

Dorota Teneta-Skwiercz

Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu

ROLA ADMINISTRACJI RZĄDOWEJ W ZAKRESIE ROZWOJU CSR W POLSCE

1. Wstęp

Koncepcja społecznej odpowiedzialności biznesu już od kilku lat jest w Polsce przedmiotem dyskursu publicznego. Świadczą o tym zarówno liczne konferencje i seminaria naukowe, jak i publikacje poświęcone tematyce CSR (*corporate social responsibility*). Niestety, zazwyczaj ograniczają się one do analizy bliższego otoczenia przedsiębiorstw, jego pracowników, klientów, dostawców, partnerów biznesowych, konkurencji i społeczności lokalnej, pozostawiając relacje biznes-administracja rządowa poza obszarem swoich zainteresowań. Tymczasem doświadczenia szeregu państw europejskich, a szczególnie Wielkiej Brytanii, wyraźnie pokazują, iż rząd może odegrać istotną rolę w zakresie kształtowania warunków sprzyjających rozwojowi idei CSR. Działania, jakie może podejmować w tym zakresie państwo, to np. tworzenie oraz skuteczne egzekwowanie przepisów prawnych stymulujących odpowiedzialne prowadzenie biznesu czy też przebudowa struktur społecznych w kierunku rozwoju społeczeństwa obywatelskiego.

W pierwszej części artykułu próbujemy określić poziom rozwoju CSR w Polsce oraz zaprezentujemy dotychczasowe inicjatywy polskiego rządu w zakresie społecznej odpowiedzialności biznesu. W drugiej części próbujemy wskazać dalsze kierunki zmian w zakresie polityki publicznej, mające na celu akcelerację procesu wdrażania CSR w Polsce.

2. Stan zaawansowania wdrażania CSR w Polsce

Według J. Filek możemy wyodrębnić różne rodzaje i poziomy odpowiedzialności. I tak, mówiąc o rodzajach odpowiedzialności, wyróżnia ona **odpowiedzialność negatywną** (restrykcyjną), zwróconą w przeszłość i mającą na uwadze jakieś spowodowane zło, oraz **odpowiedzialność pozytywną**, zwróconą zasadniczo w przyszłość i mającą na uwadze jakieś zależne od podmiotu działającego dobro.

Z kolei analizując poziomy przyjmowanej przez przedsiębiorstwa odpowiedzialności, wskazuje na odpowiedzialność: **narzuconą**, do której przedsiębiorcy poczuwają się ze względu na prawo, **wymuszoną**, do której poczuwają się ze względu na silną presję wywieraną przez konsumentów, konkurencję czy też społeczeństwo, i **dobrowolną**, którą przedsiębiorcy przyjmują ze względu na świadomość swej roli społecznej.

Mając powyższe na względzie, można wyróżnić sześć etapów rozwoju CSR w przestrzeni gospodarczej (zob. tab. 1). Według autorki część polskich przedsiębiorców osiągnęła poziom drugi, postępuje w sposób uczciwy, przestrzega prawa, uwzględnia prawa klientów i pracowników. Niestety, istnieje również znaczna rzesza przedsiębiorców, którzy lokują się na etapie wstępnym¹.

Powodów tak niskiego poziomu rozwoju CSR w Polsce jest wiele. Jednym z nich jest negatywny wizerunek przedsiębiorców w społeczeństwie, podsycany kolejnymi aferami z udziałem przedstawicieli świata biznesu i polityki. Również codzienna walka przedsiębiorstw o przetrwanie, której nieodłącznym elementem jest zmaganie się z nadmierną biurokracją i obciążeniami fiskalnymi, nie sprzyja podejmowaniu inicjatyw z zakresu CSR. Nie bez znaczenia pozostaje również mała aktywność organizacji konsumenckich, organizacji pozarządowych i administracji publicznej. Polska ciągle jeszcze nie posiada rządowej strategii wspierania CSR, choć rząd coraz częściej i chętniej uczestniczy w dyskusjach na temat CSR, postrzegając siebie w roli katalizatora działań społecznie odpowiedzialnych. Wyrazem powyższego może być przeznaczanie dodatkowych środków dla organizacji pozarządowych na działania z zakresu CSR, współpraca z Bankiem Światowym czy wreszcie chęć powołania Krajowego Forum ds. CSR, które skoordynowałoby wysiłki organów administracji. Od roku 2004 przedstawiciele administracji rządowej biorą aktywny udział w pracach różnych organów Unii Europejskiej związanych z CSR. Desygnowany został członek do prac Grupy Wysokiego Szczebla ds. CSR stanowiącego forum, na którym prezentowane są dokonania i zamierzenia w zakresie implementacji zasad CSR w poszczególnych państwach członkowskich Unii Europejskiej. Nominowano też eksperta krajowego do grupy roboczej „Mainstreaming CSR among SMEs” w Komisji Europejskiej², a w 2006 r. rząd powołał nieformalną międzyresortową grupę ds. CSR.

