzienna praktyka z punktu widzenia problemów środowiskowych);
6. Raportowanie i ewaluacja efektów.

Zasadniczym celem tego wysiłku teoretycznego i praktycznego jest wyjście z opisanej wcześniej i wykazanej w badaniach sytuacji „przeźroczystości problemu środowiskowego”. Przedsiębiorcy powinni zdać sobie sprawę z ulokowania ich działalności w pewnej przestrzeni, nie tylko ekonomicznej, i należy im dostarczyć narzędzi ku temu.

6. PODSUMOWANIE

CSR jako odpowiedzialność biznesu wobec najróżniejszych sfer życia człowieka stał się istotnym punktem odniesienia dla działań przedsiębiorcy, a jego znaczenie nie dotyczy tylko wykorzystania w ramach strategii marketingowej. Kwestią podstawową jest ujęcie CSR nie jako środka do osiągnięcia zysku, ale dyskontowanie w charakterze czynnika modyfikującego rozumienie samego zysku. Badania ankietowe pokazały, że duża część przedsiębiorców ciągle nie dostrzega tej sprawy. Potrzebne są więc zasadnicze zmiany w rozumieniu samego CSR. W artykule wykazałam, że oparcie modelu o hierar-

chiczny model (tzw. piramidę) Carolla – model wciąż dominujący w literaturze - nie daje szans na tę zmianę. Zaproponowałam nowe rozumienie CSR, nawiązujące do idei zrównoważonego rozwoju i oparte o etykę środowiskową.

LITERATURA:

1. Carroll, A. B., Shabana K. M. (2010), The Business Case for Corporate Social Responsibility: A Review of Concepts, Research and Practice, *International Journal of Management Reviews*, Vol. 12, No 1, s. 85-105.
2. Carroll, A. B. (1991), The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders, *Business Horizons (July-August 1991)*, s. 39-48.
3. Ebner, D., Baumgartner, R. J. (2006), The relationship between Sustainable Development and Corporate Social Responsibility. Wystąpienie konferencyjne: Corporate Responsibility Research Conference 4-5 września 2006, Dublin, dostępne na stronie: http://www.crrconference.org/Previous_conferences/downloads/2006ebnerbaumgartner.pdf (z dnia 1 września 2016).
4. Elkington, J. (1997), *Cannibals with Forks: the Triple Bottom Line of 21st Century Business*, Capstone.
5. Fijałkowska J. (2015), Raportowanie CSR a kwestie etyki i odpowiedzialności przedsiębiorstw, *Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu*, nr 396.
6. Fiut, I. (2006), Zrównoważony rozwój: aspekt filozoficzny i medialny. *Problemy ekorozwoju*, Vol. 1 No 2, 25-32.
7. Freeman, I. Hasnaoui, A. The Meaning of Corporate Social Responsibility: The Vision of Four Nations, *Journal of Business Ethics*, Vol. 100, No. 3, pp. 419-443.
8. Kaman, Z. K. (2015), Corporate Social Responsibility (CSR) Models: An Approach to Environmental Perspective, *International Research Journal of Engineering and Technology (IRJET)* Vol. 02, No 07.
9. Ketola, T. (2008), A holistic Corporate Responsibility Model: Integrating Values, Discourses and Actions, *Journal of Business Ethics*, Vol. 80, pp. 419-435.
10. Leopold, A. (2004), *Zapiski z Piaszczystej Krainy*, Pracownia na Rzecz Wszystkich Istot, Bystra.
11. Urbaniak, M. (2013), Dyskretny urok pewnej fikcji. Uwagi na temat społecznej odpowiedzialności biznesu, *Zarządzanie zmianami, Zeszyty Naukowe* 1/2013 (58), 56-82.
12. Papuziński, A. (2006), Filozoficzne aspekty zrównoważonego rozwoju – wprowadzenie, *Problemy ekorozwoju*, No 2, 25-32
13. Raport Odpowiedzialny Biznes w Polsce (2014), Forum Odpowiedzialnego Biznesu, Warszawa
14. Schwartz, M. S., Carroll, A. B. (2003), Corporate Social Responsibility: A Three-Domain Approach, *Business Ethics Quarterly*, Vol. 13, No. 4, 503-530

Strony internetowe

1. <http://www.obserwatorium.malopolska.pl/wp-content/uploads/2016/07/Zachowania-proekologiczne-oraz-dzia%C5%82ania-w-ramach-CSR.pdf> (z dnia 1 września 2016)