Wiodącą rolę w administracji rządowej w zakresie CSR pełni Ministerstwo Pracy i Polityki Społecznej. Dużą aktywność w tym obszarze przejawiają również: Ministerstwo Gospodarki, Ministerstwo Środowiska, Ministerstwo Skarbu oraz Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumenta. Dotychczasowe inicjatywy wymienionych organów administracji państwowej (zob. tab. 2) wydają się niewystarczające. Punktem

¹ J. Filek, *Społeczna odpowiedzialność biznesu. Tylko moda czy nowy model prowadzenia działalności gospodarczej?*, Materiały kampanii edukacyjnej „Moje konsumenckie ABC” organizowanej przez UOKiK, Kraków 2006, s. 14.

² *Społeczna odpowiedzialność biznesu. Wstępna analiza*, Raport UNDP, Wydawnictwo UNDP, Warszawa 2007, s. 23.

Tabela 1. Etapy budowania społecznej odpowiedzialności przedsiębiorców

Etapy budowania społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw	Rodzaje odpowiedzialności	Poziomy odpowiedzialności
Etap wstępny (przedprawny i przedetyczny)	Unikanie odpowiedzialności prawnej	Brak świadomości jakiegokolwiek odpowiedzialności
Etap pierwszy (prawny) przestrzeganie obowiązującego prawa	Odpowiedzialność negatywna (restrykcyjna) (za to, co się stało lub może się stać)	Odpowiedzialność narzucona przez prawo przedsiębiorca uświadamia sobie obowiązywanie odpowiedzialności za działania niezgodne z prawem
Etap drugi (etyczny) uczciwe postępowanie, oparte na powszechnym przestrzeganiu prawa z należyтым uwzględnieniem praw klientów i pracowników	Odpowiedzialność negatywna (restrykcyjna) (za to, co się stało lub może się stać)	Odpowiedzialność narzucona przez prawo przedsiębiorca poczuwa się do odpowiedzialności prawnej
Etap trzeci (początki CSR) kształtowanie właściwych relacji z wszystkimi grupami interesariuszy oraz próby równoważenia ich sprzecznych interesów	Odpowiedzialność mieszana odpowiedzialność restrykcyjna, z elementami odpowiedzialności pozytywnej	Odpowiedzialność wymuszona przez społeczeństwo przedsiębiorca poczuwa się do realizowania tych oczekiwań pracowników i konsumentów, które mają prawne zabezpieczenie, ale też uwzględnia te oczekiwania, które mają silne poparcie społeczne
Etap czwarty (rozwinięta CSR) zaangażowanie społeczne, polegające na kształtowaniu relacji społecznych, dbałości o zrównoważony rozwój	Odpowiedzialność pozytywna mająca na uwadze zależne od działającej firmy dobro	Odpowiedzialność świadoma przedsiębiorca świadomie włącza niektóre cele społeczne do swej działalności
Etap piąty (zaawansowana CSR) zobowiązanie zmierzające do poprawy życia wszystkich członków społeczności	Odpowiedzialność pozytywna mająca na uwadze zależne od działającej firmy dobro	Odpowiedzialność dobrowolna przedsiębiorca świadomie i dobrowolnie podejmuje odpowiedzialność społeczną, przyczyniając się do poprawy jakości życia

Źródło: J. Filek, *Społeczna odpowiedzialność biznesu. Tylko moda czy nowy model prowadzenia działalności gospodarczej?*, Materiały kampanii edukacyjnej „Moje konsumenckie ABC” organizowanej przez UOKiK, Kraków 2006, s. 8.

Tabela 2. Działania organów administracji rządowej w zakresie CSR

Organ administracji publicznej	Działanie
Ministerstwo Pracy i Polityki Społecznej	<ul style="list-style-type: none"> – opracowanie przewodnika „CSR Implementation Guide. Non-legislative Options for the Polish Government”, wspierającego administrację rządową w przygotowaniu podstaw polityki publicznej w zakresie CSR – organizacja w III kwartale 2007 r. szkoleń dla kadry administracji rządowej w zakresie podstawowych zagadnień związanych z wdrażaniem CSR
Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumenta	<ul style="list-style-type: none"> – powołanie Rady ds. Dobrych Praktyk Gospodarczych jako organu opiniodawczo-doradczego – przeprowadzenie badań nt. „Skłonność do angażowania się w działania prokonsumenckie i prospołeczne wśród polskich przedsiębiorców” – organizacja kampanii „Moje konsumenckie ABC”, której celem jest dostarczenie klientom wiedzy, jak skutecznie radzić sobie z problemami konsumenckimi
Ministerstwo Gospodarki	<ul style="list-style-type: none"> – opracowanie katalogu kryteriów środowiskowych, które mogą mieć zastosowanie przy przygotowywaniu specyfikacji na potrzeby zamówień publicznych
Ministerstwo Środowiska	<ul style="list-style-type: none"> – promocja systemu ekozarządzania i audytu (EMAS)
Ministerstwo Skarbu	<ul style="list-style-type: none"> – umieszczenie w „Raporcie o przekształceniach własnościowych w 2004 roku” opracowania pt. „Społeczna odpowiedzialność biznesu w kontekście przekształceń własnościowych w Polsce”

Źródło: opracowanie własne na podstawie *Społeczna odpowiedzialność biznesu. Wstępna analiza*, Raport UNDP, Wydawnictwo UNDP, Warszawa 2007, s. 23-25.

odniesienia dla polskiego rządu mogłaby być strategia rozwoju CSR przyjęta przez rząd Wielkiej Brytanii. Strategia ta zakłada³:

- a) promowanie działalności biznesowej, która przynosi jednocześnie korzyści ekonomiczne, społeczne i środowiskowe;
- b) współpracę sektora prywatnego, społeczności lokalnej, związków zawodowych, konsumentów i innych interesariuszy;
- c) zachęcanie do nowatorskiego podejścia w zakresie rozwoju i wdrażania „najlepszych praktyk”;
- d) tworzenie ram polityki, która zachęca do odpowiedzialnego prowadzenia biznesu i zarazem je ułatwia.

Powyższa strategia, poprzez integrację celów rozwoju społecznego, gospodarczego, ochrony środowiska naturalnego i rozsądnej eksploatacji zasobów naturalnych, podporządkowana jest poprawie jakości życia obecnego pokolenia i przyszłych generacji.

³ *Corporate Social Responsibility. A Government Update*, <http://www.csr.gov.uk> (10.05.2008).

W opinii rządu Wielkiej Brytanii CSR jest – obok działalności innowacyjnej – jednym z kluczowych czynników zwiększania produktywności przedsiębiorstw, stymuluje podejmowanie lepszych decyzji, zwiększa asortyment świadczonych usług i tym samym perspektywę działania przedsiębiorstw. Dlatego też rząd aktywnie wspiera proces upowszechniania idei CSR zarówno w kraju, jak i na obszarze Unii Europejskiej. Wychodząc z założenia, że koncepcja CSR powinna mieć charakter dobrowolny, rząd zawęży swoją rolę do wyznaczania granic społecznej odpowiedzialności biznesu poprzez tworzenie odpowiednich ram prawnych, zasad działania biznesu, wartości i standardów.

Działaniami rządu w zakresie CSR w Wielkiej Brytanii kieruje Minister ds. Społecznej Odpowiedzialności Biznesu przy Departamencie Handlu i Przemysłu. Poprzez szereg działań, takich jak: zachęcanie przedstawicieli biznesu do raportowania o społecznie odpowiedzialnych praktykach, promowanie wzorcowej działalności wolontarystycznej i budowanie partnerstwa publiczno-prywatnego, wniósł on istotny wkład w powiększanie świadomości znaczenia CSR w różnych sektorach gospodarki.

Należy również wspomnieć, iż w latach 1999-2005 rząd brytyjski wprowadził przepisy wymagające od funduszy emerytalnych deklarowania, w jakim stopniu czynniki środowiskowe i społeczne wpływają na ich decyzje inwestycyjne. Regulacje te przyczyniły się do rozwoju sektora inwestycji społecznie odpowiedzialnych, tj. inwestycji łączących cele finansowe z celami społecznymi, środowiskowymi i etycznymi.

3. Kierunki zmian polityki publicznej w zakresie rozwoju CSR w Polsce

Doświadczenia rządu brytyjskiego mogą się okazać cenną wskazówką dla naszej rodzimej administracji w kontekście upowszechniania w Polsce idei społecznej odpowiedzialności biznesu. Priorytetowym działaniem w obecnych warunkach wydaje się rozwój ustawodawstwa sprzyjającego kształtowaniu demokracji partycypacyjnej oraz opracowanie całościowej strategii dotyczącej rozwoju CSR w Polsce, tj. określenie misji, celów strategicznych, priorytetów i kierunków działań prowadzących do ich urzeczywistnienia. Kolejne możliwe działania to: ograniczanie biurokracji, zwalczanie korupcji, edukowanie społeczeństwa w kierunku odpowiedzialnej konsumpcji, pomoc w rozwoju organizacji pozarządowych, zachęcanie środowiska biznesu do samoregulacji, tworzenie i skuteczne egzekwowanie przepisów prawnych stymulujących odpowiedzialne prowadzenie biznesu.

Administracja publiczna powinna się skupić na upowszechnianiu międzynarodowych norm, standardów, instrumentów i procedur w zakresie biznesu społecznie odpowiedzialnego. Niezmiernie ważne jest, aby nadanie ostatecznego kształtu tych normom, jak również późniejszy proces ich wdrażania poprzedzone zostały konsultacjami społecznymi ze środowiskiem biznesu i z różnymi organizacjami poza-

rządowymi, żywotnie zainteresowanymi funkcjonowaniem przedsiębiorstw. Tylko wtedy normy te staną się zrozumiałe, akceptowalne i tym samym łatwe do implementacji. Przeprowadzenie dialogu społecznego umożliwi stworzenie modelu CSR dostosowanego do warunków finansowych, ekonomicznych i kulturowych panujących w naszym kraju.

Inne możliwe inicjatywy rządu to:

- tworzenie przepisów i instytucji stojących na straży praw konsumenckich,
- ulgi podatkowe (zwolnienia z VAT, odliczenia wydatków na programy społeczne od podstawy opodatkowania),
- tworzenie przepisów sprzyjających rozwojowi działalności wolontarystycznej,
- podejmowanie na szeroką skalę akcji medialnych promujących CSR,
- upowszechnianie najlepszych praktyk,
- uświadamianie konieczności i zarazem korzyści z tytułu przyjmowania etycznej postawy w biznesie.

Generalnie można stwierdzić, że administracja państwowa może pełnić w odniesieniu do CSR następujące funkcje:

- 1) edukacyjną – propagowanie wiedzy nt. instrumentów zarządzania społecznie odpowiedzialnym biznesem, udostępnianie opisów najlepszych praktyk z zakresu CSR;
- 2) motywującą – zachęcanie przedstawicieli biznesu i partnerów społecznych do podejmowania działań z zakresu CSR poprzez np. odpowiednie instrumenty ekonomiczne;
- 3) integracyjną – tworzenie warunków do współpracy międzysektorowej, budowania partnerstwa publiczno-prywatnego, opartego na zasadach pomocniczości, sprawności i odpowiedzialności;
- 4) koordynującą – uzgadnianie działań w zakresie konstruowania i późniejszej realizacji programów społecznie odpowiedzialnych.

Powyższe funkcje rządu w zakresie CSR mogą zostać ulokowane w ramach istniejących struktur administracyjnych lub przekazane nowo utworzonym agencjom.

Ciekawą propozycję w zakresie tworzenia publicznej polityki CSR przedstawił we wrześniu 2006 r. Bank Światowy. W opracowanym przez Bank *Przewodniku wdrażania CSR...* czytamy, iż rząd może się przyczynić do rozwoju idei CSR, stosując podejście „miękkie”, pozalegisłacyjne, przyjmujące postać jednego lub kombinacji niżej nakreślonych działań⁴:

- 1) **nakładania zobowiązań** – różne szczeble administracji określają minimalne standardy dla działalności biznesowej zawarte w aktach prawnych;
- 2) **ułatwiania** – jednostki sektora publicznego umożliwiają firmom zaangażowanie w agendę CSR lub wprowadzanie udoskonaleń społecznych i środowiskowych albo udzielają im w tym celu zachęt ekonomicznych;

⁴ *Przewodnik wdrażania CSR. Opcje pozaustawowe dla rządu Polski*, Departament ds. Komunikacji dla Rozwoju Banku Światowego oraz Biuro ECCU7 Banku Światowego, wrzesień 2006 r., s. 20-21.

- 3) **partnerstwa** – jednostki sektora publicznego mogą występować jako uczestnicy, pośrednicy lub podmioty ułatwiające działanie innym;
- 4) **aprobowania** – przyjmuje różne formy, włączając efekt demonstracyjny praktyk zarządzania w sektorze publicznym.

Głównymi instrumentami, którymi może się posługiwać rząd w kontekście wzmacniania idei CSR, są m.in.⁵: podnoszenie świadomości i budowanie wiedzy przedsiębiorstw na temat społecznej odpowiedzialności biznesu, „zielone zamówienia publiczne”, wspieranie inwestycji odpowiedzialnych społecznie (*socially responsible investment* – SRI) oraz upowszechnianie etykiet społecznych i ekologicznych.

Podnoszenie świadomości i budowanie wiedzy przedsiębiorstw mogłoby się odbywać poprzez⁶:

- promowanie CSR w drodze seminariów i wymiany dobrych praktyk pomiędzy przedstawicielami instytucji rządowych, samorządu terytorialnego, przedsiębiorstw państwowych lub przedsiębiorstw z dużym udziałem państwa;
- wspieranie programów społecznych i środowiskowych realizowanych obecnie przez takie instytucje, jak: Izba Handlowa, Forum Odpowiedzialnego Biznesu, Polska Konfederacja Pracodawców Prywatnych;
- przygotowanie podręcznika i jego promocja wśród organizacji pracodawców i izb handlowych.

Kolejnym wskazanym w *Przewodniku wdrażania CSR...* instrumentem jest wprowadzenie środowiskowych i społecznych klauzul do procedur przetargowych. W ten sposób z jednej strony zachęca się przedsiębiorstwa do działań zgodnych z interesem społecznym, przyczyniających się do poprawy jakości życia i stanu środowiska naturalnego, z drugiej natomiast uwiarygodnia działania administracji publicznej związane z ochroną środowiska. Przepisy UE kładą duży nacisk na konieczność uwzględniania aspektów środowiskowych w procedurach przetargowych. Kwestia „zielonych zamówień publicznych” (*green public procurements* – GPP), tj. zamówień, w których bierze się pod uwagę aspekty dotyczące ochrony środowiska, uwzględniona została w odnowionej Strategii równoważonego rozwoju UE, jak również w odnowionej Strategii lizbońskiej.

Institucje publiczne to potężni konsumenci. W 2004 r. wielkość rynku zamówień publicznych wynosiła 48 mld PLN, co stanowiło ok. 5,4% PKB Polski⁷. Podstawą prawną systemu zamówień publicznych w Polsce jest ustawa z dnia 29 stycznia 2004 r. Prawo zamówień publicznych (DzU nr 19, poz. 177 z późn. zm.), która została znowelizowana ustawą z dnia 7 kwietnia 2006 r. o zmianie ustawy Prawo zamówień publicznych oraz ustawy o odpowiedzialności za naruszenie dyscypliny finansów publicznych (DzU nr 79, poz. 551). Powyższa nowelizacja wprowadziła do polskiego systemu prawa wymagania wyżej wymienionych dyrektyw unijnych.

⁵ Tamże, s. 22-31.

⁶ Tamże.

⁷ *Sprawozdanie z funkcjonowania systemu zamówień publicznych w 2004 r.*, UZP 2005, s. 39-41.

Na uwagę zasługuje fakt, że istnieje w naszym kraju od niedawna, opracowany z inicjatywy Ministerstwa Gospodarki, specjalny katalog, który zawiera m.in. podstawowe kryteria środowiskowe dla szerokiej gamy wyrobów i usług, informacje na temat ekoznakowania, deklaracji produktowych (normy ISO grupy 14020), wybranych oznakowań stosowanych na produktach oraz systemów zarządzania środowiskowego.

Kolejnym instrumentem jest wspieranie inwestycji odpowiedzialnych społecznie (SRI). W Polsce jak dotychczas nie wypracowano przejrzystych kryteriów definiowania i oceniania tego rodzaju inwestycji. Rząd mógłby – na wzór brytyjski – wesprzeć rozwój tego rodzaju inwestycji poprzez stworzenie dla Giełdy Papierów Wartościowych w Warszawie Indeksu Odpowiedzialności Społecznej.

Wprowadzenie etykiet społecznych i ekologicznych, jako sposobu informowania konsumentów o właściwościach produktów, oraz wynagradzanie firm dobrowolnie podejmujących zobowiązania społeczne czy środowiskowe – to kolejne rządowe instrumenty wspierania CSR. W Polsce istnieją etykiety ekologiczne: „EkoLand”, „Eko-znak” i „Zielone Płuca”, nie cieszą się one jednak dużą popularnością, gdyż, według oceny Banku Światowego, skierowane zostały do klientów, których wiedza o tych oznaczeniach jest niedostateczna, i w efekcie nie dostarczają widocznych korzyści finansowych firmom, którym pozwolono na ich stosowanie⁸. Wydaje się, iż w tych warunkach rząd powinien położyć większy nacisk na promocję społecznego etykietowania i jednocześnie podnoszenie świadomości konsumentów co do znaczenia „odpowiedzialnych” produktów.

Według Raportu Programu Narodów Zjednoczonych ds. Rozwoju (UNDP), będącego efektem realizacji projektu „Przyspieszenie wdrażania praktyk CSR w nowych państwach członkowskich UE i w krajach kandydujących jako instrument harmonizacji, konkurencyjności i spójności społecznej w UE”, podstawowym zadaniem państwa jest tworzenie przejrzystych reguł gry w działalności gospodarczej. Na poziomie organów władzy publicznej wymaga to m.in. stworzenia warunków efektywnego stosowania prawa, dostępu do informacji, przejrzystości decyzji, ograniczenia szkodliwych przywilejów oraz promowania i upowszechniania zachowań etycznych. Pożądane jest, by instytucje państwowe podjęły działania zmierzające m.in. do⁹:

- uznania standardów odpowiedzialnego biznesu za ważny, obok wyników ekonomicznych, składnik oceny działalności gospodarczej m.in. w ramach zarządzania majątkiem Skarbu Państwa, w procesie prywatyzacji, przy zamówieniach publicznych czy udzielaniu pomocy publicznej;
- bardziej aktywnego włączenia się w europejski dyskurs na temat polityki wspierania społecznej odpowiedzialności biznesu, co umożliwi wykorzystanie doświadczeń innych państw członkowskich UE z zakresu rozwoju i wdrażania polityki CSR;

⁸ *Przewodnik wdrażania ...*, s. 28.

⁹ *Społeczna odpowiedzialność...*, s. 61.

- promowania i upowszechniania zachowań odpowiedzialnych w biznesie m.in. przez nagradzanie najlepszych praktyk, wspieranie szkoleń i edukacji z zakresu etyki i społecznej odpowiedzialności biznesu oraz przez promowanie najlepszych praktyk wdrażanych przez polskie przedsiębiorstwa, we współpracy z organizacjami pozarządowymi, organizacjami pracodawców, związkami zawodowymi, instytucjami naukowymi i mediami;
- stworzenia narodowej platformy CSR czy też „Polskiego sojuszu na rzecz społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw”. Powinien on mieć charakter długofalowego procesu wzmacniania współpracy między sektorem biznesu z jednej a sektorem pozarządowym, władzami centralnymi oraz lokalnymi z drugiej strony.

Powyższy katalog instrumentów nie wyczerpuje oczywiście wszystkich możliwości. Konieczne jest ciągłe poszukiwanie nowych rozwiązań adekwatnych do charakteru procesów społecznych w Polsce, podejmowanie otwartej debaty z przedstawicielami biznesu oraz szeroką reprezentacją organizacji społecznych. Administracja publiczna powinna umożliwić organizacjom pozarządowym uczestniczenie w procesie definiowania istotnych problemów społecznych oraz poszukiwania sposobów ich rozwiązywania. Realizacja powyższego celu wymaga stworzenia przejrzystych zasad i efektywnych form współpracy rządu z trzecim sektorem. Dotychczas współpraca ta polegała z reguły na wsparciu finansowym ze strony rządu działalności NGO (*non-governmental organization*) oraz wzajemnym informowaniu się o planowanych kierunkach działalności. Rzadziej natomiast dochodziło do konsultowania projektów aktów prawnych i tworzenia wspólnych zespołów o charakterze doradczym¹⁰.

4. Zakończenie

W literaturze przedmiotu wciąż brakuje zgodności co do tego, czym w istocie jest CSR. Czy jest wyłącznie narzędziem *public relations*, czy też skutecznym orężem w walce konkurencyjnej, dostarczającym holistycznego spojrzenia na biznes? Niewątpliwie CSR to nowy sposób myślenia o prowadzeniu działalności gospodarczej, przenikający poszczególne obszary funkcjonalne organizacji. Niesie on nowe wyzwania nie tylko dla firm, organizacji pozarządowych i konsumenckich, ale również dla administracji publicznej. I tu pojawia się pytanie: Czy, a jeżeli tak, to w jakim stopniu, rząd powinien ingerować w CSR? Można domniemywać, iż w kraju, w którym istnieje sprawna administracja i sądownictwo, dojrzały rynek, wymagający, świadomi swoich praw konsumenci, prężnie działający sektor organizacji pozarządowych oraz bogate tradycje w zakresie samoregulacji biznesu, nie ma potrzeby ingerowania władz państwowych w CSR. Natomiast wszędzie tam,

¹⁰ *Strategia wspierania rozwoju społeczeństwa obywatelskiego na 2007-2013*, Materiały Ministerstwa Polityki Społecznej, Warszawa 2005, s. 11.

gdzie mamy niedojrzały rynek, niewydolną administrację, słabo rozwinięty sektor organizacji pozarządowych i niechętny stosunek biznesu do samoregulacji, państwo powinno aktywnie włączyć się w proces wspierania idei społecznej odpowiedzialności biznesu.

Rozważania zawarte w niniejszym artykule skłaniają do wniosku, iż polski rząd nie może polegać wyłącznie na sprawczej roli mechanizmu rynkowego, lecz powinien otwarcie promować CSR, dokonać swoistej instytucjonalizacji tej idei. Najważniejszym obecnie zadaniem dla administracji publicznej jest skonstruowanie, przy aktywnym współudziale zarówno sektora biznesu, jak i organizacji społecznych, rządowej strategii CSR, będącej narzędziem nie tylko wzmacniania społecznej odpowiedzialności biznesu w naszym kraju, ale również realizacji zasad zrównoważonego rozwoju.

Literatura

- Filek J., *Spoleczna odpowiedzialność biznesu. Tylko moda czy nowy model prowadzenia działalności gospodarczej?*, Materiały kampanii edukacyjnej „Moje konsumenckie ABC” organizowanej przez UOKiK, Kraków 2006.
- Corporate Social Responsibility. A Government Update*, <http://www.csr.gov.uk> (10.05.2008).
- Przewodnik wdrażania CSR. Opcje pozaustawowe dla rządu Polski*, Departament ds. Komunikacji dla Rozwoju Banku Światowego oraz Biuro ECCU7 Banku Światowego, wrzesień 2006.
- Spoleczna odpowiedzialność biznesu. Wstępna analiza*, Raport UNDP, Wydawnictwo UNDP, Warszawa 2007.
- Sprawozdanie z funkcjonowania systemu zamówień publicznych w 2004 r.*, UZP 2005.
- Strategia wspierania rozwoju społeczeństwa obywatelskiego na 2007-2013*, Materiały Ministerstwa Polityki Społecznej, Warszawa 2005.

THE ROLE OF THE GOVERNMENT ADMINISTRATION WITHIN THE DEVELOPMENT SCOPE OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY IN POLAND

Summary

The experience of a great number of European countries clearly shows that the government administration may have an important and meaningful influence on the process of creating favourable conditions which might promote the idea of Corporate Social Responsibility. In the first part of the article the level of CSR's development in Poland is defined. Moreover, some Polish government's initiatives towards CSR are presented. Further direction of necessary changes within the bounds of public policy which are aimed at accelerating the implementation process of CSR in Poland are pointed out.